

**FACULDADES SÃO JOSÉ
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

Amaury Araujo dos Santos
Daniel Martins Silva
Mariana Silva Meloni
Thuane da Silva Nunes de Souza
Profª Fernanda Barreto

OTHER SIZE

Rio de Janeiro

2018

Amaury Araujo dos Santos
Daniel Martins Silva
Mariana Silva Meloni
Thuane da Silva Nunes de Souza

OTHER SIZE

Projeto de pesquisa apresentado para a
Disciplina de TCC II, Plano de Negócio
sob a orientação do prof. Fernanda
Barreto.

Rio de Janeiro
2018

SUMÁRIO

	Página
1. INTRODUÇÃO	4
2. SUMÁRIO EXECUTIVO.....	5
3. ANÁLISE DE MERCADO.....	10
4. PLANO DE MARKETING.....	13
5. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA.....	16
6. PARCIAL.....	17
7. PLANO OPARACIONAL.....	17
8. PLANO FINANCEIRO.....	18
9. CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS.....	38
10. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA.....	40
11. AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO.....	42
12. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	43

1. INTRODUÇÃO

Este trabalho apresenta o desenvolvimento de um plano de negócio para uma loja de departamentos destinada ao público plus size que pretende atuar no Rio de Janeiro no próximo ano. O plano de negócio foi desenvolvido justamente com os sócios da empresa e teve como objetivo fornecer informações para tomada de decisão e evidenciar questões relevantes para o processo de internacionalização do empreendimento que ainda não haviam sido identificados, tendo em vista a viabilidade da implantação da loja.

Ao observar a baixa oferta de lojas que se apresentam nesse setor e a pouca variedade de estilos das mesmas, surgiu a ideia de suprir essa lacuna com alternativas adequadas de roupas a um valor acessível e no contexto da moda, tendo como base o fato que mais da metade da população brasileira, 53,8% segundo o Ministério da Saúde, está acima do peso, o que contraria o levantamento exclusivo do Flaminga.com.br, maior e-commerce Plus Size do Brasil, publicado em 03 de Dezembro de 2015, ao afirmar que no padrão dos brasileiros em relação as vestimentas, os tamanhos são entre 36 a 44.

Adequando essas informações ao novo cenário de aceitação às diferenças e formas que não se encaixam em um padrão, este segmento do mercado se torna alvo de interesse do comércio ao oferecer à clientes a oportunidade de encontrar variedade, qualidade e diversidade, em uma única loja e aos acionistas a oportunidade de expansão e exploração de um mercado pouco concorrido.

2. SUMÁRIO EXECUTIVO

2.1 – RESUMO DOS PRINCIPAIS PONTOS DO PLANO DE NEGÓCIO

Localizada na cidade do Rio de Janeiro, a Other Size, é uma loja de departamentos de médio porte, que visando o novo perfil da população carioca e brasileira resolveu constituir o seu negócio.

Atualmente segundo o ministério da saúde, 53,8% da população nacional está acima do peso. Devido a esta nova realidade, a empresa resolveu atender este público crescente, que sofrem com poucas alternativas de lojas e vestuários no mercado, além de constantes constrangimentos em estabelecimentos que oferecem produtos inadequados, ou que não atendem os seus gostos. Por isso a empresa promove uma mercadoria de qualidade com preço acessível e juntamente presta um serviço de excelência consultoria, buscando deste modo garantir variedade de opções aos seus clientes e assessoramento quando solicitado.

Desta maneira, os fregueses poderão ter plena satisfação na experiência da compra e do seu senso estético.

2.1.1 – DESCRIÇÃO DO NEGÓCIO

A loja se especializará em comercializar roupas, destinadas para o público Plus Size, tendo como diferencial e variedade do que vai ser oferecido, focando no público Plus Size e oferecendo variedade de estilos, apresentando ainda um serviço de consultoria para ajudar aos clientes a escolher modelos no tamanho ideal, além de utilizar tecidos, cortes e costura adequados, que sejam confortáveis e favoreçam a silhueta dos clientes.

2.1.2 – NATUREZA DO NEGÓCIO

A empresa está determinada a fazer a comercialização de roupas ao mercado Plus Size, a ideia do negócio surgiu depois que um dos sócios observou que a dificuldade de encontrar roupas para o público Plus Size era grande e a demanda estava aumentando.

Seguindo o levantamento exclusivo da Flamingo.com.br (maior e-commerce Plus Size do Brasil), publicando em 03 de Dezembro de 2015, o padrão dos brasileiros em relação à vestimenta, os tamanhos estão entre 36 e 44, porém de acordo com o ministério da saúde mais da metade da população brasileira, 53,8%, está acima do peso.

2.2 – Logo marca



Other Size

2.3 – Dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições.

Sócio 1

Sendo Amaury Araujo dos Santos, Brasileiro, Solteiro, residente e domiciliado na Rua Otaviano Simonarcio, nº 13A, Realengo, Rio de Janeiro, RJ, CEP. 21.721-460, identificado pelo CPF nº 150.510.167-07 e RG. 26.400.892-1, DETRAN/RJ, Telefone (21) 99031-6959 e (21) 3467-9149. cursando 7º período de Administração. Serve o Exército do Brasil desde Maio de 2012 dedicado ao departamento de logística de tropas e veículos como Terceiro Sargento.

Gerente de loja, responsável pelos recursos humanos da empresa, interação com a funcionária, contratações e demissões e controle da execução do trabalho de seus colaboradores.

Sócio 2

Sendo Daniel Martins Silva, Brasileiro, Solteiro, residente e domiciliado na Rua Otton da Fonseca, nº 80, bloco 06, apartamento 305, Jardim Sulacap, Rio de Janeiro, RJ, CEP. 21.741-230, identificado pelo CPF nº 146.630.557-61 e RG. 31.013.889-6, DETRAN/RJ,

Telefone (21) 98167-1290 e (21) 3042-4353. Cursando 7º período de Administração. Onde trabalhou de Jovem Aprendiz administrativo no Departamento de Marketing de Julho de 2015 à Junho de 2016 e em seguida Assistente Temporário de Marketing Junior de Julho de 2016 à Outubro de 2016.

Responsável pelo marketing da organização, na análise dos 4Ps, parte contábil financeira, demonstrativos resultados, fluxo de caixa e ponto de equilíbrio.

Sócio 3

Sendo Mariana Silva Meloni, Brasileira, Solteira, residente e domiciliada na Rua Oscar de Souza, Lote 02, quadra 05, Santíssimo, Rio de Janeiro, RJ, CEP. 23.094-080, identificado pelo CPF nº 150.104.117-76 e RG. 28.714.088-3, DETRAN/RJ, Telefone (21) 98409-6363 e (21) 3839-0440. Cursando 7º período de Administração. Onde estagiou no Laboratório técnico de eletrônica de Agosto de 2012 à Dezembro de 2012 e em seguida Auxiliar Técnico de Fevereiro de 2013 à Fevereiro de 2015.

Responsável pela parte de vendedora, caixa e consultora de moda.

Sócio 4

Sendo Thuane da Silva Nunes de Souza, Brasileira, Solteira, residente e domiciliado na Rua do Governo, nº 437, casa 05, Realengo, Rio de Janeiro, RJ, CEP. 21.770-100, identificado pelo CPF nº 162.312.477-83 e RG. 21.043.684-6, DETRAN/RJ, Telefone (21) 99228-4737 e (21) 3333-4593. Cursando 7º período de Administração. Onde trabalhou de Jovem Aprendiz Administrativo no departamento pessoal de Agosto de 2016 a Julho de 2017 e em seguida Auxiliar de monitoramento de imagens, departamento de Administração, desde Agosto de 2017.

Responsável pela logística, gestão dos estoques de entradas e saídas de matéria-prima.

2.4 – Dados do empreendimento

Nome da Empresa: Other Size

CNPJ/CPF 002.312.457/0001-99

2.5. – Missão, Visão e Valores da empresa

2.5.1 – Missão

Levar ao mercado produtos de alto padrão de qualidade, estabelecendo relacionamento, confiança e comprometimento com o público Plus Size. Visando lucratividade e almejar projeções futuras.

2.5.2 – Visão

Ter a marca conhecida regionalmente e depois nacionalmente por ter espírito de liderança que promete forte crescimento ao oferecer para o cliente produtos e atendimento de qualidade a preços acessíveis.

2.5.3 – Valores

- Satisfação do cliente;
- Integridade;
- Inovação;
- Qualidade;
- Profissionalismo na relação com clientes, colaboradores e fornecedores;

2.6 – Setores de atividade

Comércio

2.7 – Forma jurídica

Sociedade Limitada

2.8 – Enquadramento tributário

Simplex

2.9 – Capital social

O capital da empresa é de 60.000,00.

2.10 – Fonte de recursos

Recursos próprios

Amaury- 15.000,00

Daniel- 15.000,00

Mariana- 15.000,00

Thuane- 15.000,00

3. ANÁLISE DE MERCADO

O mercado plus size, é conhecido por ser o público que veste manequim acima de 44. Este perfil de cliente é comum no mundo, e segundo o Ministério da Saúde, no Brasil, cerca de 52,5% das pessoas estão acima do peso. Especificando o foco na área de atuação da empresa que é Bangu e adjacências, considera-se que a população local é de classe média e popular, logo observa-se que as condições financeiras destes clientes não são acessíveis ao mesmo produto que é localizado em área de alto poder aquisitivo, onde existe assistência a eles.

Anualmente, o mercado plus size vem crescendo 6%, o que equivale cerca de 300 lojas físicas e aproximadamente 60 virtuais, onde movimentam entorno de R\$ 5 bilhões, esses dados são comprovados pela Associação Brasileira de Vestuário (Abravest).

3.1 - PÚBLICO ALVO

A loja é focada no público feminino plus size de várias classes que trabalham ou residam no Rio de Janeiro. Atendendo à idades variadas, tendo como foco jovens e adultos que não se enquadram no tamanho de padrão no mercado de vestimenta, como diferencial oferecendo variedade de estilos, apresentando ainda um serviço de consultoria para ajudar clientes a escolher modelos no tamanho ideal.

3.1.1 - COMPORTAMENTO DO CLIENTE

Seguindo o levantamento exclusivo da Flaminga.com.br (maior e-commerce Plus Size do Brasil), publicado em 03 de dezembro de 2015, o padrão dos brasileiros em relação à vestimenta, os tamanhos estão entre 36 e 44, porém de acordo com o ministério da saúde mais da metade da população brasileira, 52,5%, está acima do peso.

PESQUISA:

Ao observar a baixa oferta de lojas que se apresentam nesse setor e a pouca variedade de estilos das mesmas, surgiu a ideia de suprir essa lacuna, pois de acordo com o SEBRAE o tamanho padrão de vestimenta no Brasil é entre 36 e 44, porém de acordo com o Ministério de

Saúde, mais da metade da população brasileira está acima do peso. Visando o crescimento da empresa para outras filiais e a expansão de nossos serviços para compras online.

3.1.2 - ÁREA DE ABRANGÊNCIA

A Other Size atrai clientes que moram em Bangu (onde se localiza), Campo Grande, Senador Camará, Santíssimo, Padre Miguel e Realengo.

3.2 - ANÁLISE DOS CONCORRENTES

Na região de Bangu, existe apenas um concorrente forte a Del Rey, pois se encontra a muito tempo no mercado e no Rio de Janeiro. Porém a Other Size possui serviços diferenciados e uma equipe de colaboradores especializados e comprometidos com a missão da empresa.

3.3 - ANÁLISE DOS FORNECEDORES

Dada a importância dos fornecedores para as operações de uma loja, pois são os mesmos que disponibilizam os produtos que serão comercializados nas mesmas, a escolha dos fornecedores da Other Size foi feita com o suprimento de duas necessidades: preço e qualidade. Além de atender a necessidade da empresa de obter produtos em pronta entrega.

A Other Size trabalha com os seguintes fornecedores:

Hipérbole Jeans		Carmen Fashion	
CNPJ		CNPJ	
26.220.019/0001-37		25.190.046/0001-98	
Atividade econômica principal		Atividade econômica principal	
Comércio de roupa		Comércio de roupa	
Endereço: Avenida Brasil, 37912, Santíssimo, Rio de Janeiro, RJ, CEP: 23095-701, Brasil		Endereço: Avenida Brasil, 37912, Santíssimo, Rio de Janeiro, RJ, CEP: 23095-701, Brasil	
Produto	Preço	Produto	Preço
Blusa Basic	9,99	Vestido curto	40,00
Calça	50,00	Blusa	20,00
Blusa Branca	12,99	Calça legging	35,00
Saia	25,00	Vestido longo	50,00
Blazer	35,00	Saia	22,00

FONTE: QUADRO 2 - ELABORADO PELO GRUPO (2018)

4. PLANO DE MARKETING

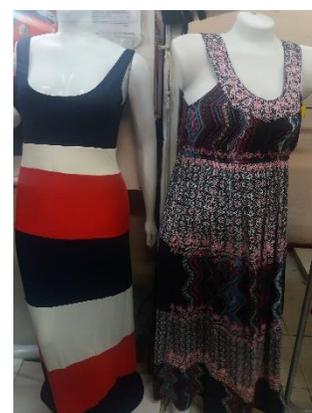
Diretamente relacionada às estratégias de divulgação de um negócio, o Plano de Marketing faz uma descrição detalhada de seus produtos e serviços, os preços, as promoções, a localização do negócio e a estrutura de comercialização. Para estruturar um plano de marketing é necessário fazer a análise do ambiente, definir o seu público alvo, o posicionamento de mercado, definir a marca, objetivos e metas, estratégias, implementação e avaliação e controle desse planejamento.

Com o objetivo de acompanhar mudanças no mercado, identificando tendências e criando vantagens competitivas.

4.1 - DESCRIÇÃO DOS PRINCIPAIS PRODUTOS E SERVIÇOS

A Other Size possui produtos diversificados e de alta qualidade, para melhor satisfação do seu público Plus Size. Irá fornecer blusas, calças, saias, blazers e vestidos.

As roupas serão com tecidos de algodão e poliéster, com tamanhos diversificados para o seu público.



4.2 – PREÇO

Os processos de precificação dos produtos foram baseados nos custos de produção levando em consideração os custos fixos, variáveis e as despesas comerciais da empresa. Nessa linha, os preços ficaram na seguinte formatação.

Produto	Preço Unitário
Blusa Basic	R\$ 39,99
Calça	R\$ 84,99
Blusa Branca	R\$ 49,99
Saia	R\$ 65,00
Blazer	R\$ 70,00
Vestido Curto	R\$ 78,00
Vestido Longo	R\$ 90,00
Blusa	R\$ 55,00
Calça Legging	R\$ 90,00

4.3 – ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS

A empresa para uma melhor divulgação de seus produtos utilizará as redes sociais como o Facebook, Instagram, Whatsapp e Panfletos, por serem o meio que as pessoas mais utilizam em seu dia a dia.

Os seus clientes poderão comprar indo até uma loja física, ou através de telefone, os clientes poderão ver os produtos disponíveis na loja através das divulgações por meio da página no Facebook e pelo Instagram, onde estará específico modelo, cor, tamanho e preço.

4.4 – ESTRUTURA DE COMERCIALIZAÇÃO

A estrutura de comercialização da Other Size será formada por quatro sócios, onde irão se responsabilizar pela parte interna e a qualidade dos produtos e serviços fornecidos aos seus clientes, para satisfação no seu público e abrangente a marca Other Size.

4.5 – LOCALIZAÇÃO DO NEGÓCIO

A Other Size localizar-se-á na Rua Silva Cardoso, no bairro de Bangu, na Cidade do Rio de Janeiro. Uma das principais ruas, com uma grande movimentação da população, por

ser um lugar conhecido e de fácil acesso por passar diversos ônibus, por ter diversos ponto final de ônibus e por se localizar próximo de uma estação de trem.

Bangu é um bairro populoso e de vasta extensão territorial, a sua classe social é de divisões bem acentuadas, possuindo classe média, classe média alta e pobres.

Segundo informações de Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em 2010, é um dos bairros mais populosos com 243.125 habitantes distribuída em uma área de aproximadamente 46 quilômetros quadrados. Tem como vizinhança os bairros de Campo Grande, Senador Camará, Santíssimo, Padre Miguel e Realengo.

5 – AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

ANÁLISE SWOT

É importante para analisar os ambientes interno e externo da organização, onde tem por objetivo investigar no ambiente interno suas ameaças para evitar riscos e oportunidades para gerar valor a organização, para o interno suas forças e fraquezas, as ações que geram valor econômico, que interferem no andamento das atividades.

5.1 – FORÇAS

O ponto forte da Other Size é a satisfação dos clientes, oferecendo produtos exclusivamente destinados ao padrão plus size e apresentando variedade de produtos, estilos e tamanhos.

5.2 – FRAQUEZAS

A fraqueza da marca está na pouca experiência dos sócios no ramo do comércio e no fato de ainda não usarem a internet como ferramenta de venda

5.3 – OPORTUNIDADES

Os sócios enxergavam no movimento de aceitação de novos padrões de beleza, a oportunidade de explorar um mercado pouco visado e com um público carente de opções.

5.4 – AMEAÇAS

Com o crescimento de oportunidades no mercado também surge a possibilidade de novos concorrentes, sendo também ameaçada pelas lojas que fazem comércio pela internet.

PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
<ul style="list-style-type: none"> • Inovação de produtos; • Renovação de estoques com ciclos curtos; • Localização de fácil acesso; • Atendimento personalizado; • Coach de estilo e moda para clientes interessados; • Preço acessível. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pouca experiência no ramo por parte do empreendedor; • Vendas direcionadas somente na loja física; • Necessidade de elevado capital de giro.
AMEAÇAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Surgimento de novos concorrentes no mercado plus size; • Lojas online; • Fidelização de clientes em outras lojas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Crescimento do mercado têxtil e de confecções; • Aumento da aceitação social de diferentes padrões de beleza; • Boa localização; • Expansão do mercado; • Uso da internet e redes sociais como propaganda. • Pouca concorrência.

6 – PARCIAIS

É de conhecimento geral que no mercado atual existe muitas diversificações, entretanto não há tantas opções para o público plus size.

A população acima do peso ou com medidas maiores do que as mais valorizadas pelas grandes mídias também busca alternativas para satisfazer a sua vaidade. E assim como todo cliente, este público quer ter o seu gosto atendido nos mais variados estilos, com beleza qualidade.

Sabemos que a diferenciação da marca Other Size é oferecer tudo que a moda sugere com o mesmo parâmetro de beleza, sem perder a qualidade e valores razoáveis.

Satisfazendo a clientela, o próximo passo é a fidelização, que será feita com serviços personalizados como consultoria.

7 – PLANO OPERACIONAL

Visando gerar um resultado a curto prazo, o plano operacional apresenta um panorama das tarefas e responsabilidades dos colaboradores, indispensáveis para o alcance dos objetivos da empresa. Servindo como um guia sobre o que a empresa tem que fazer e como fazer, o plano operacional apresenta as atividades de rotina da mesma, voltado para a maximização de resultados, garantindo que os colaboradores cumpram com suas responsabilidades de acordo com as políticas e conformidades da instituição.

7.1 – Layout ou arranjo físico

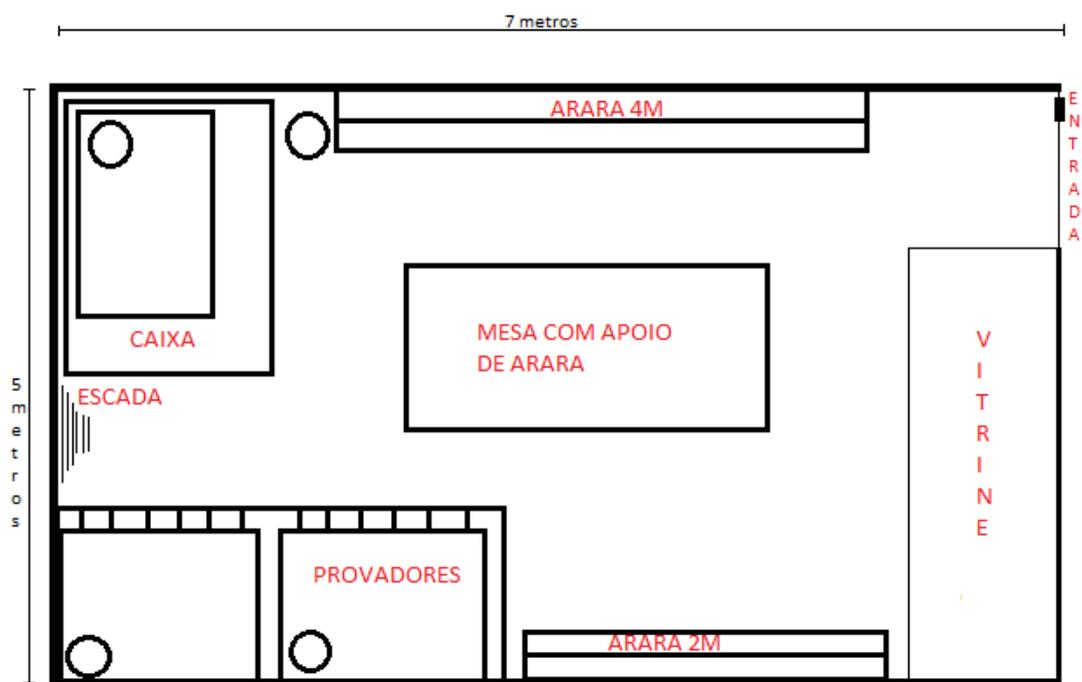


Figura 1: Primeiro andar. Loja.

Sendo a consultora de moda e vendedora, responsável pela consultoria de moda, serviço oferecido gratuitamente para as clientes.

A carga horária mínima de cada sócio será de 66 horas semanais, 11h horas de segunda-feira a sábado (9 às 20h). Podendo variar de acordo com a necessidade de nosso estabelecimento.

7.4 – Necessidade de pessoal

FUNÇÃO	QUALIFICAÇÕES
Sócio (Consultor de moda e vendedor)	<p>É necessário ter experiência na área comercial, ter facilidade com números, boa comunicação e boa desenvoltura com os clientes, além de curso técnico em produção de moda.</p> <p>A sócia Mariana Meloni exercerá essa função na empresa</p>
Sócio (Gerente de estoque)	<p>É necessário ter experiência na área, ensino superior ou técnico na área administrativa, boa organização e comunicação. A sócia Thuane Nunes exercerá essa função na loja.</p>
Sócio (Gerente de marketing e financeiro)	<p>É necessário ensino superior em administração ou marketing, saber planejar e executar pesquisas de mercado, ter conhecimentos em gestão de marcas, design, canais de distribuição e acompanhamento da concorrência e de tendências de mercado, facilidade com números, bom domínio das ferramentas de informática, seja concentrado, saiba trabalhar em equipe e gerir em crises.</p> <p>O sócio Daniel Martins será o responsável por esse setor.</p>

Sócio (Gerente de loja)	<p>Requer graduação em administração, marketing ou economia, precisa saber trabalhar em equipe e que saiba mantê-la motivada, ter espírito de liderança, ter facilidade de relacionamento, fluência verbal e estar apto para ter contato direto com clientes.</p> <p>O sócio Amaury Araujo será o gerente da loja</p>
-------------------------	---

8 – PLANO FINANCEIRO

O plano financeiro é a formulação de estratégias utilizadas para auxiliar os sócios a gerenciarem seus assuntos financeiros. O processo de planejamento financeiro envolve a análise de todos os aspectos relevantes para o funcionamento de um negócio. O objetivo da gestão financeira de negócio é otimizar os resultados financeiros apresentados pela empresa, afim de aumentar o seu valor pela geração de lucro. Uma boa gestão financeira possibilita visualizar a situação atual em que a empresa se encontra, traçar estratégias de prevenção de prejuízo e, é claro, torna-la mais rentável e mais sucedida.

8.1 - Estimativas Dos Investimentos Fixos

A – Máquinas e Equipamentos

Máquinas e Equipamentos				
Nº	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
1	Notebook Positivo Quad Core	5	R\$ 949,00	R\$ 4.745,00
2	Telefone S/ Fio Motorola	1	R\$ 69,90	R\$ 69,90
3	Impressora Fiscal Bematech	1	R\$ 419,90	R\$ 419,90
4	Ar Condicionado Split	2	R\$ 1.044,50	R\$ 2.089,00
5	Estabilizador Energético Ragtech Side Way	1	R\$ 110,90	R\$ 110,90
6	Impressora HP Deskjet (Usada)	1	R\$ 100,00	R\$ 100,00
7	Máquina de cartão Moderninha	2	R\$ 346,80	R\$ 693,60
Subtotal (A)				R\$ 8.228,30

B – Móveis e Utensílios.

Móveis e Utensílios				
Nº	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Total
1	Arara de 4 Mts	1	R\$ 120,00	R\$ 120,00
2	Arara de 2 Mts	1	R\$ 60,00	R\$ 60,00
3	Tapete de Centro 130 cm por 200 cm	1	R\$ 256,00	R\$ 256,00
4	2 Mts de armário com 20 divisões	2	R\$ 750,00	R\$ 1.500,00
5	4 Mts por 2 de Armário com 40 divisões Mdf (Estoque)	3	R\$ 950,00	R\$ 2.850,00
6	Prateleira em MDP	3	R\$ 270,00	R\$ 810,00
7	Tapete Capacho	1	R\$ 85,57	R\$ 85,57
8	Rodo	1	R\$ 8,00	R\$ 8,00
9	Vassoura	3	R\$ 7,00	R\$ 21,00
10	Manequins Plus Size	3	R\$ 250,00	R\$ 750,00
11	Banco Recamier Rubi	2	R\$ 300,19	R\$ 600,38

12	Banqueta ABS com encosto alto	1	R\$ 118,19	R\$ 118,19
13	Mini Banco Recamier Rubi	2	R\$ 124,99	R\$ 249,98
14	Provador de roupas de madeira com espelho (Usado)	2	R\$ 600,00	R\$ 1.200,00
15	Pá de lixo	1	R\$ 5,54	R\$ 5,54
16	Mesa de escritório formato L	2	R\$ 248,00	R\$ 496,00
17	Mesa de escritório padrão	2	R\$ 188,98	R\$ 377,96
18	Cadeiras de escritório (Usadas)	4	R\$ 150,00	R\$ 600,00
19	Escada de alumínio	1	R\$ 85,40	R\$ 85,40
Subtotal (B)				R\$ 10.194,02

TOTAL DE INVESTIMENTOS FIXOS
SUBTOTAL (A+B) R\$ 18.422,32

Capital de giro

A - Estimativa de Estoque Inicial

Blusas					
Descrição	Referencia	Tamanho	Quantidade	Valor (R\$)	Total (R\$)
Blusa Basic	1820323	GG (48-50)	10	39,99	399,90
Blusa Basic	1820323	EG (52-54)	4	39,99	159,96
Blusa Basic	1820323	EXGG (56-58)	3	39,99	119,97
Blusa Basic	1820323	XG (60-62)	10	39,99	399,90
Blusa Basic	1820323	XGG (64-66)	4	39,99	159,96
Blusa Branca	1833974	GG (48-50)	14	49,99	699,86
Blusa Branca	1833974	EG (52-54)	6	49,99	299,94
Blusa Branca	1833974	EXGG (56-58)	7	49,99	349,93
Blusa Branca	1833974	XG (60-62)	3	49,99	149,97

Blusa Branca	1833974	XGG (64-66)	1	49,99	49,99
Blusa	1833974	GG (48-50)	7	55,00	385,00
Blusa	1833974	EG (52-54)	8	55,00	440,00
Blusa	1833974	EXGG (56-58)	5	55,00	275,00
Blusa	1833974	XG (60-62)	6	55,00	330,00
Blusa	1833974	XGG (64-66)	5	55,00	275,00
Blazer	1833974	GG (48-50)	15	70,00	1.050,00
Blazer	1820003	EG (52-54)	8	70,00	560,00
Blazer	1820003	EXGG (56-58)	3	70,00	210,00
Blazer	1820944	XG (60-62)	3	70,00	210,00
Blazer	1820323	XGG (64-66)	3	70,00	210,00
TOTAL			125		R\$ 6.734,38

Vestidos/ Saias

Descrição	Referencia	Tamanho	Quantidade	Valor (R\$)	Total (R\$)
Vestido Curto	21586	GG (48-50)	15	78,00	1.170,00
Vestido Curto	21586	EG (52-54)	5	78,00	390,00
Vestido Curto	21586	EXGG (56-58)	6	78,00	468,00
Vestido Curto	21586	XG (60-62)	4	78,00	312,00
Vestido Curto	21586	XGG (64-66)	5	78,00	390,00
Vestido Longo	10077	GG (48-50)	10	90,00	900,00
Vestido Longo	10077	EG (52-54)	7	90,00	630,00
Vestido Longo	10077	EXGG (56-58)	8	90,00	720,00
Vestido Longo	10077	XG (60-62)	5	90,00	450,00
Vestido Longo	10077	XGG (64-66)	5	90,00	450,00
Saia	70074	GG (48-50)	17	65,00	1.105,00

Saia	70074	EG (52-54)	5	65,00	325,00
Saia	70074	EXGG (56-58)	6	65,00	390,00
Saia	70074	XG (60-62)	3	65,00	195,00
Saia	70074	XGG (64-66)	4	65,00	260,00
TOTAL			105		R\$ 8.155,00

Calças					
Descrição	Referencia	Tamanho	Quantidade	Valor (R\$)	Total (R\$)
Calça	2345	GG (48-50)	12	84,99	1.019,88
Calça	2345	EG (52-54)	4	84,99	339,96
Calça	2345	EXGG (56-58)	9	84,99	764,91
Calça	2345	XG (60-62)	2	84,99	169,98
Calça	2345	XGG (64-66)	8	84,99	679,92
Calça Legging	2534	GG (48-50)	10	90,00	900,00
Calça Legging	2534	EG (52-54)	9	90,00	810,00
Calça Legging	2534	EXGG (56-58)	12	90,00	1.080,00
Calça Legging	2534	XG (60-62)	2	90,00	180,00
Calça Legging	2534	XGG (64-66)	2	90,00	180,00
TOTAL			70		R\$ 6.124,65

TOTAL GERAL**R\$ 21.014,03**

B - Caixa Mínimo

Contas a Receber – Cálculo do prazo médio de vendas

Contas a Receber			
Prazo Médio de Vendas	(%)	Número de dias	Média
Á VISTA	20%	0	0
Á PRAZO	20%	30	6
Á PRAZO (2)	25%	60	15
Á PRAZO (3)	20%	90	18
Á PRAZO (4)	5%	120	6
Á PRAZO (5)	10%	150	15
Prazo Médio Total de Vendas			60

Fornecedores - Cálculo do prazo médio de compras

Fornecedores			
Prazo Médio de Vendas	(%)	Número de dias	Média
Á VISTA	30%	0	0
Á PRAZO	30%	30	9
Á PRAZO (2)	20%	60	12
Á PRAZO (3)	20%	90	18
Prazo Médio Total de Compras			39

Estoques - Cálculo da necessidade média de estoques

Necessidade Média de Estoques	Número de Dias	
	15	Dias

Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias

Necessidade líquida de capital de giro em dias	
Recursos da Empresa Fora de seu caixa	Número de dias
Contas a Receber - prazo médio de vendas	60
Estoques - necessidade média de estoques	15
Subtotal 1	75
Fornecedores - prazo médio de compras	39
Subtotal 2	39
Necessidade Líquida de capital - giro em dias	36

Caixa mínimo

Caixa mínimo	
Custo Fixo Mensal (5.11)	R\$ 6.366,15
Custo variável Mensal (5.12) - Subtotal 2	R\$ 9.584,44
Custo Total da Empresa	R\$ 15.950,59
Custo Total Diário	R\$ 531,69
Necessidade líquida de capital de giro em dias	36 dias
Caixa Mínimo	R\$ 19.140,71

Caixa mínimo	
Investimentos Financeiros	
Estoque Inicial	R\$ 21.014,03
Caixa mínimo	R\$ 19.140,71
Total do capital de giro	R\$ 40.154,74

8.6 – Investimentos pré-operacionais

Investimentos pré operacionais	
Despesas de Legalização	Valor
Abertura de Firma	R\$ 387,00
Alvará de Funcionamento	R\$ 802,63
Junta Comercial - DARE	R\$ 54,00
Junta Comercial - DARF	R\$ 21,00
Obras civis e reformas	--
Divulgação	R\$ 150,00
Total	R\$ 1.414,63

8.7 – Investimentos totais (resumo)

INVESTIMENTO TOTAL			
Item	Descrição do Investimento	Valor	(%)
5.1	Investimento (fixo)	R\$ 18.422,32	31 %
5.2	Capital de Giro	R\$ 40.154,74	67 %
5.3	Investimento pré-operacional	R\$ 1.414,63	2 %
	Total de investimentos	R\$ 59.991,69	100%

Fonte de recursos	
Recursos Próprio	R\$ 60.000,00

8.8– Estimativas do faturamento mensal da empresa

Blusas					
Descrição	Referencia	Tamanho	Quantidade	Valor (R\$)	Total (R\$)
Blusa Basic	1820323	GG (48-50)	9	39,99	359,91
Blusa Basic	1820323	EG (52-54)	4	39,99	159,96
Blusa Basic	1820323	EXGG (56-58)	5	39,99	199,95
Blusa Basic	1820323	XG (60-62)	3	39,99	119,97
Blusa Basic	1820323	XGG (64-66)	6	39,99	239,94
Blusa Branca	1833974	GG (48-50)	10	49,99	499,90
Blusa Branca	1833974	EG (52-54)	2	49,99	99,98
Blusa Branca	1833974	EXGG (56-58)	3	49,99	149,97
Blusa Branca	1833974	XG (60-62)	7	49,99	349,93
Blusa Branca	1833974	XGG (64-66)	6	49,99	299,94
Blusa	1833974	GG (48-50)	5	55,00	275,00
Blusa	1833974	EG (52-54)	8	55,00	440,00
Blusa	1833974	EXGG (56-58)	4	55,00	220,00
Blusa	1833974	XG (60-62)	6	55,00	330,00
Blusa	1833974	XGG (64-66)	5	55,00	275,00
Blazer	1833974	GG (48-50)	9	70,00	630,00
Blazer	1820003	EG (52-54)	5	70,00	350,00
Blazer	1820003	EXGG (56-58)	3	70,00	210,00
Blazer	1820944	XG (60-62)	6	70,00	420,00
Blazer	1820323	XGG (64-66)	4	70,00	280,00
TOTAL			110		R\$ 5.909,45

Vestidos/ Saias					
Descrição	Referencia	Tamanho	Quantidade	Valor (R\$)	Total (R\$)
Vestido Curto	21586	GG (48-50)	8	78,00	624,00
Vestido Curto	21586	EG (52-54)	4	78,00	312,00
Vestido Curto	21586	EXGG (56-58)	6	78,00	468,00
Vestido Curto	21586	XG (60-62)	8	78,00	624,00
Vestido Curto	21586	XGG (64-66)	4	78,00	312,00
Vestido Longo	10077	GG (48-50)	10	90,00	900,00
Vestido Longo	10077	EG (52-54)	9	90,00	810,00
Vestido Longo	10077	EXGG (56-58)	4	90,00	360,00
Vestido Longo	10077	XG (60-62)	3	90,00	270,00
Vestido Longo	10077	XGG (64-66)	4	90,00	360,00
Saia	70074	GG (48-50)	5	65,00	325,00
Saia	70074	EG (52-54)	8	65,00	520,00
Saia	70074	EXGG (56-58)	6	65,00	390,00
Saia	70074	XG (60-62)	7	65,00	455,00
Saia	70074	XGG (64-66)	4	65,00	260,00
TOTAL			90		R\$ 6.990,00

Calças					
Descrição	Referencia	Tamanho	Quantidade	Valor (R\$)	Total (R\$)
Calça	2345	GG (48-50)	10	84,99	849,90
Calça	2345	EG (52-54)	9	84,99	764,91
Calça	2345	EXGG (56-58)	4	84,99	339,96
Calça	2345	XG (60-62)	3	84,99	254,97
Calça	2345	XGG (64-66)	4	84,99	339,96
Calça Legging	2534	GG (48-50)	5	90,00	450,00
Calça Legging	2534	EG (52-54)	8	90,00	720,00
Calça Legging	2534	EXGG (56-58)	6	90,00	540,00
Calça Legging	2534	XG (60-62)	7	90,00	630,00
Calça Legging	2534	XGG (64-66)	4	90,00	360,00
TOTAL			60		R\$ 5.249,70

TOTAL GERAL	R\$ 18.149,15
--------------------	----------------------

Estimativas dos custos de comercialização

Impostos (Custos de Comercialização)			
Descrição	%	Faturamento Estimado	Custo Total (R\$)
1 Simples Nacional	4,00%	R\$ 18.149,15	R\$ 725,97
TOTAL			R\$ 725,97
Gasto com vendas			
1 Comissão	0,50%	R\$ 18.149,15	R\$ 90,75
2 Vendas a Prazo (Maq. de Cartão)	3,25%	R\$ 14.519,32	R\$ 471,88
3 Vendas a Vista (Maq. de Cartão)	2,00%	R\$ 14.519,32	R\$ 290,39
TOTAL			R\$ 853,02
Total dos Custos de Comercialização			R\$ 1.578,99

Apurações dos custos dos materiais diretos e/ou mercadorias vendidas

Mercadorias Vendidas				
Descrição	Tamanho	Estim. de Vendas	Custo Uni. de Aquisição)	C.M.V
Blusa Basic	GG (48-50)	9	9,99	89,91
Blusa Basic	EG (52-54)	4	9,99	39,96
Blusa Basic	EXGG (56-58)	5	9,99	45,95
Blusa Basic	XG (60-62)	3	9,99	29,97
Blusa Basic	XGG (64-66)	6	9,99	59,94
Blusa Branca	GG (48-50)	10	12,99	129,90
Blusa Branca	EG (52-54)	2	12,99	25,98
Blusa Branca	EXGG (56-58)	3	12,99	38,97
Blusa Branca	XG (60-62)	7	12,99	90,93
Blusa Branca	XGG (64-66)	6	12,99	77,94
Blusa	GG (48-50)	5	20,00	100,00
Blusa	EG (52-54)	8	20,00	160,00
Blusa	EXGG (56-58)	4	20,00	80,00
Blusa	XG (60-62)	6	20,00	120,00
Blusa	XGG (64-66)	5	20,00	100,00
Blazer	GG (48-50)	9	35,00	315,00
Blazer	EG (52-54)	5	35,00	175,00
Blazer	EXGG (56-58)	3	35,00	105,00
Blazer	XG (60-62)	6	35,00	210,00
Blazer	XGG (64-66)	4	35,00	140,00

Vestido Curto	GG (48-50)	8	40,00	320,00
Vestido Curto	EG (52-54)	4	40,00	160,00
Vestido Curto	EXGG (56-58)	6	40,00	240,00
Vestido Curto	XG (60-62)	8	40,00	320,00
Vestido Curto	XGG (64-66)	4	40,00	160,00
Vestido Longo	GG (48-50)	10	50,00	500,00
Vestido Longo	EG (52-54)	9	50,00	450,00
Vestido Longo	EXGG (56-58)	4	50,00	200,00
Vestido Longo	XG (60-62)	3	50,00	150,00
Vestido Longo	XGG (64-66)	4	50,00	200,00
Saia	GG (48-50)	5	22,00	110,00
Saia	EG (52-54)	8	22,00	176,00
Saia	EXGG (56-58)	6	22,00	132,00
Saia	XG (60-62)	7	22,00	154,00
Saia	XGG (64-66)	4	22,00	88,00
Calça	GG (48-50)	10	50,00	500,00
Calça	EG (52-54)	9	50,00	450,00
Calça	EXGG (56-58)	4	50,00	200,00
Calça	XG (60-62)	3	50,00	150,00
Calça	XGG (64-66)	4	50,00	200,00
Calça Legging	GG (48-50)	5	35,00	175,00
Calça Legging	EG (52-54)	8	35,00	280,00
Calça Legging	EXGG (56-58)	6	35,00	210,00
Calça Legging	XG (60-62)	7	35,00	245,00
Calça Legging	XGG (64-66)	4	35,00	140,00
TOTAL		260		R\$ 8.005,45

Estimativas dos custos com mão de obra

Pró-Labore				
Cargo do Funcionário	Número de Sócios e Funções	Salário Mensal (R\$)	% de Encargo Social (Pró-Labore)	Total de Encargo Social (Salário + Pró-Labore)
Sócio (Gerente de estoque)	1	R\$ 954,00	11,00 %	R\$ 1.058,94
Sócio (Gerente Financeiro)	1	R\$ 954,00	11,00 %	R\$ 1.058,94
Sócio (Gerente de Marketing)	1	R\$ 954,00	11,00 %	R\$ 1.058,94
Sócio (Gerente de Loja)	1	R\$ 954,00	11,00 %	R\$ 1.058,94
Total do Pró-Labore				R\$ 4.235,76

Estimativas dos custos com depreciação

Depreciação do Maquinário				
Descrição do Ativo	Valor do Ativo	Vida Útil	Depreciação Anual	Depreciação Mensal
Máquina e Equipamentos	R\$ 3.483,30	10	R\$ 348,33	R\$ 29,03
Móveis e Utensílios	R\$ 10.194,02	10	R\$ 1.019,40	R\$ 84,95
Computadores	R\$ 4.745,00	3	R\$ 1.581,67	R\$ 131,81
Total de Depreciação			R\$ 2.949,40	R\$ 245,79

Estimativas dos custos fixos operacionais mensais

Custos Fixos Operacionais	
Conta	Valor
Aluguel	R\$ 1.000,00
IPTU	R\$ 156,60
Água	R\$ 50,00
Energia Elétrica	R\$ 223,00
Telefone	R\$ 45,00
Honorários do Contador	R\$ 250,00
Manutenção dos Equipamentos	R\$ 90,00
Pro-Labore	R\$ 4.235,76
Material de Limpeza	R\$ 50,00
Material de Escritório	R\$ 20,00
Depreciação	R\$ 245,79
Total	R\$ 6.366,15

Demonstrativos de resultados de exercício

Demonstrativo do Resultado de Exercício			
Item	Descrição da Conta	Valor	%
5.5	1 - Receita Total com vendas	R\$ 18.149,15	100 %
	Subtotal de 1	R\$ 18.149,15	
	2 - Custos Variáveis totais		
5.8	(-) Custo de Mercadoria Vendida (CMV) (*)	R\$ 8.005,45	44 %
5.7	(-) Imposto sobre Vendas	R\$ 725,97	4 %
5.7	(-) Gastos com Vendas	R\$ 853,02	5 %
	Subtotal de 2	R\$ 9.584,44	53 %
	3 - Margem de Contribuição (1-2)	R\$ 8.564,71	47 %
5.11	4 - Custos Fixos Totais	R\$ 6.366,15	
	5 - Resultado Operacional (Lucro/Prejuízo) (3-4)	R\$ 2.198,56	
	Resultado do Exercício	R\$ 2.198,56	

5.13 Indicadores de viabilidade

Demonstramos aqui a possível viabilidade de nosso empreendimento, segue abaixo o ponto de equilíbrio, onde verificaremos a receita necessária para equacionar nossas contas nosso índice de margem de contribuição, nossa rentabilidade e lucratividade. Por último deixamos nosso prazo de retorno de investimento, para termos ideia de quanto tempo teremos nosso investimento de volta.

5.13.1 Ponto de Equilíbrio

Ponto de equilíbrio Valores mensais	
Receita Total	R\$ 18.149,15
Custo Variável Total	R\$ 9.584,44
Custo Fixo	R\$ 6.366,15
Índice de Margem de Contribuição	
Receita Total	R\$ 18.149,15
Custos Variáveis	R\$ 9.584,44
Índice de Margem de Contribuição	R\$ 0,47

$$\text{Índice de margem de contribuição: } R\$ \frac{18.149,15 - 9.584,44}{18.149,15} = 0,47$$

Ponto de Equilíbrio	
Custo Fixo	R\$ 6.366,15
Índice de Margem de Contribuição	R\$ 0,47
Total do Ponto de Equilíbrio	R\$ 13.545,00

$$\text{Ponto de Equilíbrio: } \frac{R\$ 6.366,15}{0,47} = R\$ 13.545,00$$

Quando a Other Size realizar a receita total de R\$ 13.545,00 atingirá o ponto de equilíbrio e estará cobrindo o total de seus custos, toda receita que entrar após esse valor será lucro.

2.1 Lucratividade

Lucratividade	
Receita Total	R\$ 18.149,15
Lucro Líquido Mensal	R\$ 2.198,56
Total	12,11% ao ano

Lucratividade: $\frac{\text{R\$ 2.198,56/ano}}{\text{R\$ 18.149,15/ano}} \times 100 = 12,11\% \text{ ao ano}$

Após pagar todas as despesas e impostos, a Other Size terá um lucro em relação as vendas de 12,11% ao ano.

Rentabilidade	
Lucro Líquido	R\$ 2.198,56
Investimento Total	R\$ 59.991,69
Total	3,66 % ao ano

Rentabilidade: $\frac{\text{R\$ 2.198,56/ano}}{\text{R\$ 59.991,69}} \times 100 = 3,66\% \text{ ao ano}$

Através do lucro obtido no negócio, em um ano de empreendimento os sócios recuperarão 3,66 % do valor investido.

2.2 Prazo de retorno do investimento

Prazo de retorno do investimento	
Lucro Líquido	R\$ 2.198,56
Investimento Total	R\$ 59.991,69
Total	27,29 Anos/dias

Prazo de retorno do investimento: $\frac{\text{R\$ 59.991,69}}{\text{R\$ 2.198,56}} = 27,29 \text{ aprox. } 28 \text{ meses}$

Em aproximadamente 28 anos, os sócios da Other Size terão recuperado todo o valor gastado com a montagem do negócio.

9 - CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS

Quadro	Descrição	Cenário Provável		Cenário Pessimista		Cenário Otimista	
		Valor (R\$)	(%)	Valor (R\$)	(%)	Valor (R\$)	(%)
5.5	1 . Receita total com vendas	18.149,15	100%	12.704,11	70%	23.593,90	130%
	2 . Custos variáveis totais						
5.8	(-) Custos com materiais diretos e ou CMV	8.005,45	44%	5.603,82	30,88%	10.407,09	57,34%
5.7 (Subtotal 1)	(-) Impostos sobre vendas	725,97	4%	508,18	2,80%	943,76	5,20%
5.7 (Subtotal 2)	(-) Gastos com vendas	853,02	5%	597,11	3,29%	1.108,93	6,11%
	Subtotal 2	9.584,44	53%	6.709,11	36,97%	12.459,77	68,65%
	3. Margem de contribuição (1 – 2)	8.564,71	47%	5.995,30	33,03%	11.134,12	61,35%
5.11.	4. (-) Custos fixos totais	6.366,15		4.456,31		8.276,00	
	5. Lucro/Prejuízo Operacional (3 – 4)	2.198,56		1.538,99		2.858,12	

10 - AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

10.1 - Análise da matriz F.O.F.A

PONTOS FORTES	PONTOS FRACOS
<ul style="list-style-type: none"> • Inovação de produtos; • Renovação de estoques com ciclos curtos; • Localização de fácil acesso; • Atendimento personalizado; • Coach de estilo e moda para clientes interessados; • Preço acessível. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pouca experiência no ramo por parte do empreendedor; • Vendas direcionadas somente na loja física; • Necessidade de elevado capital de giro.
AMEAÇAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Surgimento de novos concorrentes no mercado plus size; • Lojas online; • Fidelização de clientes em outras lojas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Crescimento do mercado têxtil e de confecções; • Aumento da aceitação social de diferentes padrões de beleza; • Boa localização; • Expansão do mercado; • Uso da internet e redes sociais como propaganda. • Pouca concorrência.

10.1.1 – FORÇAS

O ponto forte da Other Size é a satisfação dos clientes, oferecendo produtos exclusivamente destinados ao padrão plus size e apresentando variedade de produtos, estilos e tamanhos.

10.1.2 – FRAQUEZAS

A fraqueza da marca está na pouca experiência dos sócios no ramo do comércio e no fato de ainda não usarem a internet como ferramenta de venda

10.1.3 – OPORTUNIDADES

Os sócios enxergavam no movimento de aceitação de novos padrões de beleza, a oportunidade de explorar um mercado pouco visado e com um público carente de opções.

10.1.4 – AMEAÇAS

Com o crescimento de oportunidades no mercado também surge a possibilidade de novos concorrentes, sendo também ameaçada pelas lojas que fazem comércio pela internet.

11 - AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO

Como foi analisado antes de iniciar este plano de negócio, há uma hiato neste setor do comércio na região do bairro de Bangu e adjacências, localizados na zona oeste da cidade do Rio de Janeiro, dado a pouca variedade de oferta apresentada e pouca variabilidade de preços.

Já com o projeto concluído, torna-se possível autenticar a viabilidade deste negócio, confrontando os dados com o público e conhecendo suas principais carências, a partir de pesquisas.

Com um investimento inicial de R\$ 60.000,00 conseguimos prever uma receita estimada em R\$ 18.149,15 ao mês. Após cumprir com todas as despesas fixas e variáveis, o que inclui os fornecedores, e pagarmos nossos impostos, nossas contas terão um resultado operacional que representará uma lucratividade mensal de R\$ 2.198,56.

Nossos números foram positivos, e dado a este cenário otimista, conseguiremos uma lucratividade de 12,11% ao ano, e a nossa rentabilidade incidirá os 3,66% ao ano. Logo, conseguiremos o retorno do valor investido após aproximadamente 28 meses de funcionamento, o que torna nosso programa viável e rentável, dentro de um prazo aceitável, consolidando as expectativas deste projeto.

12. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACAPS, Jornal DCI, **Mercado plus size cresce 10% ao ano e atrai grandes e pequenas varejistas.** 2016. Disponível em:<
http://www.acaps.org.br/noticias_de_mercado/Mercado+plus+size+cresce+10%25+ao+ano+e+atrai+grandes+e+pequenas+varejistas > Acesso em : 01 de Novembro de 2017.

Portal Brasil, **Obesidade cresce 60% em dez anos no Brasil.** 2017. Disponível em
<<http://www.brasil.gov.br/saude/2017/04/obesidade-cresce-60-em-dez-anos-no-brasil>>
Acesso em: 20/03/2018.

Prado, Luís Alberto, **Bangu, o centro geográfico do Rio de Janeiro**, 04 de Fevereiro de 2014. Disponível em <<http://www.multirio.rj.gov.br/index.php/leia/reportagens-artigos/reportagens/653-bangu-o-centro-geografico-do-rio-de-janeiro>> Acesso em: 26/05/2018.

Sebrae Nacional, **Moda plus size: explore este nicho de mercado.** 18 de Janeiro de 2016. Disponível em:<<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/moda-plus-size-explore-este-nicho-de-mercado,5e48088ec0467410VgnVCM1000003b74010aRCRD> > Acesso em: 15 de Junho de 2018.

<http://www.masciconsultoria.com.br/plano-operacional/>