



Boutique de Roupas

Auxiliar na gestão de negócio

Loja de roupas e acessórios femininos, 50 m² de loja e 30 de mezanino, localizada em sub região de comércio intenso. Portfólio com variedade intermediária, porém o propósito é ofertar novidades pelo menos a cada 45 dias, aproveitando as coleções intermediárias. Público feminino, teen e adulto, classe A e B.



Informações do Plano de Negócio

Nome do projeto

Boutique de Roupas

Objetivo

Auxiliar na gestão de negócio

Enquadramento Tributário

Empresa optante pelo Simples

Período de planejamento

3 anos

Porte da empresa

Pequena Empresa

Setor de atuação

Comércio.

Segmento(s)

Moda.

Cidade

Belo Horizonte

Sócios

Maria Clara

Função: Dona da empresa

Contato: (99) 9 9999-9999

Maria Clara não desiste quando seu sonho está em jogo, e luta a cada dia para que sua empresa cresça a cada dia.

Boutique de Roupas

Auxiliar na gestão de negócio

Relatório Geral

Segmentação de Mercado

Gostos e necessidades	
Variável 1	Variável 2
Buscam por marcas famosas Buscam por marcas com custo benefício	Compram novidades e tendência Compram por necessidade

Matriz dos Segmentos de Clientes Priorizados

1º Buscam por marcas famosas Compram novidades e tendência	2º Buscam por marcas famosas Compram por necessidade
3º Buscam por marcas com custo benefício Compram novidades e tendência	4º Buscam por marcas com custo benefício Compram por necessidade

Buscam por marcas famosas | Compram novidades e tendência

Atributos avaliados	Notas
Estão conscientes do problema que seu produto ou serviço resolve?	10
Estão dispostos a resolver esse problema no curto prazo?	9
Estão dispostos a pagar para resolver esse problema?	10
Média Geral	10

Buscam por marcas famosas | Compram por necessidade

Atributos avaliados	Notas
Estão conscientes do problema que seu produto ou serviço resolve?	10
Estão dispostos a resolver esse problema no curto prazo?	5
Estão dispostos a pagar para resolver esse problema?	6
Média Geral	7

Buscam por marcas com custo benefício | Compram novidades e tendência

Atributos avaliados	Notas
Estão conscientes do problema que seu produto ou serviço resolve?	8
Estão dispostos a resolver esse problema no curto prazo?	8
Estão dispostos a pagar para resolver esse problema?	4
Média Geral	7

Buscam por marcas com custo benefício | Compram por necessidade

Atributos avaliados	Notas
Estão conscientes do problema que seu produto ou serviço resolve?	6
Estão dispostos a resolver esse problema no curto prazo?	3
Estão dispostos a pagar para resolver esse problema?	4
Média Geral	4

Segmentação 1	
Variável 1	Variável 2
Buscam por marcas famosas Compram novidades e tendências	compram por necessidade buscam por marcas com custo benefício

Matriz dos Segmentos de Clientes Priorizados

1º

Buscam por marcas famosas
compram por necessidade

2º

Buscam por marcas famosas
buscam por marcas com custo benefício

3º

Compram novidades e tendências
buscam por marcas com custo benefício

4º

Compram novidades e tendências
compram por necessidade

Buscam por marcas famosas | compram por necessidade

Atributos avaliados	Notas
Estão conscientes do problema que seu produto ou serviço resolve?	10
Estão dispostos a resolver esse problema no curto prazo?	9
Estão dispostos a pagar para resolver esse problema?	9
Média Geral	9

Buscam por marcas famosas | buscam por marcas com custo benefício

Atributos avaliados	Notas
Estão conscientes do problema que seu produto ou serviço resolve?	9
Estão dispostos a resolver esse problema no curto prazo?	9
Estão dispostos a pagar para resolver esse problema?	8
Média Geral	9

Compram novidades e tendências | buscam por marcas com custo benefício

Atributos avaliados	Notas
Estão conscientes do problema que seu produto ou serviço resolve?	5
Estão dispostos a resolver esse problema no curto prazo?	7
Estão dispostos a pagar para resolver esse problema?	6
Média Geral	6

Compram novidades e tendências | compram por necessidade

Atributos avaliados	Notas
Estão conscientes do problema que seu produto ou serviço resolve?	5
Estão dispostos a resolver esse problema no curto prazo?	7
Estão dispostos a pagar para resolver esse problema?	5
Média Geral	6

A Definir

Variável 1

Marcas famosas, novidades e tendências

Marcas desconhecidas, custo benefício

Variável 2

Preço, novidades e tendências

compram por necessidade

Matriz dos Segmentos de Clientes Priorizados

1º

Marcas desconhecidas, custo benefício
compram por necessidade

**Peças boas, peças base e funcionais
para quem compra por necessidade**

2º

Marcas famosas, novidades e
tendências
Preço, novidades e tendências

**Mulheres na faixa etária dos 25 aos 40
anos, classe média alta, modernas,
prezam por qualidade.**

3º

Marcas desconhecidas, custo benefício
Preço, novidades e tendências

**Mesclas de peças de boa qualidade,
marca desconhecida e custo benefício**

4º

Marcas famosas, novidades e
tendências
compram por necessidade

**Mulheres que buscam por peças de
qualidade e atemporais.**

Marcas desconhecidas, custo benefício | compram por necessidade

Atributos avaliados	Notas
Estão conscientes do problema que seu produto ou serviço resolve?	10
Estão dispostos a resolver esse problema no curto prazo?	10
Estão dispostos a pagar para resolver esse problema?	9
Média Geral	10

Marcas famosas, novidades e tendências | Preço, novidades e tendências

Atributos avaliados	Notas
Estão conscientes do problema que seu produto ou serviço resolve?	10
Estão dispostos a resolver esse problema no curto prazo?	8
Estão dispostos a pagar para resolver esse problema?	10
Média Geral	9

Marcas desconhecidas, custo benefício | Preço, novidades e tendências

Atributos avaliados	Notas
Estão conscientes do problema que seu produto ou serviço resolve?	7
Estão dispostos a resolver esse problema no curto prazo?	10
Estão dispostos a pagar para resolver esse problema?	10
Média Geral	9

Marcas famosas, novidades e tendências | compram por necessidade

Atributos avaliados	Notas
Estão conscientes do problema que seu produto ou serviço resolve?	10
Estão dispostos a resolver esse problema no curto prazo?	6
Estão dispostos a pagar para resolver esse problema?	10
Média Geral	9

Persona



Rodrigo

45 anos, Engenheiro

Estado Civil: Separado

Escolaridade: Pós-Graduação

Renda Mensal (R\$): 20000,00

Cidade: Belo Horizonte

Rodrigo é um homem separado que gosta de sair com os amigos, gosta de viajar, trabalha muito, esportista. Tem um filha adolescente e eles tem um relacionamento saudável.

"Meus netos são minha vida."

Hábitos e comportamentos

Curtindo a aposentadoria, Bernadete se dedica a fazer as coisas que gosta. Toma seu café com calma de manhã, e gosta de dar uma saidinha todos os dias para ver pessoas e conversar.

#Divertido
#Gente boa

Fluência Digital

Usando computador



Usando smartphone



Usando aplicativos



Comprando pela internet



Redes Sociais



Rotina

 Manhã

Acorda as 4h e vai trabalhar todo dia.

 Tarde

Trabalha, chega em casa, mexe no celular, toma banho

 Noite

Durante a semana dorme cedo pois levanta cedo para trabalhar, durante os fins de semana sai com amigos para beber.

Quem influencia

Família



Amigos



Especialistas



Avaliação de outros clientes



Mídia tradicional



Colegas de trabalho



Redes sociais utilizadas



Ganhos

- Praticidade
- Estilo
- Bem estar com aparência

Desafios

- Valores muito altos
- Peças de má qualidade

Reflexões

Dúvidas ou objeções

Tem preço acessível?
São roupas bonitas?

Aborrecimentos que devem ser evitados

Deixar de dar atenção quando ela estiver no whats. Deixar de avisar quando chega novidades.

Experiência ideal e como o negócio ajuda

Ao chegar, é atendida com alegria logo na porta. Espera que a vendedora já tenha indicações de novidades para mostrar, mas também gosta de passear pela loja para ver as coisas de perto, sem pressa.



Maria Clara

32 anos, Médica

Estado Civil: Solteiro

Escolaridade: Ensino Superior

Renda Mensal (R\$): 7,00

Cidade: Pelotas

Mães que vestem suas filhas com as tendências da moda infantil. Investem em modelos mais caros e peças diferenciadas.

"Mulheres que priorizam qualidade de vida, saúde e bem estar. Gostam de estar em companhia de amigos(as) e não abrem mão de estarem bem vestidas."

Hábitos e comportamentos

Frequentam academias, shoppings, estão sempre bem maquiadas, gostam de ler e tem acesso diário na internet.

#alegre
#disciplinada
#Extrovertida
#emocional
#carinhosa
#amiga

Fluência Digital

Usando computador



Usando smartphone



Usando aplicativos



Comprando pela internet



Redes Sociais



Rotina

 Manhã

acorda cedo, toma seu café, sai de casa leva sua filha a escolinha e vai para o trabalho.

 Tarde

almoça e volta para o trabalho. No final da tarde vai buscar sua filha na escolinha. Vai no salão de beleza, faz as compras para família no super

 Noite

Chega em casa, janta, brinca um pouco com sua filha. Vai para academia e aos finais de semana procura sair para descontrair e aproveitar a companhia da filha em shoppings, parques, cinema e festas.
Navega nas redes sociais

Quem influencia

Família



Amigos



Colegas de trabalho



Avaliação de outros clientes



Mídia tradicional



Redes sociais utilizadas



Especialistas



Ganhos

- Praticidade e conforto aliado ao estilo
- Chamar atenção
- Sempre usar as trends

Desafios

- qualidade no produto que irá usar
- Estilo em primeiro lugar
- peça com diferencial, roupa com personalidade

Reflexões

Dúvidas ou objeções

Será que minha roupa nova chamará atenção? Quero muito, mas será que o valor está dentro do que consigo pagar esse mês?

Aborrecimentos que devem ser evitados

Deixar de oferecer outras novidades que chegaram na loja. Vender as novidades sem ter oferecido para ela por mensagem. Ter produtos de valor fora do padrão nas novidades.

Experiência ideal e como o negócio ajuda

Maria Clara vê as novidades da loja nas redes sociais, e já manda uma mensagem pedindo para separar a roupa que ela buscará nas próximas horas, em seu horário de almoço. Chega lá e o vestido já está pronto para ela, faz o pagamento e vai embora



Maria José Santos da Nóbrega

67 anos, Servidora Pública

Estado Civil: Casado

Renda Mensal (R\$): 5000,00

Escolaridade: Pós-Graduação

Cidade: João Pessoa

67 ANOS, Tímida, ENSINO SUPERIOR COMPLETO, GOSTA DE Plantas E É religiosa.

Jornada do Cliente

Persona do Negócio



Rodrigo

45 anos, Engenheiro

Rodrigo é um homem separado que gosta de sair com os amigos, gosta de viajar, trabalha muito, esportista. Tem um filha adolescente e eles tem um relacionamento saudável.

Ganhos

Praticidade

Estilo




Bem estar com aparência

Desafios

Valores muito altos



Peças de má qualidade

Antes

	Objetivo da ação	Ações do Cliente	Pontos de Contato	Estado Emocional	Oportunidades
Descoberta	Encontrar uma boa loja de roupas no bairro	Percorre as ruas do bairro para ver se encontra novas lojas de roupa	Presencial	 Neutro	
Consideração	Conhecer as lojas	Entrar em lojas para conhecer e avaliar	Presencial	 Insatisfeito	
Decisão	Comprar roupas	Decidir entre as lojas que visitou, qual tem um mix de produtos mais atrativo.	Presencial	 Satisfeito	

Durante					
	Objetivo da ação	Ações do Cliente	Pontos de Contato	Estado Emocional	Oportunidades
Compra e pagamento	Efetuar pagamento no caixa	Se dirige ao caixa, e conversa sobre as opções de pagamento	Presencial	 Satisfeito	Expandir formas de pagamento. Fazer uma pesquisa com a cliente sobre as formas de pagamento.

Depois

	Objetivo da ação	Ações do Cliente	Pontos de Contato	Estado Emocional	Oportunidades
Suporte, troca e devolução	Troca de presente	Cliente vai a loja com a neta que recebeu o presente, pois o mesmo não serviu.	Presencial	 Insatisfeito	
Lealdade e advocacia	Evento para clientes da loja	Ir ao evento da loja que foi convidada, levando uma amiga que convidou para conhecer a loja	Telefone e presencial	 Entusiasmado	Chamar potenciais clientes para a loja, que já tem boas referências das amigas.

Proposta de Valor

Persona do Negócio



Rodrigo

45 anos, Engenheiro

Rodrigo é um homem separado que gosta de sair com os amigos, gosta de viajar, trabalha muito, esportista. Tem um filha adolescente e eles tem um relacionamento saudável.

Ganhos

Praticidade
Estilo
Bem estar com aparência

Desafios

Valores muito altos
Peças de má qualidade

Valores Percebidos pela Persona

Valor	Formas entrega
Disponibilidade e acesso	Facilidade contato com a loja
Conexão	Atendimento individualizado

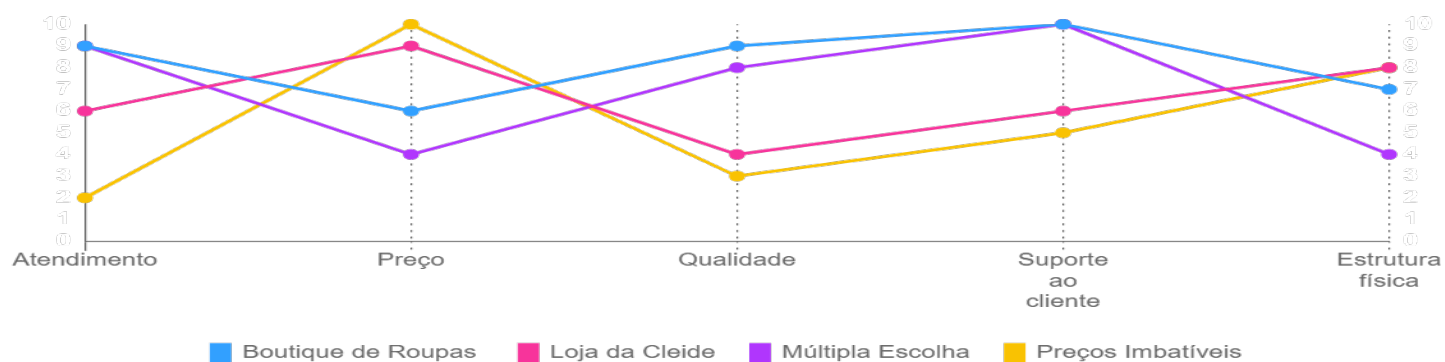
Entregas Essenciais

Facilidade contato com a loja e Atendimento individualizado.

Análise de Concorrência

Atributos Avaliados	Boutique de Roupas	Loja da Cleide	Múltipla Escolha	Preços Imbatíveis
Atendimento	9	6	9	2
Estrutura física	7	8	4	8
Preço	6	9	4	10
Qualidade	9	4	8	3
Suporte ao cliente	10	6	10	5
Média Geral	8	7	7	6

Avaliação das Pontuações



Altos e Baixos

Forças do negócio frente à concorrência

Atendimento, Estrutura física, Preço, Qualidade e Suporte ao cliente

Fraquezas do negócio frente à concorrência

Destaque do Negócio

Atributo em que seu negócio mais se destaca

Suporte ao cliente

Quadro de Experimentação



Colocar um carrinho de algodão doce na porta da loja aos sábados aumentará em 20% nossa venda de artigos infantis.

Status:	Nível de Incerteza:	Nível de Importância:	Tema da Hipótese:
Validado	Muito Alto	Alto	Receitas

Experimento

Como testar?

No próximo sábado o vendedor de algodão doce da praça da cidade ficará na porta da loja de 9h à 12h. Será enviada as clientes a novidade, convidando-as para a loja.

Com quem testar?



Bernadete

Critérios de Validação

Aumentarmos em 20% o faturamento no dia de artigos infantis.

Aprendizado

As mães e avós adoraram a ideia, já que as crianças ficaram distraídas e felizes com o algodão doce enquanto elas compravam na loja.



Enviar para nossas clientes um cupom de 10% de desconto no mês do aniversário, aumentaremos as vendas do mês em 5%.

Status:	Nível de Incerteza:	Nível de Importância:	Tema da Hipótese:
Não testada	Baixo	Alto	Receitas

Canais de Aquisição

Avaliação de Canais

Canal de Aquisição	Atratividade	Alcance Esperado	Cliente	Relacionamento	Viabilidade	Média Geral
Comunidade	10	5	6	10	8	8
Publicidade em Redes Sociais	10	7	5	8	6	7
Feiras	6	4	5	9	5	6
Publicidade Tradicional	5	7	10	4	2	6
Plataformas Existentes	5	6	7	2	4	5
Acordos e Parcerias	8	6	2	5	2	5

Canais de Tração

Comunidade, Publicidade em Redes Sociais, Feiras

Experimentos

Comunidade

Ticket Médio: R\$ 140,00

Custo de Aquisição de Cliente (CAC): R\$ 0,00

Como testar?

Entrar no grupo de whatsapp do bairro. Interagir de forma constante com clientes que se pareçam a persona, e oferecer descontos exclusivos no grupo.

Com quem testar?



Bernadete

Período de teste

Início: 27/10/2021

Término: 10/11/2021

Investimento
R\$ 0,00

Clientes obtidos
3

Receita gerada
R\$ 420,00

Aprendizado

Algumas pessoas se incomodaram com as publicidades no grupo. O ideal seria criar meu próprio grupo com minhas clientes atuais para criar essa comunidade e dar maior retorno.

Publicidade em Redes Sociais

Ticket Médio:
R\$ 120,00

Custo de Aquisição de Cliente (CAC):
R\$ 15,00

Como testar?

Criar campanha de anúncio de 3 produtos da loja. Montar as fotos com os escritos para o anúncio.

Com quem testar?



Aline

Período de teste

Início: 27/10/2021

Término: 10/11/2021

Investimento

R\$ 600,00

Clientes obtidos

40

Receita gerada

R\$ 4.800,00

Aprendizado

Somente um dos produtos trouxe retorno expressivo. A roupa que mais estava na moda foi a que mais vendeu.

Feiras

Ticket Médio: R\$ 90,00

Custo de Aquisição de Cliente (CAC): R\$ 6,67

Como testar?

Mapear 2 feiras que ocorrerão no próximo mês, e decidir entre elas qual tem o menor valor de entrada, e o maior fluxo de clientes. Levar 60 peças de roupas, divididas entre peças clássicas e peças da moda. Imprimir um cartão da loja e uma placa com QR que leva para as redes sociais.

Com quem testar?



Aline

Período de teste

Início: 27/10/2021

Término: 03/11/2021

Investimento

R\$ 200,00

Clientes obtidos

30

Receita gerada

R\$ 2.700,00

Aprendizado

Muita gente que estava na feira conheceu a marca pela primeira vez. As compras foram de valores menores do que o normal, mas os clientes que conheceram pareciam bem satisfeitos com os produtos e o atendimento.

Alguns clientes ficaram tristes que a loja é longe de onde moram.

Funil de Vendas

Topo do Funil

Ação de Venda	Orçamento Investido (R\$)	Pessoas Alcançadas com a Ação	Pessoas Chamadas para a Ação	Custo de Aquisição de Cliente (R\$)	Taxa de Conversão (%)
Panfletagem pelo bairro	700,00	150	80	8.75	0.53
Consolidado	700,00	150	80	8.75	0.53

Gatilhos de passagem

Panfletagem pelo bairro

1. contato pelo telefone ou mensagem

Meio do Funil

Chegaram da etapa anterior: 80 pessoas

Ação de Venda	Orçamento Investido (R\$)	Pessoas Alcançadas com a Ação	Pessoas Chamadas para a Ação	Custo de Aquisição de Cliente (R\$)	Taxa de Conversão (%)
Convite para seguir redes sociais		80	50		0.63
Consolidado		80	50		0.63

Gatilhos de passagem

Convite para seguir redes sociais
1. Seguir no Instagram

Fundo do Funil

Chegaram da etapa anterior: 50 pessoas

Ação de Venda	Orçamento Investido (R\$)	Pessoas Alcançadas com a Ação	Pessoas Chamadas para a Ação	Custo de Aquisição de Cliente (R\$)	Taxa de Conversão (%)
Campanha de promoções do mês	150,00	50	20	7.50	0.40
Consolidado	150,00	50	20	7.50	0.40

Gatilhos de passagem

Campanha de promoções do mês
1. comprar

Análise

Efetivaram/realizaram a compra:

20 pessoas

Custo Total de Aquisicao de Pessoas:

R\$ 42,50

Taxa Total de Conversão:

0.40 %

Percentual de Pessoas que fizeram a Conversão

De 150 pessoas que estão no Topo do Funil, 80 (53.3%) pessoas passam para o Meio do Funil



De 80 pessoas que estão no Meio do Funil, 50 (62.5%) pessoas passam para o Fundo do Funil



De 50 pessoas que estão no Fundo do Funil, 20 (40.0%) pessoas efetivam a compra



Percentual de Pessoas que passaram pelas Etapas do Funil

150 pessoas interagem com seu negócio



De 150 pessoas que estão conhecendo seu produto ou serviço, 80 pessoas (53.3%) buscam mais informações sobre sua solução



De 80 interessadas no seu produto ou serviço, 50 pessoas (33.3%) estão dispostas a comprar de você



De 50 pessoas que são potenciais clientes, 20 pessoas (13.3%) realizaram a compra



■ Chegaram ao Funil ■ Topo do Funil ■ Meio do Funil ■ Fundo do funil

Investimento fixo

Descrição	Quant.	Valor unitário (R\$)	Valor total (R\$)	%
Aparelho de ar condicionado	2	1.432,15	2.864,30	8.02
Araras de exposição	6	1.100,00	6.600,00	18.49
Armários para escritório	1	233,91	233,91	0.66
Balcão de atendimento	1	1.557,90	1.557,90	4.36
Balcão de caixa	1	699,99	699,99	1.96
Cabides resistentes	600	1,24	744,00	2.08
Cadeiras	4	260,91	1.043,64	2.92
Estantes com prateleiras	6	403,00	2.418,00	6.77
Expositores	3	1.747,00	5.241,00	14.68
Impressora de cupom fiscal	1	691,45	691,45	1.94
Impressora multifuncional	1	882,55	882,55	2.47
Manequins	3	179,90	539,70	1.51
Máquina de cartão	2	297,60	595,20	1.67
Mesa	1	414,68	414,68	1.16
Micro computador	1	2.323,17	2.323,17	6.51
Poltronas para recepção	4	200,00	800,00	2.24
Prateleiras	6	850,00	5.100,00	14.29
Provador com espelho	2	319,90	639,80	1.79
Servidor de arquivos	1	1.497,00	1.497,00	4.19
Smartphone	1	809,10	809,10	2.27
Total			35.695,39	100.00

Investimento pré-operacional

Descrição	Valor total (R\$)	%
Criação e registro da marca	348,00	0.86
Gastos de legalização	1.800,00	4.45
Marketing para inauguração	5.000,00	12.35
Reformas e obras	30.000,00	74.08
Softwares de gestão	649,50	1.60
Taxas e licenças	1.200,00	2.96
Uniformes e crachás	1.500,00	3.70
Total	40.497,50	100.00

Estoque Inicial

Descrição	Quant.	Valor unitário (R\$)	Valor total (R\$)	%
Blusas femininas modelo 1	45	85,00	3.825,00	7.60
Blusas femininas modelo 2	30	180,00	5.400,00	10.72
Blusas femininas modelo 3	23	140,00	3.220,00	6.39
Bolsas modelo 1	23	140,00	3.220,00	6.39
Bolsas modelo 2	15	160,00	2.400,00	4.77
Calças femininas	38	140,00	5.320,00	10.57
Carteiras	15	30,00	450,00	0.89
Casacos	8	180,00	1.440,00	2.86
Colares	30	65,00	1.950,00	3.87
Conjuntos	30	175,00	5.250,00	10.43
Macacões femininos	23	180,00	4.140,00	8.22
Porta batom	8	30,00	240,00	0.48
Pulseiras	30	40,00	1.200,00	2.38
Vestidos femininos modelo 1	38	98,00	3.724,00	7.40
Vestidos femininos modelo 2	30	140,00	4.200,00	8.34
Vestidos femininos modelo 3	23	190,00	4.370,00	8.68
Total			50.349,00	100.00

Capital de Giro

Prazos Médios de Recebimento

Prazo	Média ponderada (dias)	%
À vista	0	5.00
30 dias	12	40.00
60 dias	24	40.00
90 dias	13.5	15.00
Total	49.5	100.00

Prazos Médios de Pagamento

Prazo	Média ponderada (dias)	%
À vista	0	25.00
30 dias	6	20.00
60 dias	12	20.00
90 dias	18	20.00
120 dias	18	15.00
Total	54	100.00

Resultados

Ciclo Financeiro	18.5 dias
Prazo Médio de Estoque	23 dias
Prazo Médio de Recebimento	49.5 dias
Prazo Médio de Pagamento	54 dias
Giro de Caixa Anual	19.46 dias

Necessidade de Capital de Giro	R\$ 63.421,76
Desembolso Anual	R\$ 747.666,71
Reserva Financeira	R\$ 25.000,00

Investimento Total

Aplicação de Recursos

Fontes de Recursos

Descrição	Valor (R\$)	%
Maria Clara	100.000,00	100.00 %
Total	100.000,00	100.00

Total dos investimentos

Descrição	Valor (R\$)	%
Investimentos fixos	35.695,39	18.79
Investimentos pré-operacionais	40.497,50	21.32
Estoque inicial	50.349,00	26.50
Capital de giro	63.421,761	33.39
Total	189.963,651	100.00

Total das fontes de recursos

Descrição	Valor (R\$)	%
Fontes de recurso próprio	100.000,00	52.64
Fontes de recurso de terceiros	89.963,651	47.36
Total	189.963,651	100.00

Gráficos

Aplicação de Recursos



Fontes de Recursos



Produtos e Serviços

Descrição	Categoria	Preço de Venda (R\$)
Blusas femininas modelo 1	Revenda	179,90
Blusas femininas modelo 2	Revenda	399,90
Blusas femininas modelo 3	Revenda	339,90
Bolsas modelo 1	Revenda	298,90
Bolsas modelo 2	Revenda	359,90
Calças femininas	Revenda	299,90
Carteiras	Revenda	89,90
Casacos	Revenda	399,90
Colares	Revenda	189,90
Conjuntos	Revenda	369,90
Macacões	Revenda	399,90
Porta batom	Revenda	89,90
Vestidos femininos modelo 1	Revenda	199,90
Vestidos femininos modelo 2	Revenda	298,90
Vestidos femininos modelo 3	Revenda	399,90

Receita

Descrição	Categoria	Quant.	Preço de venda (R\$)	Valor total	%
Blusas femininas modelo 1	Produto de revenda	30	179,90	5.397,00	7.54
Blusas femininas modelo 2	Produto de revenda	20	399,90	7.998,00	11.17
Blusas femininas modelo 3	Produto de revenda	15	339,90	5.098,50	7.12
Bolsas modelo 1	Produto de revenda	15	298,90	4.483,50	6.26
Bolsas modelo 2	Produto de revenda	10	359,90	3.599,00	5.03
Calças femininas	Produto de revenda	25	299,90	7.497,50	10.47
Carteiras	Produto de revenda	10	89,90	899,00	1.26
Casacos	Produto de revenda	5	399,90	1.999,50	2.79
Colares	Produto de revenda	20	189,90	3.798,00	5.30
Conjuntos	Produto de revenda	20	369,90	7.398,00	10.33
Macacões	Produto de revenda	15	399,90	5.998,50	8.38
Porta batom	Produto de revenda	5	89,90	449,50	0.63
Vestidos femininos modelo 1	Produto de revenda	25	199,90	4.997,50	6.98
Vestidos femininos modelo 2	Produto de revenda	20	298,90	5.978,00	8.35
Vestidos femininos modelo 3	Produto de revenda	15	399,90	5.998,50	8.38
Total			-	71.590,00	100.00

Projeção da Receita

Tipo de projeção: Inserir taxa de crescimento

Totais mensais

Taxa ao mês (%) para os 12 meses iniciais: 2%

Descrição	Valor (R\$)
Mês 1	71.590,00
Mês 2	73.021,80
Mês 3	74.482,236
Mês 4	75.971,881
Mês 5	77.491,318

Descrição	Valor (R\$)
Mês 6	79.041,145
Mês 7	80.621,968
Mês 8	82.234,407
Mês 9	83.879,095
Mês 10	85.556,677
Mês 11	87.267,811
Mês 12	89.013,167

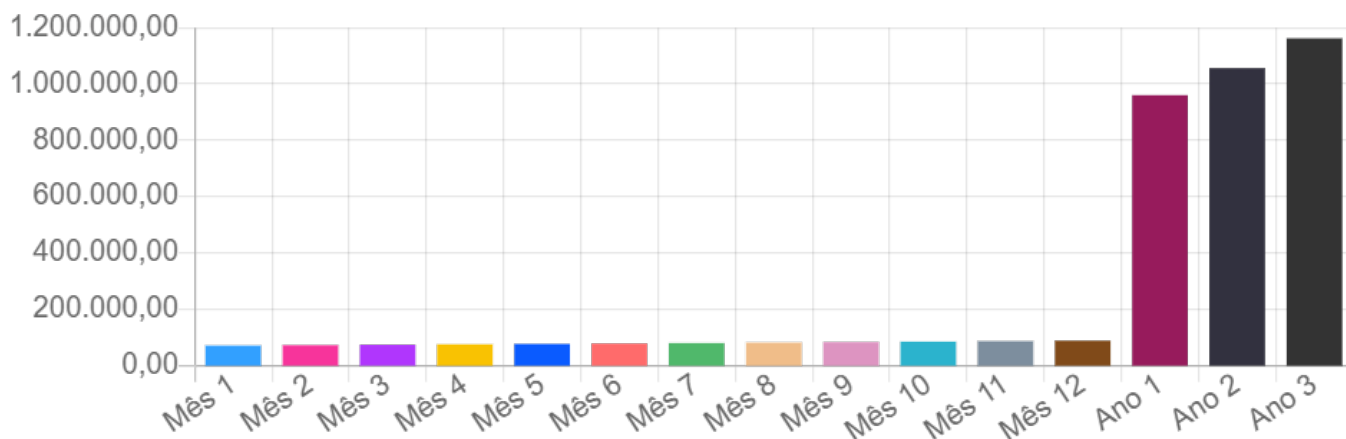
Totais anuais

Taxa ao ano (%) a partir do 2º ano: 10%

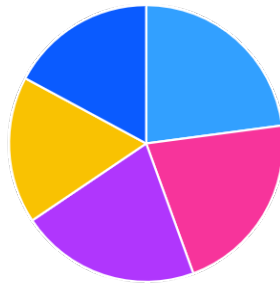
Descrição	Valor (R\$)
Primeiro Ano	960.171,504
Segundo Ano	1.056.188,654
Terceiro Ano	1.161.807,519

Gráficos

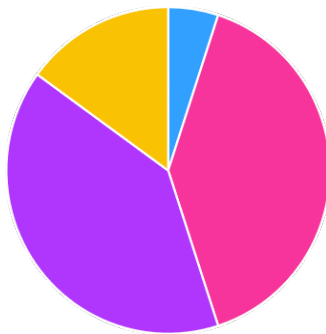
Evolução da receita



Top 5 Geração de receita: Produtos e Serviços



Receita de acordo com parcelamento



Custos dos Produtos e Serviços

Produtos de Revenda

Descrição	Valor de aquisição (R\$)	Preço de venda (R\$)
Blusas femininas modelo 1	75,00	179,90
Blusas femininas modelo 2	145,00	399,90
Blusas femininas modelo 3	120,00	339,90
Bolsas modelo 1	110,00	298,90
Bolsas modelo 2	120,00	359,90
Calças femininas	120,00	299,90
Carteiras	25,00	89,90
Casacos	150,00	399,90
Colares	55,00	189,90
Conjuntos	155,00	369,90
Macacões	135,00	399,90
Porta batom	23,00	89,90
Vestidos femininos modelo 1	70,00	199,90
Vestidos femininos modelo 2	110,00	298,90
Vestidos femininos modelo 3	140,00	399,90

Custo dos Produtos, Mercadorias e Serviços Vendidos

Descrição	Custo un. (R\$)	Quant.	Custo total (R\$)	%
Blusas femininas modelo 1	75,00	30	2.250,00	8.59
Blusas femininas modelo 2	145,00	20	2.900,00	11.07
Blusas femininas modelo 3	120,00	15	1.800,00	6.87
Bolsas modelo 1	110,00	15	1.650,00	6.30
Bolsas modelo 2	120,00	10	1.200,00	4.58
Calças femininas	120,00	25	3.000,00	11.45
Carteiras	25,00	10	250,00	0.95
Casacos	150,00	5	750,00	2.86
Colares	55,00	20	1.100,00	4.20
Conjuntos	155,00	20	3.100,00	11.84
Macacões	135,00	15	2.025,00	7.73
Porta batom	23,00	5	115,00	0.44
Vestidos femininos modelo 1	70,00	25	1.750,00	6.68
Vestidos femininos modelo 2	110,00	20	2.200,00	8.40
Vestidos femininos modelo 3	140,00	15	2.100,00	8.02
Total			26.190,00	100.00

Projeção do Custo de Mercadoria Vendida

Tipo de projeção: Inserir taxa de crescimento

Totais mensais

Taxa ao mês (%) para os 12 meses iniciais: 0%

Descrição	Valor (R\$)
Mês 1	26.190,00
Mês 2	26.190,00
Mês 3	26.190,00
Mês 4	26.190,00
Mês 5	26.190,00
Mês 6	26.190,00
Mês 7	26.190,00
Mês 8	26.190,00

Descrição	Valor (R\$)
Mês 9	26.190,00
Mês 10	26.190,00
Mês 11	26.190,00
Mês 12	26.190,00

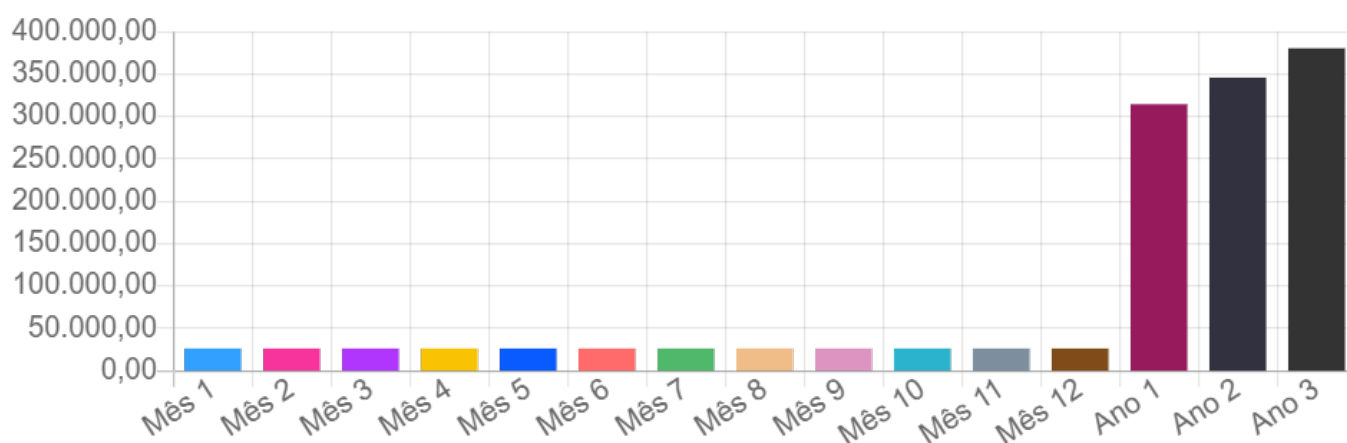
Totais anuais

Taxa ao ano (%) a partir do 2º ano: 10%

Descrição	Valor (R\$)
Primeiro Ano	314.280,00
Segundo Ano	345.708,00
Terceiro Ano	380.278,80

Gráfico

Evolução do Resultado Operacional



Custos Variáveis

Descrição	Receita (R\$)	Percentual (%)	Total (R\$)
Comissões	71.590,00	5.46	3.908,814
Previsão de inadimplência	71.590,00	1.00	715,90
Propaganda	71.590,00	2.00	1.431,80
Taxas de cartões	71.590,00	2.00	1.431,80
Total			7.488,314

Impostos

Descrição	Receita (R\$)	Percentual (%)	Total (R\$)
Simples	71.590,00	9.55	6.836,845
Total			6.836,845

Projeção dos Custos Variáveis

Tipo de projeção: Inserir taxa de crescimento

Totais mensais

Taxa ao mês (%) para os 12 meses iniciais: 0%

Descrição	Valor (R\$)
Mês 1	14.325,159
Mês 2	14.325,159
Mês 3	14.325,159
Mês 4	14.325,159
Mês 5	14.325,159
Mês 6	14.325,159
Mês 7	14.325,159
Mês 8	14.325,159
Mês 9	14.325,159
Mês 10	14.325,159
Mês 11	14.325,159
Mês 12	14.325,159

Totais anuais

Taxa ao ano (%) a partir do 2º ano: 10%

Descrição	Valor (R\$)
Primeiro Ano	171.901,908
Segundo Ano	189.092,099
Terceiro Ano	208.001,309

Depreciação

Descrição	Vida útil	Val. residual (R\$)	Val. total (R\$)	Depreciação anual (R\$)	Depreciação mensal (R\$)
Aparelho de ar condicionado	10 anos	2.300,00	2.864,30	56,43	4,703
Araras de exposição	10 anos	5.800,00	6.600,00	80,00	6,667
Armários para escritório	10 anos	150,00	233,91	8,391	0,699
Balcão de atendimento	10 anos	1.000,00	1.557,90	55,79	4,649
Balcão de caixa	10 anos	200,00	699,99	49,999	4,167
Cabides resistentes	5 anos	50,00	744,00	138,80	11,567
Cadeiras	10 anos	600,00	1.043,64	44,364	3,697
Estantes com prateleiras	10 anos	350,00	2.418,00	206,80	17,233
Expositores	10 anos	4.000,00	5.241,00	124,10	10,342
Impressora de cupom fiscal	5 anos	150,00	691,45	108,29	9,024
Impressora multifuncional	5 anos	200,00	882,55	136,51	11,376
Manequins	10 anos	50,00	539,70	48,97	4,081
Máquina de cartão	5 anos		595,20	119,04	9,92
Mesa	10 anos	160,00	414,68	25,468	2,122
Micro computador	5 anos	1.500,00	2.323,17	164,634	13,72
Poltronas para recepção	10 anos	400,00	800,00	40,00	3,333
Prateleiras	10 anos	3.500,00	5.100,00	160,00	13,333
Provador com espelho	10 anos	60,00	639,80	57,98	4,832
Servidor de arquivos	5 anos	350,00	1.497,00	229,40	19,117
Smartphone	5 anos	400,00	809,10	81,82	6,818
Total				1.936,79	161,399

Custos com Pessoal

Cargo	Nº Emprega-dos	Salário Mensal (R\$)	Custo com Salários (R\$)	Encargo Social (%)	Custo com Encargos (R\$)	Benefícios (R\$)	Custo Total (R\$)
Administrativo financeiro	1	2.000,00	2.000,00	40.00	800,00	260,00	3.060,00
Vendedora	3	1.200,00	3.600,00	40.00	1.440,00	260,00	5.820,00
Total							8.880,00

Custos Fixos

Descrição	Valor total	Porcentagem
Água	125,00	0.57
Aluguéis, condomínio e IPTU	4.540,00	20.84
Cursos e treinamentos	100,00	0.46
Depreciação	161,40	0.74
Despesas de viagem	800,00	3.67
embalagem	10,00	0.05
embalagem	10,00	0.05
Encargos sociais sobre pró-labore	324,00	1.49
Encargos sociais sobre salários	2.240,00	10.28
Honorários contábeis	1.100,00	5.05
Luz	250,00	1.15
Manutenção	50,00	0.23
Materiais de limpeza	150,00	0.69
Material de escritório	50,00	0.23
Pró-labore	4.000,00	18.36
Salários e Benefícios	6.640,00	30.47
Seguros	130,00	0.60
Serviços de terceiros	800,00	3.67
Tarifas bancárias	150,00	0.69
Telefone e internet	160,00	0.73
Total	21.790,40	100.00

Projeção dos Custos Fixos

Tipo de projeção: Inserir taxa de crescimento

Totais mensais

Taxa ao mês (%) para os 12 meses iniciais: 0%

Descrição	Valor (R\$)
Mês 1	21.790,40
Mês 2	21.790,40
Mês 3	21.790,40

Descrição	Valor (R\$)
Mês 4	21.790,40
Mês 5	21.790,40
Mês 6	21.790,40
Mês 7	21.790,40
Mês 8	21.790,40
Mês 9	21.790,40
Mês 10	21.790,40
Mês 11	21.790,40
Mês 12	21.790,40

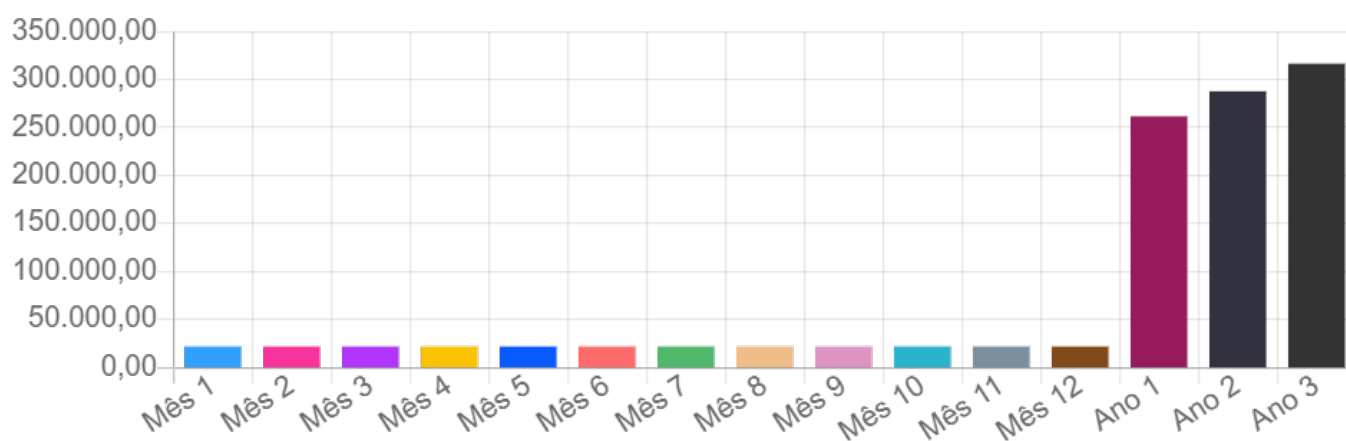
Totais anuais

Taxa ao ano (%) a partir do 2º ano: 10%

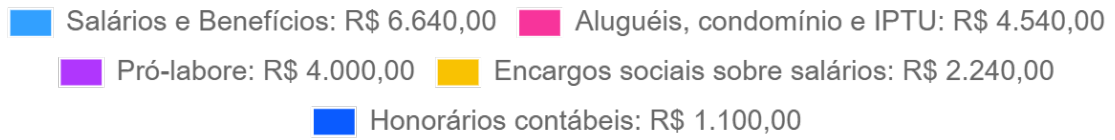
Descrição	Valor (R\$)
Primeiro Ano	261.484,80
Segundo Ano	287.633,28
Terceiro Ano	316.396,608

Gráficos

Evolução dos Custos Fixos



Top 5 Custos Fixos



DRE

1. Receita Total

Descrição	Valor (R\$)	%
Vendas à Vista	3.579,50	5.00
Vendas à Prazo	68.010,50	95.00
Total	71.590,00	100.00

2. Custos Variáveis Totais

Descrição	Valor (R\$)	%
CPV - Custos dos Produtos de Vendidos	0,00	0.00
CMV - Custos das Mercadorias Vendidas	26.190,00	36.58
CSV - Custos dos Serviços Vendidos	0,00	0.00
Impostos Federais	6.836,85	9.55
Comissões	3.908,814	5.46
Taxas de cartões	1.431,80	2.00
Propaganda	1.431,80	2.00
Previsão de inadimplência	715,90	1.00
Total	40.515,164	56.59

3. Margem de Contribuição

	Valor (R\$)	%
Total	31.074,836	43.41

4. Custos Fixos Totais

Descrição	Valor (R\$)	%
Pró-labore	4.000,00	5.59
Encargos sociais sobre pró-labore	324,00	0.45
Salários e Benefícios	6.640,00	9.28
Encargos sociais sobre salários	2.240,00	3.13
Aluguéis, condomínio e IPTU	4.540,00	6.34

Descrição	Valor (R\$)	%
Água	125,00	0.17
Luz	250,00	0.35
Telefone e internet	160,00	0.22
Seguros	130,00	0.18
Manutenção	50,00	0.07
Depreciação	161,40	0.23
Honorários contábeis	1.100,00	1.54
Serviços de terceiros	800,00	1.12
Tarifas bancárias	150,00	0.21
Material de escritório	50,00	0.07
Materiais de limpeza	150,00	0.21
Cursos e treinamentos	100,00	0.14
Despesas de viagem	800,00	1.12
embalagem	10,00	0.01
embalagem	10,00	0.01
Total	21.790,40	30.44

5. Resultado Operacional

	Valor (R\$)	%
Total	9.284,436	12.97

Projeção da DRE

Tipo de projeção: Projetar valores constantes

Totais mensais

Descrição	Valor (R\$)
Mês 1	9.284,436
Mês 2	10.716,241
Mês 3	12.176,677
Mês 4	13.666,322
Mês 5	15.185,759
Mês 6	16.735,586
Mês 7	18.316,409

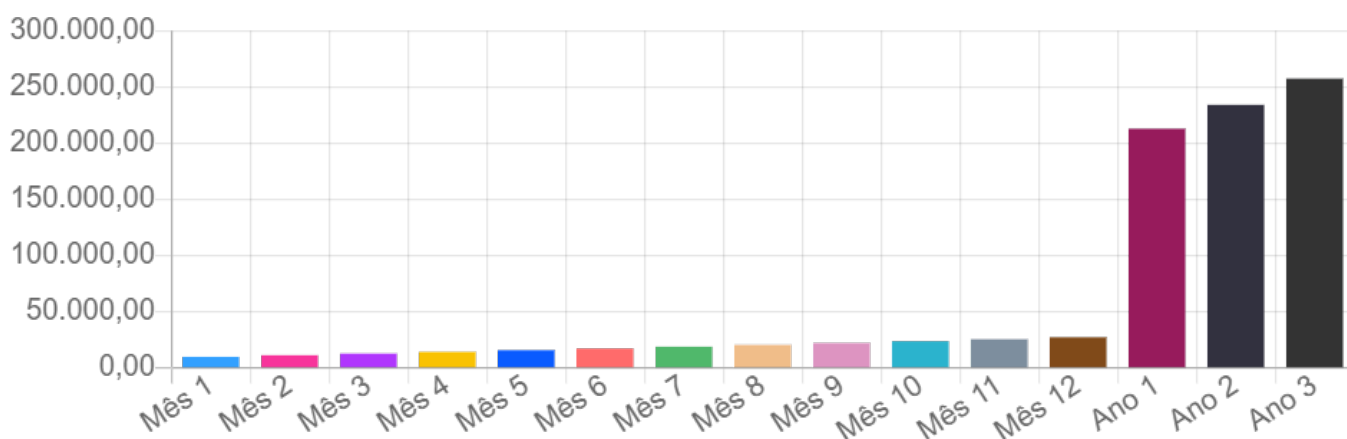
Descrição	Valor (R\$)
Mês 8	19.928,848
Mês 9	21.573,536
Mês 10	23.251,118
Mês 11	24.962,252
Mês 12	26.707,608

Totais anuais

Descrição	Valor (R\$)
Primeiro Ano	212.504,796
Segundo Ano	233.755,275
Terceiro Ano	257.130,803

Gráficos

Evolução do Resultado Operacional



Indicadores Financeiros

Resumo Financeiro

Descrição	
Receita Anual	R\$ 960.171,50
Custos Variáveis	-R\$ 486.181,91
Margem de Contribuição	R\$ 473.989,59
Custos Fixos	-R\$ 261.484,80
Resultado	R\$ 212.505,00
Lucratividade Anual	22.13 %

Outros Indicadores

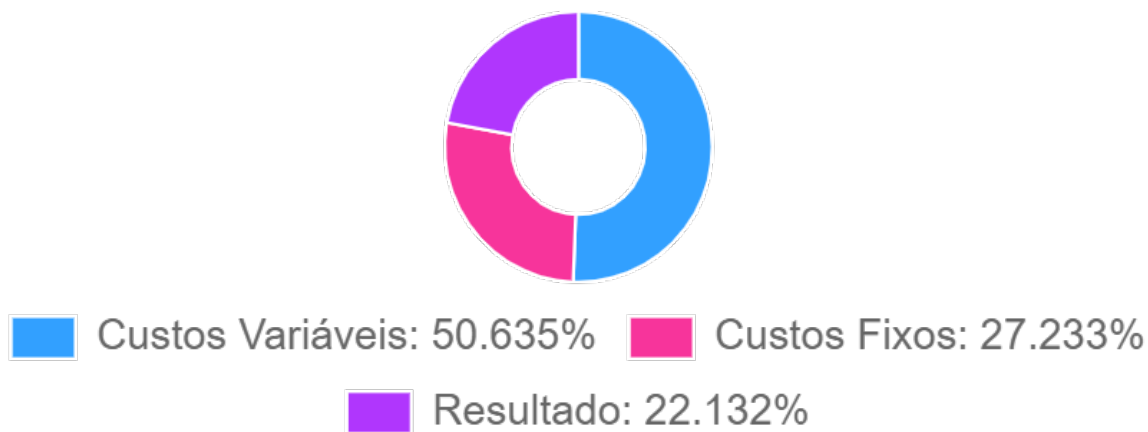
Descrição	
Payback Simples	12 meses
Rentabilidade Anual	111.87 %

Pontos de Equilíbrio

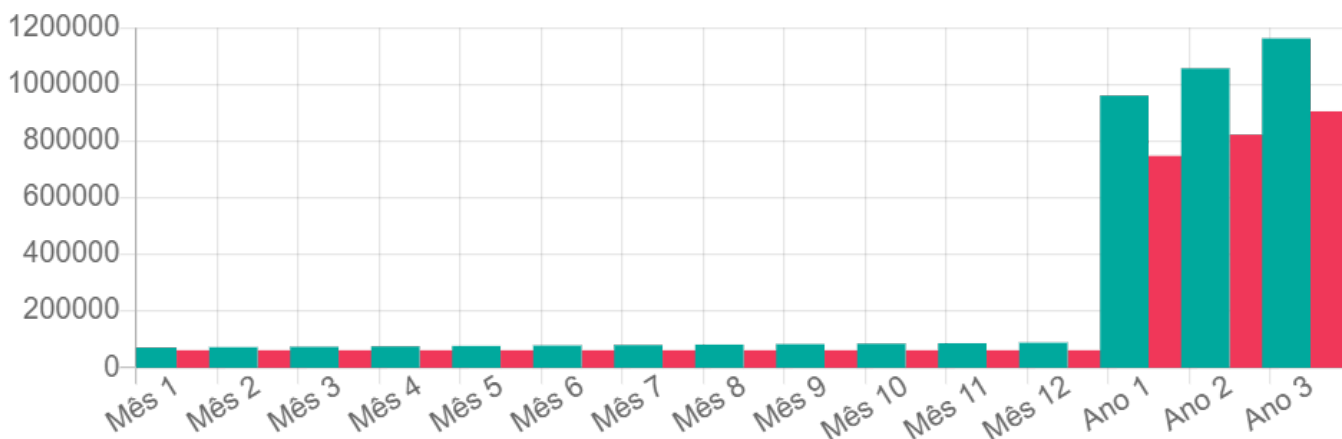
Lucro Desejado: R\$ 150.000,00

Descrição	
PE Contabil	R\$ 529.643,10
PE Financeiro	R\$ 525.720,09
PE Econômico	R\$ 833.471,34

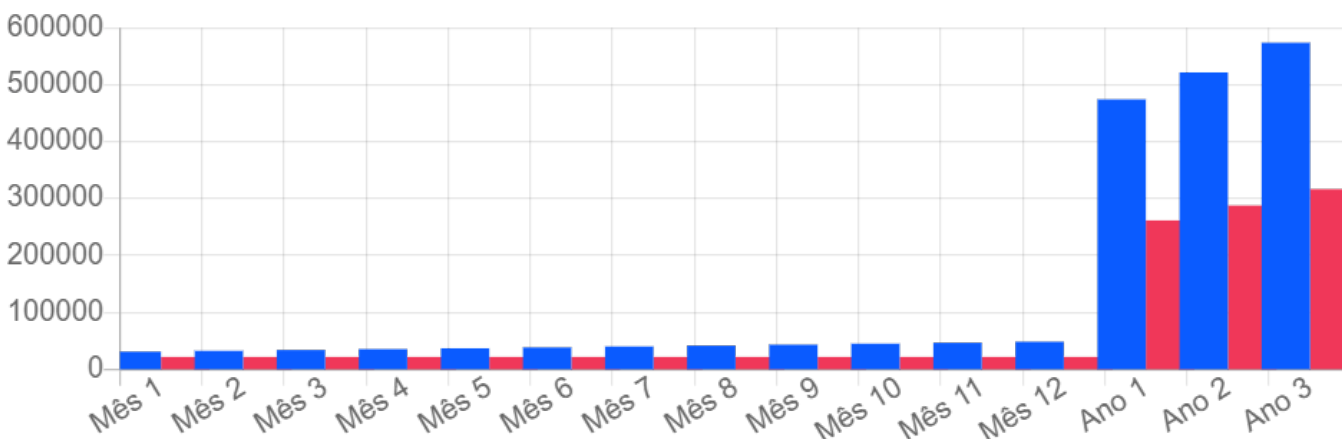
Indicador de Lucratividade



Receitas x Custos



Margem de Contribuição x Custos Fixos



Simulador de Resultados

Percentuais Aplicados

Cenário Otimista

Receita maior em: 8%

Custo menor em: 1%

Investimento menor em: 1%

Cenário Pessimista

Receita menor em: 5%

Custo maior em: 2%

Investimento maior em: 1%

Resumo

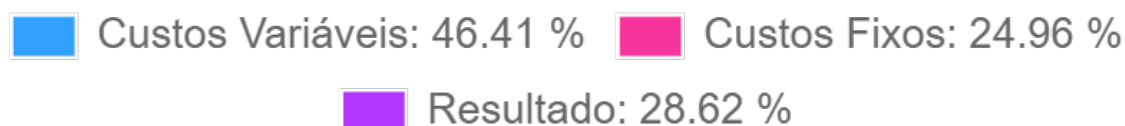
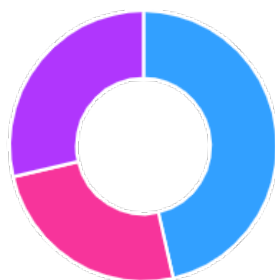
Descrição	Cenário Provável	Cenário Otimista	Cenário Pessimista
Receita Anual	R\$ 960.171,50	R\$ 1.036.985,22	R\$ 912.162,92
Custos Variáveis	-R\$ 486.181,91	-R\$ 481.320,09	-R\$ 495.905,55
Margem de Contribuição	R\$ 473.989,59	R\$ 555.665,13	R\$ 416.257,38
Custos Fixos	-R\$ 261.484,80	-R\$ 258.869,95	-R\$ 266.714,50
Resultado	R\$ 212.505,00	R\$ 296.795,18	R\$ 149.542,88

Indicadores Financeiros

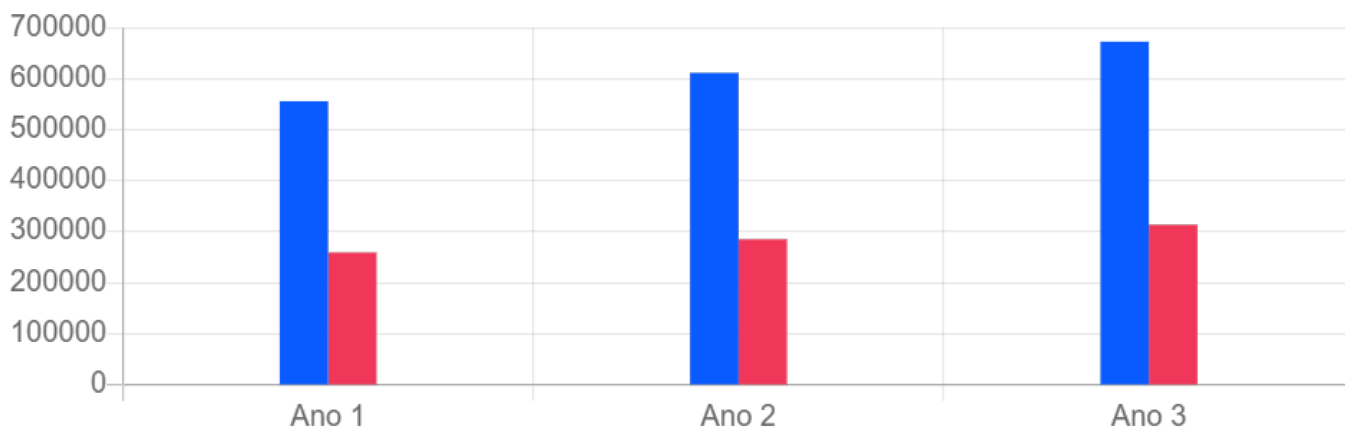
Descrição	Cenário Provável	Cenário Otimista	Cenário Pessimista
Lucratividade Anual	22.13 %	28.62 %	16.39 %
Payback Simples	12 meses	9 meses	15 meses
Rentabilidade Anual	111.87 %	157.82 %	77.94 %
PE Contábil	R\$ 529.643,10	R\$ 483.101,52	R\$ 584.464,43
PE Financeiro	R\$ 525.720,09	R\$ 479.487,10	R\$ 580.220,24
PE Econômico	R\$ 833.471,34	R\$ 763.030,61	R\$ 913.166,71

Gráficos Cenário Otimista

Avaliação das Pontuações



Margem de Contribuição x Custos Fixos

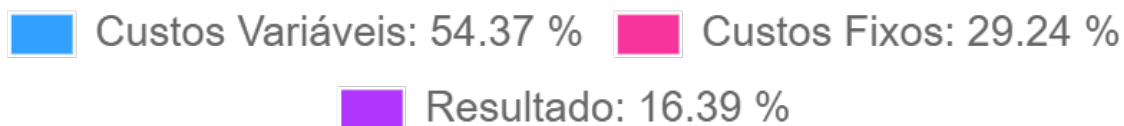
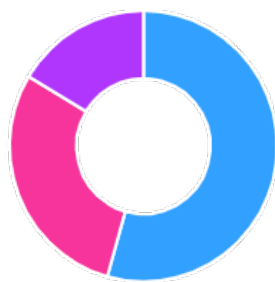


Receitas x Custos

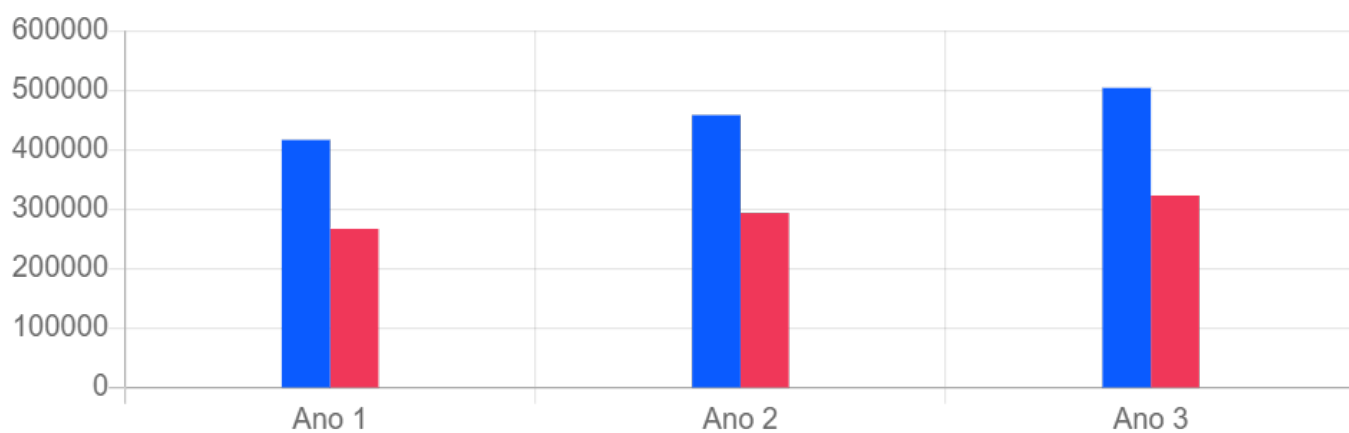


Gráficos Cenário Pessimista

Avaliação das Pontuações



Margem de Contribuição x Custos Fixos



Receitas x Custos

