

**FACULDADES SÃO JOSÉ  
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

MICHAEL DOUGLAS DA COSTA

**M&D Modas**

Rio de Janeiro

2018

MICHAEL DOUGLAS DA COSTA

**M&D Modas**

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

Rio de Janeiro

2018

## SUMÁRIO

	<b>Página</b>
1. INTRODUÇÃO.....	1
2. SUMÁRIO EXECUTIVO.....	2
3. ANÁLISE DE MERCADO.....	5
4. PLANO DE MARKETING.....	7
5. PLANO OPERACIONAL.....	8
6. PLANO FINANCEIRO.....	11
7. CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS.....	16
8. AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA.....	17
9. CONSIDERAÇÃO FINAIS.....	18
10. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	18

## 1.INTRODUÇÃO

Lojas no estilo atacarejo, são lojas que vendem roupas tanto em atacado como em varejo, estão sendo conquistando seu espaço no mercado. Pois são lojas onde os clientes podem realizar suas compras com preço de atado sem precisar ter que comprar um lote fechado com um modelo apenas.

A baixada fluminense foi contemplada com a Cidade da Moda, um polo de atacarejo, localizado na margem da Rodovia Presidente Dutra. Contendo diversas lojas de atacarejo, praça de alimentação e um amplo estacionamento.

O mercado de moda feminina, durante o período de crise que o Estado do Rio de Janeiro passou, foi uma das áreas que não sofreram grades impactos. Pois nesse período teve uma pequena diminuição em seus lucros, mas também foi responsável por diversas portas de emprego nesse momento difícil para a economia.

Conforme reportagem feita por Conforme pesquisa publicada, por Ana Paula Viana e Andréa Machado, pelo site Extra, revela que estes polos são grandes tendências e estão sendo muito bem recebidos pelo publico.

“Duas importantes rodovias que ligam o Rio à Baixada Fluminense — a Washington Luiz e a Presidente Dutra — estão virando referência para quem quer comprar a preço de fábrica, sem precisar fazer longas viagens. Isso porque a região acaba de ganhar novas lojas no estilo “atacarejo”, uma mistura de atacado com varejo, voltada originalmente para pequenos comerciantes e ambulantes. Nelas, não é preciso comprar caixas fechadas ou grandes quantidades de um mesmo produto, como nos atacadistas tradicionais. Ponto para consumidores comuns, em busca de pechinchas. “

“A atenção a esse público já é percebida nos polos, segundo Humberto Sato, diretor de Marketing do Cidade da Moda, um shopping atacadista inaugurado há um ano e meio na Via Dutra, que está investindo pesado em campanhas para atrair novos clientes.”

“Diretor de Marketing do Cidade da Moda, Humberto Sato compara as lojas do shopping popular com a Forever 21, a rede americana que acabou de chegar ao Brasil:

— A Forever 21 é um fenômeno porque vende produtos bons e baratos. Mas tudo que tem lá também vendemos aqui, e até mais barato.”

## **2. SUMÁRIO EXECUTIVO**

### **2.1 - RESUMO DOS PRINCIPAIS PONTOS DO PLANO DE NEGÓCIO**

A M&D Modas é uma loja de pequeno porte situada, no Polo de vendas “Cidade da Moda”, na cidade de Nova Iguaçu, a margem da Rodovia Presidente Dutra, que facilita a localização e o acesso da população da baixada Fluminense.

Ainda conta com um grade estacionamento, praça de alimentações, segurança proporcionando aos nossos clientes um ambiente tranquilo.

Ofereceremos diversos modelos, a fim de atender de atender da melhor forma o nosso público, proporcionando roupas da melhor qualidade, com ótimo atendimento, um ambiente aconchegante e de ótima localização.

#### **2.1.1 - DESCRIÇÃO DO NEGÓCIO**

O empreendimento terá seu público alvo na faixa etária de 20 aos 40 anos, que busque roupas modernas e confortáveis. Será apresentado a essas mulheres modelos atualizados semanalmente em nosso estabelecimento, totalmente reformado, moderno e aconchegante tudo pensado para que nosso público tem um maior conforto em sua hora de escolher e comprar suas roupas.

### **2.1.2 - NATUREZA DO NEGÓCIO**

A ideia de investir em uma loja de roupas femininas surgiu junto com o período de crise que forçou os lojistas a abaixarem os preços das mercadorias ou teriam prejuízo. Neste momento evidenciou que havia formas de reduzir os preços e manter a qualidade e obter lucro.

### **2.2 - LOGOMARCA**



### **2.3 - DADOS DOS EMPREENDEDORES, EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL E ATRIBUIÇÕES**

Sendo Michael Douglas da Costa, Brasileiro, Casado, Residente e Domiciado na Rua Natal nº39, Coreia, Rio de Janeiro-RJ, Servindo ao Exército Brasileiro Durante 5 anos.

Responsável pela fiscalização da produção e qualidade dos produtos, supervisionando a todos os processos, técnicos especializados até o consumidor final.

### **2.4 - DADOS DO EMPREENDIMENTO**

Nome fantasia: M&D modas  
CNPJ: 08.000.00/0992.00

### **2.5 - MISSÃO VISÃO E VALORES DA EMPRESA**

- **MISSÃO:**

Oferecer roupas femininas, com um ambiente acolhedor e um atendimento da melhor qualidade para atender da melhor forma nossas clientes. A fim de permitir a quem entre, em nosso estabelecimento, o máximo de conforto para

realizar para sua. E também acabar com a ideia de que para ter qualidade precisa pagar caro, para satisfazer nossos clientes e atrair outros.

### ● VISÃO:

Tornar-se uma loja conhecida por oferecer produtos com ótima qualidade e que não cobre um preço abusivo, cumpra tudo o que oferece. E assim ao final de seis meses expandir para vendas online, com isso aumentaremos nossos lucros sem aumentar muito os custos. Posteriormente abrir outras unidades.

### ● VALORES:

Produtos	Preço Atacado	Preço A varejo
Bermuda	30	45
Saia	50	60
Camiseta	20	35
Vestido	50	90
Calça	50	90

## 2.6 - SETORES DE ATIVIDADES

Setor terciário.

## 2.7- FORMA JURÍDICA

Microempreendedor Individual.

## 2.8 - ENQUADRAMENTO TRIBUTÁRIO

Simples nacional.

## 2.9 - CAPITAL SOCIAL

O capital da empresa é de **R\$70.000,00** divididos em:

- Máquinas e equipamentos: .....R\$ 2.900,00
- Móveis e utensílios: .....R\$2.518,00
- Caixa:.....R\$39.582,00

## 2.10 - FONTE DE RECURSOS

Recursos próprios.

## 3. ANÁLISE DE MERCADO

Após realizarmos um estudo de mercado, que pretendíamos atuar, e em nosso público alvo. Conhecer a área de atuação e de grande valia, pois levantamos os períodos de alta e baixa nas vendas, logo nos ajudara a preparar da melhor maneira o estoque da loja dentre outras áreas do empreendimento.

Conhecendo as necessidades e gostos dos nossos consumidores e um ponto considerado vital para uma loja. Pelo de ser eles a principal engrenagem dessa nossa maquina.

### 3.1 - PÚBLICO ALVO

São mulheres moram ou trabalhem na baixada fluminense. Que possuam idade compreendida dos 20 anos até os 40 anos, disponibilizaremos tamanhos que vão PP ao GG. Mulheres que exijam que suas roupas tenham qualidade, mas não aceitam valores abusivos.

#### 3.1.1 - COMPORTAMENTO DO CLIENTE

Conforme pesquisa publicada, por Dino Divulgador de Notícias, pelo site [estadão.com](http://estadão.com), revela que a população ainda tem muita insegurança na hora de realizar compras online. O constante crescimento, mesmo em tempos de crise, no mercado brasileiro.

“ Apesar do e-commerce de moda estar em alta no Brasil, a população ainda se sente muito insegura para adquirir produtos por meio de uma loja de loja online.



Quando o assunto é moda feminina, o número de consumidores é expressivo no País. Os dados obtidos pela consultoria Euromonitor, apontam que em janeiro de 2014, o faturamento do mercado de moda no Brasil, que inclui: Roupas, joias, óculos, sapatos e entre outros, cresceu quatro vezes somente na última década e isso fez com que atingisse 140 milhões de reais somente em 2013.

Este aumento fez com que o Brasil saltasse da 14ª posição no para o 8º lugar, no ranking dentre os maiores mercados de moda no mundo.

É importante ressaltar, que grande parte desse crescimento expressivo, deve-se ao e-commerce, pois esta é uma importante ferramenta de vendas. De acordo com uma pesquisa realizada pela E-bit, em 2015, o e-commerce brasileiro foi responsável por movimentar mais de R\$ 41 milhões de reais, isso aponta um aumento de mais de 15% em relação ao ano anterior.

A crise fez empresários do País driblarem a recessão que já se arrasta por dois anos. Porém, o mercado de acessórios mostrou um cenário diferente. Movimentou no mundo todo R\$ 527 milhões de dólares somente em 2015. No Brasil, os números passam de R\$ 28 bilhões de reais. O que significa um aumento de mais de 7%.

“A vantagem deste setor de acessórios, está diretamente relacionada ao fato de que usar acessórios, pode deixar a mulher ainda mais bela e com um visual mais atrativo devido a variação de apetrechos”.

A política da empresa de, antes de iniciar as vendas online, estreitar os laços com o seu público é uma ótima estratégia para diminuir a insegurança destacada na reportagem.

### **3.1.2 - ÁREA DE ABRANGÊNCIA**

A M&D Modas, por se localizar a margem da rodovia presidente Dutra, tem uma área de abrangência grande, pois atende Nova Iguaçu, onde esta localizada, e grande parte da Baixada Fluminense por estar na margem da rodovia que corta grande parte da Baixa.

### **3.2 - ANÁLISE DOS CONCORRENTES**

Por estar localido em um polo de venda de roupa temos muitos concorrentes, mas a M&D Modas tem como principal objetivo achar o equilíbrio perfeito entre preço e qualidade. Conforme mostraremos no quadro abaixo nossos concorrentes ou oferecem qualidade ou oferecem preço, buscam lucrar na unidade. A M&D Modas vem para atuar no principal ponto fraco do mercado, buscamos obter lucro na quantidade com qualidade.

<b>Empresa</b>	<b>M&amp;D Modas</b>	<b>T.T modas</b>	<b>Hell's estilos</b>
<b>Qualidade</b>	Boa Qualidade;	Qualidade Regular;	Qualidade Boa
<b>Preço</b>	R\$45,00	R\$30,00	R\$60,00
<b>Condições de pagamento</b>	Dinheiro e cartão	Dinheiro e cartão	Dinheiro e cartão
<b>Localização</b>	Nova Iguaçu	Nova Iguaçu	Nova Iguaçu
<b>Atendimento</b>	Loja física; Telefone; Site.	Loja física; Telefone; Site.	Loja física; Telefone; Site

OBS: Utilizamos como base de comparação produtos similares.

### 3.3 - ANÁLISE DOS FORNECEDORES

Buscamos fornecedores próximos para evitar atrasos na entrega de mercadorias e diminuir o valor do custo com transporte, visando o preço final pago por nossos consumidores. E utilizamos como fator decisório a qualidade oferecida por eles.

Levando em consideração esses aspectos encontramos os seguintes fornecedores:

<b>Ord</b>	<b>Descrição dos itens a Serem Adquiridos</b>	<b>Nome de Fornecedor</b>	<b>Preço</b>	<b>Condições de pagamento</b>	<b>Prazo de entrega</b>	<b>Localização</b>
<b>01</b>	Mercadorias	Cuca fresca	Bom	Dinh/Card	Pronta entrega	Rj
<b>02</b>	Mercadorias	Beeback	Bom	Dinh/Card	Pronta entrega	Rj
<b>03</b>	Mercadorias	Modas cadena	Bom	Dinh/Card	Pronta entrega	Rj

## 4. PLANO DE MARKETING

É uma importante ferramenta, para a gestão de nosso empreendimento, pois tem a finalidade de dar vantagens, na competição, em relação a concorrentes. Pois com é constantemente atualizado e regularmente usado que ajuda a evitar surpresas com as diversas alterações no mercar.

### 4.1 - DESCRIÇÃO DOS PRINCIPAIS PRODUTOS E SERVIÇOS

A M&D Modas visando atender bem suas clientes buscou 3 fornecedores com estilos atuais, confortáveis e com qualidade, com o objetivo de ter uma maior diversificação de mercadoras e uma renovação semanas de mercadorias.

## 4.2 - PREÇO

Para definirmos os preços de nossas mercadorias levamos em consideração todos os gastos que tivemos para a aquisição da mercadoria e com o funcionamento da loja. E sem esquecer que buscamos lucro com a quantidade. O resultado foi conforme o quadro abaixo.

Produtos	Preço Atacado	Preço A varejo
Bermuda	30	45
Saia	50	60
Camiseta	20	35
Vestido	50	90
Calça	60	80

## 4.3 - ESTRATÉGIAS PROMOCIONAIS

Utilizaremos os meios de comunicação que já são usados por outras empresas, e que tem mostrado ser bem eficaz como: Panfletos, Faixas, grupos de Whatsapp, pagina da loja no Facebook e o site de divulgação do Polo. E ainda um site próprio da loja.

Nossa forma de comercialização terá uma primeira etapa que serão as vendas na loja física. Para que as nossas clientes conheçam nossas instalações e mercadorias, vejam que somos, apesar de nova, uma loja comprometida com nosso publico. A segunda etapa será a quando iniciarmos as nossas vendas online, pois já teremos um publico que conhece nossa qualidade e profissionalismo.

## 4.4 - ESTRUTURA DE COMERCIALIZAÇÃO

A M&D Modas adotou, como estrutura de comercialização, de não ter sócios para que tenha um melhor integração entre a parte logística e operacional. Visando uma melhor forma de atingir os objetivos da loja como: divulgação, publico alvo, fornecedores entre outros.

## 4.5 - LOCALIZAÇÃO DO NEGÓCIO

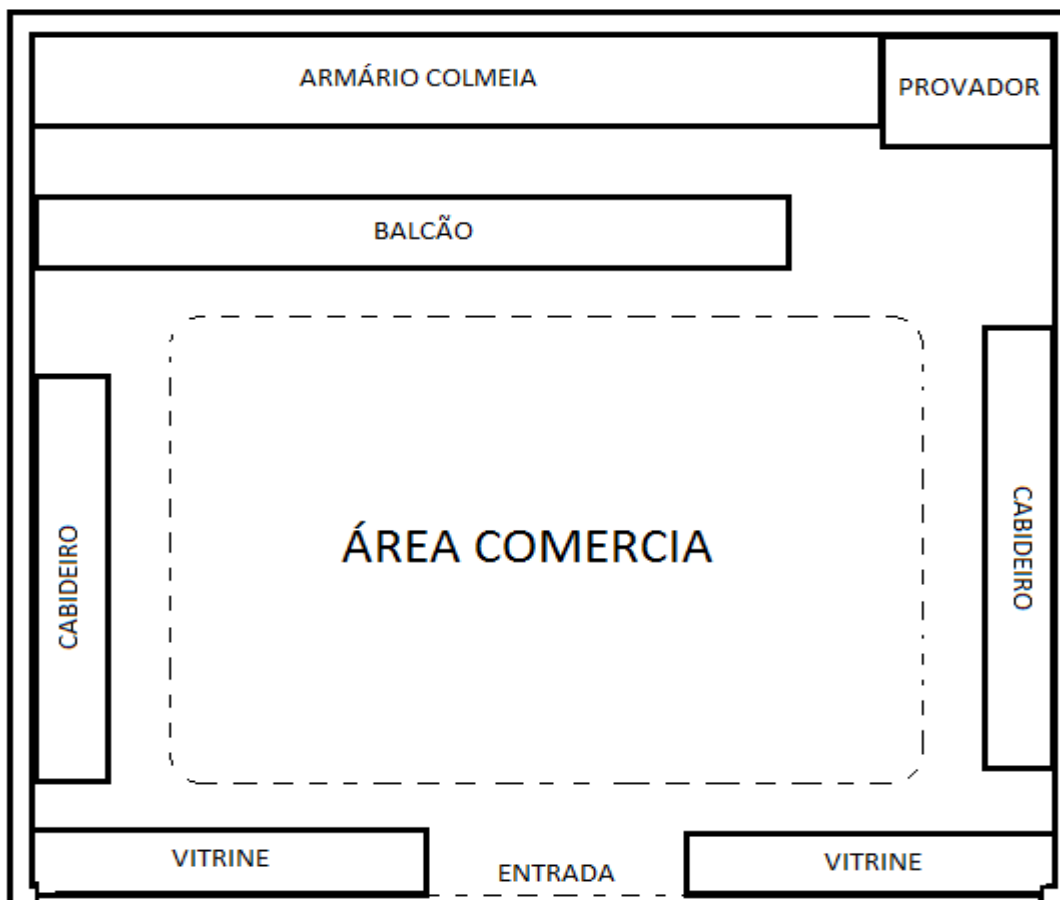
A loja M&D Modas estará situado em um polo de vendas, chamado CIDADE DA MODA, que esta localizada na Rodovia Presidente Dutra, Numero 13900, no bairro Jardim Tropical, na cidade de Nova Iguaçu. É uma rodovia que corta grande parte da baixada fluminense que facilitara o acesso do publico alvo. Outro ponto favorável da localização é que o Polo fica ao lado de uma casa de show que por sua vez tem uma saída da rodovia em sua frente, ponto de ônibus e taxi na porta.

## 5. PLANO OPERACIONAL

O plano operacional é responsável pelo planejamento dos processos das atividades realizadas dentro de uma organização mensurando previamente cada etapa a ser cumprida no processo de produção de um produto ou serviço, levando em consideração o espaço físico do ambiente interno, a quantidade a ser produzida, a capacidade máxima de clientes/atendimentos, e a quantidade de pessoas necessárias.

### 5.1 - ARRANJO FÍSICO OU LAYOUT

O layout é como toda a parte física como Máquinas, utensílios, moveis, estoques e pessoal da empresa se organiza dentro das delimitações espaciais de uma estrutura física, levando em consideração sua metragem, altura e largura. Essas informações são de suma importância para que os gestores possam planejar todas as etapas de desenvolvimento de um produto maximizando sempre o tempo de entrega para os clientes. Na figura a baixo está um exemplo do planejamento físico da M&D modas:



## **5.2 - CAPACIDADE PRODUTIVA, COMERCIAL E DE PRESTAÇÃO DE SERVIÇOS**

Levando em consideração a estrutura físicas da loja, que são 18 metros(3x6), e o bem estar dos clientes. Nossa equipe será composta por 2 vendedores e 1caixa.

A M&D modas suportará um total de 10 pessoas a cada 40 minutos e atenderá uma média de 100 por dia com toda qualidade possível

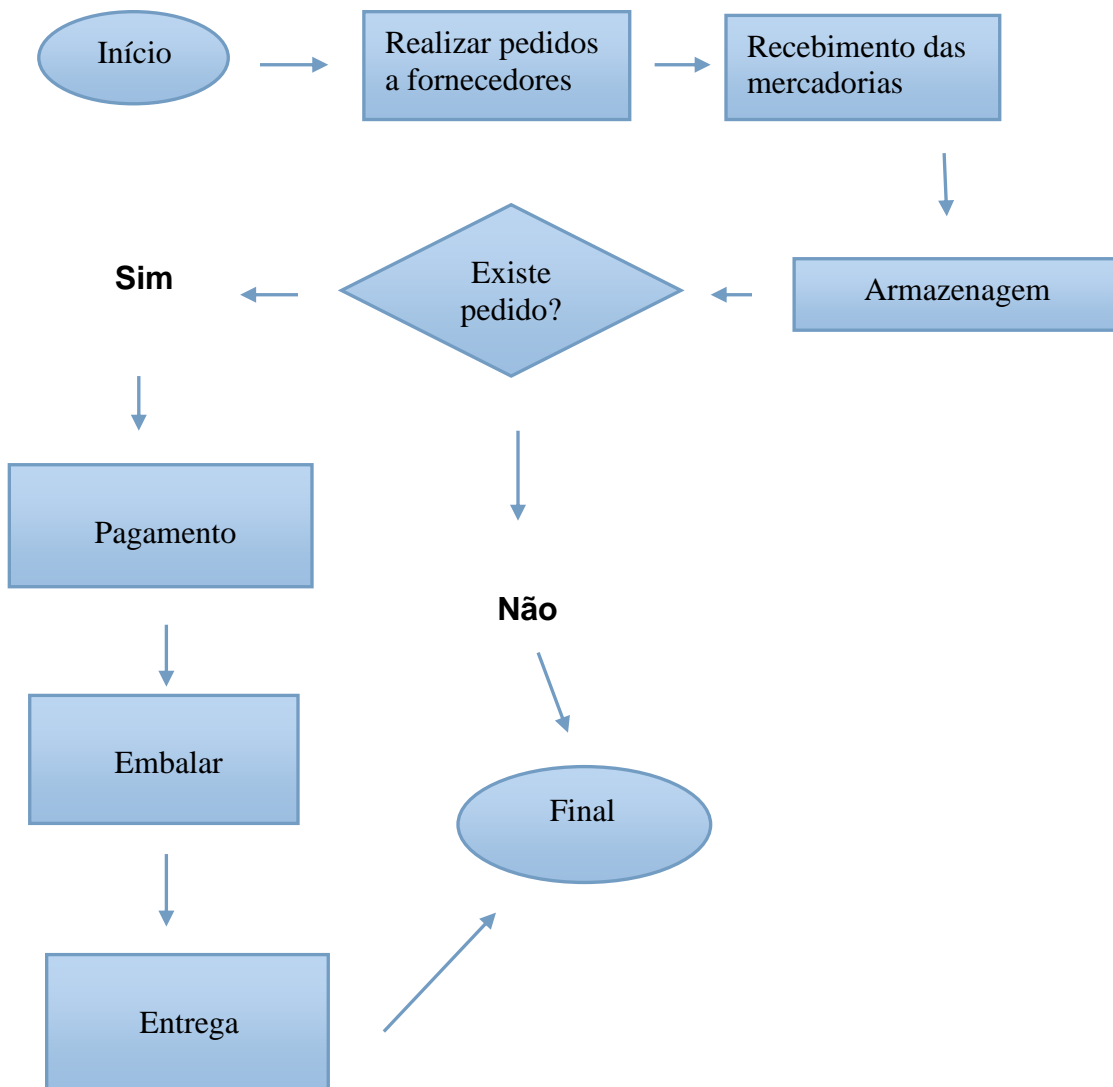
## **5.3 - PROCESSOS OPERACIONAIS**

O processo operacional é uma das fases mais importantes, antes de começar a produzir algo, pois, ela mapeia as principais fases de construção de um produto ou serviço e classifica qual o melhor caminho a ser seguido para melhor produtividade e otimização do tempo, agregando qualidade ao “leade time” dos clientes.

Existem diversos métodos para se elaborar o mapeamento, mas a mais comum é utilizando um fluxograma, que permite uma visão geral ao gestor sobre cada etapa do processo de fabricação de um produto ou elaboração de um serviço.

Utilizando-se dessa ferramenta a M&D modas produziu todo o seu processo produtivo desde o pedido até a entrega ao consumidor final.

## FLUXOGRAMA DA BÁRBAROS HAMBURGUERIA ARTESANAL



### 5.4 - NECESSIDADE DE PESSOAL

É a descrição dos cargos disponíveis dentro da organização separados em pré-requisitos, função, habilidades e salários. Na M&D modas terá 2 funcionários que compõem a parte estratégica e tática.

No quadro a baixo estará discriminados cargos e funções dos colaboradores:

<b>Cargos /função</b>	<b>Qualificação</b>
<b>Caixa</b>	<b>Ter um bom trato com o publico, Ter um com desempenho na área Financeira, Ser PROATIVO</b>
<b>Vendedore</b>	<b>Ter um bom trato com o publico, Ser PROATIVO</b>

## 6-Plano financeiro

É a parte do plano de negócio responsável por mostrar matematicamente a viabilidade de um empreendimento antes de sua abertura ou após possibilidade visualização sistêmica de todas áreas necessárias que o empresário deverá ter mais atenção, sem duvida essa é parte mais importante do plano de negócio ,pois é ela que torna mensurável a realização um negócio.

### 6.1- Estimativas dos Investimentos fixos

#### ● Maquinas e Equipamentos

	<b>Descrição</b>	<b>Qtde.</b>	<b>Valor Unitário</b>	<b>Total</b>
<b>1</b>	Maquina de Cartão	1	900.00	900.00
<b>2</b>	computador	1	2,000.00	2,000.00
<b>3</b>	Ar condicionado	1	1098.00	1098.00
Sub-total				R\$3998.00

#### ● Móveis e Utensílios

	<b>Descrição</b>	<b>Qtde.</b>	<b>Valor Unitário</b>	<b>Total</b>
<b>1</b>	Armário Colmeia Para Loja de Roupas	2	380	760.00
<b>2</b>	Cabideiro Para Loja Em MDF Branco	3	66.00	198.00
<b>3</b>	Provador 70x70 cortina 2,40x1,90	1	450.00	450.00
<b>4</b>	Balcão/Casulo	1	600.00	600.00
<b>5</b>	Manequim Feminino	2	255.00	510.00
Sub-total				2,518.00

Total de investimentos fixos	R\$ 3,998.00
	R\$ 2,518.00
Sub-total	R\$ 6,516.00

## 6.2-Estimativa de capital de giro

### ● Estoque inicial

	Descrição	Qtde.	Valor Unitário	Total
1	Vestido modelo A	10	30	300
2	Vestido modelo b	10	30	300
3	Vestido modelo c	10	30	300
4	Saia A	10	19	190
5	Saia b	10	20	200
6	Saia c	10	18	180
7	Calça a	10	40	400
8	Calça b	10	40	400
9	Calça c	10	40	400
10	Short a	10	19	190
11	Short b	10	20	200
12	Short c	10	18	180
13	Blusa a	10	19	190
14	Blusa b	10	20	200
15	Blusa c	10	18	180
16	Camiseta a	10	19	190
17	Camiseta b	10	20	200
18	Camiseta c	10	18	180
Sub-total				\$1076.00

### ● Necessidade média de estoque

Necessidade média de estoque	Número de dias
	7 dias



- Caixa mínimo

1-custo fixo mensal	3774.00
2-custo variável mensal	500
3-custo total da empresa	4274.00
4-custo diário da empresa	194.27
5-necessidade líquida de capital de giro em dias	22
<b>Total- caixa mínimo</b>	<b>4274.00</b>

- Capital de giro

<b>Investimento financeiro</b>	<b>R\$</b>
Estoque inicial	1076.00
Caixa mínimo	4274.00
<b>Total do capital de giro</b>	<b>5350.00</b>

### 6.3-Investimentos pré-operacionais

<b>Investimentos pré-operacionais</b>	
Despesas de legalização	R\$ -
Obras civis/reforma	R\$ 200
Divulgação	R\$ -
Cursos e treinamentos	-
Outras despesas	-
<b>Total</b>	<b>R\$ 200</b>

### 6.4-Investimentos totais

Descrição dos investimentos	valor	%
Investimentos fixos	3774.00	32
Capital de giro	5350.00	66
Investimento pré-operacionais	200	2
<b>Total</b>	<b>9324.00</b>	<b>100</b>

Fontes de recursos	valor	%
Recursos próprios	9324.00	100
<b>Total</b>	<b>9324.00</b>	<b>100</b>

## 6.5- Faturamento mensal

	Descrição	Qtde.	Preço médio de venda	Faturamento mensal	Faturamento anual
1	Vestido modelo A	15	60	900	10800
2	Vestido modelo b	15	60	900	10800
3	Vestido modelo c	15	60	900	10800
4	Saia A	15	38	570	6840
5	Saia b	15	40	600	7200
6	Saia c	15	36	540	6480
7	Calça a	15	80	1200	14400
8	Calça b	15	80	1200	14400
9	Calça c	15	80	1200	14400
10	Short a	15	38	570	6840
11	Short b	15	40	600	7200
12	Short c	15	36	540	6480
13	Blusa a	15	38	570	6840
14	Blusa b	15	40	600	7200
15	Blusa c	15	36	540	6480
16	Camiseta a	15	38	570	6840
17	Camiseta b	15	40	600	7200
18	Camiseta c	15	36	540	6480
Sub-total				6750	8100

## 6.7- Custos fixos

Descrição	Custo Total Mensal (em R\$)
Aluguel	1090.00
Condomínio	484.00
IPTU	250.00
Telefone	50.00
Manutenção dos equipamentos	100,00
Salários + encargos – quadro	1200,00
Material de limpeza	200
Material de escritório	200
<b>Total</b>	<b>3774.00</b>

## 6.8-Demonstrativo de Resultado do exercício

Descrição	R\$	%
1.Receita de venda	6750	100
2.Custo variável totais	300	4
3.Margem de contribuição(1-2)	6450	96
4.Custo fixo total (-)	3774.00	
Resultado operacional	2676.00	

## 7-Construção de cenário

Ná construção de cenário foi levado em consideração o declínio de 20% das vendas no cenário pessimista.já no cenário otimista, houve a inversão tendo um aumento de 20% das vendas aumentando o lucro liquido da empresa.E ficou evidente que na linha sensível das vendas poderia causar a falência deixando um saldo devedor destacado de vermelho.

Descrição	Cenário provavel		Cenário pessimista		Cenário otimista	
	Valor	(%)	Valor	(%)	Valor	(%)
1.Receita total	6750	100	5400	100	8100	100
2.Custo variáveis						
(-)CMV	1076	50	860.80	50	1291.20	16
(-)Gastos com venda	400	2	320	2	480	5
Subtotal 2	1476.00	61	1180.80	61	1476.00	18
3.Margem de contribuição	5274.00		4219.20		6624	
4.Custo fixo totais	3774.00		3774.00		3774.00	
Lucro/Prejuizo	1500.00		445,20		2850	

## 8.AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

Visando uma melhor tomada de ações, definir metas e iniciativa é necessário um bom planejamento estratégico, para um bom andamento da empresa. Para atingir os objetivos utilizaremos a matriz FOFA, que destacara aspectos positivos e negativos de forma a melhorar nosso rendimento.

## 8.1 - ANÁLISE DA MATRIZ F.O.F.A

	<b>Fatores internos (controláveis)</b>	<b>Fatores externos (incontroláveis)</b>
<b>Pontos fortes</b>	<b>FORÇAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
	Localização	Grande Circulação
	Qualidade	Conhecimento da concorrência
	Diversificação	
	Divulgação	
<b>Pontos fracos</b>	<b>FRAQUEZAS</b>	<b>AMEAÇAS</b>
	Custo de Transporte	Concorrência Forte
		Aumento das Taxas de Juros
		Aumento dos preços dos Fornecedores

## 9-Considerações finais

O plano de negócio é uma ferramenta de suma importância para quem deseja ter seu próprio negócio e se tornar um empreendedor de sucesso. Essa preciosa ferramenta dimensiona todos os pontos essenciais para que uma organização sendo ela de grande, média ou de pequeno porte possa se manter no mercado com sua previsão de venda e lucro líquido satisfatório.

A M&D modas no seu plano de negócio apresentou todos os tópicos necessários para que uma empresa tivesse viabilidade econômica financeira para se manter no mercado, no tópico 5 está apresentando o plano financeiro desde o investimento inicial até os cenários otimistas e pessimistas da empresa. A empresa demonstrou na teoria que possui viabilidade econômica para se manter e produzir nas melhores hipóteses aproximadamente 93% de retorno do investimento feito pelos sócios em um ano.

A M&D modas é um restaurante de porte médio que possui um faturamento anual de R\$81000,00 e um lucro líquido de 1500.00 no seu primeiro ano de abertura. Baseado nesses cálculos feitos no tópico 5 (Plano financeiro).

Logo, a M&D modas é uma empresa que quer possui viabilidade com uma excelente margem de lucro ao ano, evidenciando o quanto é importante o plano de negócio para uma empresa em níveis estratégicos, táticos e operacionais .

## 10- REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

<http://www.agendor.com.br/blog/matriz-swot-como-fazer/>>

<https://extra.globo.com/noticias/economia/extra-mapeia-dez-atacarejos-lojas-que-vendem-roupas-utilidades-precos-de-fabrica-12104198.html>

<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/Busca?q=MEI>

<http://www.investimentosenoticias.com.br/noticias/negocios/pesquisa-revela-que-o-mercado-de-moda-esta-em-crescimento>