

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA

ETEC PROFESSOR ANDRÉ BOGASIAN

ENSINO TÉCNICO INTEGRADO AO MÉDIO EM ADMINISTRAÇÃO

EDUARDA CRISTOVÃO PEREIRA DA SILVA

GABRIEL PINA DIAS RAIMUNDO

GABRIELLY TERESA DOS SANTOS

KEVIN URAYAMA MENDE

LARISSA ALVES DE ALMEIDA

NATAN KAMEGAWA DA SILVA

REBECA FERNANDES CARDOSO

DRIPPIN

OSASCO

2023

EDUARDA CRISTOVÃO PEREIRA DA SILVA

GABRIEL PINA DIAS RAIMUNDO

GABRIELLY TERESA DOS SANTOS

KEVIN URAYAMA MENDE

LARISSA ALVES DE ALMEIDA

NATAN KAMEGAWA DA SILVA

REBECA FERNANDES CARDOSO

DRIPPIN

Desenvolvimento do Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao ensino técnico integrado ao médio em administração da Etec Professor André Bogasian, orientado pelo Prof. Kleber Tadeu Vieira da Rocha e a Prof^a. Lucimar Silva Lima Orsi, como requisito parcial para obtenção de título.

OSASCO

2023

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA
ETEC PROFESSOR ANDRÉ BOGASIAN – OSASCO**

**TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE DIVULGAÇÃO DO TRABALHO DE
CONCLUSÃO DE CURSO - TCC.**

Nós, alunos abaixo assinados, regularmente matriculados no Curso Técnico de Administração, na qualidade de titulares dos direitos morais e patrimoniais de autores da empresa **DRIPPIN**, trabalho de Conclusão de Curso apresentado na ETEC Professor André Bogasian, Município de Osasco autorizamos o Centro Paula Souza reproduzir integral ou parcialmente o trabalho e/ou disponibilizá-lo em ambientes virtuais, a partir desta data, por tempo indeterminado.

OSASCO, 12 de dezembro de 2023.

EDUARDA CRISTOVÃO PEREIRA DA SILVA
GABRIEL PINA DIAS RAIMUNDO
GABRIELLY TERESA DOS SANTOS
KEVIN URAYAMA MENDE
LARISSA ALVES DE ALMEIDA
NATAN KAMEGAWA DA SILVA
REBECA FERNANDES CARDOSO

Cientes:

Coordenador do Curso

Professor Orientador

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA
ETEC PROFESSOR ANDRÉ BOGASIAN – OSASCO**

TERMO DE AUTENTICIDADE

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO – TCC

Nós, alunos abaixo assinados, regularmente matriculados no Curso Técnico de de Administração integrado ao Ensino médio na ETEC Prof. André Bogasian, município de Osasco declaramos ter pleno conhecimento do Regulamento para realização do Trabalho de Conclusão de Curso do Centro Paula Souza. Declaramos, ainda, que o trabalho apresentado é resultado do nosso próprio esforço e que não há cópias de obras impressas ou eletrônicas, é autêntico e original.

OSASCO, 12 de dezembro de 2023.

EDUARDA CRISTOVÃO PEREIRA DA SILVA

GABRIEL PINA DIAS RAIMUNDO

GABRIELLY TERESA DOS SANTOS

KEVIN URAYAMA MENDE

LARISSA ALVES DE ALMEIDA

NATAN KAMEGAWA DA SILVA

REBECA FERNANDES CARDOSO

OSASCO

2023

Trabalho de conclusão de curso aprovado, apresentado à Etec Prof. André Bogasian, como requisito parcial para a obtenção do título de técnico em administração integrado ao médio, com nota final igual a _____, conferida pela Banca Examinadora formada pelos professores:

Lucimar da Silva Lima Orsi
Kleber Tadeu Vieira da Rocha
Professores Responsáveis pela Disciplina
Desenvolvimento de Trabalho de Conclusão de Curso

Professor Davi Kiyoshi Inoue

Professora Juliana Franco Alves Garbim

Professora Marilena Pereira de Araujo Marcelino

OSASCO
2023

À nossa família e amigos pelo incentivo
em toda nossa trajetória acadêmica.

“Temos de fazer o melhor que podemos. Esta é a nossa sagrada responsabilidade humana.”

ALBERT EINSTEIN

RESUMO

A Drippin é um brechó e marca de roupas urbanas que utiliza peças de roupas usadas para criar peças de moda com estilo, qualidade e sustentabilidade. A Drippin oferece uma alternativa ao consumo excessivo e descartável de roupas, que gera toneladas de resíduos e poluição a cada ano. A Drippin propõe uma moda mais consciente, que valoriza a reutilização, a customização e a personalização das roupas (upcycling).

Palavras-Chave: Roupas, Qualidade, Customização, Drippin, Upcycling.

ABSTRACT

Drippin is a thrift store and urban clothing brand that uses used, clothing to create fashion pieces with style, quality and sustainability. Drippin offers an alternative to excessive, disposable clothing consumption, which generates tons of waste and pollution each year. Drippin proposes a more conscious fashion, which values reuse, customisation and personalisation of clothes (upcycling).

Keywords: Clothes, Quality, Customization, Drippin, Upcycling.

SUMÁRIO

1	PROBLEMATIZAÇÃO	12
2	JUSTIFICATIVA.....	13
3	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS.....	14
3.1	OBJETIVO GERAIS	14
3.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	14
4	INTRODUÇÃO.....	15
5	DESCRIÇÃO DA EMPRESA.....	16
5.1	DADOS DA EMPRESA	16
5.1.1	Missão	17
5.1.2	Visão	17
5.1.3	Valores	17
6	ESTRUTURA ORGANIZACIONAL.....	18
6.1	ESTRUTURA LEGAL DO NEGÓCIO	18
6.2	DESCRIÇÃO DO ORGANOGRAMA.....	20
7	PLANO DE MARKETING	21
7.1	ANÁLISE DE AMBIENTE	21
7.1.1	Fatores econômicos	21
7.1.2	Fatores socioculturais.....	21
7.1.3	Fatores Tecnológicos	22
7.1.4	Fatores Políticos/Legais	22
7.1.5	Fatores Internos	23
7.1.6	Concorrência	23
7.1.7	Análise F.O.F.A	23
7.2	PÚBLICO-ALVO	24
7.3	POSICIONAMENTO NO MERCADO	24

7.4	MARCA.....	25
7.5	OBJETIVOS E METAS.....	25
7.5.1	Objetivos	25
7.5.2	Metas.....	26
7.6	ESTRATÉGIAS DE MERCADO	26
7.6.1	Produto.....	26
7.6.2	Preço.....	26
7.6.3	Praça.....	26
7.6.4	Promoção.....	27
7.6.5	Pessoas.....	27
7.7	PESQUISA DE MERCADO	27
7.8	AVALIAÇÃO E CONTROLE	28
7.8.1	Monitoramento de Vendas	28
7.8.2	Análise de Feedback do Cliente.....	28
7.8.3	Avaliação da Eficácia das Campanhas De Marketing	28
7.8.4	Análise de Sustentabilidade	28
7.8.5	Avaliação Financeira	29
7.8.6	Análise Competitiva.....	29
8	PLANO OPERACIONAL.....	30
8.1	PROCESSOS OPERACIONAIS.....	30
8.1.1	Descrição Operacionais de Produção	30
8.1.2	Processos Operacionais de Produção	30
8.2	LOCALIZAÇÃO.....	31
8.3	LAYOUT DO LOCAL	31
8.3.1	Térreo.....	31
8.3.2	Primeiro Andar	31

8.3.3	Segundo Andar	32
8.4	LEGENDA DO MAPA DE RISCO	32
8.5	MAPA DE RISCO	32
8.5.1	Térreo.....	32
8.5.2	Primeiro Andar	32
8.5.3	Segundo Andar	32
8.6	NECESSIDADE DE PESSOAL	33
8.6.1	FUNÇÃO E QUALIFICAÇÕES	33
8.7	SISTEMA DE GESTÃO	33
8.8	GESTÃO DE ESTOQUE E INVENTÁRIO	33
8.9	GESTÃO DE QUALIDADE	33
8.9.1	Senso de ordenação	34
8.9.2	Senso de limpeza.....	34
8.9.3	Senso de saúde	34
8.9.4	Senso de autodisciplina.....	34
8.10	GESTÃO DE SEGURANÇA.....	35
8.11	GESTÃO DE SAÚDE	35
8.12	GESTÃO DO IMPACTO AMBIENTAL.....	35
8.13	SISTEMA DE INFORMAÇÃO E AUTOMAÇÃO	35
8.14	CAPACIDADE PRODUTIVA/COMERCIAL/SERVIÇOS.....	36
8.14.1	Capacidade De Atendimento.....	36
8.14.2	Rotatividade De Pessoas	36
8.14.3	Capacidade De Produção	36
8.14.4	Capacidade de Entrega Interna e Externa	36
8.14.5	Previsão de Aumento da Capacidade.....	37
8.14.6	Procedimento de Entrega de Produtos e Serviços.....	37

8.15	FORNECEDORES E TERCEIROS	37
9	PLANO FINANCEIRO	38
9.1	CAPITAL INICIAL	38
9.2	ESTIMATIVA DE INVESTIMENTOS FIXOS.....	38
9.3	DEPRECIAÇÃO DOS EQUIPAMENTOS	38
9.4	ESTOQUE INICIAL.....	39
9.5	CONTAS A RECEBER – VENDAS	39
9.6	CONTAS A PAGAR – FORNECEDORES.....	39
9.7	CÁLCULOS DA NECESSIDADE LIQUIDA DE CAPITAL DE GIRO EM DIAS.....	39
9.8	CUSTO DE MÃO DE OBRA	39
9.9	CUSTOS FIXOS	40
9.10	INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS	40
9.11	ESTIMATIVA COM CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO	40
9.12	MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO.....	40
9.13	DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS	40
9.14	LUCRATIVIDADE.....	41
9.15	RENTABILIDADE	41
9.16	PRAZO DE RETORNO DOS INVESTIMENTOS	41
9.17	ESTIMATIVA DE FATURAMENTO MENSAL E ANUAL DA EMPRESA.....	41
10	METODOLOGIA	42
11	CONCLUSÃO	43
12	REFERÊNCIAS	44
13	APÊNDICES	46
13.1	- LOGO.....	46
13.2	- SITE	46

13.3	-ORGANOGRAMA DOS FUNCIONÁRIOS	47
13.4	DADOS GEOGRÁFICOS	47
13.5	- POSICIONAMENTO DE MERCADO	48
13.6	PESQUISA DE MERCADO – PERGUNTA 1	49
13.7	PESQUISA DE MERCADO – PEGUNTA 2.....	49
13.8	PESQUISA DE MERCADO – PEGUNTA 3.....	50
13.9	PESQUISA DE MERCADO – PEGUNTA 4.....	50
13.10	PESQUISA DE MERCADO – PEGUNTA 5.....	50
13.11	PESQUISA DE MERCADO – PEGUNTA 6.....	51
13.12	PESQUISA DE MERCADO – PEGUNTA 7.....	51
13.13	PESQUISA DE MERCADO – PEGUNTA 8.....	52
13.14	PESQUISA DE MERCADO – PEGUNTA 9.....	52
13.2	FLUXOGRAMA DO SITE -PÁGINA INICIAL	53
13.15	FLUXOGRAMA DO SITE - PRODUTOS.....	53
13.16	FLUXOGRAMA DO SITE - CADASTRO E LOGIN	54
13.17	FLUXOGRAMA DO SITE - RESUMO DO PEDIDO	54
13.18	FLUXOGRAMA DO SITE- ÁREA DE PAGAMENTO	55
13.19	FLUXOGRAMA DA LOJA	56
13.20	LAYOUT - TÉRREO	57
13.21	LAYOUT – PRIMEIRO ANDAR.....	57
13.22	LAYOUT – SEGUNDO ANDAR	58
13.23	MAPA DE RISCO - LEGENDA.....	59
13.24	MAPA DE RISCO – TÉRREO	59
13.25	MAPA DE RISCO – PRIMEIRO ANDAR.....	59
13.26	MAPA DE RISCO – SEGUNDO ANDAR	60
13.27	INVESTIMENTO TOTAL	60

13.28	MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS.....	61
13.29	MÓVEIS E UTENSÍLIOS.....	61
13.30	CUSTOS DE DEPRECIAÇÃO	62
13.31	ESTOQUE INICIAL	63
13.32	CONTAS A RECEBER- VENDAS.....	64
13.33	CONTAS A PAGAR- FORNECEDORES	64
13.34	NECESSIDADE LÍQUIDA DE CAPITAL DE GIRO	64
13.35	CUSTOS DE MÃO DE OBRA.....	65
13.36	CUSTOS FIXOS MENS AIS.....	65
13.37	INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS	65
13.38	IMPOSTOS	66
13.39	DEMONSTRATIVO DE RESULTADO	66
13.40	INDICADORES DE VIABILIDADE	67
13.41	ESTIMATIVA DE FATURAMENTO.....	67

1 PROBLEMATIZAÇÃO

De acordo com o site Notícias R7 em 01/12/2021: “O consumo excessivo e rápido de peças de roupa é cada vez mais prejudicial para o meio ambiente. O lixo têxtil é causado pela consequência da moda descartável, levam cerca de 200 anos para se desintegrar”.

O modelo *Fast-Fashion* (moda rápida) é o mais procurado pela indústria da moda, segue um ritmo rápido de produção, barateando o custo final das peças e diminuindo seu tempo útil de uso. Assim, são compradas peças com preço baixo que, conseqüentemente, são descartadas em um curto período.

Um grande volume de descarte traz alto preço. De acordo com um estudo da ONU de 2019: "A produção de roupas no mundo dobrou entre 2000 e 2014, o que mostra que se trata de uma indústria responsável por 20% do total de desperdício de água globalmente". O mesmo relatório também revela que a fabricação de roupas e calçados gera 8% dos gases do efeito estufa.

Segundo uma matéria do blog Emigê, de fevereiro de 2021, “Curiosamente, o surto da Covid-19 em todo o mundo não enfraqueceu os brechós. Pelo contrário, pesquisas recentes mostram que o período de isolamento social fez com que as vendas aumentassem”.

O interesse por este nicho também se dá em partes graças à uma mudança de comportamento do consumidor, em especial a geração Z. Com um perfil inquieto e questionador, os jovens têm buscado cada vez mais, preços mais acessíveis, além de qualidade, exclusividade e a preocupação com o meio ambiente

2 JUSTIFICATIVA

Tendo em base essas matérias, entende-se que é importante a conscientização sobre o meio ambiente e a adoção do conceito de *upcycling* (reutilização criativa) para ter um controle entre inovação e meio ambiente, sem perder a essência de sua personalidade. A reutilização de roupas e tecidos para recriar e ressignificar peças de roupa no geral torna-se importante.

Ele surgiu com o avanço dentro da sociedade, promovendo uma nova ajuda para aqueles materiais que são descartados, se utilizando das técnicas sustentáveis. Sendo assim, o *upcycling* consiste, basicamente, em dar um novo propósito a materiais que seriam descartados, por não servirem mais, funcionando como um ciclo de reciclagem dos materiais.

Dentro da empresa, o *upcycling*, seria a base dessas técnicas sustentáveis, customizando ou reconstruindo roupas nas quais estariam antigas, inutilizadas, assim se tornando algo novo.

Movimentos contrários no mercado da moda, o *Fast* e *Slow Fashion* tem propostas e atuações distintas. Enquanto o movimento *Fast* preza pela produção em massa e rapidez, o movimento *Slow* atua de forma mais lenta, com peças de vida útil mais longa. As diferenças desses dois movimentos estão presentes desde o processo de produção, até a forma como as coleções são concebidas.

Utilizando a inteligência artificial Stilingue foi possível observar o comportamento dos usuários diante ao consumo da indústria têxtil, em que as pessoas estão começando a explorar mais os variados modos de consumir moda, a fim de adotar o consumo consciente e optar pelo *Slow-Fashion*, refletindo sobre as questões ambientais, morais e bio-sustentáveis.

3 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

3.1 OBJETIVO GERAIS

Os objetivos gerais são estabelecer um negócio de venda de roupas customizadas e restauradas com ênfase na sustentabilidade, priorizando o processo de reutilização como prática central. Além disso, a empresa visa oferecer uma variedade de roupas vintage adquiridas em brechós, promovendo a moda sustentável e a preservação de peças antigas. A filosofia de produção adotada é o modelo *Slow-Fashion* (moda lenta), que coloca foco na qualidade, durabilidade e na redução do impacto ambiental na indústria da moda.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Um dos objetivos específicos da empresa é reduzir os custos de materiais no processo de produção de roupas, por meio da otimização de aquisições, gestão de estoque e melhoria da eficiência de produção. Além disso, a Drippin busca revitalizar peças vintage, melhorando seu estado e aparência através de restauração e reparos, contribuindo para a preservação de peças antigas e redução do desperdício.

Outro objetivo fundamental é incentivar as pessoas a expressarem sua personalidade através das peças de roupas que vestem, promovendo a moda como uma forma de autoexpressão e encorajando a individualidade. Por fim, a empresa busca motivar as pessoas a se desapegarem das peças de roupas que não utilizam mais, promovendo a sustentabilidade por meio de doações ou vendas contribuindo assim para um ciclo mais consciente na indústria da moda.

4 INTRODUÇÃO

A Drippin é um brechó, focado na reutilização de roupas usadas para customização, reconstrução e *upcycling* (reutilização). Um dos objetivos da empresa é satisfazer o cliente, dando a experiência de ter seu próprio design e inovar o seu estilo, com qualidade e originalidade.

A Drippin garimpa peças em brechós, lojas de departamentos, aquelas peças nas quais estariam em condições para restauração. Por ser uma empresa no qual tem um estilo de roupas mais despojadas, o público-alvo está voltado mais para o público jovem, que sempre estão por dentro das tendências.

Diante do impacto gerado pelo consumo e descarte excessivo de roupas, a Drippin tem consciência dos malefícios que a indústria têxtil traz para o meio ambiente. E por esse motivo ela busca a melhora com os seus recursos e inovações.

5 DESCRIÇÃO DA EMPRESA

5.1 DADOS DA EMPRESA

Razão Social: DRIPPIN Sustentabilidade e Customização de Roupas LTDA.

Nome Fantasia: DRIPPIN

Data de Abertura: 01/09/2024

Logo: (vide APÊNDICE 13.1, página 46)

Drip vem a gíria em inglês que significa estilo.

Slogan: “Moda, arte e consciência”

São os três pilares da empresa.

CNPJ: 15.504.202/0001-11

Endereço: Rua Javaés, 132 - Bom Retiro, São Paulo – SP - 01130-010

Setor de Atividade: Produção e comércio.

Site: www.drippin.com.br

(vide APÊNDICE 13.2, página 46)

Como outra fonte de se conectar e receber informações dos clientes e colaboradores, a empresa também utilizará do site como uma plataforma comercial, na qual apresentará:

E-mail: drippin3etim@gmail.com

Instagram: [Drippin_oficial](https://www.instagram.com/Drippin_oficial)

WhatsApp: (11)94569-2346

5.1.1 Missão

Transformar peças de roupas usadas em novas peças de moda sustentável, contribuindo para a preservação do meio ambiente, a geração de renda e a expressão da identidade dos clientes.

5.1.2 Visão

Inspirar as pessoas a utilizarem produtos com qualidade e conforto, trazendo personalidade e estilo para cada indivíduo. Desenvolver o valor dos produtos *upcycling* e a importância da sustentabilidade. Buscando oferecer aos clientes e a equipe uma relação duradoura com foco na rentabilidade, crescimento e responsabilidade.

5.1.3 Valores

Criatividade, inovação, sustentabilidade, ética, responsabilidade social e ambiental, transparência e respeito.

6 ESTRUTURA ORGANIZACIONAL

6.1 ESTRUTURA LEGAL DO NEGÓCIO

CONTRATO SOCIAL DA DRIPPIN SUSTENTABILIDADE E CUSTOMIZAÇÃO DE ROUPAS LTDA.

Eduarda Cristovão Pereira da Silva, brasileira, solteira, administradora. Portadora de Identidade: 58.279.970-3, inscrita no CPF: 400.289.224/98. Reside em: Rua Jardinópolis, nº295, Santo Antônio, Osasco - SP.

Gabriel Pina Dias Raimundo, brasileiro, solteiro, administrador. Portador da Identidade: 50.666.917-8, inscrita no CPF: 450.690.368/40. Reside em: Rua Abraão Diab Maluf, nº15, Jardim D'Abril, Osasco - SP.

Gabrielly Teresa dos Santos, brasileira, solteira, administradora. Portadora de Identidade: 09.887.309-1, inscrita no CPF: 545.032.611/23. Reside em: Rua Clotilde Vianco, nº147, Jardim Mutinga, Osasco – SP.

Kevin Urayama Mende, brasileiro, solteiro, administrador. Portador da Identidade: 09.876.543-2, inscrito no CPF: 111.111.111/22. Reside em: Rua Virgílio Silva, nº161, Conj. dos Metalúrgicos, Osasco - SP.

Larissa Alves de Almeida, brasileira, solteira, administradora. Portadora da Identidade: 06.453.897-4, inscrita no CPF: 429.107.242/45. Reside em: Rua Pedro de Oliveira Cavalcante, nº 17, Jd. Elvira, Osasco - SP.

Natan Kamegawa da Silva, brasileiro, solteiro, administrador. Portador da Identidade: 63.937.685-4, inscrito no CPF: 111.111.574/69. Reside em: Rua João Tertuliano Raposo, nº 24926, Jd. Veloso, Osasco - SP.

Rebeca Fernandes Cardoso, brasileira, solteira, administradora. Portadora da identidade: 52.602.396-X, inscrita no CPF: 542.111.508/98. Reside em: Rua Visconde de Mauá, nº47, Cohab 1, Itapevi - SP.

Pelo presente instrumento, constituem entre si uma sociedade simples, mediante as cláusulas e condições seguintes:

Cláusula 1. A sociedade adotará a razão social de sociedade limitada.

Cláusula 2. Terá duração de prazo indeterminado, iniciando suas atividades em 1 de setembro de 2024 (01/09/2024).

Cláusula 3. A sede será em Rua Javaés, 132 - Bom Retiro, São Paulo – SP - 01130-010. Por deliberação dos sócios, a sociedade poderá abrir, manter, transferir e extinguir filiais, em qualquer ponto do território nacional, observadas as prescrições legais vigentes.

Cláusula 4. A sociedade tem por objetivo vendas no ramo de produção têxtil.

Cláusula 5. O capital inicial é de aproximadamente, R\$50.000,00. Esse valor será financiado a partir de um empréstimo concedido pelo banco BNDES, divididos em 48 parcelas de R\$1.452,94, com taxa de 1,52% (a.m.).

Eduarda Cristovão Pereira da Silva

Gabriel Pina Dias Raimundo

Gabrielly Teresa dos Santos

Kevin Urayama Mende

Larissa Alves de Almeida

Natan Kamegawa da Silva

Rebeca Fernandes Cardoso

6.2 DESCRIÇÃO DO ORGANOGRAMA

A empresa contará com total de 3 colaboradores, sendo 2 costureiros e 1 recepcionista.

(vide APÊNDICE 13.3, página 47)

7 PLANO DE MARKETING

7.1 ANÁLISE DE AMBIENTE

7.1.1 Fatores econômicos

Segundo o site “Sou de Algodão”, o *Slow-Fashion* influenciou o aumento da consciência ambiental e do consumo sustentável, assim, os brechós estão cada vez mais populares ao redor do mundo. Segundo uma matéria da “Folha de São Paulo”, só no primeiro semestre de 2022, a demanda nos brechós cresceu em média 30%. E mais, segundo pesquisadores americanos, as perspectivas é que o mercado *second hand* (produtos de segunda mão) ultrapasse o setor de *Fast-Fashion* até 2030. Deste modo, devido à grande demanda por brechós, tende-se a expandir as oportunidades para a Drippin adentrar nesse ramo.

7.1.2 Fatores socioculturais

De acordo com a matéria do jornal “SEGS”, produzida por Grazieli Aline de Sousa, há um grande aumento dos brechós, após a pandemia, que estão virando tendência e estimulando a moda consciente.

Dessa forma, existe uma grande importância ecológica para os brechós, já que, no Brasil, são geradas cerca de 170 mil toneladas de lixo têxtil por ano, segundo dados levantados pela “Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção” (ABIT). Na visão da estilista, a questão ambiental foi essencial para a popularização dos brechós. "A moda sustentável e consciente está ganhando cada vez mais visibilidade, principalmente entre os jovens. Por isso, a tendência é que haja mais preocupação com a natureza e os brechós continuem ganhando força entre os consumidores".

Portanto, há um fator contínuo para o crescimento da visibilidade da empresa, pois além de ser um brechó com objetivos de aprimorar a moda sustentável, também opta pela criação do seu "próprio" estilo.

7.1.3 Fatores Tecnológicos

A empresa será atualizada de acordo com as tecnologias vigentes, utilizando um site e redes sociais como meios de comunicação e intermediação de venda com o cliente. Além de usar as principais mídias sociais para acompanhar as tendências do mundo da moda.

A tecnologia interna será baseada em máquinas de costura modernas e internet 5GHz para o gerenciamento da plataforma e suas transações.

7.1.4 Fatores Políticos/Legais

No Brasil, o setor têxtil é regulado por várias leis e regulamentos. Algumas das principais são:

a. Lei nº 8.078/1990 - Código de Defesa do Consumidor (CDC):

Art. 1º O presente código estabelece normas de proteção e defesa do consumidor, de ordem pública e interesse social, nos termos dos arts. 5º, inciso XXXII, 170, inciso V, da Constituição Federal e art. 48 de suas Disposições Transitórias.

b. Lei nº 9.279/1996 - Lei de Propriedade Industrial:

Art. 1º - Esta lei regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial.

Art. 2º - A proteção dos direitos relativos à propriedade industrial, considerado o seu interesse social e o desenvolvimento tecnológico e econômico do País, efetua-se mediante:

I - Concessão de patentes de invenção e de modelo de utilidade;

II - Concessão de registro de desenho industrial;

III - concessão de registro de marca;

IV - Repressão às falsas indicações geográficas; e

V - Repressão à concorrência desleal.

Art. 3º- Aplica-se também o disposto nesta lei:

I - Ao pedido de patente ou de registro proveniente do exterior e depositado no País por quem tenha proteção assegurada por tratado ou convenção em vigor no Brasil; e

II - Aos nacionais ou pessoas domiciliadas em país que assegure aos brasileiros ou pessoas domiciliadas no Brasil a reciprocidade de direitos iguais ou equivalentes.

c. Lei de Software (Lei nº 9.609/1998):

Art. 1º Programa de computador é a expressão de um conjunto organizado de instruções em linguagem natural ou codificada, contida em suporte físico de qualquer natureza, de emprego necessário em máquinas automáticas de tratamento da informação, dispositivos, instrumentos ou equipamentos periféricos, baseados em técnica digital ou análoga, para fazê-los funcionar de modo e para fins determinados.

Dentro disso, todas as leis estão sendo observadas e serão cumpridas para a abertura deste negócio.

7.1.5 Fatores Internos

A Drippin possui uma infraestrutura capacitada, tendo materiais, máquinas e aparelhos especializados para satisfazer os clientes com produtos de alta qualidade.

Os colaboradores são de nível médio e superior, na qual realizam treinamentos corporativos em equipe e individual para desenvoltura a atingir o propósito da empresa. A Drippin tem como objetivo principal produzir, customizar e revitalizar peças de roupas, através de colaboradores criativos e estilistas qualificados, assegurando que os clientes optarão em comprar pela qualidade e conforto dos produtos. Para garantir a inovação do seu estilo e a sustentabilidade no produto.

7.1.6 Concorrência

Os concorrentes da empresa Drippin tem como principal característica as lojas físicas, grande parte dos brechós não tem sites ou apps para venda dos produtos.

7.1.7 Análise F.O.F.A

7.1.7.1 Fraquezas

- a. Preços mais elevados pela exclusividade.
- b. Pouca visibilidade e reconhecimento no mercado.

7.1.7.2 Forças

- a. Oferecer produtos exclusivos e criativos;
- b. Atrair clientes conscientes e engajados;
- c. Reduzir o impacto ambiental e o desperdício;
- d. Se diferenciar da concorrência tradicional.

7.1.7.3 Ameaças

Concorrência de outras lojas de *upcycling* ou brechós estabelecidos no mercado a mais tempo.

7.1.7.4 Oportunidades

- a. Ampliar o portfólio com novos serviços ou produtos relacionados ao *upcycling*;
- b. Aproveitar o crescimento da demanda por moda sustentável;
- c. Explorar novos canais de venda e divulgação;
- d. Estabelecer parcerias com fornecedores e influenciadores.

7.2 PÚBLICO-ALVO

Dados geográficos, demográficos, psicográficos e comportamentais do público-alvo. (vide APÊNDICE 13.4, página 47)

7.3 POSICIONAMENTO NO MERCADO

Dado essas informações, a empresa Drippin vai atuar em São Paulo para o Público Adulto e Juvenil, com o intuito de se destacar em relação aos seus concorrentes. (vide APÊNDICE 13.5, página 48)

7.4 MARCA

a. Nome: Drippin

O nome foi dado a partir da gíria em inglês “*drip*” que significa estilo.

b. Logo: Significado das cores em relação ao logotipo:

Roxo: Elegância, Sofisticação e Nostalgia.

Azul Claro: Sensação de higiene e frescor, juntamente com o sucesso e conquista.

Laranja: Traz criatividade, equilíbrio, alegria e confiança.

(vide APÊNDICE 13.1, página 46)

c. Slogan: Moda, arte e consciência.

7.5 OBJETIVOS E METAS

7.5.1 Objetivos

- a. Ampliar a variedade de produtos, oferecendo novas linhas de roupas;
- b. Aumentar a satisfação dos clientes, oferecendo um atendimento personalizado e uma entrega rápida;
- c. Fortalecer a imagem da marca;
- d. Contribuir para a redução do impacto ambiental e social da indústria da moda, que é uma das mais poluentes e exploradoras do mundo;
- e. Oferecer produtos de qualidade, exclusivos e sustentáveis, que valorizem a criatividade, a originalidade e a responsabilidade dos produtores e consumidores;
- f. Aproveitar os resíduos têxteis que seriam descartados, prolongando a vida útil das peças e evitando o desperdício de recursos naturais e energia;
- g. Gerar lucro e crescimento para o negócio, utilizando materiais de baixo custo, vendendo diretamente ao público pela internet ou por outros canais alternativos, e se diferenciando da concorrência pelo design e pela proposta inovadora.

7.5.2 Metas

- a. Oferecer novas linhas de roupas (*drops*);
- b. Valorizar a criatividade, a originalidade e responsabilidade dos produtos e dos consumidores;
- c. Prolongar a vida útil das peças e evitar o desperdício de recursos naturais;
- d. Se diferenciar da concorrência pelo *design*, segmentação (sustentável) e pela proposta inovadora (*upcycling*).

7.6 ESTRATÉGIAS DE MERCADO

7.6.1 Produto

O produto está na fase de apresentação no mercado, por isso a principal estratégia de marketing será focada na divulgação para garantir o conhecimento do público.

A Drippin oferece dois tipos de produtos: as peças de roupas usadas que passarão por um processo de revitalização e as peças exclusivas da marca, feitas a partir do método de *upcycling*.

7.6.2 Preço

Para atrair maior interesse dos clientes, serão oferecidos: sistema de pontuação: a partir de um determinado preço, o cliente receberá pontos acumulativos que poderão ser convertidos em porcentagem de descontos.

7.6.3 Praça

A empresa será localizada na Rua Javaés, 132 - Bom Retiro, São Paulo – SP - 01130-010. A região é estratégica, de modo que, facilita a produção e distribuição dos produtos. O serviço de vendas será realizado através do site e da loja física onde terá viabilidade para todos.

7.6.4 Promoção

Os produtos serão promovidos a partir da divulgação em mídias sociais, por meio de influenciadores digitais e em eventos sobre moda, como por exemplo, a Semana Fashion Revolution em São Paulo.

7.6.5 Pessoas

7.6.5.1 Treinamento

O treinamento de funcionários é essencial para o crescimento de uma corporativa. Pensando nisso, a Drippin presta auxílio ao seu colaborador, por desenvolver capacitações e treinar a capacidade de resolver problemas, trabalho em equipe, motivando os colaboradores por meio de benefícios e um ambiente saudável.

7.6.5.2 Avaliação

Realizar avaliações através de feedbacks para analisar os sentimentos e necessidades.

7.7 PESQUISA DE MERCADO

O universo da pesquisa se deu pela internet através do Google Docs, uma vez que qualquer usuário tinha acesso ao questionário. Foi obtido 32 respostas totais que compõem a amostra. A pesquisa foi aplicada entre os meses de março e abril de 2023.

(vide APÊNDICE 13.6, página 49)

(vide APÊNDICE 13.7, página 49)

(vide APÊNDICE 13.8, página 50)

(vide APÊNDICE 13.9, página 50)

(vide APÊNDICE 13.10, página 50)

(vide APÊNDICE 13.11, página 51)

(vide APÊNDICE 13.12, página 52)

(vide APÊNDICE 13.13, página 52)

(vide APÊNDICE 13.14 página 52)

7.8 AVALIAÇÃO E CONTROLE

7.8.1 Monitoramento de Vendas

Acompanhar as vendas é uma maneira eficaz de avaliar o desempenho, podendo ser feito através do rastreamento de vendas por item, categoria de produto, localização e outros fatores relevantes.

7.8.2 Análise de Feedback do Cliente

O *feedback* (opinião) do cliente pode fornecer *insights* (percepções) valiosos sobre a qualidade dos produtos, atendimento ao cliente e outros aspectos da operação da empresa. Será feito por meio de pesquisas, análises de comentários *online* e interações diretas com os clientes.

7.8.3 Avaliação da Eficácia das Campanhas De Marketing

Serão feitas por meio do rastreamento de métricas como o alcance da campanha, a taxa de engajamento, o retorno sobre o investimento em publicidade e outros indicadores chave de desempenho.

7.8.4 Análise de Sustentabilidade

Como uma empresa de *upcycling*, é importante avaliar o impacto ambiental das operações. Deste modo, pode-se incluir a análise do uso de recursos, a quantidade de resíduos gerados e outros fatores relacionados à sustentabilidade.

7.8.5 Avaliação Financeira

Esse tipo de avaliação envolve o monitoramento regular das finanças da empresa, incluindo receitas, despesas, lucratividade e fluxo de caixa. Portanto, ajuda na identificação das áreas onde a empresa está se saindo bem e onde podem ser necessárias determinadas melhorias.

7.8.6 Análise Competitiva

Manter-se atualizado sobre as tendências do setor e o que os concorrentes estão fazendo, com isso, poder ajudar a empresa a melhorar posicionamento no mercado.

8 PLANO OPERACIONAL

8.1 PROCESSOS OPERACIONAIS

8.1.1 Descrição Operacionais de Produção

Os clientes terão 2 (duas) formas de fazer seu pedido e pagamento. Começando pelo site, a pessoa ao entrar no site, será direcionado a página inicial onde encontrará diversas roupas de brechós revitalizadas e dos *drops* (coleções), onde poderá escolher as roupas que gostar para o seu pedido. As opções de pagamento serão cartão de débito e crédito, boleto e pix.

(vide APENDICE 13.2, página 46)

(vide APENDICE 13.15, página 53)

(vide APENDICE 13.16, página 54)

(vide APENDICE 13.17, página 54)

(vide APENDICE 13.18, página 55)

A outra forma de compra, é diretamente na loja física, localizada na Rua Javaés, 132 - Bom Retiro, São Paulo – SP - 01130-010, assim, o cliente entra no estabelecimento, sendo logo atendido por uma atendente, que lhe acompanhará e auxiliará na busca de seus produtos desejados, caso assim queira. Com a finalização do pedido, será feito o orçamento da compra, onde poderá pagar com dinheiro, pix, cartão de débito ou crédito. (vide APENDICE 13.19, página 56)

8.1.2 Processos Operacionais de Produção

Para realizar as coleções da Drippin, primeiramente serão selecionadas peças de roupas que se encaixam com a técnica de *upcycling*, desse modo um grupo de costureiros irão montar essa peça de roupa, posteriormente, algumas peças passarão por um processo de pintura e assim estarão prontas para serem lançadas no site da loja. No brechó, a empresa buscará fornecedores que proporcionarão peças de

roupas que estão em bom estado, essas roupas passarão por um processo de lavagem e revitalização, em seguida estarão disponíveis no site e na loja física.

8.2 LOCALIZAÇÃO

A loja e o local de produção serão encontrados em uma região bem movimentada e privilegiada de São Paulo, na Rua Javaés, 132 - Bom Retiro, São Paulo – SP - 01130-010.

8.3 LAYOUT DO LOCAL

8.3.1 Térreo

- 01. Garagem;
 - 02. Hall;
 - 03. Loja Física;
 - 04. Sanitários;
 - 05. Depósito de reposição rápida;
 - 06. Escadas/Corredor;
- (vide APÊNDICE 13.20 página 57)

8.3.2 Primeiro Andar

- 04. Sanitários
- 06. Escada/Corredor
- 07. Escritórios;
- 08. Área de Lazer;
- 09. Cozinha/Refeitório;
- 10. Área de reunião;

(vide APÊNDICE 13.21, página 57)

8.3.3 Segundo Andar

04. Sanitários;

06. Escada/Corredor;

11. Depósito/Armazém;

12. Área de produção;

13. Área de secagem;

14. Área de pintura.

(vide APÊNDICE 13.22 página 58)

8.4 LEGENDA DO MAPA DE RISCO

Com base no layout do local, estabeleceu-se um mapa de riscos (físicos, químicos, ergonômicos, mecânicos e biológicos) que podem afetar o bem-estar dos colaboradores. (vide APÊNDICE 13.23, página 59)

8.5 MAPA DE RISCO

8.5.1 Térreo

(vide APÊNDICE 13.24, página 59)

8.5.2 Primeiro Andar

(vide APÊNDICE 13.25, página 59)

8.5.3 Segundo Andar

(vide APÊNDICE 13.26, página 60)

8.6 NECESSIDADE DE PESSOAL

8.6.1 FUNÇÃO E QUALIFICAÇÕES

A folha de pagamento será composta por 2 costureiras e 1 recepcionista, demais funções serão exercidas pelos sócios proprietários.

8.7 SISTEMA DE GESTÃO

O sistema de gestão da empresa foi elaborado dentro das regulamentações vigentes estabelecidas pelos órgãos reguladores e pelo regimento interno da empresa. Usaremos um espaço físico para as operações da empresa, juntamente com a loja física, além da loja virtual (site). Dessa forma, a empresa terá o controle sobre a qualidade de seus produtos e suporte total ao cliente para garantir sua satisfação.

8.8 GESTÃO DE ESTOQUE E INVENTÁRIO

O estoque da empresa será feito para guardar as peças de roupas de brechós sem alterações e as que já foram revitalizadas e customizadas. Além do estoque separado para as peças dos *drops*, que serão estocadas por mais tempo e com mais cuidado. Também tendo estoque de materiais de limpeza e de escritório, além dos materiais para a produção das roupas.

8.9 GESTÃO DE QUALIDADE

A qualidade do atendimento parte dos colaboradores, que serão capacitados e treinados para fornecer o melhor serviço possível, tanto na loja física como no site.

A Drippin oferece peças artesanais que passam por uma análise de qualidade e as peças de segunda mão passam por um processo de curadoria que são: avaliar, higienizar, reparar, organizar, armazenar, supervisionar, administrar e customizar.

Juntamente do uso da metodologia dos 5S que permitirão desenvolver uma melhoria no espaço, na produção, entre outras áreas da empresa. Ele é um importante

parâmetro para a organização dos recursos da empresa, pois nessa etapa, o trabalho gira em torno de enxugar ao máximo o que é utilizado, desde papéis até equipamentos fundamentais as atividades. Em outras palavras, é tornar o ambiente de trabalho mais útil e menos poluído, com apenas o necessário.

8.9.1 Senso de ordenação

Estimula a colocar tudo que é necessário em locais predeterminados dentro do processo produtivo e da organização dos departamentos, facilitando e otimizando o tempo de procura.

8.9.2 Senso de limpeza

É a realização de limpeza e evitar a sujeira, seja física ou visualmente. Com isso qualquer documento ou objeto que possa causar distúrbio ou desconforto deve ser consertado.

8.9.3 Senso de saúde

Este senso tem como principal finalidade manter os 3 primeiros S' (seleção, ordenação e limpeza) de forma que eles não se percam. Padronizar as práticas saudáveis. E com um ambiente mais limpo há grande chance de os funcionários buscarem maior cuidado com o visual e com a saúde pessoal.

8.9.4 Senso de autodisciplina

A convivência com os cinco sentidos apresentados tende a levar cada indivíduo a compreender melhor o seu papel dentro de uma organização, o tornando assim parte da pirâmide dos resultados alcançados, fazendo nascer a consciência de que é preciso ser disciplinado mesmo quando não há cobranças.

8.10 GESTÃO DE SEGURANÇA

Para garantir a segurança física dos funcionários de produção, serão utilizados EPI's (equipamento de proteção individual), como luvas e óculos de proteção para as costureiras e desenhistas (a empresa fornece e incentiva o uso), e haverá extintores nas dependências da loja/galpão de produção.

Já para a segurança patrimonial serão instaladas câmeras de segurança em pontos estratégicos, exceto no refeitório, que será de uso restrito aos funcionários, e nos sanitários, que será de uso público, além disso teremos aparelhos de segurança para uma melhor proteção.

8.11 GESTÃO DE SAÚDE

O espaço físico da Drippin oferece pausas técnicas no mínimo uma vez ao dia, essas pausas são entre 5 e 15 minutos, com intuito de recompor a saúde tanto mental quanto física, diminuindo estresse e tensões. Alongamentos e exercícios básicos (ginástica laboral) para estimular e relaxar o colaborador.

8.12 GESTÃO DO IMPACTO AMBIENTAL

- a. Dar um novo ciclo a peças de roupas que não seriam utilizadas;
- b. Uso racional de água e energia elétrica, para evitar gastos e desperdícios desnecessários;
- c. A Drippin fornece canecas individuais para os nossos colaboradores, assim evitando o uso de copos descartáveis.

8.13 SISTEMA DE INFORMAÇÃO E AUTOMAÇÃO

A empresa, tanto como loja física, como o site, utilizará um software de gestão online de baixo custo que gerenciará a venda das peças de roupa, além de controlar o fluxo de caixa, gerenciar a carteira de clientes (Gerenciamento de Relacionamento com o Cliente - CRM) e para realizar controle de estoque da empresa.

8.14 CAPACIDADE PRODUTIVA/COMERCIAL/SERVIÇOS

8.14.1 Capacidade De Atendimento

A loja física terá sua carga horária de funcionamento das 8h00 da manhã às 18h00 de segunda à sexta; e aos sábados das 9h00 da manhã às 17h00. Estima-se que serão atendidos em média 90 pessoas por dia, para suprir essa demanda, terão três auxiliares e dois atendentes balconistas. Já o site estará disponível para pedido 24hrs por dia, todos os dias, tendo um suporte para auxiliar os clientes a realizarem as compras e dúvidas.

8.14.2 Rotatividade De Pessoas

Pessoas atendidas por dia (aproximadamente) de segunda à quinta-feira das 8h da manhã as 18h: rotatividade 70 a 90 pessoas por dia; Pessoas atendidas por dia (aproximadamente) de sexta – feira das 8h da manhã as 18h: rotatividade de 80 a 105 pessoas por dia;

Pessoas atendidas por dia (aproximadamente) de sábado das 9h da manhã as 17h: rotatividade de 75 a 100 pessoas por dia.

8.14.3 Capacidade De Produção

A capacidade de produção dos *drops* serão de trinta peças por trimestre, que serão as peças mais detalhadas e exclusivas da marca, além das peças do brechó que precisarão de ajustes e contará com a contribuição de quatro costureiras. A média de peças de roupas do brechó vendidas chegará à 550 mensal, em relação a um ano já atuando no mercado da moda.

8.14.4 Capacidade de Entrega Interna e Externa

A capacidade de entrega interna (presencial) é variável, tendo uma média 50 pessoas por dia, podendo chegar a um total de 30 produtos vendidos por dia. Já na parte externa (online) a entrega será para todo o Brasil, mas mantendo o foco em São

Paulo, o site acaba não tendo uma média aproximada, pela variação de pedidos no mês.

8.14.5 Previsão de Aumento da Capacidade

Previsões para o aumento da capacidade tanto de produção e de atendimento, dará conforme a demanda de clientes, assim, a demanda aumentando, o investimento também aumentará após um ano de funcionamento da empresa.

8.14.6 Procedimento de Entrega de Produtos e Serviços

A entrega apenas ocorrerá com pedidos feitos diretamente no site, onde o cliente escolherá seu produto. Ao ir para o carrinho, terá que realizar o seu cadastro, informando seus dados pessoais, como: CPF; E-mail; CEP; Endereço; Nome Completo; Número de contato.

Após realizar o seu cadastro, será direcionado para o pagamento, onde escolherá o local de entrega, o valor do frete (tempo rápido ou tempo normal) e a forma de pagamento. Assim, o pedido será recebido na loja, para ser separado e embalado, e sendo enviado para os Correios.

8.15 FORNECEDORES E TERCEIROS

- a. Fornecedores: A Drippin vai trabalhar com fornecedores de roupas que estão paradas a muito tempo, roupas inutilizadas por causa de um rasgo ou uma mancha, por exemplo. Portanto, a empresa terá como seus fornecedores diversos brechós de São Paulo.
- b. Terceiros: Em relação a serviços terceirizados, a companhia de serviços de entrega ao cliente, será feita através dos Correios. Teremos outros serviços terceirizados como, serviços de limpeza para o local da loja e da produção que ficará à disposição da empresa GRP serviços, serviços de segurança ficará com os aparelhos eletrônicos da Verisure, e serviços de marketing digital fica por conta da *V4 Company*.

9 PLANO FINANCEIRO

9.1 CAPITAL INICIAL

A Drippin tem seu investimento total de, aproximadamente, R\$50.000,00. Esse valor será financiado a partir de um empréstimo concedido pelo banco BNDES, divididos em 48 parcelas de R\$1.452,94, com taxa de 1,52% (a.m.).

(vide APÊNDICE 13.27, página 60)

9.2 ESTIMATIVA DE INVESTIMENTOS FIXOS

São todos os bens que a empresa necessita para poder funcionar corretamente, **esses equipamentos são máquinas, moveis, utensílios e o investimento operacional que são gastos antes do início das atividades da empresa. Totalizando em R\$14.407,90.**

(vide APÊNDICE 13.28, página 61)

(vide APÊNDICE 13.29, página 61)

9.3 DEPRECIAÇÃO DOS EQUIPAMENTOS

Foram utilizadas taxas de depreciação de máquinas, utensílios e equipamentos, conforme recomendações da Receita Federal. Chegando ao valor anual de R\$6.363,59, e mensal de R\$530,30.

(vide APÊNDICE 13.30, página 62)

9.4 ESTOQUE INICIAL

Consiste nos materiais e bens necessários para a fabricação dos produtos vendidos pela empresa, totalizando R\$7.895,05.

(vide APÊNDICE 13.31, página 63)

9.5 CONTAS A RECEBER – VENDAS

Prazo médio total de 10,5 dias.

(vide APÊNDICE 13.32, página 64)

9.6 CONTAS A PAGAR – FORNECEDORES

Prazo médio total de 15 dias.

(vide APÊNDICE 13.33, página 64)

9.7 CÁLCULOS DA NECESSIDADE LIQUIDA DE CAPITAL DE GIRO EM DIAS

A necessidade de capital de giro será de 25,5 dias.

(vide APÊNDICE 13.34, página 64)

9.8 CUSTO DE MÃO DE OBRA

Serão contratados 4 funcionários. Totalizando para a empresa R\$9,259,56 após a soma de todos os encargos trabalhistas.

(vide APÊNDICE 13.35, página 65)

9.9 CUSTOS FIXOS

A Drippin terá um total de R\$42,552,21 de custos fixos mensais.

(vide APÊNDICE 13.36, página 65)

9.10 INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS

O total **dos investimentos para a abertura da empresa foi de R\$12.700,00.**

(vide APÊNDICE 13.37, página 65)

9.11 ESTIMATIVA COM CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO

A Drippin **optou pelo Simples Nacional como forma de pagamento dos impostos, tendo a alíquota de 10,7% sobre o faturamento anual estimado pela empresa. As taxas com a administração de cartão de crédito e débito são de, respectivamente, 3% e 1,23%. Totalizando o valor de R\$95.940,44.**

(vide APÊNDICE 13.38, página 66)

9.12 MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

A margem de contribuição da Drippin é de R\$602.623,96.

(vide APÊNDICE 13.39, página 66)

9.13 DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS

A empresa, ao final do ano contábil, terá o lucro líquido de R\$91.997,42.

(vide APÊNDICE 13.39, página 66)

9.14 LUCRATIVIDADE

A lucratividade em porcentagem da Drippin será de 12% ao ano.

(vide APÊNDICE 13.40, página 67)

9.15 RENTABILIDADE

A rentabilidade calculada da Drippin foi de 185% ao ano.

(vide APÊNDICE 13.40, página 67)

9.16 PRAZO DE RETORNO DOS INVESTIMENTOS

A estimativa do prazo de retorno dos investimentos da Drippin é de, aproximadamente, 6 meses.

(vide APÊNDICE 13.40, página 67)

9.17 ESTIMATIVA DE FATURAMENTO MENSAL E ANUAL DA EMPRESA

A estimativa da média do faturamento mensal da empresa, levando em consideração todos os fatores influenciadores, ficou de R\$66.108,75. Totalizando R\$793.305,00 ao ano.

(vide APÊNDICE 13.41, página 67)

10 METODOLOGIA

Esse projeto tem como objetivo vender roupas customizadas e "restauradas", optando por um processo de reciclagem. Como ainda, vender roupas *vintages* (clássicas) encontradas em brechó, aderindo ao modelo *Slow-Fashion* de produção. Para tal buscou-se informações na webgrafia e artigos universitários, fazendo pesquisa de cunho exploratório com dados quali-quantitativos e fontes secundárias.

11 CONCLUSÃO

Este trabalho de conclusão de curso reforça não apenas a pertinência do nosso estudo sobre moda sustentável e *upcycling* para a visão da DRIPPIN, mas também valida a viabilidade do projeto em termos práticos e econômicos, destacando que a adoção de práticas sustentáveis está em total sintonia com os valores da DRIPPIN. Além disso, a pesquisa reforça que não apenas estamos comprometidos com a sustentabilidade, mas também reconhecemos a importância de atingir nosso objetivo principal: vender roupas. Os resultados obtidos indicam que a integração de elementos sustentáveis não só ressoa com nossos princípios, mas também é uma estratégia viável para impulsionar as vendas, destacando a crescente demanda por moda ética. Este estudo, portanto, não apenas consolida nossa posição no cenário sustentável, mas também reforça a mensagem de que, ao abraçar a sustentabilidade, não apenas cumprimos nossa missão, mas também alcançamos nossos objetivos comerciais ao oferecer roupas que são éticas, estilosas e desejáveis.

12 REFERÊNCIAS

FIA. Plano de Marketing: o que é, etapas, como elaborar e exemplos. FIA, 21 maio 2021. Disponível em: <https://fia.com.br/blog/plano-de-marketing/amp/?hl=pt_BR>. Acesso em: 16 ago. 2023

GOMES, M. 10 exemplos de Missão, Visão e Valores para se inspirar. Disponível em: <<https://blog.ikmob.com/10-exemplos-de-missao-visao-e-valores-para-se-inspirar/>>. Acesso em: 18 ago. 2023.

Seis dicas de gestão para um brechó de sucesso - Sebrae. Disponível em: <<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/boas-praticas-de-gestao-para-brechos,6f8c7383f9cbe410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em: 15 ago. 2023.

RABELLO, G. 3 principais tipos de metas para empresas + exemplos. Disponível em: <<https://www.siteware.com.br/gestao-estrategica/tipos-de-metas-empresas/>>. Acesso em: 18 ago. 2023.

Análise do Ambiente Interno e Externo da Coca-Cola. Disponível em: <<https://www.trabalhosgratuitos.com/Humanas/Administra%C3%A7%C3%A3o/An%C3%A1lise-do-Ambiente-Interno-e-Externo-da-Coca-Cola-796107.html>>. Acesso em: 16 ago. 2023.

Análise interna da Adidas (TCC, Monografia, Outros Trabalhos). Disponível em: <<https://mystudybay.com.br/blog/analise-interna-da-adidas-tcc-monografia-trabalhos/>>. Acesso em: 15 ago. 2023.

BRECCIA, M. Think Blue. Disponível em: <<https://suprareciclaje.org/think-blue/>>. Acesso em: 01 set. 2023.

Euromonitor revela as 10 principais tendências globais de consumo 2022. Disponível em: <<https://www.euromonitor.com/press/press-releases/euromonitor-revela-as-10-principais-tend%C3%Aancias-globais-de-consumo-2022>>. Acesso em: 20 ago. 2023.

FASHIONNETWORK.COM BR. Pesquisa: como o consumidor compra moda? Disponível em: <<https://br.fashionnetwork.com/news/Pesquisa-como-o-consumidor-compra-moda-,152911.html>>. Acesso em: 20 ago. 2023.

Renata Buzzo - São Paulo Fashion Week Origens. Disponível em: <<https://spfw.com.br/desfile/renata-buzzo/>>. Acesso em: 20 ago. 2023.

Usou, reformou, usou: o momento do upcycling. Disponível em: <<https://umsoplaneta.globo.com/sociedade/consumo-consciente/noticia/2023/01/06/usou-reformou-usou-o-momento-do-upcycling.ghtml>>. Acesso em: 15 ago. 2023.

Disponível em: <https://www.instagram.com/thinkblue_upcycled/?hl=en>. Acesso em: 01 set. 2023.

Blog da Liv Up. Disponível em: <<http://Blog.livup.com.br>>. Acesso em: 05 set. 2023.

ZAP Imóveis. Disponível em: <<http://Zapimoveis.com.br>>. Acesso em: 14 set. 2023.

Administradores. Disponível em: <<http://Administradores.com.br>>. Acesso em: 10 set. 2023.

Notícias de hoje do Brasil e do Mundo. Disponível em: <<http://Www1.folha.uol.com.br>>. Acesso em: 07 set. 2023.

FM2S Educação e Consultoria: Green Belt, Black Belt e Lean. Disponível em: <<http://Www.fm2s.com.br>>. Acesso em: 16 set. 2023.

Galpão/Depósito/Armazém na Rua Visconde de Taunay, 711, Santo Amaro em São Paulo, por R\$ 4.850.000 - Viva Real. Disponível em: <<https://www.vivareal.com.br/imovel/galpao-deposito-armazem-santo-amaro-zona-sul-sao-paulo-com-garagem-600m2-venda-RS4850000-id-2595154868/>>. Acesso em: 16 set. 2023.

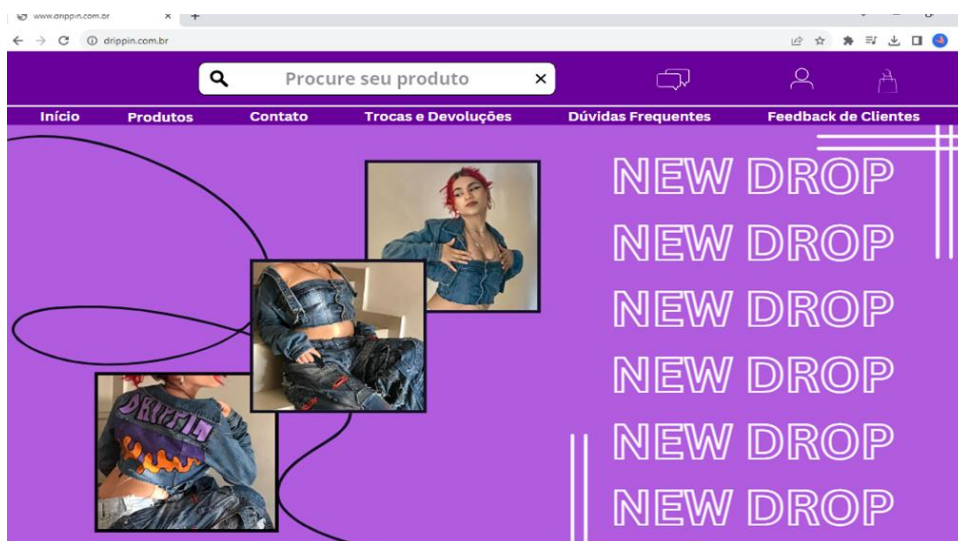
3D Planta de Casa Gratis Online. Disponível em: <<https://planner5d.com/pt/dashboard>>. Acesso em: 17 set.

13 APÊNDICES

13.1 LOGO



13.2 SITE



13.3 ORGANOGRAMA DOS FUNCIONÁRIOS



13.4 DADOS GEOGRÁFICOS

GEOGRÁFICOS (países, regiões, cidades, bairros)	É localizado em São Paulo, mas principalmente na zona oeste do estado
DEMOGRÁFICOS (sexo, idade, renda, educação)	Pessoas (homens e mulheres) entre 18 e 70 anos, classe média e alta
PSICOGRÁFICOS (estilos de vida, atitudes)	Visando a sustentabilidade, o público já tem costume de frequentar brechós, buscando peças diferenciadas, confortáveis e de qualidade
COMPORTAMENTAIS (ocasiões de compra, hábitos de consumo, benefícios procurados, taxas de uso)	Tem o costume de comprar roupas mensalmente, desde que as peças tenham, tecidos de qualidade, acabamento e modelagem apropriado à peça, um preço acessível e estejam na tendência

13.5 POSICIONAMENTO DE MERCADO

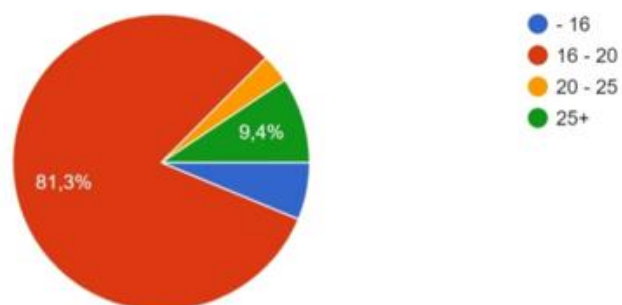
INFORMAÇÕES	CONCORRENTE A: TRINK BLUE	CONCORRENTE B: RENATA BUZZO	CONCORRENTE C: CIPRIANO
ATUAÇÃO	RIO DE JANEIRO	SÃO PAULO	SÃO PAULO
PÚBLICO-ALVO	Jovens mulheres; Interessadas em moda sustentável	Jovens mulheres interessadas em moda sustentável	Jovens interessados em moda sustentável
PONTOS FORTES	Uso inovador de jeans, garantia vitalícia que demonstra compromisso com a sustentabilidade e o atendimento ao cliente	Abordagem criativa e consciente para a moda, usando tecido que seriam descartados	Inovação e compromisso com a sustentabilidade, demonstrado pelo uso de tecidos reutilizados
PONTOS FRACOS	A limitação do material usado (jeans) pode restringir a variedade de produtos	Desafios na manutenção da consistência e qualidade do produto devido à natureza variável dos materiais reutilizados	Manutenção da qualidade e consistência dos produtos devido à natureza variável dos materiais reutilizados
ESTRATÉGIAS UTILIZADAS	DROPS	Roupas encomendadas por tamanho e ocasião	DROPS

VANTAGENS COMPETITIVAS	CONCORRENTES		
	TRINK BLUE	RENATA BUZZO	CIPRIANO
LOCALIZAÇÃO	3	5	5
SERVIÇO DE CUSTOMIZAÇÃO	2	4	5
SERVIÇO DE REVITALIZAÇÃO	4	1	4
MARKETING	5	5	5
SERVIÇOS DIVERSIFICADOS	4	3	4
ENTREGA	4	5	4
PUBLICO-ALVO	2	3	5
TOTAL	24	26	37

CONCEITO	EXCELENTE	ÓTIMO	BOM	REGULAR	RUIM	NÃO TEM
PONTUAÇÃO	5	4	3	2	1	0

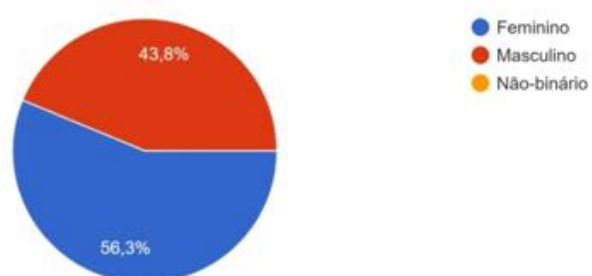
13.6 PESQUISA DE MERCADO – PERGUNTA 1

Qual a sua idade?
132 respostas



13.7 PESQUISA DE MERCADO – PEGUNTA 2

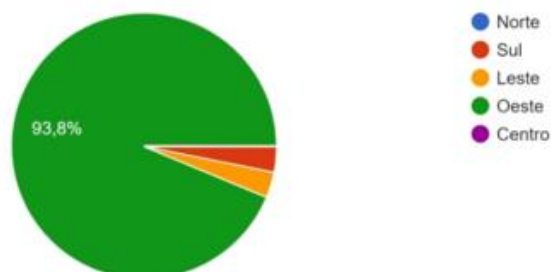
Qual é o seu gênero?
132 respostas



13.8 PESQUISA DE MERCADO – PEGUNTA 3

Em qual região do estado de São Paulo você mora?

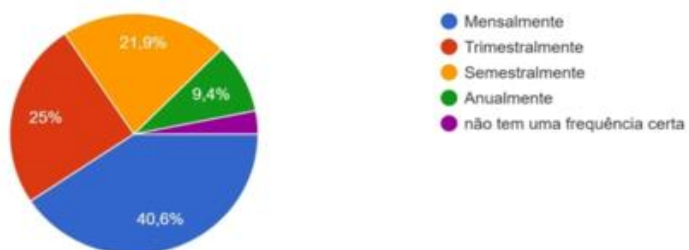
132 respostas



13.9 PESQUISA DE MERCADO – PEGUNTA 4

Com qual frequência você compra roupas?

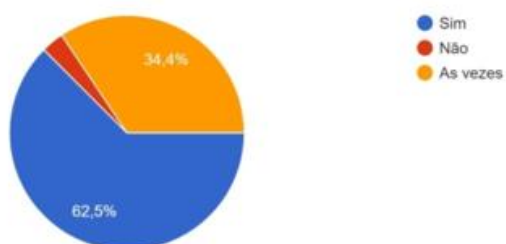
132 respostas



13.10 PESQUISA DE MERCADO – PEGUNTA 5

Você costuma doar suas roupas?

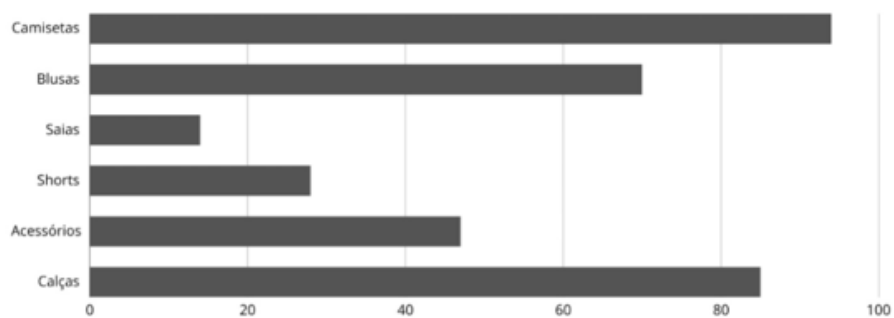
132 respostas



13.11 PESQUISA DE MERCADO – PEGUNTA 6

O que você mais busca nas lojas/brechós?

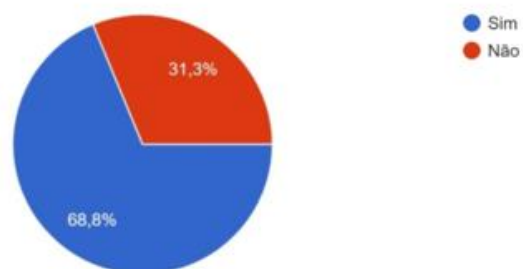
132 respostas



13.12 PESQUISA DE MERCADO – PEGUNTA 7

Você já comprou roupas em brechó?

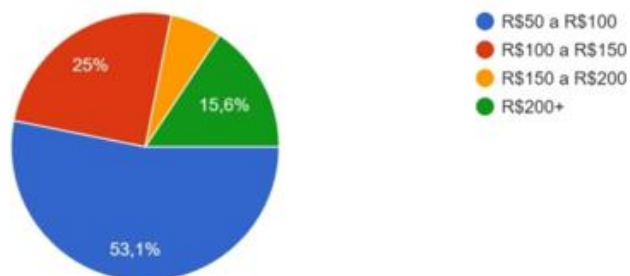
132 respostas



13.13 PESQUISA DE MERCADO – PEGUNTA 8

Qual valor você está disposto(a) a pagar em uma peça de roupa exclusiva?

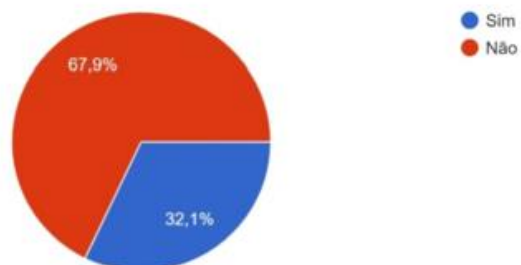
132 respostas



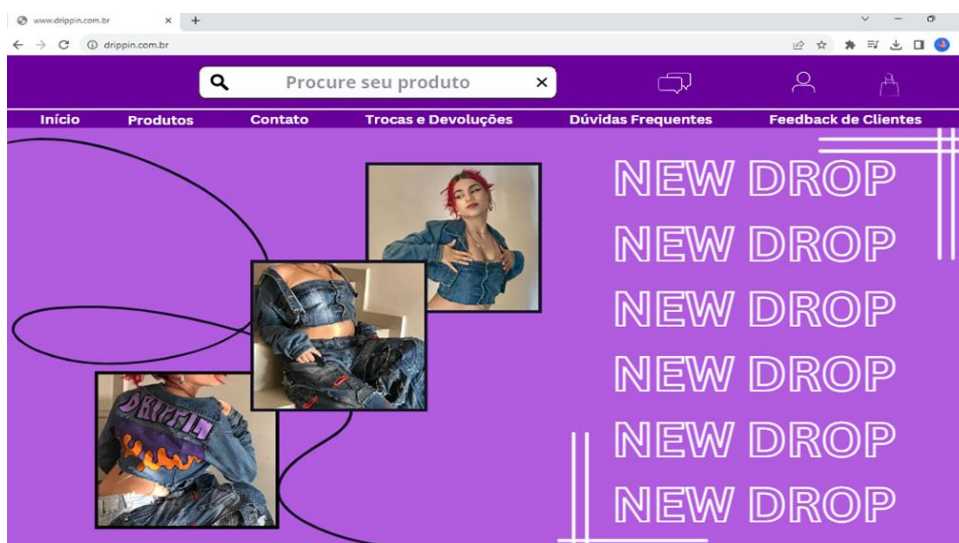
13.14 PESQUISA DE MERCADO – PEGUNTA 9

Você sabe o que é upcycling?

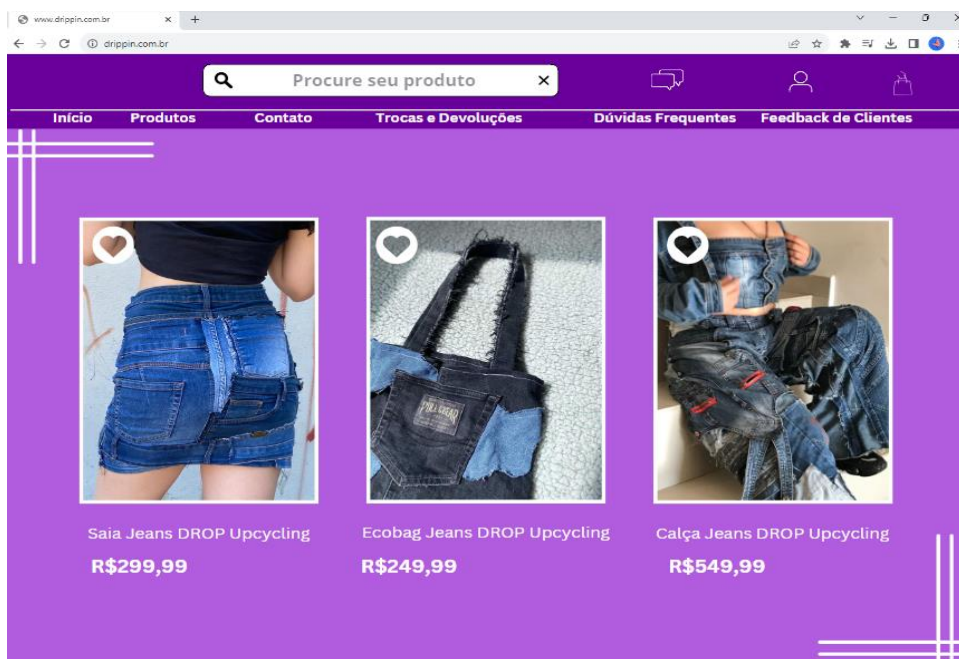
132 respostas



13.2 FLUXOGRAMA DO SITE - PÁGINA INICIAL



13.15 FLUXOGRAMA DO SITE - PRODUTOS



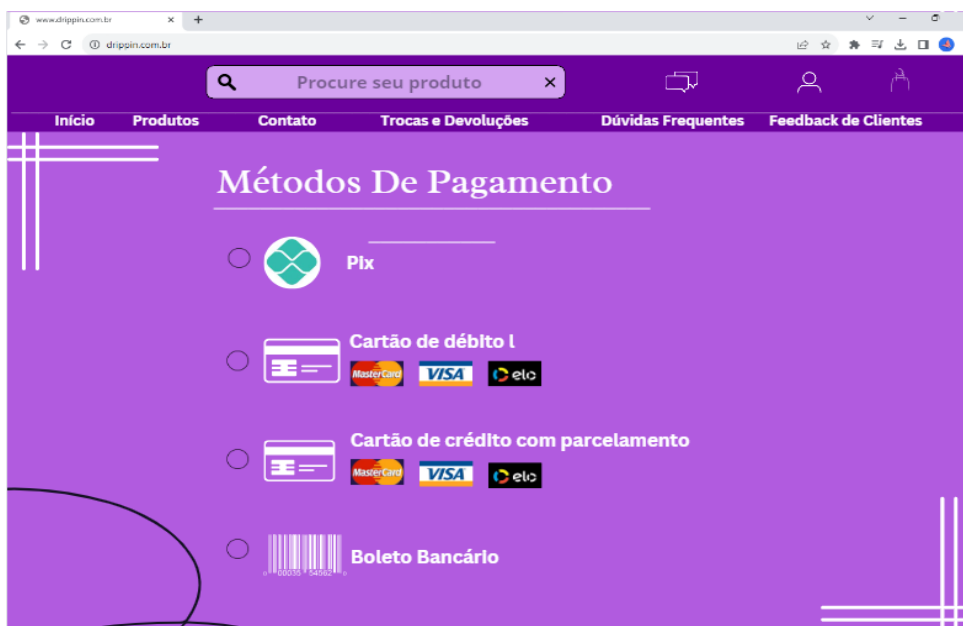
13.16 FLUXOGRAMA DO SITE - CADASTRO E LOGIN

The screenshot shows the registration and login page of the website. The page is divided into two main sections: "Minha Conta" (My Account) and "Cadastre-se" (Register). The "Minha Conta" section includes fields for "E-MAIL" and "SENHA" (Password), an "ENTRAR" (Login) button, and a link for "ESQUECEU SUA SENHA?" (Forgot your password?). The "Cadastre-se" section includes fields for "NOME*" (Name), "SOBRENOME*" (Surname), "DATA DE NASCIMENTO" (Date of Birth), "E-MAIL*", "CONFIRME SEU E-MAIL*" (Confirm your email), "SENHA*", "CONFIRME SUA SENHA*" (Confirm your password), and a checkbox for "Saiba mais sobre lançamentos e promoções" (Learn more about launches and promotions).

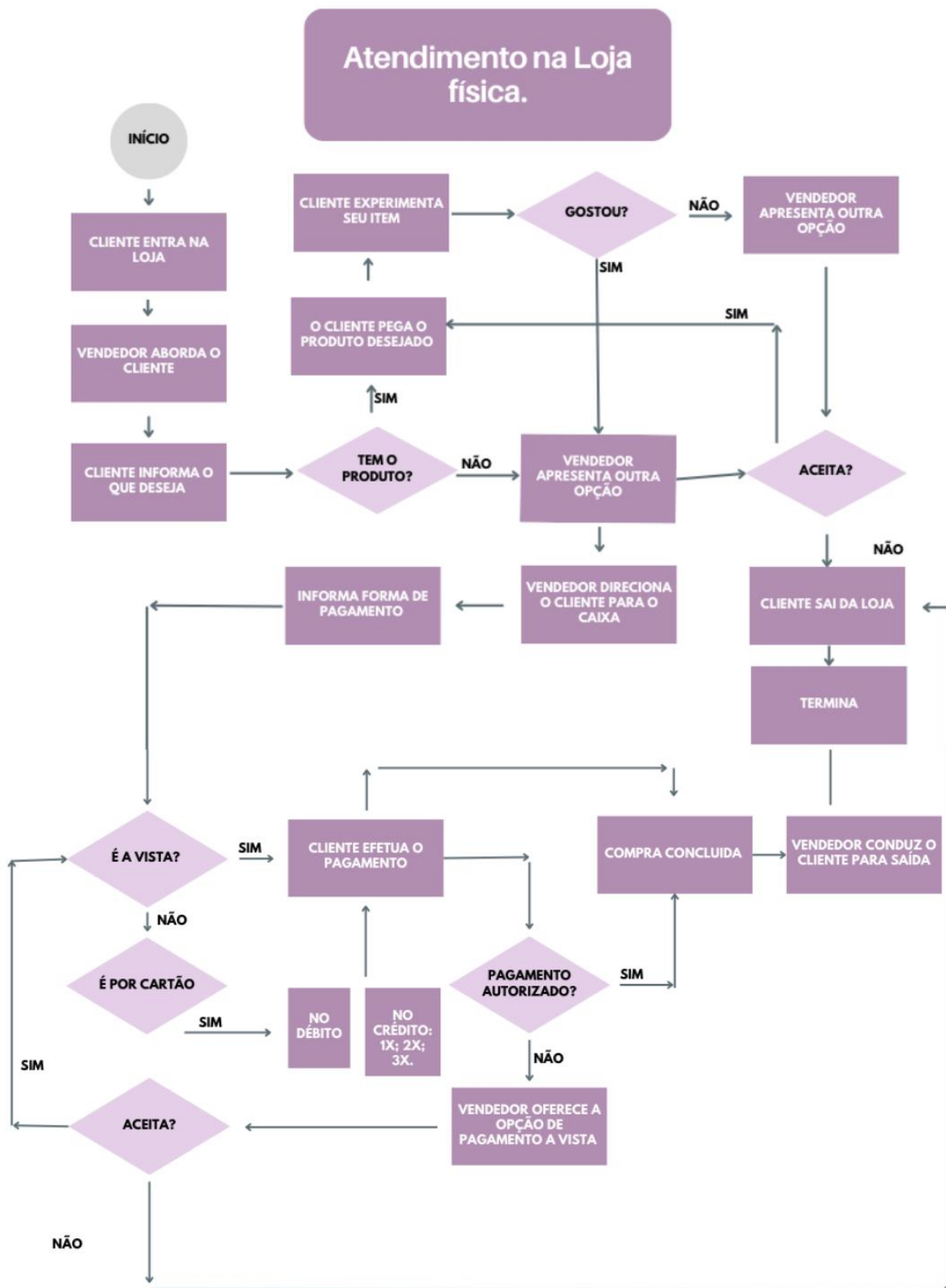
13.17 FLUXOGRAMA DO SITE - RESUMO DO PEDIDO

The screenshot shows the shipping address and order summary page of the website. The page is divided into two main sections: "Endereço de Envio" (Shipping Address) and "Resumo Do Pedido" (Order Summary). The "Endereço de Envio" section includes fields for "Primeiro Nome*" (First Name), "Sobrenome*" (Surname), "BR +55" (Country Code), "Número de telefone*" (Phone Number), "CEP/Código Postal" (Postcode), "Endereço 1" (Address 1), "Número" (Number), "Estado/Provincia" (State/Province), "Cidade" (City), "Bairro" (Neighborhood), "Número de CPF" (CPF Number), and a checkbox for "Tornar Endereço Padrão" (Make this address the default). The "Resumo Do Pedido" section includes a table for "Subtotal:" (R\$ XXXX) and "Valor Total:" (R\$ XXXX), a field for "Código de Cupom" (Coupon Code), and a green button labeled "CONTINUE PARA PAGAMENTO" (Continue to Payment).

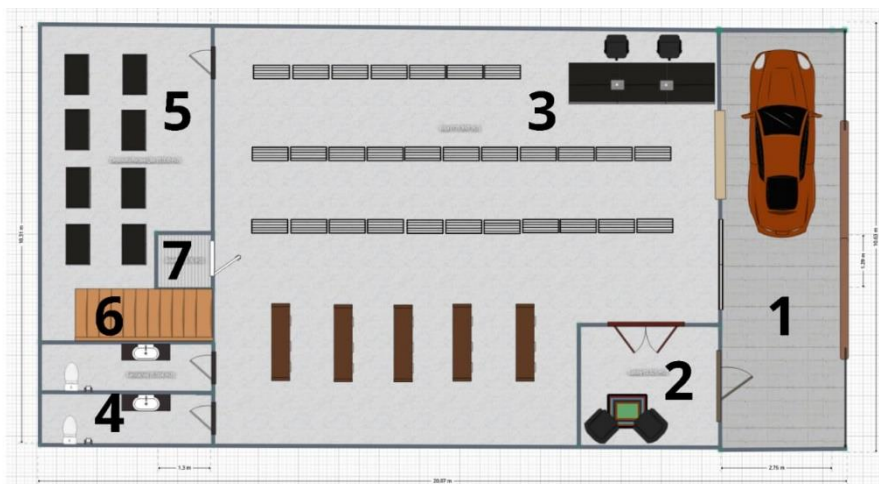
13.18 FLUXOGRAMA DO SITE- ÁREA DE PAGAMENTO



13.19 FLUXOGRAMA DA LOJA

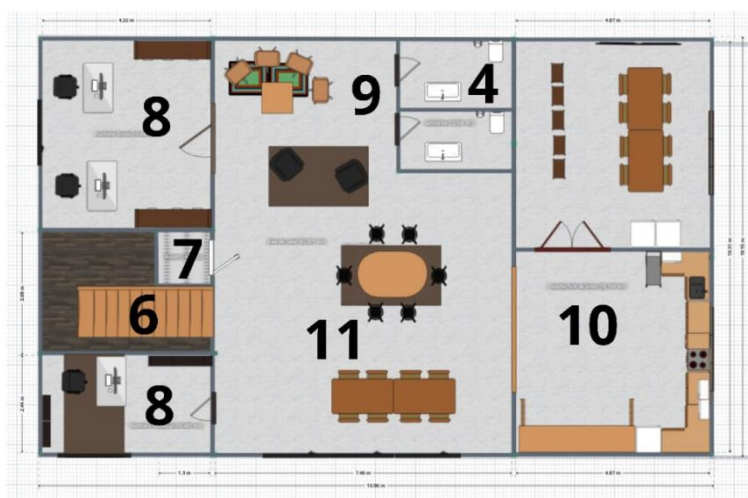


13.20 LAYOUT - TÉRREO



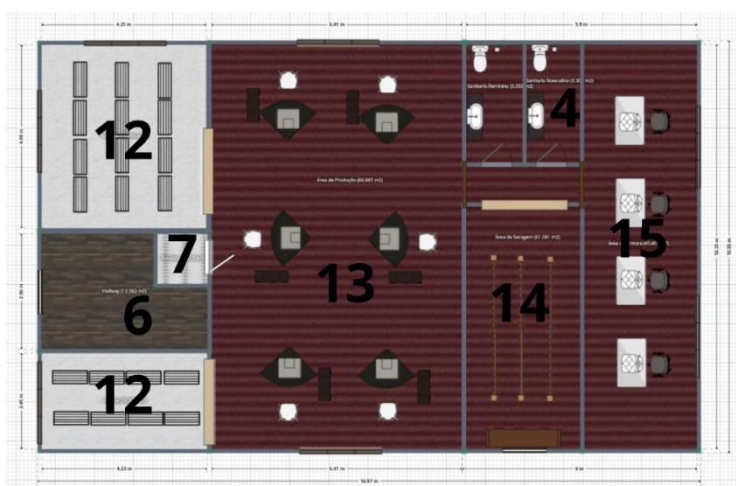
- 01. Garagem;
- 02. Hall;
- 03. Loja Física;
- 04. Sanitários;
- 05. Depósito de reposição rápida;
- 06. Escadas/Corredor;

13.21 LAYOUT – PRIMEIRO ANDAR



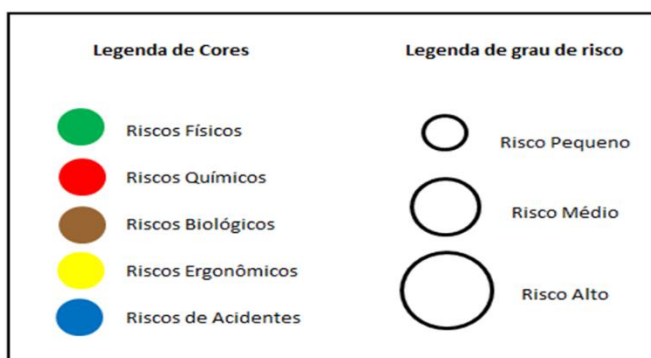
- 04. Sanitários;
- 06. Escadas/Corredor;
- 07. Elevador;
- 08. Escritório;
- 09. Área de Lazer;
- 10. Cozinha/Refeitório;
- 11. Área de Reunião;

13.22 LAYOUT – SEGUNDO ANDAR

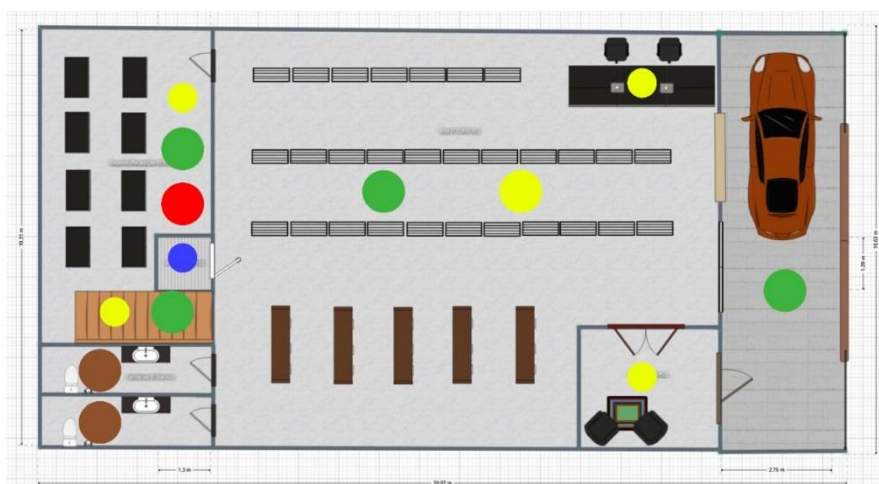


- 04. Sanitários;
- 06. Escadas/Corredor;
- 07. Elevador;
- 12. Depósito/Armazém;
- 13. Área de produção;
- 14. Área de secagem;
- 15. Área de Pintura.

13.23 MAPA DE RISCO - LEGENDA



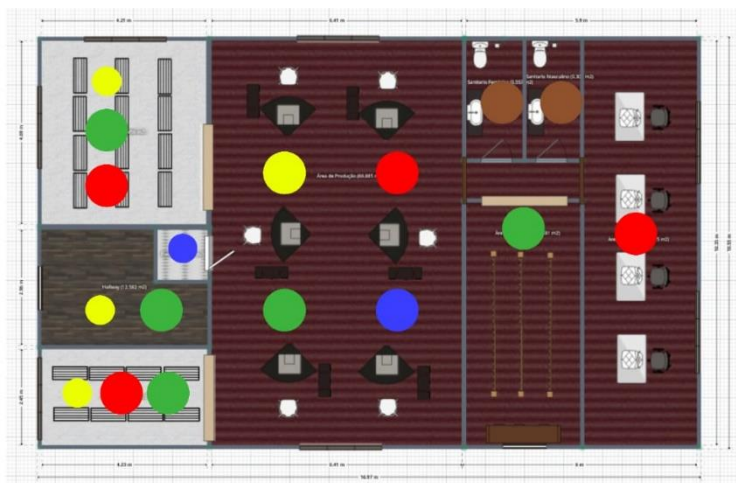
13.24 MAPA DE RISCO – TÉRREO



13.25 MAPA DE RISCO – PRIMEIRO ANDAR



13.26 MAPA DE RISCO – SEGUNDO ANDAR



13.27 INVESTIMENTO TOTAL

Investimento Total

Descrição dos investimentos	Valor (R\$)	(%)
Investimentos Fixos	R\$ 29.027,96	
Capital de Giro	R\$ 7.895,05	0%
Investimentos Pré-Operacionais	R\$ 12.700,00	
Total	R\$ 49.623,01	100%
Fontes de Recursos	Valor (R\$)	(%)
Recursos de terceiros	R\$ 49.623,01	100%
Total	R\$ 49.623,01	100%

13.28 MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS

	Descrição	Qtde.	Valor Unit.	Total
1	Máquina de costura profissional	1	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00
2	Máquina de costura Overlock	3	R\$ 1.500,00	R\$ 4.500,00
3	Notebook	3	R\$ 1.900,00	R\$ 5.700,00
4	Impressora	1	R\$ 400,00	R\$ 400,00
5	Impressora de nota fiscal	1	R\$ 400,00	R\$ 400,00
6	Fone	3	R\$ 80,00	R\$ 240,00
7	Telefone	1	R\$ 100,00	R\$ 100,00
8	Máquina de Cartão	1	R\$ 149,90	R\$ 149,90
9	Roteador-Wifi	2	R\$ 100,00	R\$ 200,00
10	Geladeira	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00
11	Cafeteira	1	R\$ 90,00	R\$ 90,00
12	Microondas	1	R\$ 250,00	R\$ 250,00
13	Purificador	3	R\$ 50,00	R\$ 150,00
14	Óculos de proteção	4	R\$ 4,00	R\$ 16,00
15	Luvas de proteção	4	R\$ 3,00	R\$ 12,00
Sub-total				R\$ 14.407,90

13.29 MÓVEIS E UTENSÍLIOS

	Descrição	Qtde.	Valor Unit.	Total
1	Mesa de escritório	3	R\$ 300,00	R\$ 900,00
2	Cadeira para escritório	6	R\$ 280,00	R\$ 1.680,00
3	Mesa grande para linha de produção	2	R\$ 500,00	R\$ 1.000,00
4	Cadeira ergonômica para costura	4	R\$ 200,00	R\$ 800,00
5	Balcão	1	R\$ 341,00	R\$ 341,00
6	Cadeira caixa alta	1	R\$ 200,00	R\$ 200,00
7	Lixeira	15	R\$ 20,00	R\$ 300,00
8	Gaveterio	5	R\$ 250,00	R\$ 1.250,00
9	Armário de arquivo	1	R\$ 500,00	R\$ 500,00
10	Estante Colméia	8	R\$ 104,00	R\$ 832,00
11	Arara de chão	1	R\$ 165,00	R\$ 165,00
12	Arara Cabideiro	13	R\$ 249,00	R\$ 3.237,00
13	Manequim ajustável	4	R\$ 300,00	R\$ 1.200,00
14	Manequim	4	R\$ 143,00	R\$ 572,00
15	Cabide	300	R\$ 2,00	R\$ 600,00
16	Espelho	1	R\$ 189,28	R\$ 189,28
17	Provadores	1	R\$ 220,00	R\$ 220,00
18	Pufes	2	R\$ 79,90	R\$ 159,80
19	Pincéis	25	R\$ 5,50	R\$ 137,50
20	Porta caneta	4	R\$ 12,00	R\$ 48,00
21	Pasta	15	R\$ 1,20	R\$ 18,00
22	Flat Mop	2	R\$ 34,99	R\$ 69,98
23	Pá	2	R\$ 10,00	R\$ 20,00
24	Vassoura	2	R\$ 14,00	R\$ 28,00
Sub-Total:				R\$ 14.467,56

13.30 CUSTOS DE DEPRECIACÃO

Ativos Fixos	Qtde.	Valor do Bem (R\$)	Vida útil em Anos	Depreciação Anual (R\$)	Depreciação Mensal (R\$)
Reformas	1	R\$ 5.000,00	25	R\$ 200,00	R\$ 16,67
Máquina de costura profissional	1	R\$ 1.200,00	10	R\$ 120,00	R\$ 10,00
Máquina de costura Overlock	3	R\$ 1.500,00	10	R\$ 450,00	R\$ 37,50
Notebook	5	R\$ 3.500,00	5	R\$ 3.500,00	R\$ 291,67
Impressora	1	R\$ 800,00	5	R\$ 160,00	R\$ 13,33
Impressora de nota fiscal	1	R\$ 500,00	5	R\$ 100,00	R\$ 8,33
Fone	4	R\$ 200,00	3	R\$ 266,67	R\$ 22,22
Roteador-Wifi	2	R\$ 180,00	3	R\$ 120,00	R\$ 10,00
Telefone	2	R\$ 122,00	5	R\$ 48,80	R\$ 4,07
Máquina de Cartão	1	R\$ 149,90	5	R\$ 29,98	R\$ 2,50
Geladeira	1	R\$ 1.659,00	10	R\$ 165,90	R\$ 13,83
Cafeteira	1	R\$ 98,99	10	R\$ 9,90	R\$ 0,82
Microondas	1	R\$ 509,99	10	R\$ 51,00	R\$ 4,25
Purificador	3	R\$ 59,50	10	R\$ 17,85	R\$ 1,49
Cadeira para escritório	7	R\$ 300,00	10	R\$ 210,00	R\$ 17,50
Mesa grande para linha de produção	2	R\$ 600,00	10	R\$ 120,00	R\$ 10,00
Cadeira ergonômica para costura	4	R\$ 200,00	10	R\$ 80,00	R\$ 6,67
Balcão	1	R\$ 341,00	10	R\$ 34,10	R\$ 2,84
Cadeira caixa alta	1	R\$ 200,00	10	R\$ 20,00	R\$ 1,67
Lixeira	10	R\$ 20,00	10	R\$ 20,00	R\$ 1,67
Gaveterio	5	R\$ 250,00	10	R\$ 125,00	R\$ 10,42
Armário de arquivo	2	R\$ 500,00	10	R\$ 100,00	R\$ 8,33
Manequim ajustável	5	R\$ 300,00	5	R\$ 300,00	R\$ 25,00
Manequim	4	R\$ 143,00	5	R\$ 114,40	R\$ 9,53
Total	68	R\$ 18.333,38	206	R\$ 6.363,59	R\$ 530,30

13.31 ESTOQUE INICIAL

	Descrição	Qtde.	Custo Unit.	Total
1	Calça jeans	50	R\$ 18,00	R\$ 900,00
2	Calça social	25	R\$ 15,00	R\$ 375,00
3	Calça de tecidos diversos	25	R\$ 12,00	R\$ 300,00
4	Bermuda Jeans	30	R\$ 15,00	R\$ 450,00
5	Bermuda de tecidos diversos	25	R\$ 10,00	R\$ 250,00
6	Shorts jeans	30	R\$ 12,00	R\$ 360,00
7	Shorts de tecidos diversos	25	R\$ 8,00	R\$ 200,00
8	Saia jeans	20	R\$ 12,00	R\$ 240,00
9	Saia de tecidos diversos	25	R\$ 8,00	R\$ 200,00
10	Jaqueta Jeans	35	R\$ 18,00	R\$ 630,00
11	Jaqueta de tecidos diversos	30	R\$ 15,00	R\$ 450,00
12	Blazer	30	R\$ 12,00	R\$ 360,00
13	Sueter de tricô/cardigan	40	R\$ 10,00	R\$ 400,00
14	Moletom	20	R\$ 15,00	R\$ 300,00
15	Camisa	35	R\$ 6,00	R\$ 210,00
16	Camiseta/blusas	45	R\$ 8,00	R\$ 360,00
17	Regata	20	R\$ 5,00	R\$ 100,00
18	Vestido	40	R\$ 10,00	R\$ 400,00
19	Boné	15	R\$ 10,00	R\$ 150,00
20	Cintos	20	R\$ 3,00	R\$ 60,00
21	Acessórios	60	R\$ 3,00	R\$ 180,00
22	Agulha	50	R\$ 2,00	R\$ 100,00
23	Alfinete	130	R\$ 0,14	R\$ 18,20
24	Rolo de linha (300 metros)	5	R\$ 8,00	R\$ 40,00
25	Zíper	3	R\$ 1,40	R\$ 4,20
26	Rolo de elástico (25 metros)	1	R\$ 20,00	R\$ 20,00
27	Mosquetão	8	R\$ 1,00	R\$ 8,00
28	Sacola Personalizada	120	R\$ 1,20	R\$ 144,00
29	Caixa Personalizada (32x19x09cm)	45	R\$ 5,77	R\$ 259,65
30	Caixa Personalizada (30x25x04cm)	50	R\$ 4,82	R\$ 241,00
31	Rolo de Papel de Seda (50x50cm)	1	R\$ 145,00	R\$ 145,00
32	Rolo de fita kraft	2	R\$ 20,00	R\$ 40,00
Total:		1060		R\$ 7.895,05

13.32 CONTAS A RECEBER- VENDAS

Prazo médio de vendas	(%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
à vista	70%	0	0
a prazo (1)	25%	30	7,5
a prazo (2)	5%	60	3
a prazo (3)	-	-	-
Prazo Médio Total			10,5

13.33 CONTAS A PAGAR- FORNECEDORES

Prazo médio de vendas	(%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
à vista	50%	0	0
a prazo (1)	50%	30	15
a prazo (2)	-	-	0
a prazo (3)	-	-	0
Prazo Médio Total			15

13.34 NECESSIDADE LÍQUIDA DE CAPITAL DE GIRO

	Número de dias
Recursos da empresa fora do seu caixa	
1. Contas a Receber- prazo médio de vendas	10,5
2. Estoques- necessidade média de estoques	30
Subtotal 1	40,5
Recursos de terceiros no caixa da empresa	
3. Fornecedores	15
Subtotal 2	15
Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	25,5

13.35 CUSTOS DE MÃO DE OBRA

Qntd.	Cargos	Salário	VA	VT	INSS	FGTS	IR	Férias	13º Salário	Total
3	Costureiros (Overlock)	R\$ 1.588,00	R\$ 111,16	R\$ 95,28	R\$ 123,12	R\$ 127,04	R\$ -	R\$ 176,44	R\$ 132,33	R\$ 7.060,12
1	Recepcionista	R\$ 1.485,00	R\$ 103,95	R\$ 89,10	R\$ 113,85	R\$ 118,80	R\$ -	R\$ 165,00	R\$ 123,75	R\$ 2.199,44

13.36 CUSTOS FIXOS MENSAIS

Descrição	Custo Total Mensal (R\$)
Parcela do BNDES	R\$ 1.452,94
Aluguel	R\$ 13.500,00
Água	R\$ 600,00
Energia Elétrica	R\$ 1.800,00
Internet	R\$ 109,90
Manutenção dos equipamentos	R\$ 152,50
Pró-Labore	R\$ 9.240,00
Salários+Encargos	R\$ 9.259,56
Material de Limpeza	R\$ 396,47
Material de Escritório	R\$ 400,54
Serviços de Terceiros	R\$ 5.110,00
Depreciação	R\$ 530,30
Total:	R\$ 42.552,21

13.37 INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS

Investimentos Pré-Operacionais	(R\$)
Despesas de Legalização	R\$ 2.000,00
Reformas	R\$ 2.000,00
Fachada	R\$ 2.000,00
Divulgação	R\$ 6.700,00
Total:	R\$ 12.700,00

13.38 IMPOSTOS

Descrição	%	Faturamento Estimado	Custo Total
1. Impostos			
Impostos Federais			
SIMPLES	10,70%	R\$ 793.305,00	R\$ 62.383,64
Subtotal 1			R\$ 62.383,64
2. Gasto com Vendas			
Taxa de administração do cartão de crédito	3,00%	R\$ 793.305,00	R\$ 23.799,15
Taxa de administração do cartão de débito	1,23%	R\$ 793.305,00	R\$ 9.757,65
Subtotal 2			R\$ 33.556,80
Total:			R\$ 95.940,44

13.39 DEMONSTRATIVO DE RESULTADO

Descrição	(R\$)
1. Receita Total com Vendas	R\$ 793.305,00
2. Custos Variáveis Totais	R\$ 190.681,04
(-) Custos com materiais diretos	R\$ 94.740,60
(-) Impostos sobre vendas	R\$ 62.383,64
(-) Gastos com vendas	R\$ 33.556,80
3. Margem de Contribuição	R\$ 602.623,96
4. (-) Custos Fixos Totais	R\$ 510.626,54
Lucro/Prejuízo (3-4)	R\$ 91.997,42

13.40 INDICADORES DE VIABILIDADE

Lucratividade		
Lucro Líquido (Por ano)	Receita Total (Por ano)	Total (%)
R\$ 91.997,42	R\$ 793.305,00	12%
Rentabilidade		
Lucro Líquido (Por ano)	Investimento Total	Total (%)
R\$ 91.997,42	R\$ 49.623,01	185%
Prazo do Retorno do Investimento		
Lucro Líquido (Por ano)	Investimento Total	Total (anos)
R\$ 91.997,42	R\$ 49.623,01	0,54

13.41 ESTIMATIVA DE FATURAMENTO

Estimativa de Faturamento Mensal da Empresa em Setembro/2024			
Calça jeans	50	R\$ 60,00	R\$ 3.000,00
Calça social	25	R\$ 55,00	R\$ 1.375,00
Calça de tecidos diversos	25	R\$ 50,00	R\$ 1.250,00
Bermuda Jeans	30	R\$ 50,00	R\$ 1.500,00
Bermuda de tecidos diversos	25	R\$ 45,00	R\$ 1.125,00
Shorts jeans	30	R\$ 50,00	R\$ 1.500,00
Shorts de tecidos diversos	25	R\$ 43,00	R\$ 1.075,00
Saia jeans	20	R\$ 50,00	R\$ 1.000,00
Saia de tecidos diversos	25	R\$ 40,00	R\$ 1.000,00
Jaqueta Jeans	35	R\$ 70,00	R\$ 2.450,00
Jaqueta de tecidos diversos	30	R\$ 65,00	R\$ 1.950,00
Blazer	30	R\$ 65,00	R\$ 1.950,00
Sueter de tricô/cardigan	40	R\$ 54,00	R\$ 2.160,00
Moletom	20	R\$ 55,00	R\$ 1.100,00
Camisa	35	R\$ 30,00	R\$ 1.050,00
Camiseta/blusas	45	R\$ 35,00	R\$ 1.575,00
Regata	20	R\$ 25,00	R\$ 500,00
Vestido	40	R\$ 70,00	R\$ 2.800,00
Boné	15	R\$ 35,00	R\$ 525,00
Cintos	20	R\$ 20,00	R\$ 400,00
Brinco/anel	60	R\$ 10,00	R\$ 600,00
Colar/pulseira	35	R\$ 20,00	R\$ 700,00
Calça jeans (DROP)	8	R\$ 550,00	R\$ 4.400,00
Cropped jeans (DROP)	8	R\$ 300,00	R\$ 2.400,00
Ecobag jeans (DROP)	3	R\$ 250,00	R\$ 750,00
Shoulder bag jeans (DROP)	3	R\$ 150,00	R\$ 450,00
Shorts jeans (DROP)	4	R\$ 350,00	R\$ 1.400,00
Saia jeans (DROP)	4	R\$ 300,00	R\$ 1.200,00
	710	R\$ 2.897,00	R\$ 41.185,00

Estimativa de Faturamento Mensal da Empresa em Outubro/2024			
Calça jeans	60	R\$ 60,00	R\$ 3.600,00
Calça social	30	R\$ 55,00	R\$ 1.650,00
Calça de tecidos diversos	35	R\$ 50,00	R\$ 1.750,00
Bermuda Jeans	35	R\$ 50,00	R\$ 1.750,00
Bermuda de tecidos diversos	30	R\$ 45,00	R\$ 1.350,00
Shorts jeans	35	R\$ 50,00	R\$ 1.750,00
Shorts de tecidos diversos	30	R\$ 43,00	R\$ 1.290,00
Saia jeans	25	R\$ 50,00	R\$ 1.250,00
Saia de tecidos diversos	30	R\$ 40,00	R\$ 1.200,00
Jaqueta Jeans	45	R\$ 70,00	R\$ 3.150,00
Jaqueta de tecidos diversos	40	R\$ 65,00	R\$ 2.600,00
Blazer	35	R\$ 65,00	R\$ 2.275,00
Sueter de tricô/cardigan	45	R\$ 54,00	R\$ 2.430,00
Moletom	25	R\$ 55,00	R\$ 1.375,00
Camisa	40	R\$ 30,00	R\$ 1.200,00
Camiseta/blusas	65	R\$ 35,00	R\$ 2.275,00
Regata	30	R\$ 25,00	R\$ 750,00
Vestido	60	R\$ 70,00	R\$ 4.200,00
Boné	25	R\$ 35,00	R\$ 875,00
Cintos	25	R\$ 20,00	R\$ 500,00
Brinco/anel	70	R\$ 10,00	R\$ 700,00
Colar/pulseira	45	R\$ 20,00	R\$ 900,00
	860	R\$ 997,00	R\$ 38.820,00

Estimativa de Faturamento Mensal da Empresa em Novembro/2024			
Calça jeans	75	R\$ 60,00	R\$ 4.500,00
Calça social	35	R\$ 55,00	R\$ 1.925,00
Calça de tecidos diversos	45	R\$ 50,00	R\$ 2.250,00
Bermuda Jeans	40	R\$ 50,00	R\$ 2.000,00
Bermuda de tecidos diversos	35	R\$ 45,00	R\$ 1.575,00
Shorts jeans	40	R\$ 50,00	R\$ 2.000,00
Shorts de tecidos diversos	45	R\$ 43,00	R\$ 1.935,00
Saia jeans	35	R\$ 50,00	R\$ 1.750,00
Saia de tecidos diversos	40	R\$ 40,00	R\$ 1.600,00
Jaqueta Jeans	50	R\$ 70,00	R\$ 3.500,00
Jaqueta de tecidos diversos	45	R\$ 65,00	R\$ 2.925,00
Blazer	40	R\$ 65,00	R\$ 2.600,00
Sueter de tricô/cardigan	50	R\$ 54,00	R\$ 2.700,00
Moletom	30	R\$ 55,00	R\$ 1.650,00
Camisa	50	R\$ 30,00	R\$ 1.500,00
Camiseta/blusas	70	R\$ 35,00	R\$ 2.450,00
Regata	35	R\$ 25,00	R\$ 875,00
Vestido	80	R\$ 70,00	R\$ 5.600,00
Boné	35	R\$ 35,00	R\$ 1.225,00
Cintos	30	R\$ 20,00	R\$ 600,00
Brinco/anel	70	R\$ 10,00	R\$ 700,00
Colar/pulseira	50	R\$ 20,00	R\$ 1.000,00
	1025	R\$ 997,00	R\$ 46.860,00

Estimativa de Faturamento Mensal da Empresa em Dezembro/2024			
Calça jeans	85	R\$ 60,00	R\$ 5.100,00
Calça social	40	R\$ 55,00	R\$ 2.200,00
Calça de tecidos diversos	50	R\$ 50,00	R\$ 2.500,00
Bermuda Jeans	50	R\$ 50,00	R\$ 2.500,00
Bermuda de tecidos diversos	55	R\$ 45,00	R\$ 2.475,00
Shorts jeans	45	R\$ 50,00	R\$ 2.250,00
Shorts de tecidos diversos	50	R\$ 43,00	R\$ 2.150,00
Saia jeans	45	R\$ 50,00	R\$ 2.250,00
Saia de tecidos diversos	45	R\$ 40,00	R\$ 1.800,00
Jaqueta Jeans	50	R\$ 70,00	R\$ 3.500,00
Jaqueta de tecidos diversos	45	R\$ 65,00	R\$ 2.925,00
Blazer	40	R\$ 65,00	R\$ 2.600,00
Sueter de tricô/cardigan	40	R\$ 54,00	R\$ 2.160,00
Moletom	30	R\$ 55,00	R\$ 1.650,00
Camisa	50	R\$ 30,00	R\$ 1.500,00
Camiseta/blusas	85	R\$ 35,00	R\$ 2.975,00
Regata	45	R\$ 25,00	R\$ 1.125,00
Vestido	100	R\$ 70,00	R\$ 7.000,00
Boné	40	R\$ 35,00	R\$ 1.400,00
Cintos	30	R\$ 20,00	R\$ 600,00
Brinco/anel	70	R\$ 10,00	R\$ 700,00
Colar/pulseira	55	R\$ 20,00	R\$ 1.100,00
Calça Personalizada (DROP)	8	R\$ 650,00	R\$ 5.200,00
Jaqueta Personalizada (DROP)	6	R\$ 450,00	R\$ 2.700,00
Ecobag Jeans (DROP)	4	R\$ 200,00	R\$ 800,00
Shoulder Bag Personalizada (DROP)	4	R\$ 150,00	R\$ 600,00
Shorts Personalizado (DROP)	4	R\$ 350,00	R\$ 1.400,00
Saia Personalizada (DROP)	4	R\$ 300,00	R\$ 1.200,00
	1175	R\$ 3.097,00	R\$ 64.360,00

Estimativa de Faturamento Mensal da Empresa em Janeiro/2025			
Calça jeans	95	R\$ 60,00	R\$ 5.700,00
Calça social	45	R\$ 55,00	R\$ 2.475,00
Calça de tecidos diversos	55	R\$ 50,00	R\$ 2.750,00
Bermuda Jeans	60	R\$ 50,00	R\$ 3.000,00
Bermuda de tecidos diversos	65	R\$ 45,00	R\$ 2.925,00
Shorts jeans	55	R\$ 50,00	R\$ 2.750,00
Shorts de tecidos diversos	55	R\$ 43,00	R\$ 2.365,00
Saia jeans	55	R\$ 50,00	R\$ 2.750,00
Saia de tecidos diversos	50	R\$ 40,00	R\$ 2.000,00
Jaqueta Jeans	50	R\$ 70,00	R\$ 3.500,00
Jaqueta de tecidos diversos	45	R\$ 65,00	R\$ 2.925,00
Blazer	40	R\$ 65,00	R\$ 2.600,00
Sueter de tricô/cardigan	40	R\$ 54,00	R\$ 2.160,00
Moletom	30	R\$ 55,00	R\$ 1.650,00
Camisa	65	R\$ 30,00	R\$ 1.950,00
Camiseta/blusas	90	R\$ 35,00	R\$ 3.150,00
Regata	55	R\$ 25,00	R\$ 1.375,00
Vestido	110	R\$ 70,00	R\$ 7.700,00
Boné	50	R\$ 35,00	R\$ 1.750,00
Cintos	30	R\$ 20,00	R\$ 600,00
Brinco/anel	70	R\$ 10,00	R\$ 700,00
Colar/pulseira	55	R\$ 20,00	R\$ 1.100,00
	1265	R\$ 997,00	R\$ 57.875,00

Estimativa de Faturamento Mensal da Empresa em Fevereiro/2025			
Calça jeans	110	R\$ 60,00	R\$ 6.600,00
Calça social	45	R\$ 55,00	R\$ 2.475,00
Calça de tecidos diversos	55	R\$ 50,00	R\$ 2.750,00
Bermuda Jeans	65	R\$ 50,00	R\$ 3.250,00
Bermuda de tecidos diversos	70	R\$ 45,00	R\$ 3.150,00
Shorts jeans	60	R\$ 50,00	R\$ 3.000,00
Shorts de tecidos diversos	50	R\$ 43,00	R\$ 2.150,00
Saia jeans	60	R\$ 50,00	R\$ 3.000,00
Saia de tecidos diversos	55	R\$ 40,00	R\$ 2.200,00
Jaqueta Jeans	50	R\$ 70,00	R\$ 3.500,00
Jaqueta de tecidos diversos	45	R\$ 65,00	R\$ 2.925,00
Blazer	40	R\$ 65,00	R\$ 2.600,00
Sueter de tricô/cardigan	40	R\$ 54,00	R\$ 2.160,00
Moletom	30	R\$ 55,00	R\$ 1.650,00
Camisa	75	R\$ 30,00	R\$ 2.250,00
Camiseta/blusas	100	R\$ 35,00	R\$ 3.500,00
Regata	65	R\$ 25,00	R\$ 1.625,00
Vestido	115	R\$ 70,00	R\$ 8.050,00
Boné	55	R\$ 35,00	R\$ 1.925,00
Cintos	35	R\$ 20,00	R\$ 700,00
Brinco/anel	75	R\$ 10,00	R\$ 750,00
Colar/pulseira	60	R\$ 20,00	R\$ 1.200,00
	1355	R\$ 997,00	R\$ 61.410,00

Estimativa de Faturamento Mensal da Empresa em Março/2025				
Calça jeans	125	R\$ 60,00	R\$ 7.500,00	
Calça social	50	R\$ 55,00	R\$ 2.750,00	
Calça de tecidos diversos	65	R\$ 50,00	R\$ 3.250,00	
Bermuda Jeans	70	R\$ 50,00	R\$ 3.500,00	
Bermuda de tecidos diversos	75	R\$ 45,00	R\$ 3.375,00	
Shorts jeans	60	R\$ 50,00	R\$ 3.000,00	
Shorts de tecidos diversos	50	R\$ 43,00	R\$ 2.150,00	
Saia jeans	60	R\$ 50,00	R\$ 3.000,00	
Saia de tecidos diversos	55	R\$ 40,00	R\$ 2.200,00	
Jaqueta Jeans	55	R\$ 70,00	R\$ 3.850,00	
Jaqueta de tecidos diversos	50	R\$ 65,00	R\$ 3.250,00	
Blazer	45	R\$ 65,00	R\$ 2.925,00	
Sueter de tricô/cardigan	55	R\$ 54,00	R\$ 2.970,00	
Moletom	45	R\$ 55,00	R\$ 2.475,00	
Camisa	75	R\$ 30,00	R\$ 2.250,00	
Camiseta/blusas	115	R\$ 35,00	R\$ 4.025,00	
Regata	65	R\$ 25,00	R\$ 1.625,00	
Vestido	115	R\$ 70,00	R\$ 8.050,00	
Boné	65	R\$ 35,00	R\$ 2.275,00	
Cintos	40	R\$ 20,00	R\$ 800,00	
Brinco/anel	80	R\$ 10,00	R\$ 800,00	
Colar/pulseira	65	R\$ 20,00	R\$ 1.300,00	
Calça Cyclone (DROP)	5	R\$ 650,00	R\$ 3.250,00	
Jaqueta Jeans (DROP)	4	R\$ 500,00	R\$ 2.000,00	
Ecobag (DROP)	3	R\$ 200,00	R\$ 600,00	
Shoulder Bag (DROP)	5	R\$ 200,00	R\$ 1.000,00	
Shorts (DROP)	5	R\$ 350,00	R\$ 1.750,00	
Conjunto (Saia e Cropped) (DROP)	8	R\$ 450,00	R\$ 3.600,00	
	1510	R\$ 3.347,00	R\$ 79.520,00	

Estimativa de Faturamento Mensal da Empresa em Abril/2025				
Calça jeans	135	R\$ 60,00	R\$ 8.100,00	
Calça social	55	R\$ 55,00	R\$ 3.025,00	
Calça de tecidos diversos	70	R\$ 50,00	R\$ 3.500,00	
Bermuda Jeans	70	R\$ 50,00	R\$ 3.500,00	
Bermuda de tecidos diversos	75	R\$ 45,00	R\$ 3.375,00	
Shorts jeans	60	R\$ 50,00	R\$ 3.000,00	
Shorts de tecidos diversos	50	R\$ 43,00	R\$ 2.150,00	
Saia jeans	60	R\$ 50,00	R\$ 3.000,00	
Saia de tecidos diversos	55	R\$ 40,00	R\$ 2.200,00	
Jaqueta Jeans	65	R\$ 70,00	R\$ 4.550,00	
Jaqueta de tecidos diversos	60	R\$ 65,00	R\$ 3.900,00	
Blazer	55	R\$ 65,00	R\$ 3.575,00	
Sueter de tricô/cardigan	70	R\$ 54,00	R\$ 3.780,00	
Moletom	50	R\$ 55,00	R\$ 2.750,00	
Camisa	90	R\$ 30,00	R\$ 2.700,00	
Camiseta/blusas	115	R\$ 35,00	R\$ 4.025,00	
Regata	65	R\$ 25,00	R\$ 1.625,00	
Vestido	90	R\$ 70,00	R\$ 6.300,00	
Boné	70	R\$ 35,00	R\$ 2.450,00	
Cintos	45	R\$ 20,00	R\$ 900,00	
Brinco/anel	80	R\$ 10,00	R\$ 800,00	
Colar/pulseira	70	R\$ 20,00	R\$ 1.400,00	
	1555	R\$ 997,00	R\$ 70.605,00	

Estimativa de Faturamento Mensal da Empresa em Maio/2025			
Calça jeans	135	R\$ 60,00	R\$ 8.100,00
Calça social	60	R\$ 55,00	R\$ 3.300,00
Calça de tecidos diversos	70	R\$ 50,00	R\$ 3.500,00
Bermuda Jeans	70	R\$ 50,00	R\$ 3.500,00
Bermuda de tecidos diversos	75	R\$ 45,00	R\$ 3.375,00
Shorts jeans	65	R\$ 50,00	R\$ 3.250,00
Shorts de tecidos diversos	50	R\$ 43,00	R\$ 2.150,00
Saia jeans	60	R\$ 50,00	R\$ 3.000,00
Saia de tecidos diversos	55	R\$ 40,00	R\$ 2.200,00
Jaqueta Jeans	75	R\$ 70,00	R\$ 5.250,00
Jaqueta de tecidos diversos	65	R\$ 65,00	R\$ 4.225,00
Blazer	70	R\$ 65,00	R\$ 4.550,00
Sueter de tricô/cardigan	80	R\$ 54,00	R\$ 4.320,00
Moletom	45	R\$ 55,00	R\$ 2.475,00
Camisa	95	R\$ 30,00	R\$ 2.850,00
Camiseta/blusas	115	R\$ 35,00	R\$ 4.025,00
Regata	75	R\$ 25,00	R\$ 1.875,00
Vestido	85	R\$ 70,00	R\$ 5.950,00
Boné	70	R\$ 35,00	R\$ 2.450,00
Cintos	55	R\$ 20,00	R\$ 1.100,00
Brinco/anel	75	R\$ 10,00	R\$ 750,00
Colar/pulseira	70	R\$ 20,00	R\$ 1.400,00
	1615	R\$ 997,00	R\$ 73.595,00

Estimativa de Faturamento Mensal da Empresa em Junho/2025			
Calça jeans	145	R\$ 60,00	R\$ 8.700,00
Calça social	70	R\$ 55,00	R\$ 3.850,00
Calça de tecidos diversos	75	R\$ 50,00	R\$ 3.750,00
Bermuda Jeans	70	R\$ 50,00	R\$ 3.500,00
Bermuda de tecidos diversos	65	R\$ 45,00	R\$ 2.925,00
Shorts jeans	60	R\$ 50,00	R\$ 3.000,00
Shorts de tecidos diversos	50	R\$ 43,00	R\$ 2.150,00
Saia jeans	60	R\$ 50,00	R\$ 3.000,00
Saia de tecidos diversos	55	R\$ 40,00	R\$ 2.200,00
Jaqueta Jeans	80	R\$ 70,00	R\$ 5.600,00
Jaqueta de tecidos diversos	75	R\$ 65,00	R\$ 4.875,00
Blazer	70	R\$ 65,00	R\$ 4.550,00
Sueter de tricô/cardigan	85	R\$ 54,00	R\$ 4.590,00
Moletom	60	R\$ 55,00	R\$ 3.300,00
Camisa	105	R\$ 30,00	R\$ 3.150,00
Camiseta/blusas	115	R\$ 35,00	R\$ 4.025,00
Regata	75	R\$ 25,00	R\$ 1.875,00
Vestido	85	R\$ 70,00	R\$ 5.950,00
Boné	70	R\$ 35,00	R\$ 2.450,00
Cintos	55	R\$ 20,00	R\$ 1.100,00
Brinco/anel	75	R\$ 10,00	R\$ 750,00
Colar/pulseira	70	R\$ 20,00	R\$ 1.400,00
Calça Jeans (DROP)	8	R\$ 650,00	R\$ 5.200,00
Jaqueta Puffer (DROP)	5	R\$ 700,00	R\$ 3.500,00
Ecobag Jeans (DROP)	5	R\$ 300,00	R\$ 1.500,00
Shoulder Bag Jeans (DROP)	5	R\$ 200,00	R\$ 1.000,00
Jaqueta Jeans (DROP)	7	R\$ 500,00	R\$ 3.500,00
	1700	R\$ 3.347,00	R\$ 91.390,00

Estimativa de Faturamento Mensal da Empresa em Julho/2025				
Calça jeans	155	R\$	60,00	R\$ 9.300,00
Calça social	75	R\$	55,00	R\$ 4.125,00
Calça de tecidos diversos	80	R\$	50,00	R\$ 4.000,00
Bermuda Jeans	70	R\$	50,00	R\$ 3.500,00
Bermuda de tecidos diversos	65	R\$	45,00	R\$ 2.925,00
Shorts jeans	60	R\$	50,00	R\$ 3.000,00
Shorts de tecidos diversos	50	R\$	43,00	R\$ 2.150,00
Saia jeans	60	R\$	50,00	R\$ 3.000,00
Saia de tecidos diversos	55	R\$	40,00	R\$ 2.200,00
Jaqueta Jeans	85	R\$	70,00	R\$ 5.950,00
Jaqueta de tecidos diversos	80	R\$	65,00	R\$ 5.200,00
Blazer	75	R\$	65,00	R\$ 4.875,00
Sueter de tricô/cardigan	90	R\$	54,00	R\$ 4.860,00
Moletom	65	R\$	55,00	R\$ 3.575,00
Camisa	105	R\$	30,00	R\$ 3.150,00
Camiseta/blusas	115	R\$	35,00	R\$ 4.025,00
Regata	75	R\$	25,00	R\$ 1.875,00
Vestido	80	R\$	70,00	R\$ 5.600,00
Boné	70	R\$	35,00	R\$ 2.450,00
Cintos	65	R\$	20,00	R\$ 1.300,00
Brinco/anel	85	R\$	10,00	R\$ 850,00
Colar/pulseira	80	R\$	20,00	R\$ 1.600,00
	1740	R\$	997,00	R\$ 79.510,00

Estimativa de Faturamento Mensal da Empresa em Agosto/2025				
Calça jeans	170	R\$	60,00	R\$ 10.200,00
Calça social	80	R\$	55,00	R\$ 4.400,00
Calça de tecidos diversos	85	R\$	50,00	R\$ 4.250,00
Bermuda Jeans	70	R\$	50,00	R\$ 3.500,00
Bermuda de tecidos diversos	65	R\$	45,00	R\$ 2.925,00
Shorts jeans	90	R\$	50,00	R\$ 4.500,00
Shorts de tecidos diversos	50	R\$	43,00	R\$ 2.150,00
Saia jeans	85	R\$	50,00	R\$ 4.250,00
Saia de tecidos diversos	55	R\$	40,00	R\$ 2.200,00
Jaqueta Jeans	95	R\$	70,00	R\$ 6.650,00
Jaqueta de tecidos diversos	85	R\$	65,00	R\$ 5.525,00
Blazer	85	R\$	65,00	R\$ 5.525,00
Sueter de tricô/cardigan	100	R\$	54,00	R\$ 5.400,00
Moletom	75	R\$	55,00	R\$ 4.125,00
Camisa	140	R\$	30,00	R\$ 4.200,00
Camiseta/blusas	125	R\$	35,00	R\$ 4.375,00
Regata	75	R\$	25,00	R\$ 1.875,00
Vestido	80	R\$	70,00	R\$ 5.600,00
Boné	75	R\$	35,00	R\$ 2.625,00
Cintos	70	R\$	20,00	R\$ 1.400,00
Brinco/anel	90	R\$	10,00	R\$ 900,00
Colar/pulseira	80	R\$	20,00	R\$ 1.600,00
	1925	R\$	997,00	R\$ 88.175,00