

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA
SOUZA**

ETEC PROFESSOR ANDRÉ BOGASIAN

EXTENSÃO C.E.U. JAGUARÉ

CURSO TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO

PLANO DE NEGÓCIO

HYPE SAVE

SÃO PAULO

2024

Beatriz de Sousa Dantas
João Pedro Soares da Silva
Nathali Loreny Macedo Santana

PLANO DE NEGÓCIO
HYPE SAVE

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado no Curso de Técnico em Administração, do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza - Etec Prof. André Bogasian, como pré-requisito para obtenção de título de Técnico em Administração.

Orientador: Abel José Mendes

SÃO PAULO

2024

Beatriz de Sousa Dantas
João Pedro Soares Da Silva
Nathali Loreny Macedo Santana

PLANO DE NEGÓCIO

HYPE SAVE

Este trabalho de conclusão de curso foi julgado adequado como parte dos requisitos para obtenção do título acadêmico de Técnico em Administração do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza - Escola Técnica Professor André Bogasian de Osasco – Extensão C.E.U. Jaguaré.

São Paulo, XX de dezembro de 2024.

Validadores:

Professor(a) _____

Menção: _____ Assinatura _____

Professor(a) _____

Menção: _____ Assinatura _____

Professor(a) _____

Menção: _____ Assinatura _____

MENÇÃO FINAL _____ Professor(a) Orientador(a) _____

CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA SOUZA
ETEC PROFESSOR ANDRÉ BOGASIAN

TERMO DE AUTENTICIDADE

Trabalho de Conclusão de Curso - TCC

Nós, alunos abaixo assinados, regularmente matriculados no Curso Técnico de Administração na ETEC Professor André Bogasian, extensão C.E.U. Jaguaré, 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 de nosso próprio esforço e que não há cópias de obras impressas ou eletrônicas, é autêntico e original.

São Paulo, XX de dezembro de 2024.

Nome	RG	Assinatura
Beatriz de Sousa Dantas		
João Pedro Soares Da Silva		
Nathali Loreny Macedo Santana		

Dedicatória

Dedicamos este projeto à nós, nossos familiares e todos os professores que sempre nos apoiaram e incentivaram a nossa jornada, trazendo orientações e conhecimentos que fizeram grande diferença no resultado final deste trabalho. A paixão trouxe à vida este projeto sobre a cultura streetwear, refletindo nossa criatividade e estilo. Juntos mostramos que a moda é uma forma de expressão que transcende barreiras.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos a cada colaborador pela paciência e por compartilhar seu vasto conhecimento sobre cada dúvida relacionada ao projeto.

E nosso agradecimento especial para todos os profissionais da área de moda que nos inspiraram e contribuíram com suas experiências e *insights*. As buscas e conversas tiveram um impacto significativo em nossa pesquisa.

Por fim, agradecemos a cada um que, de alguma forma, colaborou com este projeto. Este TCC é fruto de um esforço conjunto, e somos gratos por cada contribuição.

Epígrafe

"Create, explore, expand, conquer"

A\$ap Rocky

RESUMO

Este trabalho de conclusão de curso é um plano de negócios para desenvolver uma plataforma *online* para venda de artigos de vestuário e calçados do nicho *streetwear*, a plataforma Hype Save, sendo que o aplicativo e o *site* servem para publicação dos itens em oferta, negociação entre vendedores e compradores e compra de produtos, todas essas operações realizadas em ambiente seguro e com suporte adequado aos usuários. Clientes interessados em vender fotografam seus artigos e criam seus próprios anúncios. O diferencial da Hype Save, em relação as duas plataformas já em funcionamento, vem através de facilitar o processo logístico e acrescentar valor aos produtos, analisando e higienizando cuidadosamente cada item que passar pela plataforma, especialmente os *sneakers* – tênis com um valor agregado, que vem de seu design exclusivo, da série limitada, da qualidade de seu acabamento, do interesse despertado pela marca ou das parcerias firmadas entre a marca e artistas, esportistas e outros influenciadores. Concorrentes, sites de moda e fontes inseridas na cultura *streetwear* serviram de base para as pesquisas e para o desenvolvimento do TCC. Também se aplicou um questionário direcionado ao público que aprecia moda *streetwear* para entender suas expectativas e suas dores. Um dos objetivos foi planejar que serviços poderiam ser acrescentados à plataforma ainda não contemplados pelos concorrentes. O foco no mercado de moda jovem de rua se deveu ao fato de que este segmento da moda está em crescimento no Brasil, conforme atestam as pesquisas realizadas.

Palavras-Chave: Plano de negócio. E- commerce . Streetwear. Sneakers

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABNT	Associação Brasileira de Normas Técnicas
ACIC	Associação Comercial de Campinas
CNAE	Classificação Nacional de Atividades Econômicas
CDC	Código de Defesa do Consumidor
SNDC	Sistema Nacional de Defesa do Consumidor
Sebrae	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	10
2. EMBASAMENTO TEÓRICO.....	12
3. DESENVOLVIMENTO.....	13
3.1. Sumário Executivo	13
3.2. Pesquisa de Mercado	18
3.3. Plano de Marketing	30
3.4. Plano Operacional.....	50
3.5. Plano Financeiro.....	53
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS	62
REFERÊNCIAS	63

1. INTRODUÇÃO

1.1. Tema

Elaboração de um plano de negócio para o Trabalho de Conclusão de Curso, relacionado a uma plataforma de venda de roupas, calçados, acessórios e itens de moda streetwear. Esse tipo de plataforma anuncia itens que estão à venda em lojas do ramo ou são colocados à venda por consumidores, em um modelo de atuação semelhante às plataformas Droper e Save1.

1.2. Problema

Para os clientes de moda streetwear, há uma dificuldade em encontrar produtos específicos, às vezes limitados, já que existem poucas plataformas disponíveis com recursos, segurança e diferenciais.

1.3. Hipótese

Com planejamento adequado baseado em pesquisas de mercado, na análise dos ambientes interno e externo da empresa e na identificação de estratégias adequadas de gestão de recursos; e com a busca constante por qualidade e inovação em produtos e serviços, firmando parcerias sólidas com fornecedores e outros públicos de interesse; é possível desenvolver uma empresa voltada para as reais necessidades dos clientes, ampliando as chances de alcançar bons resultados em termos de rentabilidade, lucratividade, posicionamento no mercado de atuação e ampliação da base de clientes.

A pesquisa com os aplicativos já em operação mostra lacunas que podem ser corrigidas por esse projeto, melhorando a experiência de compra dos clientes e oferecendo um suporte melhor para quem vende.

1.4. Justificativas

Além da iniciativa sustentável da venda e revenda de itens e roupas novas e seminovas, itens exclusivos e limitados são comuns no meio do streetwear e, muitas vezes, são adquiridos já na intenção de se revender por um preço maior, anunciado no maior número de plataformas possíveis. Esses movimentos de compra e venda devem gerar receitas interessantes para a empresa.

1.5. Objetivos

O objetivo principal é desenvolver uma plataforma de compra e venda de moda, identificando as necessidades de compradores e vendedores.

Os objetivos secundários são:

- Facilitar o processo de compra e venda, oferecendo suporte às transações;
- Pesquisar as medidas necessárias para a segurança das operações;
- Planejar a logística, buscando uma entrega rápida e sem erros;
- Projetar receitas, custos, despesas e tributos.
- Incentivar o *upcycling*, a economia circular na moda.

1.6. Metodologia

Para a coleta de dados secundários, pesquisas bibliográficas, em fontes diversas, especialmente Sebrae negócios e Associação Comercial de Campinas. Para a coleta de dados primários, foi utilizado um questionário, para conhecer tendências e preferências do público-alvo, com foco quantitativo. Outro recurso é a observação das práticas de negócio dos concorrentes e das funcionalidades dos aplicativos que utilizam, para identificar aspectos que podem melhorar nessas operações.

2. EMBASAMENTO TEÓRICO

A moda é um segmento dinâmico, com diversos nichos de atuação. Movimentos sociais e culturais podem gerar novas tendências dentro da moda. É o caso do streetwear, movimento nascido entre jovens habitantes de centros urbanos.

A moda streetwear é parte da essência das grandes cidades ao redor do mundo — mesmo que quem a vista sequer use esse termo. O movimento, que ganhou forças no fim da década de 1970 e início da década de 1980 nos Estados Unidos, surgiu como uma resposta ao visual mais convencional e formal das grandes grifes, que, em sua maioria, não representava a cultura e o estilo de vida das ruas. Na época, novas marcas e designers independentes começaram a criar roupas que refletiam a estética e a atitude de comunidades marginalizadas, como o hip-hop, o skate e o grafite. A partir daí, o estilo foi abraçado por personalidades da música e do esporte e se tornou um fenômeno cultural imparável, que não poderia mais ser desconsiderado pelas casas tradicionais de moda. Nomes como Shawn Stussy, fundador da marca Stussy, Supreme e A Bathing Ape (BAPE) estão entre as etiquetas fundamentais do início do movimento. Ao longo dos anos, o streetwear evoluiu, incorporando elementos de outras subculturas e tornando-se um fenômeno global, incorporando novas tendências a cada temporada — a essência é a mesma: máximo conforto, conexão com o sportswear e modelagens amplas, sem grandes marcações de gênero. (ELLE, 2024)

3. DESENVOLVIMENTO

3.1. Sumário Executivo

3.1.1. Dados dos Empreendedores

Beatriz de S. Dantas, 20 anos, formada em administração pela Etec - Centro Paula Souza. Sócia da Hype Save, responsável pela Administração de vendas, que desempenha um papel crucial na gestão comercial da empresa.

João Pedro S. Silva, 21 anos, formado em comunicação visual pela escola de artes Panamericana. É o CEO da Hype Save responsável pela Administração, mídias sociais e publicidade da empresa.

Nathali Loreny Macedo Santana, 22 anos. Sócia da Hype Save. Responsável por atuar diretamente na gestão e supervisão das operações, equipes e processos financeiros.

3.1.1.1. Resumo do Empreendimento

Nosso negócio funcionará por meio de plataforma própria, intermediando o processo de compra e venda de roupas, tênis e acessórios do nicho do streetwear, sendo garantido por nossa equipe a autenticidade e a integridade do produto, assim como a segurança em todas as etapas do processo. Propõe-se a lavanderia de *sneakers* como serviço diferencial, podendo ser contratado no momento da compra do produto, garantindo ainda mais cuidado.

3.1.2. Dados do Empreendimento

Razão Social: Hype Save Comércio de Moda Ltda. EPP

Nome Fantasia: Hype Save

Endereço: Alameda Itu, 01, Jardim Paulista – São Paulo, Sala 05

3.1.3. Declarações Institucionais

Missão: Nossa proposta é amparar as dificuldades específicas que o cliente enfrenta ao buscar ou oferecer para a venda produtos exclusivos em moda streetwear. Temos o propósito de trazer uma plataforma segura, onde fornecemos produtos de alta qualidade e autênticos. Além disso, temos o compromisso de sermos um negócio transparente e satisfatório, com foco na excelência do atendimento ao cliente.

Visão: Ser a plataforma de referência para apaixonados por streetwear, oferecendo uma experiência de compra e venda única, segura e satisfatória, com peças exclusivas e autênticas, inspirando e empoderando pessoas globalmente.

Valores:

- ❖ Autenticidade
- ❖ Qualidade
- ❖ Respeito
- ❖ Transparência
- ❖ Confiança
- ❖ Apoio à economia circular

3.1.4. Setor de Atividade e forma jurídica

Empresa de pequeno porte, registrada como sociedade limitada, atuando na prestação de serviços, intermediando compras e vendas de itens de moda.

3.1.5. Enquadramento tributário

A atividade principal dessa empresa é representada pelo CNAE nº 7490-1/04: atividades de intermediação e agenciamento de serviços e negócios em geral, exceto imobiliários.

Código e descrição da atividade econômica secundária

4763-6/02 | comércio varejista de artigos esportivos

4781-4/00 | comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios

4782-2/01 | comércio varejista de calçados

4785-7/99 | comércio varejista de outros artigos usados

7120-1/00 | testes e análises técnicas

9601-7/01 | lavanderias

3.1.6. Capital Social

Concluídas as projeções financeiras, o investimento necessário para viabilizar a empresa é de R\$ 162.268,78. Esse é o valor que os sócios precisam investir para obter os ativos fixos necessários ao funcionamento da empresa, para reformar o imóvel escolhido, para desenvolver o aplicativo e para ter uma reserva de capital de giro para os primeiros meses de funcionamento.

3.1.7. Aspectos Jurídicos

3.1.7.1. Vigilância Sanitária

Exigências vigentes segundo a NR 24: Condições sanitárias e de conforto no local de trabalho. Nos estabelecimentos e frentes de trabalho com menos de 30 trabalhadores, devem ser asseguradas condições suficientes de conforto para a ocasião das refeições, em local que atenda aos requisitos de limpeza, arejamento, iluminação e

fornecimento de água potável. Instalações sanitárias devem ser separadas por gênero, com lavatório para higienização das mãos no local.

Conforme Ministério do Trabalho (2020),

as cozinhas devem ser locais com boas condições para a preparação de refeições. Nesse sentido, a NR-24 estabelece que elas devem ter, por exemplo, piso e paredes de material resistente, ventilação adequada, iluminação suficiente, equipamentos em boas condições de funcionamento e higiene, além de medidas de controle de pragas.

3.1.7.2. Abertura do negócio

Os documentos necessários são:

- Documentos pessoais dos sócios, incluindo comprovantes de endereço e declarações anuais de Imposto de Renda;
- Contrato social
- Registro da marca e loja na Junta Comercial da cidade;
- Cadastro do CNPJ e cadastro da Inscrição Estadual;
- Alvará de funcionamento;
- Inscrição na Previdência Social;
- Registro na prefeitura para recolhimento do ISSQN.

3.1.7.3. Lei Geral de Proteção dos Dados

A Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) no Brasil estabelece diretrizes para o tratamento de dados pessoais com o objetivo de proteger os direitos de privacidade e liberdade. As principais obrigações das empresas incluem:

1. **Consentimento:** Obter consentimento claro e explícito dos titulares para coletar e tratar dados, salvo em situações previstas na lei.
2. **Finalidade:** Utilizar os dados apenas para as finalidades específicas e legítimas previamente informadas ao titular.
3. **Transparência:** Informar os titulares sobre como seus dados são coletados, armazenados e utilizados, disponibilizando canais de acesso e consulta.

4. **Segurança:** Implementar medidas técnicas e administrativas para proteger os dados contra acessos não autorizados, vazamentos ou incidentes.
5. **Minimização:** Coletar e tratar apenas os dados estritamente necessários para a finalidade informada.
6. **Responsabilidade:** Demonstrar conformidade com a LGPD, documentando processos e práticas adotadas para proteger os dados.
7. **Direitos dos titulares:** Garantir o exercício de direitos como acesso, retificação, exclusão e portabilidade dos dados pessoais.
8. **Notificação de incidentes:** Comunicar à Autoridade Nacional de Proteção de Dados (ANPD) e aos titulares em caso de vazamentos ou incidentes de segurança.

O descumprimento da LGPD pode resultar em multas, sanções administrativas e danos à reputação da empresa. Por isso, é essencial adotar uma abordagem proativa e contínua de conformidade.

3.2. Pesquisa de Mercado

3.2.1. Clientes

3.2.1.1. Instrumento de pesquisa (questionário)

Para identificar as necessidades e desejos dos potenciais clientes e conhecer melhor o perfil deles, foi elaborado um questionário, distribuído entre os dias 09/05 até 09/06, e respondido por 21 pessoas.

Qual seu gênero?

☐ Feminino ☐ Masculino ☐ Prefiro não informar

Qual sua idade?

☐ Entre 15 e 18 anos ☐ 19 a 24 anos
☐ 25 a 30 anos ☐ Acima de 30 anos

Com que frequência você compra moda streetwear?

☐ toda semana ☐ duas vezes por mês ☐ Nunca

Você sabe o que é moda streetwear?

☐ Sim ☐ Não ☐ Talvez

Você se considera dentro do streetwear?

☐ Sempre ☐ Em alguns momentos ☐ Não considero

Quais marcas de streetwear você conhece?

Adidas	Asics	Balenciaga	Bape	Channel	Class
Gap	Gucci	High	Jordan	Lacoste	Louis Vuitton
Mizuno	Murk	New Balance	Nike	Oakley	Pace
Piet	Prada	Puma	Sufgang	Supreme	The North Face
Vans	Yezzy				

Você costuma comprar em lojas de streetwear?

☐ Sim ☐ Talvez ☐ Não

Você costuma acompanhar as redes sociais de lojas e marcas? Com que frequência?

☐ diariamente ☐ semanalmente ☐ nunca

Onde você mais costuma procurar e comprar roupas?

☐ Shoppings ☐ Online (sites, apps, revendedores, redes sociais)
☐ Lojas da própria marca ☐ Boutiques ☐ Brechós
☐ Lojas de departamento

Você tem o hábito de lavar seus sneakers? Como?

☐ Lavo na máquina de roupa ☐ Lavo na mão com sabão
☐ Lavo na mão com produtos para sneakers ☐ Mando em lavanderias de sneakers

Você conhece alguma dessas plataformas de venda de artigos de streetwear?

☐ Droper ☐ Save1 ☐ Não conheço

Você já comprou em alguma delas? Como foi sua experiência?

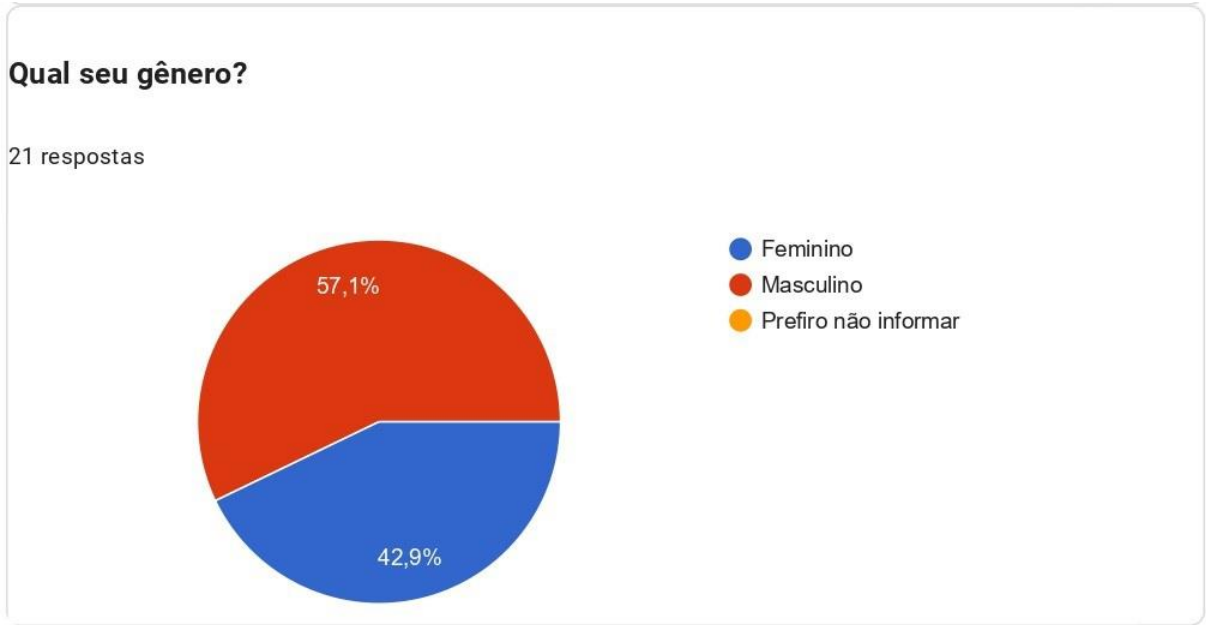
☐ Nunca comprei com elas ☐ Ruim ☐ Razoável ☐ Ótima

O que você espera de um app de compras?

☐ Informações claras e preço do produto
☐ Fotos reais do produto
☐ Espaço para descrição do produto
☐ Abas organizadas
☐ Proteção dos dados pessoais
☐ Comunicação simplificada com anunciante

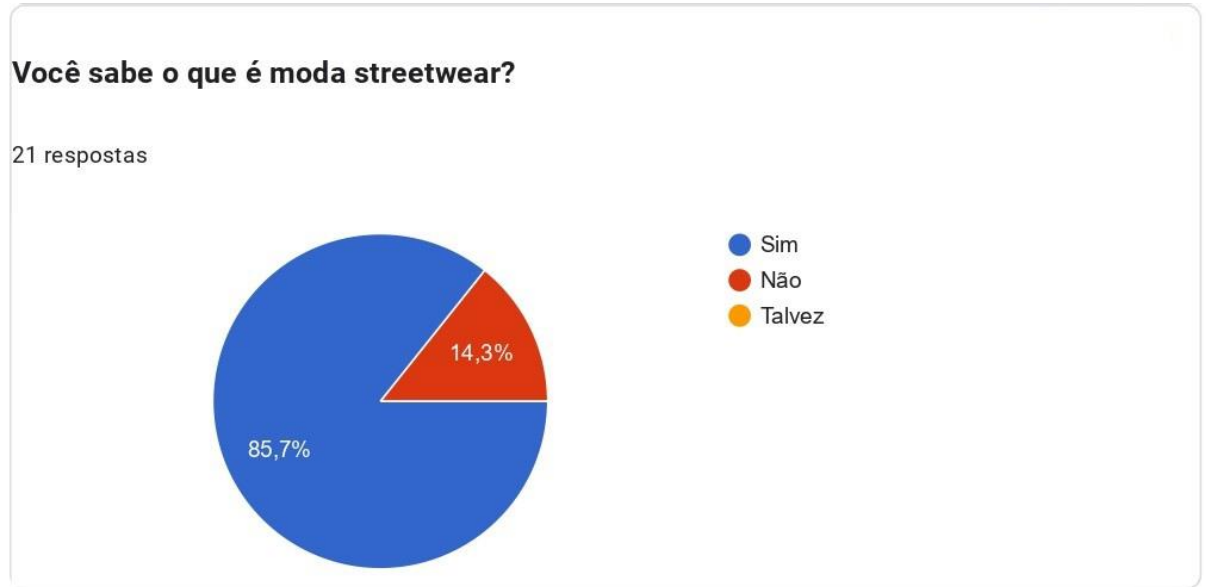
3.2.1.2. Resultados – Gráficos da pesquisa

Gráfico 1: Gênero



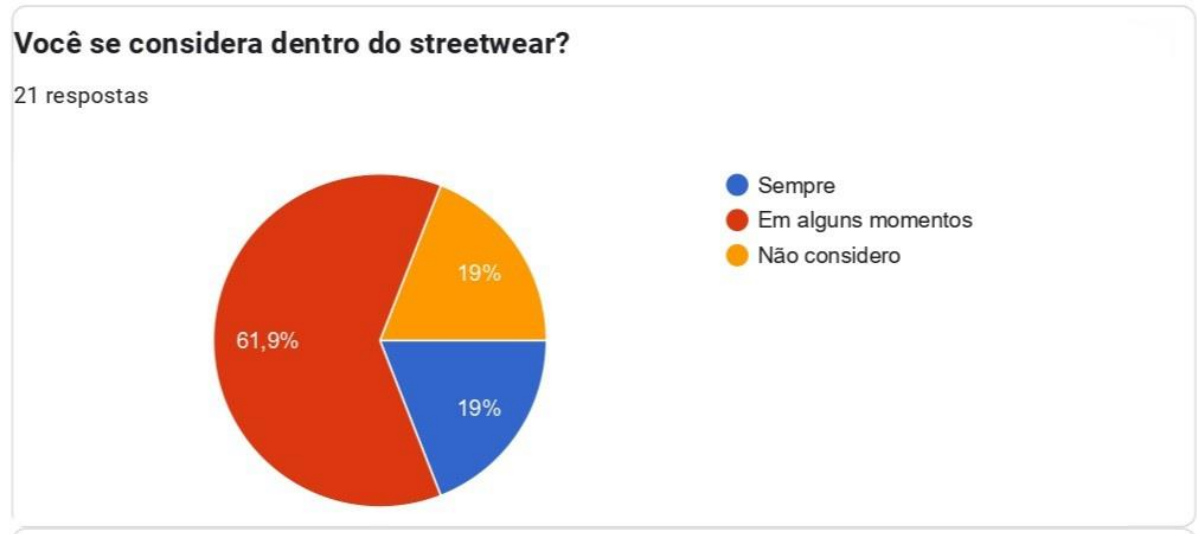
Fonte: dos próprios autores, 2024.

Gráfico 2: Conhecimento sobre moda streetwear



Fonte: dos próprios autores, 2024.

Gráfico 3: Adesão à moda streetwear



Fonte: dos próprios autores, 2024.

Gráfico 4: Hábitos de compra



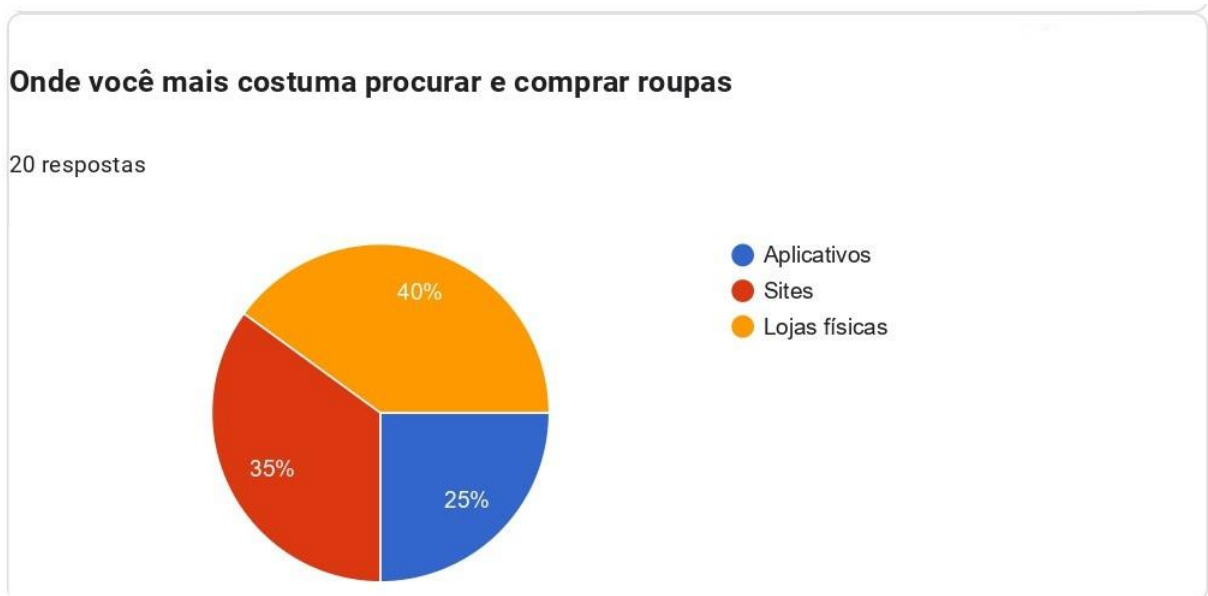
Fonte: dos próprios autores, 2024.

Gráfico 5: Frequência de compra



Fonte: dos próprios autores, 2024.

Gráfico 6: Preferência por compras em lojas físicas ou virtuais



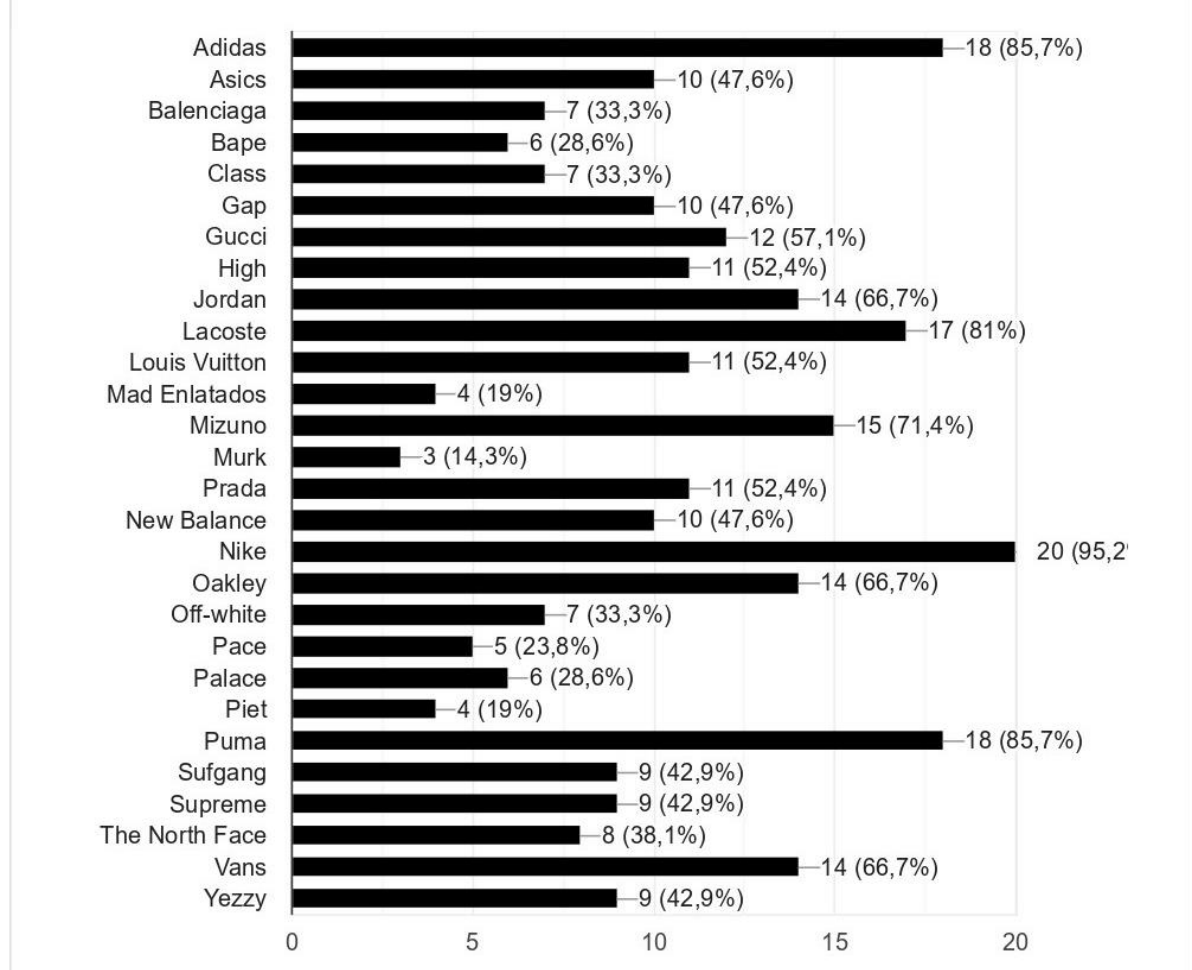
Fonte: dos próprios autores, 2024.

Gráfico 7: Locais de compras



Fonte: dos próprios autores, 2024.

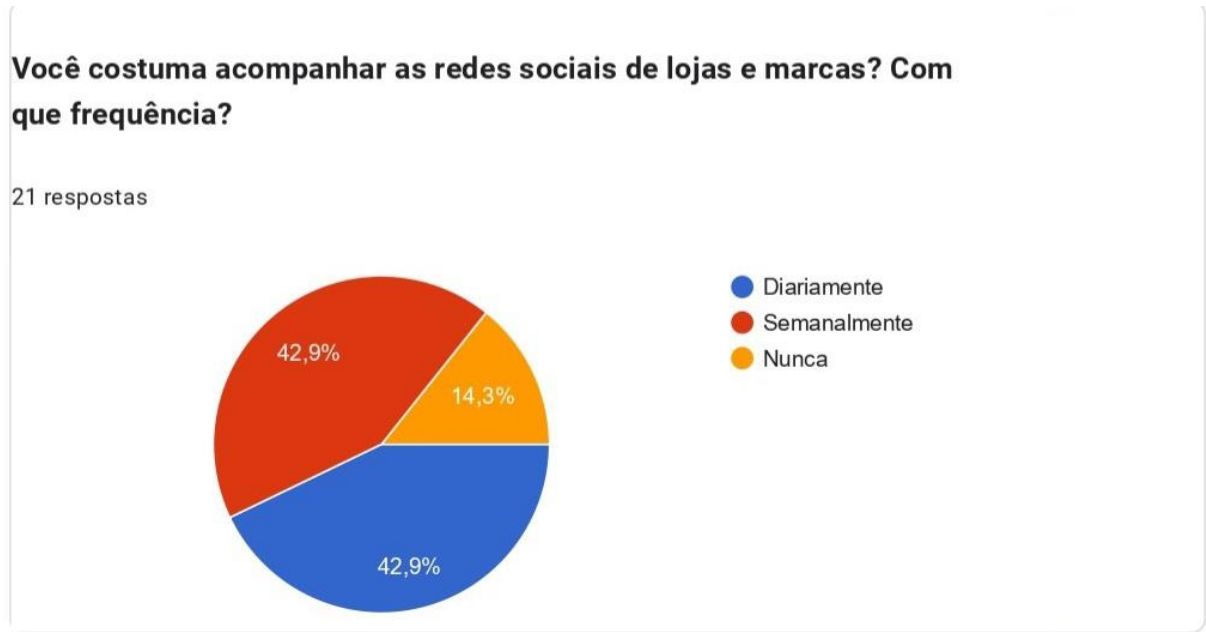
Gráfico 8: Marcas comerciais



Fonte: dos próprios autores, 2024.

Em 1º Lugar Nike com 20 votos seguindo em 2º lugar Adidas e Puma com 18 votos, em 3º lugar Lacoste com 17 votos, em 4º lugar Mizuno com 15 votos, Em 5º lugar empatados Jordan, Oakley e vans.

Gráfico 9: Frequência de consulta às redes sociais de lojas e marcas



Fonte: dos próprios autores, 2024.

Gráfico 10: Procedimento de lavagem de *sneakers* adotado

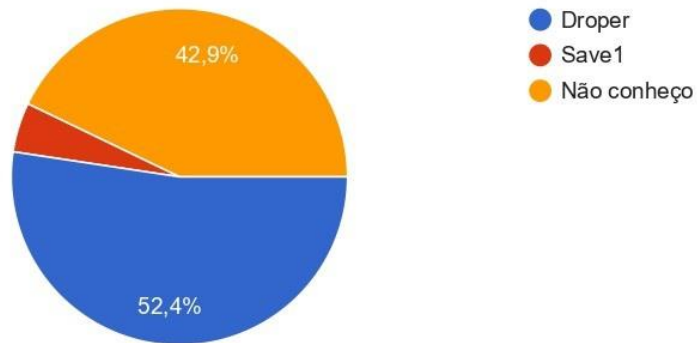


Fonte: dos próprios autores, 2024.

Gráfico 11: Conhecimento sobre as plataformas de concorrentes

Você conhece alguma dessas plataformas de venda de artigos de streetwear?

21 respostas

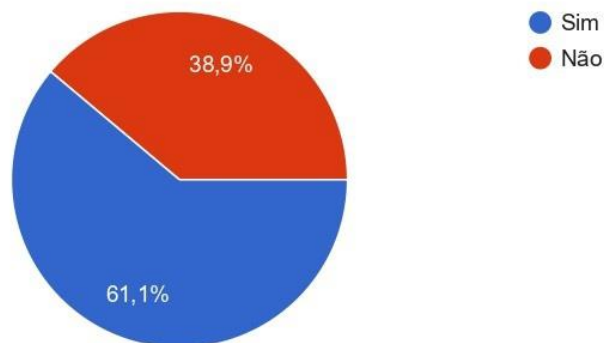


Fonte: dos próprios autores, 2024.

Gráfico 12: Uso dos aplicativos

Você considera algum desses apps na hora de comprar ou vender roupas e sneakers?

18 respostas

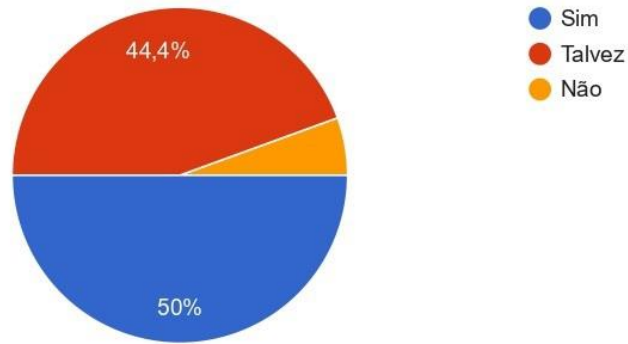


Fonte: dos próprios autores, 2024.

Gráfico 13: Disposição em fazer negócios em plataforma

Você consideraria uma nova plataforma para anunciar ou comprar roupas sneakers e acessórios?

18 respostas

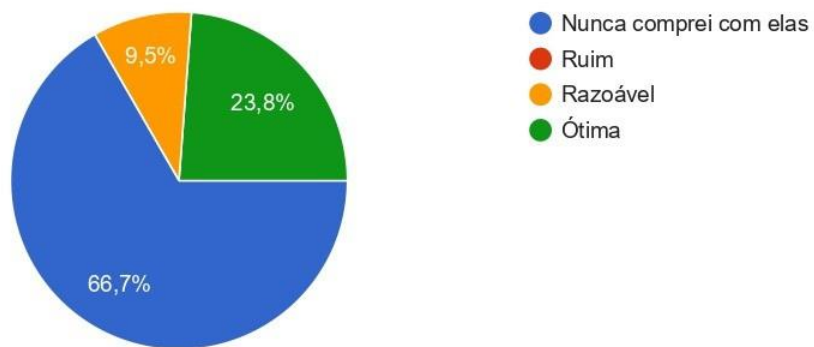


Fonte: dos próprios autores, 2024.

Gráfico 14: Experiência de compras em uma plataforma

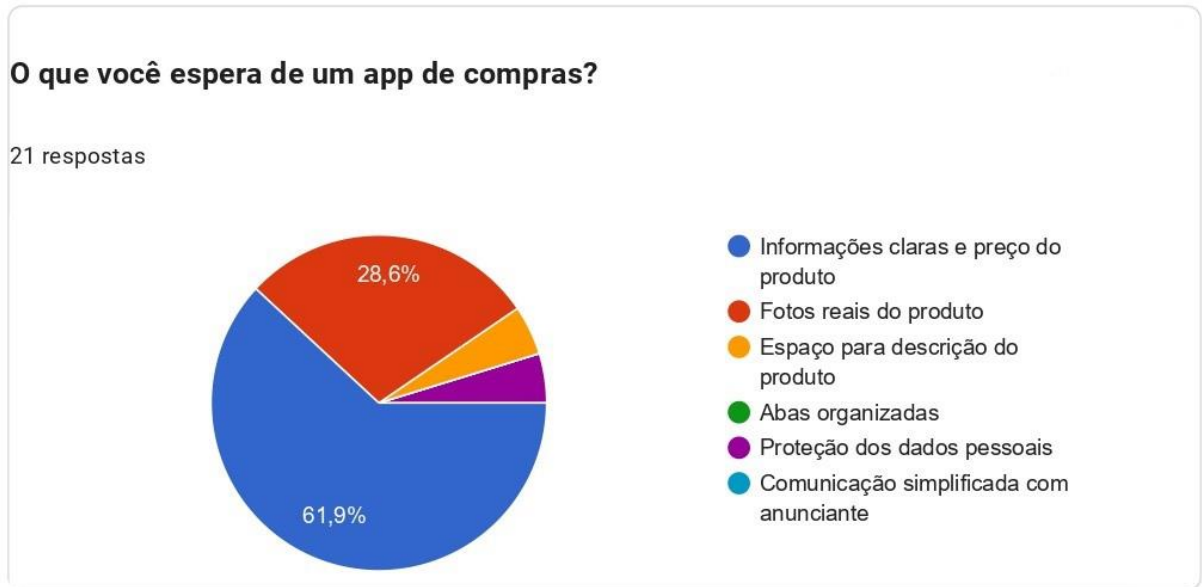
Você já comprou em alguma delas? Como foi sua experiência?

21 respostas



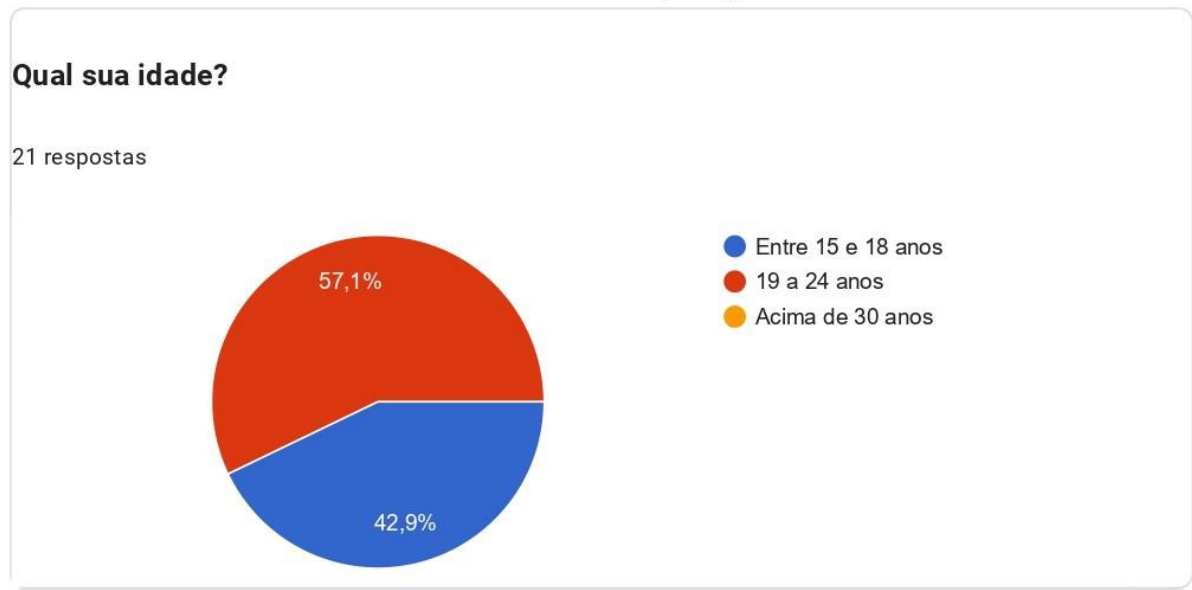
Fonte: dos próprios autores, 2024.

Gráfico 15: Expectativas em relação a um app de compras



Fonte: dos próprios autores, 2024.

Gráfico 16: Idade



Fonte: dos próprios autores, 2024.

3.2.2. Fornecedores

StepDefend

Fornecedor de produtos de limpeza e impermeabilizantes para calçados

Localização: São Paulo / SP

Site: stepdefend.com.br

Tempo de mercado: 6 anos (desde dezembro de 2018)

Preços e políticas de descontos: Dependendo do mark-up negociado com o cliente e há desconto de 5%, caso o cliente pague antecipado.

Prazos de entrega: 5 dias úteis.

3.2.3. Concorrentes

Save1

Localização: Rua do Curtume 433, Lapa. São Paulo, SP

Endereço de web: <https://www.save1.com.br/>

Redes sociais: @save1br

Tempo de mercado: 6 anos (desde 15/05/2018)

Diferenciais: Serviços de análise de produto e lavanderia, parcerias e *cashback* em outras lojas, foco em sustentabilidade e preservação do meio ambiente

Pontos fortes: Tempo e conhecimento do mercado, proposta ambiental e parcerias com grandes lojas do mercado

Pontos de atenção: Aplicativo difícil de usar, baixa disponibilidade de produtos, ausência de “*resellers*” – revendedores.

Droper

Localização: Av. Magalhães de Castro, 12.000, Loja 11, Terceiro Piso - Cidade Jardim, São Paulo – SP

Endereço de web: <https://droper.app/>

Redes sociais: @droper

Tempo de mercado: 4 anos (desde 2020)

Diferenciais: Aplicativo mais completo, organizado por seções, SKU de produtos e possibilidade de fazer ofertas em produtos, entrega agilizada com conferência do produto pela equipe, promoções e descontos e redes sociais sempre atualizadas.

Pontos fortes: Maior espaço no mercado, maior popularidade, aplicativo rápido e completo, maior disponibilidade de produtos e mais vendedores, loja física localizada na Av. Magalhães de Castro, 12000, Cidade Jardim, São Paulo.

Pontos de atenção: Preços e taxas elevados, envios e entregas demorados, problemas no site.

3.3. Plano de Marketing

3.3.1. Análise de ambiente

3.3.1.1. Ambiente econômico

Segundo o Estado de São Paulo (2019), “o streetwear, cresceu 10,3% de 2016 a 2017, uma taxa acima da média do varejo de vestuário em geral que cresceu 8,1%, alcançando 2,8 bilhões de peças vendidas e um faturamento de R\$ 116,5 bilhões”.

De acordo com a Associação Comercial de Campinas (2023), no Brasil podemos notar também um crescimento notável nos últimos anos nesse segmento da moda. Segundo estudos, o Brasil é um dos mercados emergentes mais promissores para o setor de luxo. Em 2019, o país registrou uma expansão do mercado de luxo brasileiro de 9%, totalizando € 5,7 bilhões em vendas.

3.3.1.2. Ambiente sociocultural

Consumidores do mercado streetwear e luxo buscam representatividade, singularidade, identificação própria e, acima de tudo, conforto em vestimentas e calçados. A busca por peças com melhores tecido e caimento são hoje parte pequena do mundo streetwear, como moda. Fatores como novidade, exclusividade, valor, preço, renome e colaborações entre marcas são cada vez mais importantes nesse nicho.

Englobando da classe C à classe A, o streetwear atravessa camadas sociais, trazendo representatividade aos consumidores.

É um ramo ligado diretamente à música, ao skate, às causas sociais e aos temas atuais.

As marcas presentes nesse nicho são cada vez mais desejadas, entre homens e o público feminino, além de peças unissex, e vem se expandindo cada vez mais em território nacional, para além das áreas metropolitanas.

3.3.1.3. Ambiente tecnológico

Há cada vez mais consumidores interagindo com as empresas de moda por meio de aplicativos e plataformas de compra e venda de roupas e itens, que oferecem uma interface segura e de fácil navegação, para que o cliente encontre o que está procurando com rapidez e tranquilidade. Para a moda streetwear, os aplicativos pesquisados, já em operação, oferecem diversas funcionalidades, sendo possível, inclusive, fazer contrapropostas de preço e conduzir uma negociação entre quem está interessado em vender e quem está interessado em comprar um determinado item anunciado. A empresa terá, então, seu próprio aplicativo, buscando superar os aplicativos já existentes com novas funcionalidades.

Outra tecnologia essencial é um software de gestão, utilizado para cadastro de clientes, emissão de notas fiscais e para o controle adequado dos estoques.

Por último, uso das redes sociais e dos recursos do Google e Google AdSense, para divulgação de anúncios e publicidade online, estratégia que ajudará a atrair vendedores e compradores para o aplicativo.

3.3.1.4. Ambiente legal

Direito do consumidor pelo comércio e pelo e-commerce:

- Informações claras a respeito do produto;
- Informações a respeito da empresa;
- Arrependimento em até sete dias;
- Devolução e troca;
- Cumprimento da oferta;
- Atendimento de qualidade;
- Segurança no pagamento e na proteção de dados pessoais;
- Não à prática de venda casada;
- Direito à troca ou devolução do valor em caso de produto ou serviço com defeito;
- Troca de produto sem defeito em até quinze dias;

- Pagamentos em espécie, pix e cartão;
- Garantias de produtos e serviços.

3.3.2. Análise S.W.O.T.

3.3.2.1. Forças

- Ambiente seguro e funcional para as transações de negociação.
- Funcionalidades do aplicativo, como envio facilitado de contrapropostas de preço.
- Transações de compra e venda em ambiente seguro.
- Promoção da economia circular, evitando o descarte de peças em ótimo estado.
- Tratamento e limpeza das peças, antes do envio.

3.3.2.2. Fraquezas

- Pouca experiência dos sócios.
- Instabilidade no aplicativo gera insatisfação entre os clientes e perda de negócios.

3.3.2.3. Oportunidades

- Ramo de mercado ainda pouco explorado, com crescimento mundial no mercado de streetwear e de luxo de 10% (2017) e crescimento de 9% no Brasil (2019).
- Forte ligação entre a moda streetwear e a música, os esportes e outros movimentos culturais.
- Público se identifica com as marcas e seus produtos, porque oferecem valores como representatividade, exclusividade e qualidade.
- Comprar um produto para revendê-lo algum tempo depois é um hábito consolidado entre os consumidores desse mercado.

- Plataformas de compra e venda de itens de streetwear atraem público preocupado em reduzir o impacto ambiental negativo de seu consumo.

3.3.2.4. Ameaças

- Concorrentes bem segmentados e experientes no mercado.
- Ameaças à estabilidade do site ou cyber ataques ao host do site e aplicativo.
- Possíveis aumentos na carga tributária.

3.3.3. Perfil do cliente

O público-alvo é constituído por pessoas interessadas em moda, especialmente ligadas à cultura e ao estilo *streetwear*, que apreciam tênis e outros itens que trazem valores agregados como representatividade da marca, exclusividade ou raridade das peças, qualidade e conforto, pertencimento a coleções únicas, alinhamento das marcas com estilo de vida ligado à música e aos esportes.

3.3.3.1. Personas



Henrique

27 anos, Modelo

Estado Civil: Solteiro

Escolaridade: Ensino Superior

Renda Mensal (R\$): 15000,00

Cidade: São Paulo

Henrique mora na cidade de São Paulo, trabalha como modelo desde sua adolescência. Hoje em dia tem uma vida agitada, sua carreira exige muito do seu tempo e de si próprio. Henrique está sempre estudando para alcançar suas metas. No seu tempo livre gosta de estar em família; seu maior hobby é comprar roupas, Henrique é muito estiloso e gosta de sempre está renovando o armário.

"Só querer não é poder, é preciso também comprometimento, atitude e perseverança."

Hábitos e comportamentos

Rotina de cuidados pessoais na parte da manhã, exercícios físicos seguido de uma alimentação saudável para garantir energia para o dia. Na parte da tarde Sessão de fotos, desfile ou evento. Fim de tarde / Noite retorna para casa após o trabalho aproveita para responder mensagens ou emails, e planejar futuros compromissos de trabalho.

#Determinado
#Auto confiante
#Estiloso

Fluência Digital



Redes Sociais



Rotina

Manhã

Pratica exercícios físicos, e se prepara para o trabalho fazendo cuidados com a pele, cabelo e maquiagem conforme necessário. E também podem revisar as informações sobre o trabalho agendado e preparar os itens necessários, como roupas e acessórios.

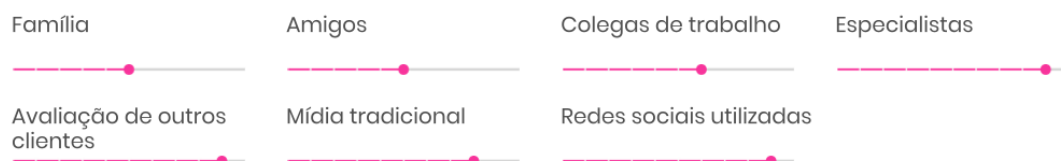
Tarde

Passa a maior parte da tarde realizando o trabalho agendado.

Noite

A noite aproveita para estudar, ler um livro ou ouvir podcast.

Quem influencia



Ganhos

- Conforto
- status
- roupas novas

Desafios

- ficar mau vestida
- falhar no processo
- não ter alcance do publico



Pág 3 de 8

Gabriel

21 anos, Designer de produtos

Estado Civil: Solteiro

Renda Mensal (R\$): 3453.83

Escolaridade: Pós-Graduação

Cidade: Barueri

PNBOX - O Plano de Negócio do Sebrae

Nascido em Barueri São Paulo, onde mora atualmente. Formado em design de produto, proximo da família, pratica basquete e adora fast food.

""Não espere o futuro mudar tua vida, porque o futuro é a consequência do presente""

Hábitos e comportamentos

Uma pessoa tranquila, coloca suas responsabilidades acima de tudo, como seu trabalho. No seus tempo livre adora tirar um momento de lazer praticando basquete e as vezes sai da rotina para comer um bom fast food.

#Lógico
#Ativista
#Observador
#estiloso

Fluência Digital



Redes Sociais



Rotina

☀ Manhã

A manhã é bem "agitada", realiza um bom café reforçado e saudável, para focar e resolver suas responsabilidades além do trabalho.

☁ Tarde

A tarde é um pouco mais sossegado, chega do serviço cansado toma um bom banho para relaxar, e almoça. Não deixa o cansaço falar mais alto e marca uma boa partida de basquete com seus amigos para sair um pouco da rotina.

🌙 Noite

A noite se altera em períodos de aprendizagem e se dedica nos estudos para ter novos conhecimentos, e para acompanhar nada menos do que uma besteirinha no fim da noite. Após os estudos, tira um momento de lazer e fica no celular olhando perfil de influenciadores de moda acompanhando sobre o estilo streetwear.

Quem influencia

Família



Amigos



Colegas de trabalho



Especialistas



Avaliação de outros
clientes



Mídia tradicional



Redes sociais utilizadas



Ganhos

- Durabilidade das peças
- Confiança
- Novos conhecimentos
- Ir morar sozinho

Desafios

- Preocupação com a sustentabilidade
- Vergonha
- Evitar adquirir produtos falsificados
-

Reflexões

Dúvidas ou objeções

As roupas é parcelada em quantas vezes? Qual tamanho ideal caberia no meu corpo? Prazo de entrega? O produto tem uma durabilidade boa? Os tecido são de ótima qualidade?

Aborrecimentos que devem ser evitados

Menosprezar a autenticidade das peças.

Excluir ou tratar mal os clientes.

Experiência ideal e como o negócio ajuda

Atendimento que valorize as pessoas.

Participar de eventos ou atividades relacionados a streewear.



Bianca

24 anos, Mídias sociais

Estado Civil: Solteiro

Escolaridade: Ensino Superior

Renda Mensal (R\$): 4254,00

Cidade: São Paulo

Bianca nasceu e reside em São Paulo, se formou em Gestão de Mídias Sociais, próxima da família e futuramente pensa em se aprofundar ainda mais em Mídias Sociais fora do país, ao mesmo tempo que se alimenta de forma saudável, ama uma besteirinha de vez em quando, adora ouvir música, viajar e fazer compras.

"'Você aprende mais na falha do que jamais irá aprender no sucesso'."

Hábitos e comportamentos

Uma pessoa zen e responsável, ama o que faz. Nas horas vagas gosta de viajar e ir as lojas de conceito, acompanha as novidades na moda streetwear pelas redes sociais. No tempo livre vai a academia, gosta de comer uma besteira, assistir a filmes e seriados, ouvir músicas nos estilos trap e rap.

#Extrovertida
#Estilosa
#Tranquila

Fluência Digital

Usando computador



Usando smartphone



Usando aplicativos



Comprando pela internet



Redes Sociais



Rotina

Manhã

Faz caminhada pela manhã, toma um café reforçado e sai para trabalhar.

Tarde

Chega do trabalho, toma um banho relaxante, se dedica aos estudos e após tira um tempo para assistir um seriado.

Noite

As noites ela se alterna para sair com os amigos, ou até mesmo ficar sozinha para acompanhar as redes sociais, olhando as novidades na moda, ouvindo uma boa música e um bom vinho para relaxar.

Quem influencia

Família



Amigos



Colegas de trabalho



Mídia tradicional



Avaliação de outros clientes



Especialistas



Redes sociais utilizadas



Ganhos

- Status
- Estilo de vida
- Conforto

Desafios

- Confiar em uma nova plataforma de compra
-
-

Reflexões

Dúvidas ou objeções

Aborrecimentos que devem ser evitados

Experiência ideal e como o negócio ajuda

Produtos realmente autênticos e garantidos

Comercializar produtos falsos e serviços ruins

Entrega mais rápido que o esperado



João Pedro

21 anos, designer

Estado Civil: Solteiro

Renda Mensal (R\$): 3000,00

Escolaridade: Ensino Médio

Cidade: So Paulo

Nascido e criado em São Paulo, formado em design por uma escola de artes aspirante a musico e DJ

""O homem é o que ele costuma pensar durante todo o dia""

Hábitos e comportamentos

Muito ligado em novidades da moda, vestuário calçado e marcas e musica não se apega muito a rotinas cíclicas apesar do trabalho, mantém uma rotina equilibrada entre o trabalho e saúde e diversão

#extrovertido, racional, não econômico

Fluência Digital

Usando computador



Usando smartphone



Usando aplicativos



Comprando pela internet



Redes Sociais



Rotina

Manhã

Pela manhã costuma tomar café e trabalhar

Tarde

Finalizar seu trabalho, verificar redes sociais e organizar suas coisas

Noite

O horário em que mais consulta suas redes sociais

Quem influencia

Família



Amigos



Colegas de trabalho



Especialistas



Avaliação de outros clientes



Redes sociais utilizadas



Mídia tradicional



Ganhos

- Espera adquirir autoestima e produtos autênticos.

Desafios

- Espera adquirir autoestima e produtos autênticos.

Reflexões

Dúvidas ou objeções

O tempo de espera é a qualidade do serviço prestado pela plataforma

Aborrecimentos que devem ser evitados

Deixar de atualizar os clientes e vendedores da plataforma

Experiência ideal e como o negócio ajuda

Limpeza feita e produto entregue abaixo do tempo estipulado

3.3.3.2. Funil de Vendas

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 (%)
Oferta relampago	500,00	40000	4000	0.13	0.10
Consolidado	500,00	40000	4000	0.13	0.10

Gatilhos de passagem

Oferta relampago

1. Colocar produtos no carrinho
2. Acessar o site da loja

Meio do Funil

Chegaram da etapa anterior: 4000 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 (%)
Automação de marketing		4000	400		0.10
Consolidado		4000	400		0.10

Gatilhos de passagem

Automação de marketing

1. Ofertas exclusivas e descontos

Fundo do Funil

Chegaram da etapa anterior: 400 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 (%)
Garantias e políticas de devolução		400	40		0.10
Consolidado		400	40		0.10

Gatilhos de passagem

Garantias e políticas de devolução

- 1. Garantia sólida e flexíveis

Análise

Efetivaram/realizaram a compra:

40 pessoas

Custo Total de Aquisicao de Pessoas:

R\$ 12,50

Taxa Total de Conversão:

0.10 %

Percentual de Pessoas que fizeram a Conversão



3.3.4. Identidade da empresa

Nome: Hypesave

Hype Save: *Hype* significa tudo aquilo que está em alta no momento e *save* apresenta uma ideia de se salvar tudo aquilo que se pode através de venda e revenda, assim podendo se salvar mais uma vez aquilo que está ou esteve no hype.

As cores utilizadas foram o branco e o preto, que comunicam uma ideia simples e sólida com seriedade, sendo essas cores muito utilizadas no cenário de streetwear. As 3 estrelas simbolizam o trio que deu desenvolvimento à empresa.

Logomarca



3.3.5. Mix de Marketing

3.3.5.1. Produto

Por meio de plataforma própria, a Hypesave vai oferecer os seguintes serviços:

- Intermediação do processo de compra e venda de roupas, tênis e acessórios do nicho do streetwear, garantindo por nossa equipe a autenticidade e a integridade do produto, assim como a segurança em todas as etapas do processo;
- Ambiente de negociações também permitirá o envio de mensagens entre compradores e vendedores, facilitando a negociação, por meio de um chat simplificado, com perguntas estratégicas pré-definidas, para facilitar a comunicação sem ruídos e para aumentar a intenção de compra do produto.
- Lavanderia de *sneakers* como serviço diferencial, podendo ser contratado no momento da compra do produto, garantindo ainda mais o cuidado com o item.
- Além das entregas a domicílio, para quem está em São Paulo, será possível retirar itens comprados no endereço da empresa ou entregar itens para venda em um espaço físico próprio.

Figura 1 – Design da página inicial da plataforma



Figura 2 – Design da página de anúncios

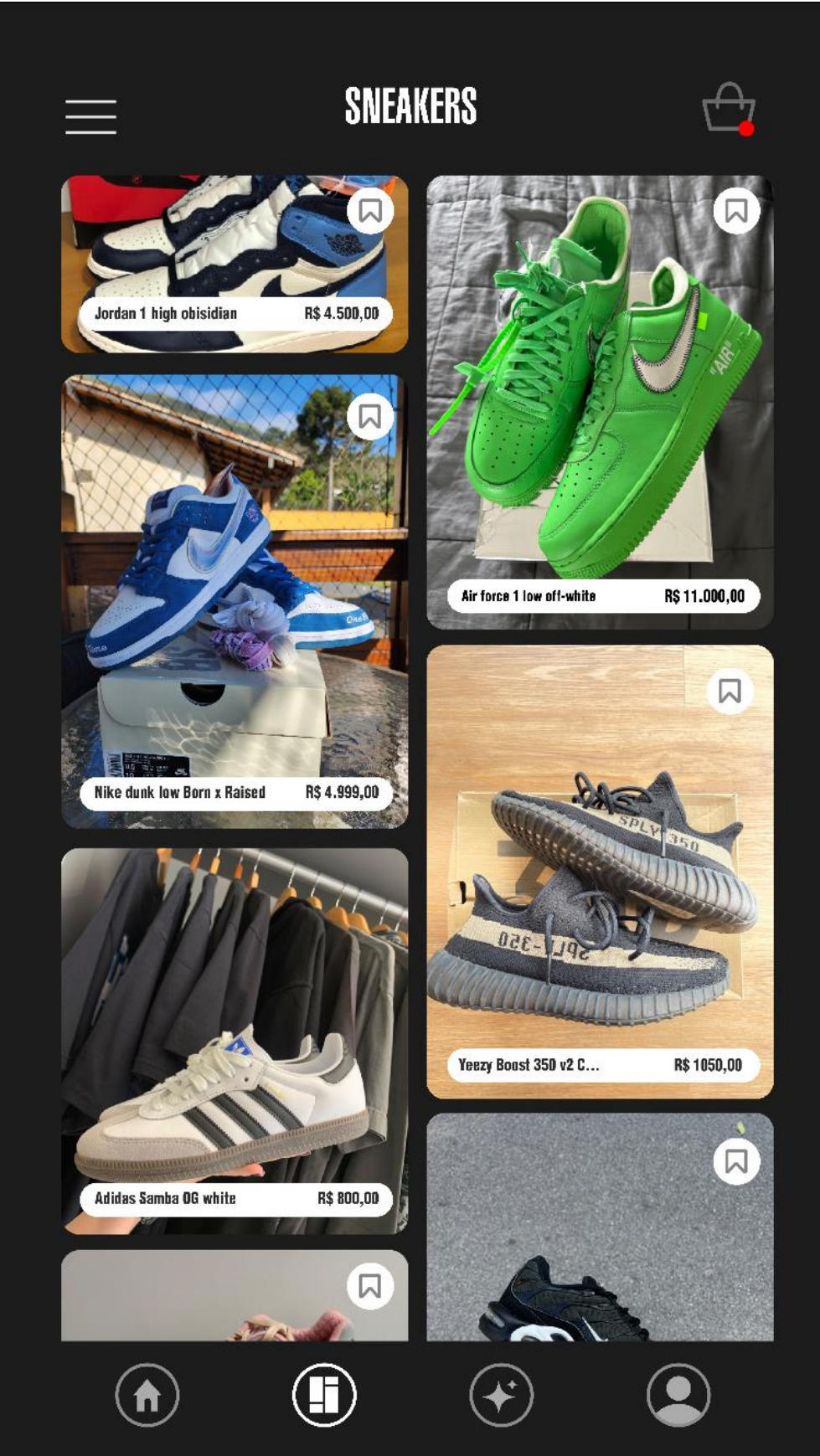
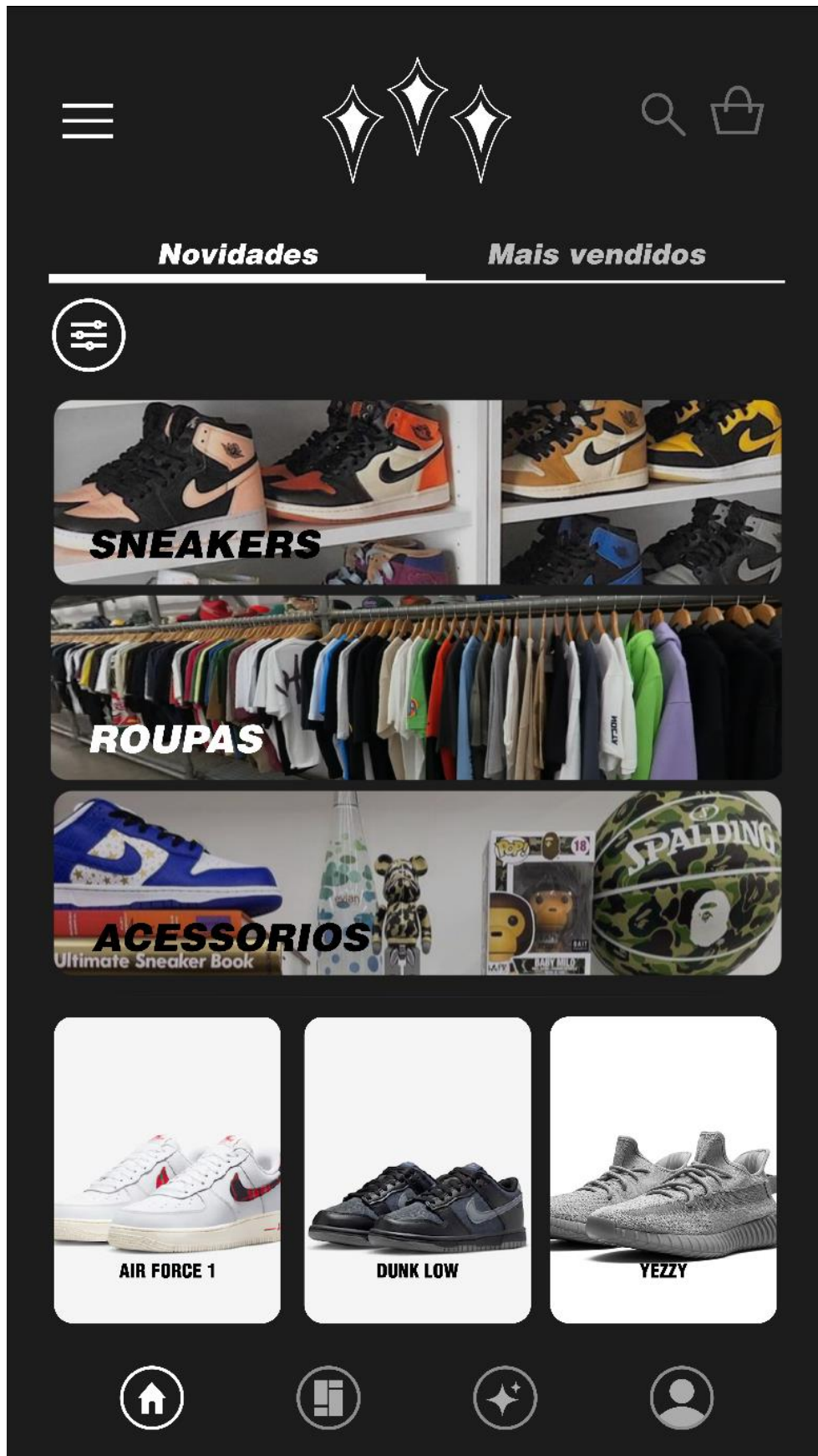


Figura 3 – Design da página de “novidades”

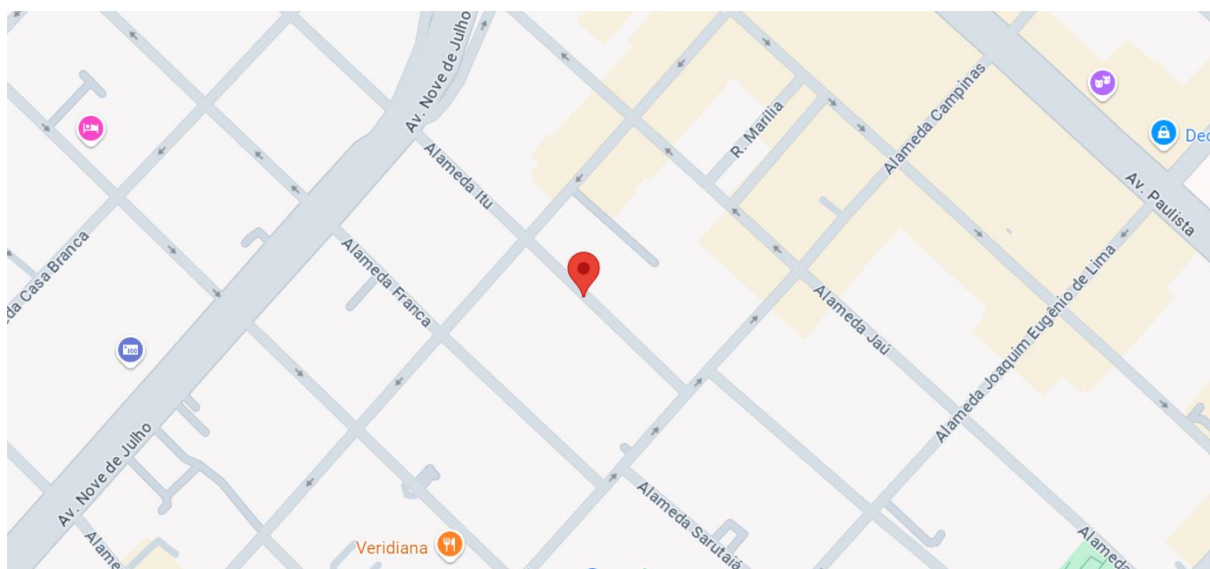


3.3.5.2. Praça

O local escolhido foi Alameda Itu, 01, Jardim Paulista – São Paulo, Sala 05. Este endereço permite acesso facilitado às principais vias, como a Avenida Paulista, a Avenida Rebouças e outras, com intuito de estar próximo do nosso público-alvo.

A empresa terá como forma de envio um sistema eficiente de entregas pelos Correios. Os clientes podem realizar suas compras online e optar pela entrega direta em casa ou pela retirada na loja, também podem solicitar por meio de aplicativos de entrega.

Figura 4 – Localização no Google Maps



3.3.5.3. Promoção

Pontos de divulgação: As redes sociais serão usadas para criação de conteúdo publicitário, como fotos e vídeos de produtos disponíveis para compra, para divulgar informações e conteúdo sobre a cultura streetwear e sobre eventos na área da moda e para manter os consumidores informados sobre as promoções, parcerias e ações da Hypesave.

O Youtube pode ser utilizado secundariamente para publicação de vídeos sobre música, artigos, eventos de interesse do público-alvo e ações da empresa sem uma frequência regular de postagem, apenas o conteúdo gerado após as ações. Ações

como criação de vídeos, entrevistas e matérias visuais com artistas que se identificam com a empresa e com a cultura como o Dj Gustavo Treze, o rapper Febem, diretores criativos como Don serão essenciais para captar mais público para as redes sociais e conhecer a Hype Save

Eventualmente, a plataforma poderá fazer parcerias com boutiques e empreendedores do ramo *streetwear*, interessados em vender parte de seu acervo ou estoque, promovendo um giro mais rápido de seus itens. Muitos desses empreendedores vendem seus produtos por meio do Instagram, mas esporadicamente podem anunciar na Hype Save, desde que os produtos estejam alinhados com a proposta da nossa plataforma. Nesse caso, o fluxo de clientes da conta no Instagram é direcionado para a plataforma. O negócio é vantajoso para o empreendedor que pode dispor, ainda que temporariamente, de uma plataforma com fluxo maior de pessoas; para a Hype Save que acaba recebendo esse fluxo extra de clientes; e para os clientes de ambos, já que podem contar com o suporte do aplicativo para realizar sua compra.

Como o cliente se comunicará com a empresa?

Suporte do aplicativo, e-mail e Whatsapp.

3.3.5.4. Preço

O anunciante definirá uma sugestão de preço sendo já calculada a subtração da taxa de 10% para a Hypesave. Serviços extras vão aumentando o valor do produto para o comprador final como a lavagem – R\$ 40,00 e entrega no mesmo dia (região de grande SP) – R\$ 35,00.

A equipe da empresa fará uma análise do item para avaliar sua condição de uso, preço de lançamento e depreciação, seu alinhamento com tendências atuais, a coleção a que pertence e sua raridade.

Marca, coleção, modelo, raridade do item, estado de conservação, interesse do público e outros fatores determinarão o valor de venda anunciado. Basicamente, a definição do preço obedecerá às leis de oferta e demanda do mercado de luxo. Há

produtos que têm alto valor monetário, porém com uma saída mais demorada e há produtos de baixo e médio valor, com maior rotatividade de venda.

O preço negociado entre empresa e anunciante e publicado na plataforma será objeto de negociação entre o vendedor e o cliente interessado na compra, que também poderá fazer uma contraproposta. A plataforma oferecerá suporte para que essas negociações ocorram por meio de chat público.

Serão aceitos os principais meios de pagamento como cartões de débito e crédito, pix e boleto. Haverá promoções de descontos sazonais e promoções temáticas, como descontos natalinos e em época de festivais e eventos da cultura streetwear.

3.4. Plano Operacional

3.4.1. Layout

Figura 5 – Layout da empresa



Free SD export
floorplanner

3.4.2. Capacidade de atendimento

O site está preparado para suportar um fluxo de centenas de usuários simultâneos, publicando, negociando e comprando ao mesmo tempo, através do serviço de hospedagem.

O aplicativo contará com monitoramento constante do número de usuários online e de sua estabilidade, para garantir um suporte adequado às negociações ocorridas no ambiente, com previsão de ampliação de sua capacidade na medida em que o número de transações for aumentando.

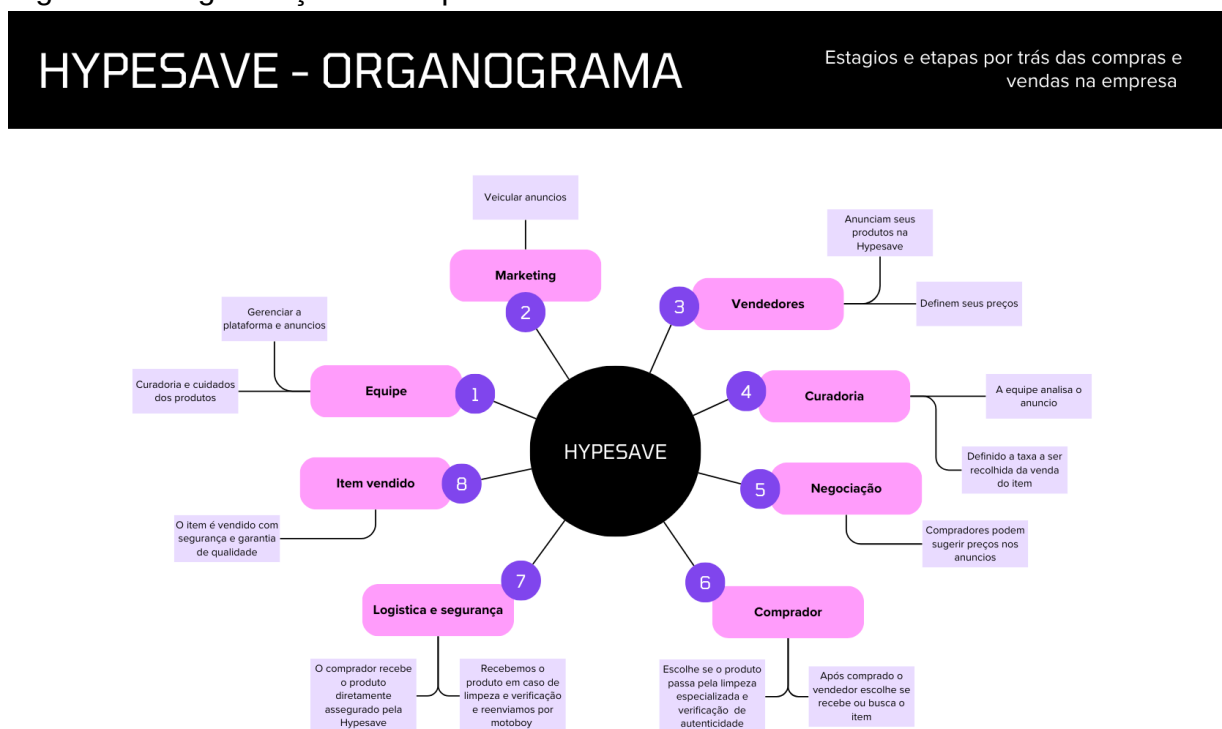
Já o *showroom* exclusivo para retirada de produtos e exibição de artigos será capaz de atender cerca de 10 pessoas.

Produtos com valor mais alto têm rotatividade menor, podendo permanecer meses na plataforma até sua venda, já os de valor mais baixo terão maior rotatividade, levando de 1 a 3 semanas da publicação do anúncio até sua venda.

3.4.3. Operação

Através de nossas plataformas, o anunciante irá publicar seu item e decidirá seu valor, assim como terá acesso ao valor da taxa de nossos serviços. A plataforma oferecerá suporte para que haja uma negociação de preços entre vendedor e comprador. Assim que adquirido o produto, o cliente final decidirá qual tipo de serviço estará incluso na compra, desde a retirada do produto (serviço mais barato) até a entrega expressa com análise de nossa equipe e lavagem profissional (serviço mais caro). Nossa equipe recebe o produto após a conclusão da venda e envia ao cliente final da forma contratada.

Figura 6 – Organização da empresa



3.4.4. Necessidade de pessoal

Sócios: Responsáveis pelas áreas administrativa e financeira, sendo que o sócio administrador é responsável pela gestão geral da empresa, o que inclui a tomada de decisões estratégicas, a supervisão das operações diárias e a coordenação entre as diferentes áreas da empresa. Já o sócio financeiro foca na saúde financeira da empresa, cuidando da elaboração e análise de orçamentos, controle de fluxo de caixa e gestão de investimentos.

Recepcionista: Responsável por atender o público de forma presencial ou remota, identificando as suas dúvidas e ajudando com suas necessidades.

Marketing: Tem como objetivo conhecer melhor seus consumidores e criar estratégias a fim de chamar sua atenção e conquistá-lo, irá planejar as campanhas e anunciar os produtos nas plataformas da empresa. Será responsável também por responder as dúvidas, reclamações e sugestões publicadas nas redes sociais, mantendo constante diálogo com o público. Firmará parcerias com lojas anunciantes e com influenciadores.

Logística: Terá como função, o cuidado com o produto até chegar ao consumidor, mantendo sua integridade na etapa de armazenagem, separando, conferindo, embalando e enviando ao cliente.

Higienizador: Cuidará da parte da higienização e análise física dos produtos comprados.

T.I: As atividades serão gerenciar e garantir que o sistema de softwares e hardwares, site, aplicativo e ferramentas digitais funcionem de maneira correta, garantindo também o suporte técnico aos usuários e colaboradores e as atualizações de segurança necessárias.

3.5. Plano Financeiro

Tabela 1

Máquinas, Equipamentos e Ferramentas						
Descrição (Características do Item)	Qtidade	Fornecedor 1	Fornecedor 2	Fornecedor 3	Menor Preço	Valor Total
Vaporizador de Limpeza	2	R\$ 466,91	R\$ 399,10	R\$ 518,00	R\$ 399,10	R\$ 798,20
Geladeira	1	R\$ 1.659,90	R\$ 1.651,83	R\$ 1.858,56	R\$ 1.651,83	R\$ 1.651,83
Microondas	1	R\$ 480,51	R\$ 485,85	R\$ 528,66	R\$ 480,51	R\$ 480,51
Maquina de café	1	R\$ 349,00	R\$ 329,00	R\$ 399,00	R\$ 329,00	R\$ 329,00
Ar Condicionado Split Hi Wall TCL 9000 BTU/h Frio	3	R\$ 1.842,80	R\$ 1.994,16	R\$ 1.951,20	R\$ 1.842,80	R\$ 5.528,40
Subtotal						R\$ 8.787,94

Tabela 2

Móveis e Utensílios						
Descrição (Características do Item)	Qtidade	Fornecedor 1	Fornecedor 2	Fornecedor 3	Menor Preço	Valor Total
Cesto de lixo	1	R\$ 39,60	R\$ 39,60	R\$ 39,60	R\$ 39,60	R\$ 39,60
Carrinho auxiliar inox	2	R\$ 16,11	R\$ 56,90	R\$ 29,90	R\$ 16,11	R\$ 32,22
Extintor de incêndio	1	R\$ 971,10	R\$ 399,94	R\$ 1.088,10	R\$ 399,94	R\$ 399,94
Bancada Inox Industrial	1	R\$ 1.013,97	R\$ 1.460,00	R\$ 1.556,10	R\$ 1.013,97	R\$ 1.013,97
Mesa de escritorio 150cm	4	R\$ 1.451,80	R\$ 1.273,00	R\$ 1.016,78	R\$ 1.016,78	R\$ 4.067,12
Cadeira de escritorio	4	R\$ 1.436,00	R\$ 1.228,00	R\$ 639,60	R\$ 639,60	R\$ 2.558,40
Gabinete de Pia	2	R\$ 449,37	R\$ 548,88	R\$ 660,60	R\$ 449,37	R\$ 898,74
Mesa com cadeira de copa	1	R\$ 1.320,86	R\$ 2.094,39	R\$ 1.925,99	R\$ 1.320,86	R\$ 1.320,86
Poltrona	3	R\$ 1.170,45	R\$ 1.257,65	R\$ 1.341,60	R\$ 1.170,45	R\$ 3.511,35
Sofá 03 lugares	1	R\$ 1.992,57	R\$ 948,00	R\$ 1.003,94	R\$ 948,00	R\$ 948,00
Mesa de escritorio em L	1	R\$ 556,67	R\$ 629,99	R\$ 379,99	R\$ 379,99	R\$ 379,99
Torneira	3	R\$ 174,90	R\$ 169,31	R\$ 183,57	R\$ 169,31	R\$ 507,93
Subtotal						R\$ 15.678,12

Tabela 3

Computadores e Periféricos, Áudio e Vídeo	Qtdade	Fornecedor 1	Fornecedor 2	Fornecedor 3	Menor Preço	Valor Total
Notebook Lenovo Thinkpad T480 I5-8350u 8gb Ssd 2	6	R\$ 1.690,00	R\$ 1.590,00	R\$ 1.799,00	R\$ 1.590,00	R\$ 9.540,00
Maquininha de cartão	1	R\$ 298,80			R\$ 298,80	R\$ 298,80
Samsung Smart TV 55" Crystal UHD 4K 55DU8000	1	R\$ 2.699,00	R\$ 2.744,55	R\$ 2.298,96	R\$ 2.298,96	R\$ 2.298,96
Subtotal						R\$ 12.137,76

Tabela 4

Estoque Inicial						
Descrição (Características do Item)	Quantidade	Fornecedor 1	Fornecedor 2	Fornecedor 3	Menor Preço	Valor Total do Item
Impermeabilizante	20	R\$ 49,90			R\$ 49,90	R\$ 998,00
Kit 20 Caixas Papelão Para Sapato - Preta 33x19x12	100	R\$ 45,90			R\$ 45,90	R\$ 4.590,00
Papel De Seda 25x35cm Pequeno - 100 Folhas Emb	100	R\$ 16,44			R\$ 16,44	R\$ 1.644,00
Esponja para limpeza de tênis 10	20	R\$ 39,90			R\$ 39,90	R\$ 798,00
Esponja Antiaderente Azul 110x75cm C/10	10	R\$ 10,69			R\$ 10,69	R\$ 106,90
Subtotal						R\$ 8.136,90

Tabela 5

Contas a Receber			
Prazo Médio de Vendas	%	Nº de dias	Média
À vista	70%	0	0
A prazo (1)	30%	30	9
	Prazo Médio Total		9

Tabela 6

Fornecedores			
Prazo Médio de Compras	%	Nº de dias	Média
À vista	50%	0	0
A prazo (1)	50%	30	15
Prazo Médio Total			15

Tabela 7

Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	
Recursos da Empresa Fora do seu Caixa	Nº de dias
Contas a Receber (Prazo Médio de Vendas)	9
Estoques (Necessidade Média de Estoques)	14
Sub-Total	23
Recursos de Terceiros no Caixa da Empresa	Nº de dias
Fornecedores (Prazo Médio de Compras)	15
Sub-Total	15
Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	8

Tabela 8

Caixa Mínimo	
Custo Fixo Mensal (Estimativa dos Custos Fixos Operacionais Mensais)	R\$ 36.902,39
Custo Variável Mensal (Sub-Total - Demonstrativo de Resultados)	R\$ 5.952,82
Custo Total da Empresa (item 1+ 2)	R\$ 42.855,21
Custo Total Diário (item 3/30)	R\$ 1.428,51
Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	8
Total do Caixa Mínimo (item 4*5)	R\$ 11.428,06

Tabela 9

Capital de Giro	
Descrição	R\$
Estoque Inicial	R\$ 8.136,90
Caixa Mínimo	R\$ 11.428,06
Total de Capital de Giro	R\$ 19.564,96

Tabela 10

Investimentos Pré-Operacionais	R\$
Despesas de Legalização	R\$ 3.600,00
Obras Cíveis e/ou Reformas	R\$ 25.000,00
Criação do App	R\$ 65.000,00
Criação do site	R\$ 10.000,00
Fachada	R\$ 2.500,00
Total	R\$ 106.100,00

Tabela 11

Investimento Total	
Descrição dos Investimentos	Valor R\$
Investimentos Fixos	R\$ 36.603,82
Capital de Giro	R\$ 19.564,96
Investimentos Pré-Operacionais	R\$ 106.100,00
Total	R\$ 162.268,78

Tabela 12

Estimativa das vendas mensais pelo aplicativo			
Produto/Serviço	Qtidade	Unitário (R\$)	Total (R\$)
Adidas Campus 00s Core Black Gum 35	10	R\$ 584,90	R\$ 5.849,00
Adidas Campus 00s Core Black Gum 36	10	R\$ 599,90	R\$ 5.999,00
Adidas Samba OG White Black Gum 38	10	R\$ 800,00	R\$ 8.000,00
Adidas Samba OG White Black Gum 39	10	R\$ 899,99	R\$ 8.999,90
Air Jordan 1 Low OG Mocha	10	R\$ 1.373,29	R\$ 13.732,90
Air Jordan 1 Low Panda (2023) 41	10	R\$ 1.799,00	R\$ 17.990,00
Air Jordan 1 Low Panda (2023) 40	10	R\$ 1.385,52	R\$ 13.855,20
Air Jordan 1 Mid SE Legend Blue 38 ao 44	15	R\$ 1.499,00	R\$ 22.485,00
Bermuda Moletom Nike Sportswear Club Grey M	10	R\$ 250,00	R\$ 2.500,00
Bermuda Nike Run G	10	R\$ 140,00	R\$ 1.400,00
Óculos Piet x Oakley Eye Jacket Reduz	3	R\$ 2.859,00	R\$ 8.577,00
Nike Dunk Low Black Panda (2021) 40	4	R\$ 999,99	R\$ 3.999,96
Nike Dunk Low Black Panda (2021) 42	5	R\$ 1.035,08	R\$ 5.175,40
Yeezy Slide Dark Onyx 43	5	R\$ 1.099,99	R\$ 5.499,95
Yeezy Slide Dark Onyx 45	4	R\$ 1.189,99	R\$ 4.759,96
Yeezy 350 V2 Onyx (2023) 40	4	R\$ 1.850,00	R\$ 7.400,00
Vans Knu Skool Black True White 36	6	R\$ 579,00	R\$ 3.474,00
New Balance 9060 Moonbeam Sea Salt 36	5	R\$ 1.216,16	R\$ 6.080,80
NOCTA x Nike Camiseta Short-Sleeve Basketball White P	10	R\$ 499,99	R\$ 4.999,90
Camiseta Nike Sportswear Essentials White P	10	R\$ 250,00	R\$ 2.500,00
Camiseta Nike Sportswear Essentials White G	10	R\$ 270,00	R\$ 2.700,00
Camiseta Nike Sportswear Essentials White XG	10	R\$ 450,00	R\$ 4.500,00
Chaveiro Supreme Fenix E03R Flashlight Black	4	R\$ 660,00	R\$ 2.640,00
Shoulder Bag Supreme Leather Black	5	R\$ 1.320,00	R\$ 6.600,00
Shoulder Bag Supreme Leather Brown	5	R\$ 1.320,00	R\$ 6.600,00
Boné Supreme Corduroy Camp Black	10	R\$ 649,99	R\$ 6.499,90
Supreme Corduroy Camp White	10	R\$ 650,00	R\$ 6.500,00
Supreme x Jordan Moletom Hooded White M	4	R\$ 1.900,00	R\$ 7.600,00
Supreme x Jordan Moletom Hooded White G	3	R\$ 3.499,99	R\$ 10.499,97
Vans Knu Skool Black True White 36 M e G	3	R\$ 3.649,99	R\$ 10.949,97
Vans Knu Skool Black True White 36 XG	3	R\$ 3.799,99	R\$ 11.399,97
Supreme x Jordan Bag Drawstring Black	8	R\$ 849,99	R\$ 6.799,92
Supreme x Jordan Headband Black	4	R\$ 1.299,99	R\$ 5.199,96
A Bathing Ape Bape Sta Beige Calf Hair	2	R\$ 3.100,00	R\$ 6.200,00
A Bathing Ape Bape Sta White Green 40	3	R\$ 2.899,99	R\$ 8.699,97
Bapesta Royal Blue 42	3	R\$ 2.599,99	R\$ 7.799,97
Bape Sta Low Patent White 38	3	R\$ 2.900,00	R\$ 8.700,00
A Bathing Ape Bape Sta M1 Snake Skin 42	3	R\$ 2.799,99	R\$ 8.399,97
Moletom Off-White Stable Skate Graphic Black M ao XG	2	R\$ 2.640,00	R\$ 5.280,00
Camiseta Off-White Marilyn Monroe White P ao G	4	R\$ 1.560,00	R\$ 6.240,00
Oakley Óculos Plantaris Matte Black Prizm Bronze	2	R\$ 3.100,00	R\$ 6.200,00
Óculos Oakley Eye Jacket Redux Silver	4	R\$ 1.499,99	R\$ 5.999,96
Óculos Oakley Plantaris Matte Black Prizm Grey	4	R\$ 2.500,00	R\$ 10.000,00
Jaqueta Supreme Reflective Pullover Black G ao XG	5	R\$ 2.420,00	R\$ 12.100,00
Jaqueta Supreme Mister Cartoon Black M e G	2	R\$ 15.000,00	R\$ 30.000,00
WESN x Supreme Canivete Black	4	R\$ 1.349,00	R\$ 5.396,00
Supreme x Jordan Shorts Warm Up Black G	5	R\$ 2.000,00	R\$ 10.000,00
Supreme x Jordan Jaqueta Tricot Track Black M e XG	4	R\$ 2.100,00	R\$ 8.400,00
Supreme x Jordan Meia Crew White M	6	R\$ 699,99	R\$ 4.199,94
Yeezy 350 V2 Steel Grey 43	3	R\$ 2.194,00	R\$ 6.582,00
Yeezy Boost 350 v2 Blue Tint 40 e 44	3	R\$ 3.299,99	R\$ 9.899,97
Yeezy Boost 350 v2 Blue Tint 43	3	R\$ 3.800,00	R\$ 11.400,00
Yeezy Boost 350 v2 Black 38,40,41,43 e 44	3	R\$ 3.999,99	R\$ 11.999,97
Yeezy Boost 350 V2 Oreo 44	3	R\$ 4.499,00	R\$ 13.497,00
Nike Air Force 1 Low Halloween White 36 a 39, e 42.5	3	R\$ 1.598,99	R\$ 4.796,97
Nike Air Force 1 Low Halloween White 39.5	3	R\$ 2.000,00	R\$ 6.000,00
Nike Air Force 1 Low Halloween White 40.5	4	R\$ 1.400,00	R\$ 5.600,00
Nike Air Force 1 Low Halloween White 42	4	R\$ 1.550,00	R\$ 6.200,00
Nike Air Force 1 Low Halloween White 44	3	R\$ 1.600,00	R\$ 4.800,00
Total			R\$ 466.159,38

Tabela 13

Estimativa dos Custos de Comercialização			
Descrição	%	Faturamento Estimado	Custo Total (R\$)
Impostos			
Impostos Federais			
SIMPLES	13,50%	R\$ 51.015,94	R\$ 6.887,15
Subtotal			R\$ 5.417,15
Gastos com Vendas			
Taxa Cartão de Crédito	3,50%	R\$ 15.304,78	R\$ 535,67
Subtotal			R\$ 535,67
Total			R\$ 5.952,82

Tabela 14

Estimativa de Custos Fixos Operacionais Mensais	
Descrição	Custo Total Mensal (R\$)
Aluguel	R\$ 3.600,00
Água	R\$ 120,00
Energia Elétrica	R\$ 123,50
Telefone	R\$ 109,99
Honorários do Contador	R\$ 1.200,00
Pró-labore	R\$ 9.000,00
Manutenção dos Equipamentos	R\$ 366,04
Salários + Encargos	R\$ 21.094,16
Material de Limpeza	R\$ 200,00
Material de Escritório	R\$ 275,51
Depreciação	R\$ 406,18
Licença de software de gestão	R\$ 335,00
Taxa anual Appstore	R\$ 46,33
Hospedagem do site\ hostgator	R\$ 25,69
Total	R\$ 36.902,39

Tabela 15

Estimativa dos Custos com Mão-de-obra												
Qtde	Cargo	Salário	FGTS	40% FGTS	Férias	1/3 de férias	13º salario	Vale	VT - Func	Vale	Subtotal	Total
1	Recepcionista	R\$ 1.867,00	R\$ 149,36	R\$ 59,74	R\$ 155,58	R\$ 51,86	R\$ 155,58	R\$ 225,45	-R\$ 112,02	R\$ 600,00	R\$ 3.152,56	R\$ 3.152,56
1	Marketing	R\$ 1.789,00	R\$ 143,12	R\$ 57,25	R\$ 149,08	R\$ 49,69	R\$ 149,08	R\$ 225,45	-R\$ 107,34	R\$ 600,00	R\$ 3.055,34	R\$ 3.055,34
2	Logística	R\$ 1.952,00	R\$ 156,16	R\$ 62,46	R\$ 162,67	R\$ 54,22	R\$ 162,67	R\$ 225,45	-R\$ 117,12	R\$ 600,00	R\$ 3.258,51	R\$ 6.517,02
1	Higienizador	R\$ 1.800,00	R\$ 144,00	R\$ 57,60	R\$ 150,00	R\$ 50,00	R\$ 150,00	R\$ 225,45	-R\$ 108,00	R\$ 600,00	R\$ 3.069,05	R\$ 3.069,05
1	T.I	R\$ 3.590,00	R\$ 287,20	R\$ 114,88	R\$ 299,17	R\$ 99,72	R\$ 299,17	R\$ 225,45	-R\$ 215,40	R\$ 600,00	R\$ 5.300,19	R\$ 5.300,19
Total por conta												R\$ 21.094,16

Tabela 16

Estimativa do Custo com Depreciação				
Ativos Fixos	Valor do Bem (R\$)	Vida Útil	Depreciação Anual (R\$)	Depreciação Mensal (R\$)
Máquina, Equipamentos e ferramentas	R\$ 8.787,94	10	R\$ 878,79	R\$ 73,23
Móveis e Utensílios	R\$ 15.678,12	10	R\$ 1.567,81	R\$ 130,65
Computadores e periféricos	R\$ 12.137,76	5	R\$ 2.427,55	R\$ 202,30
Total	R\$ 36.603,82		R\$ 4.874,16	R\$ 406,18

Tabela 17

Estimativa do Demonstrativo do Resultado do Exercício			
Descrição	Mensal		Anual
Receitas			
Intermediação de vendas (taxa de 10%)	R\$	46.615,94	R\$ 559.391,26
Serviços (lavagem)	R\$	4.400,00	R\$ 52.800,00
Total de receitas	R\$	51.015,94	R\$ 612.191,26
Custos e tributos			
(-) Tributos sobre Vendas (Simples)	R\$	5.417,15	R\$ 65.005,82
(-) Gastos com Vendas	R\$	535,67	R\$ 6.428,01
Subtotal de Custos e Tributos	R\$	5.952,82	R\$ 71.433,83
Margem de Contribuição	R\$	45.063,12	R\$ 540.757,43
(-) Custos Fixos Totais	R\$	36.902,39	R\$ 442.828,72
Resultado Operacional	R\$	8.160,73	R\$ 97.928,71

Tabela 18

Ponto de Equilíbrio			
Custo Fixo Total		Índice da Margem de Contribuição	Total
R\$	442.828,72	R\$	0,97
			R\$ 458.088,05
Índice da Margem de Contribuição			
Receita Total - Custo Variável Total		Receita Total	Total
R\$	540.757,43	R\$	559.391,26
			0,97

Tabela 19

Lucratividade		
Lucro Líquido (Por ano)	Receita Total (Por ano)	Total (%)
R\$ 97.928,71	R\$ 559.391,26	17,51%
Rentabilidade		
Lucro Líquido (Por ano)	Investimento Total	Total (%)
R\$ 97.928,71	R\$ 162.268,78	60,35%
Prazo do Retorno do Investimento		
Lucro Líquido (Por ano)	Investimento Total	Total (anos)
R\$ 97.928,71	R\$ 162.268,78	1,66

As projeções realizadas indicam que o prazo de retorno do investimento deve ser de aproximadamente uma ano e oito meses. Nessas estimativas, a lucratividade deve ser de 17,51%, ou seja, a cada R\$ 100,00 em receitas, R\$ 17,51 serão convertidos em lucro, já descontado o pró-labore dos três sócios.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse trabalho teve como intenção inicial se aprofundar no mercado de moda streetwear, considerando as pesquisas que apontam para um crescimento significativo desse segmento no Brasil, pelos próximos anos, para projetar uma empresa que administra uma plataforma de intermediação de negócios, dando suporte e segurança para que compradores e vendedores negociem e realizem suas trocas comerciais. A pesquisa buscou analisar o funcionamento de duas plataformas semelhantes, já em operação no país; além de identificar as expectativas e os hábitos de compra dos consumidores atentos a esse segmento da moda. A partir desses estudos do mercado, dos concorrentes e do comportamento dos clientes, desenvolvemos a Hype Save e consideramos viáveis e coerentes os investimentos necessários para sua viabilização.

Durante o desenvolvimento das pesquisas consultamos sites, revistas e referências do mundo da moda, conhecemos conceitos de marketing e *insights* de redes sociais atreladas ao marketing, executamos pesquisas sobre aspectos financeiros, legais e tributários e sobre a intenção do público-alvo, e aplicamos conhecimentos adquiridos no curso técnico sobre recursos humanos, contabilidade, leis – especialmente o Código de Defesa do Consumidor e a Lei Geral de Proteção aos Dados.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO COMERCIAL DE CAMPINAS. **O Poder e o Impacto do Mercado de Luxo na Moda**. Campinas: ACIC, 21 de setembro de 2023. Disponível em: <<https://www.acicampinas.com.br/blogs:o-poder-e-o-impacto-do-mercado-de-luxo-na-moda>>. Acesso em: 04 abr. 2024.

BRASIL. **Lei 8.078, de 11 setembro de 1990**. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm>. Acesso em 04 abr. 2018.

BRASIL. **Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018**. Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD). Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/l13709.htm. Acesso em: 11 ago. 2024.

ELLE BRASIL. **Streetwear**: o que significa o termo e como aderir? São Paulo: Papaki editora, 30 de Janeiro de 2024. Disponível em https://elle.com.br/moda/moda-streetwear-o-que-significa-e-como-aderir?srsItid=AfmBOoqeZDnTYyxLcgiwcqxPYXxHMY7Xn6yYE1HsKWdl4za8a9nE7_58. Acesso em 23 Set 2024

O ESTADO DE S. PAULO. **Streetwear impulsiona atual safra de marcas nacionais**. São Paulo: Estadão Conteúdo, 26/01/2019. Disponível em: <<https://istoe.com.br/streetwear-impulsiona-atual-safra-de-marcas-nacionais/>>. Acesso em: 04 abr. 2024.

RECEITA FEDERAL DO BRASIL. **Simples Nacional**. Disponível em: <<http://www8.receita.fazenda.gov.br>>. Acesso em 06 abr. 2018.

ROSA, Cláudio Afrânio. **Como elaborar um plano de negócio**. Brasília: Sebrae, 2007. 120 p.