

Projeto Empreendedor

Modelo do Negócio

Breshopping online

Marília
2024

MODELO DE NEGÓCIOS | Técnico em Administração

Breshopping online 05/06

André Luis Borges de Souza
Fabio Novelli Filho
Kezia Julia Silva dos Santos
Lucas Vinícius Da Silva Santos
Maria Eduarda da Silva Oliveira
Rafaela de Souza Carneiro

Professores Orientadores:
Janaina Kelly de Jesus Nobre
João Alberto Prado Martin
Thais Yuri Matsumoto

Marília
2024

MODELO DE NEGÓCIOS

APRESENTAÇÃO

O projeto trata-se de um aplicativo que busca facilitar a vida de pessoas que trabalham com brechós que não é uma loja de moda comum, tem por objetivo principal tornar o negócio mais competitivo, atraindo novos clientes e aumentando a visibilidade, através do nosso aplicativo. Faz parte de um conceito e estilo de vida seja pela oportunidade de oferecer ao cliente compras online no conforto de suas casas, com variedades e atendimento humanizado.

SUMÁRIO

SUMÁRIO	3
SUMÁRIO EXECUTIVO	5
Tópico 1 MOTIVAÇÃO	7
1.1 Problema	7
1.2 Solução Potencial.....	7
1.3 Valor para o cliente	7
1.4 Fator de inovação e ou diferenciação.....	7
1.5 Time de projetos	8
Tópico 2 MODELO DO NEGÓCIO	9
2.1 IDENTIDADE DA EMPRESA	9
2.2 CANVAS DO MODELO DO NEGÓCIO	9
2.3 DESIGN DA PROPOSTA DE VALOR	10
2.4 FORMALIZAÇÃO DO NEGÓCIO	10
2.5 PIVOTAGEM DO MODELO DO NEGÓCIO	11
Tópico 3 PRODUTO	13
3.1 ESCOPO DO PRODUTO.....	13
3.2 MVP.....	13
3.2.1 Apresentação	13
3.2.2 Processo de Validação	14
3.3 PIVOTAGEM DO PRODUTO	17
Tópico 4 MERCADO	19
4.1 ANÁLISE SETORIAL.....	19
4.2 PESQUISA DE CAMPO	19
4.2.1 Modelo de Questionário Pesquisa de Campo.....	19
4.2.2 Análise de Dados.....	20
4.3 COMPETIDORES	20
4.4 AMBIENTE INTERNO E EXTERNO	22
4.5 MARKETING E VENDAS	23
4.5.1 Composto de Marketing	23
4.5.2 Projeção de Vendas	23
4.6 PIVOTAGEM DO MERCADO	23
Tópico 5 FINANÇAS	25

5.1	PREMISSAS ECONÔMICO-FINANCEIRAS	25
5.2	INVESTIMENTOS E FONTES DE RECURSOS	25
5.3	CUSTOS E DESPESAS	25
5.4	ESTRATÉGIAS DE PRECIFICAÇÃO	26
5.5	RELATÓRIOS ECONÔMICO-FINANCEIROS	27
5.6	ANÁLISE DE VIABILIDADE.....	27
5.7	VALUATION	27
5.8	PIVOTAGEM DAS FINANÇAS	28
PITCH	29

SUMÁRIO EXECUTIVO

Propósito: surge como uma ideia de um aplicativo comandado por alunos que buscam facilitar a vida de pessoas que trabalham com brechós que não é uma loja de moda comum, faz parte de um conceito e estilo de vida seja pela oportunidade de oferecer ao cliente peças de qualidade e preços mais baixos ou também pela valorização e abordagem de uma economia sustentável, e aqueles clientes que procuram adquirir roupas, sapatos e acessórios sem sair do conforto de suas casas com um atendimento humanizado.

Definição do Negócio: O foco do aplicativo se resume em juntar diversos brechós em um único lugar, aumentando a área do alcance de vendas com a compra online e prezando sempre pelo melhor atendimento remoto, estimulando o hábito do consumo consciente e promovendo reflexões de assuntos ligados a sustentabilidade e uma ótima experiência para nossos clientes.

Time do Projeto: O aplicativo é composto pelos alunos do curso de administração, sendo eles:

André Luís Borges de Souza: responsável pela parte administrativa.

Fabio Novelli Filho: Responsável pelo gerenciamento do aplicativo.

Kézia Júlia Silva dos Santos: Especialista em marketing, responsável pelas divulgações.

Lucas Vinicius da Silva Santos: Especialista em telecomunicação, responsável pelo atendimento no SAC.

Maria Eduarda da Silva Oliveira: Responsável pelo faturamento e pagamentos de finanças.

Rafaela de Souza Carneiro: Responsável pelos contatos com os clientes.

Produtos e Serviços: O serviço se trata de um aplicativo e site cujo objetivo é agrupar inúmeros brechós em um único ponto, assim criando uma ponte entre os brechós e os clientes, a abrangência do aplicativo irá até mesmo em brechós de outras cidades, seremos o ponto na qual eles possam vender de maneira facilitada

Localização: Sediada em Marília- SP, na Avenida Brigadeiro Eduardo Gomes nº 204, Bairro Novo Horizonte.

Mercado e competidores: A área dos brechós não é considerada de risco, pois a concorrência é pequena, os consumidores desse tipo de estabelecimento sempre frequentam os mesmos e estabelecem nele uma relação de confiança, pode-se considerar que alguns concorrentes seriam as lojas online Shopee e Shein, porque também são vendedoras de roupas online.

Tópico 1 | MOTIVAÇÃO

1.1 Problema

Pensando na dificuldade imposta no dia a dia de se poder ir a uma loja ou brechós presencialmente, o site e aplicativo irá permitir que isso não seja mais um problema pois ele trará muitos brechós a um único ponto, além disso também resolvemos os problemas de muitos brechós que não conseguem vender ou divulgar seu produto por conta de conseguirmos conectar todos em único centro, dando oportunidade até mesmo para brechós de outras localidades.

1.2 Solução Potencial

O site com fácil acesso e o aplicativo para todos aqueles que desejam fazer as suas compras de maneira rápida e eficaz. Buscando sempre o melhor para os clientes com qualidade e agilidade para recebimento de seus produtos. Site e aplicativo totalmente gratuitos onde apenas precisam se cadastrar e assim já terão acesso ao breshopping, estando sempre por dentro de todas as novidades e novas lojas.

Em termos de distância e conexão como problemas resolvidos os brechós podem operar de forma mais eficiente, pois são vários brechós juntos em um aplicativo e as roupas são entregues na casa do cliente.

1.3 Valor para o cliente

Mesmo sendo online, busca atender os clientes da melhor maneira, sendo diferenciado para atrair a confiança dos clientes. O Breshopping treina toda sua equipe para oferecer um atendimento personalizado desde o momento em que ele baixa o aplicativo até o momento que ele recebe a roupa em sua casa. O cliente fiel não só voltará para fazer mais compras, mas também irá recomendar a outras pessoas.

1.4 Fator de inovação e ou diferenciação

O diferencial do projeto é ser um brechó online, a inovação consiste juntar vários brechós em um único aplicativo de vendas, fazendo com que os clientes alcancem brechós de outras cidades procurando o que o satisfaça. Além de que a variedade em roupas é gigante pois são vários brechós juntos em um único aplicativo para oferecer todos os tipos de roupas para todos os gostos.

1.5 Time de projetos

Integrante	Habilidades Competências
André Luis Borges de Souza	1.Facilidade em aprender; 2.Comunicação; 3.Criatividade;
Fabio Novelli Filho	1.Organização; 2.Colaboração; 3.Trabalho em equipe;
Kezia Julia Silva dos Santos	1.Pensamento crítico; 2.Flexível; 3.Foco em resultado;
Lucas Vinícius Da Silva Santos	1.Proatividade; 2.Gestão de tempo; 3.Autoconfiança;
Maria Eduarda da Silva Oliveira	1.Perfil empreendedor; 2.Liderança; 3.Foco em resultado;
Rafaela de Souza Carneiro	1.Analista; 2.Comprometimento; 3.Resiliência;

Tópico 2 | MODELO DO NEGÓCIO

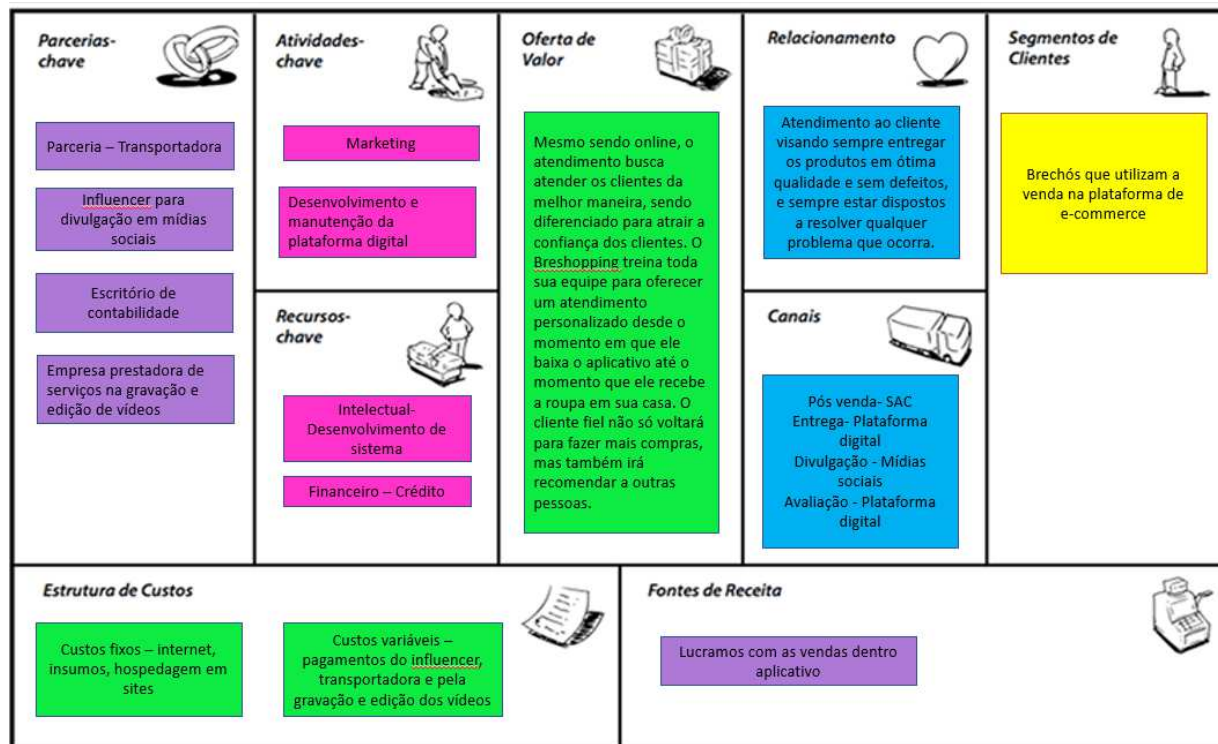
2.1 Identidade da Empresa

Imagem 01: Logotipo da empresa

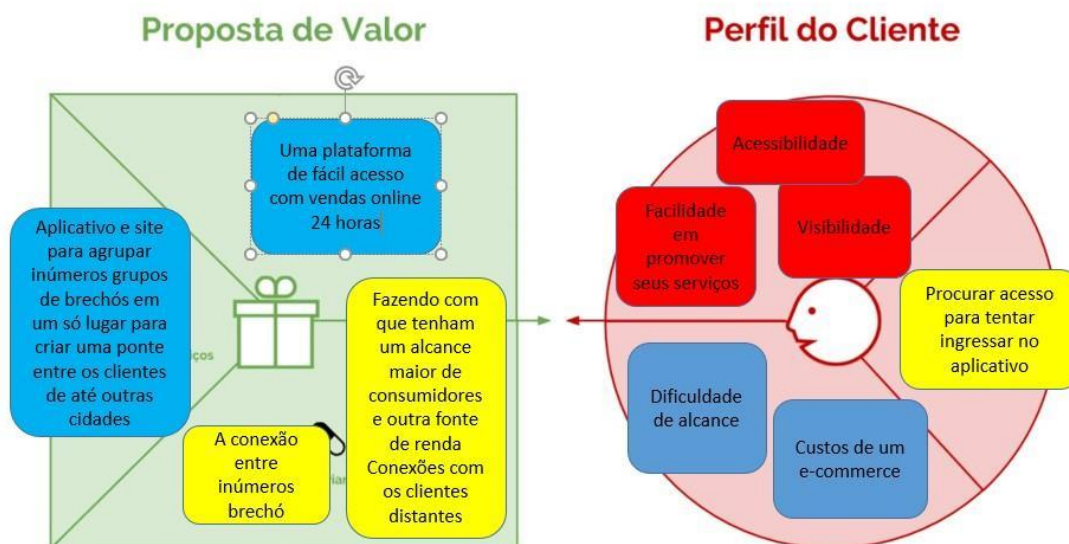


Fonte: Elaborada pelos autores

2.2 CANVAS DO MODELO DO NEGÓCIO



2.3 DESIGN DA PROPOSTA DE VALOR



2.4 Formalização do Negócio

Dados da Empresa

Razão Social:	Breshopping Comércio Eletrônico de Roupas Ltda
Nome Fantasia:	Breshopping
Ramo de Atividade:	E-commerce
Site:	www.breshoppingonline.com.br
Endereço	Avenida Brigadeiro Eduardo Gomes 204
Prédio Próprio/Alugado	Alugado

Enquadramento Tributário:	Simple Nacional
CNAE:	4781-4/00

Forma Jurídica:	Sociedade por cotas limitadas
------------------------	-------------------------------

Capital Social

Sócio	Quotas	Valor
André Luis Borges de Souza	16,66%	R\$60.000,00
Fabio Novelli Filho	16,66%	R\$60.000,00
Kezia Julia Silva dos Santos	16,66%	R\$60.000,00

Lucas Vinícius Da Silva Santos	16,66%	R\$60.000,00
Maria Eduarda da Silva Oliveira	16,66%	R\$60.000,00
Rafaela de Souza Carneiro	16,66%	R\$60.000,00
Total	100	R\$360.000,00

Registros Necessários

Âmbito Municipal	Documentos de identificação dos sócios; Comprovante de endereço da empresa; Certidão negativa de débitos municipais; Planta do imóvel; Alvará de Funcionamento;
Âmbito Estadual	Inscrição Estadual
Âmbito Federal	Contrato Social. Registros na Junta Comercial. CNPJ.

2.5 Pivotagem do Modelo do Negócio

O objetivo foi fazer uma pesquisa com donos de brechós para sabermos as opiniões sobre o projeto. Tivemos 3 entrevistados e três perguntas.

1-O que você acha da ideia do nosso modelo de negócios? Seria algo inovador?

Entrevistado 1: É uma ideia muito boa que precisa ser trabalhada e estudada e por ser online acho que pode ter um grande futuro.

Entrevistado 2: Acho interessante, mas, prefiro da forma antiga, que seria a venda física.

Entrevistado 3: Gostei da ideia e adoraria utilizar o aplicativo e acompanhar a evolução do projeto.

2-Você acha que a ideia vai obter bons resultados?

Entrevistado 1: Acredito que sim, pois hoje em dia as vendas online estão muito em alta.

Entrevistado 2: Acho que não, pois não vejo o serviço de brechós como uma forte demanda no mercado.

Entrevistado 3: Acho que sim, mas precisa ser bem planejado por ser algo novo no mercado.

3-Você mudaria ou acrescentaria algo?

Entrevistado 1: Não, pois achei a ideia muito boa.

Entrevistado 2: Não.

Entrevistado 3: Acredito que não.

Tópico 3 | PRODUTO

3.1 Escopo do Produto

O site possui a função de hospedar diversos brechós, o acesso e o uso fazem com que os donos desses se tornem clientes, não se trata de uma loja de roupas online, mais sim de um meio intermediário entre as lojas físicas e os consumidores. Oportunidade de oferecer ao cliente peças de qualidade e preços mais baixos.

Produtos/Serviços	Objetivo	Escopo
Hospedagem no site	Oferecer um ambiente de vendas	Proporcionar uma experiência única de compra online
Oportunidade de vendas	Tráfego de clientes	Facilidade de visualizar produtos em diversos espaços e comparar preços entre eles

3.2 MVP

É um site que funciona hospedando inúmeros brechós para que eles tenham maior abrangência para vender seus produtos, o site possui a área normal e a área premium na qual estão os brechós.

3.2.1 Apresentação

O site tem como seu acesso o padrão de todos, e em sua área de início ele tem as opções de brechós disponíveis e sobre os serviços que cada um trabalha, e também a área premium disponível nos cantos da tela essa área contém os brechós com produtos luxuosos, e ao clicar em qualquer brechó o cliente irá para a seleção de produtos disponíveis desde os tamanhos, modelos e variações possíveis.

3.2.2 Processo de Validação

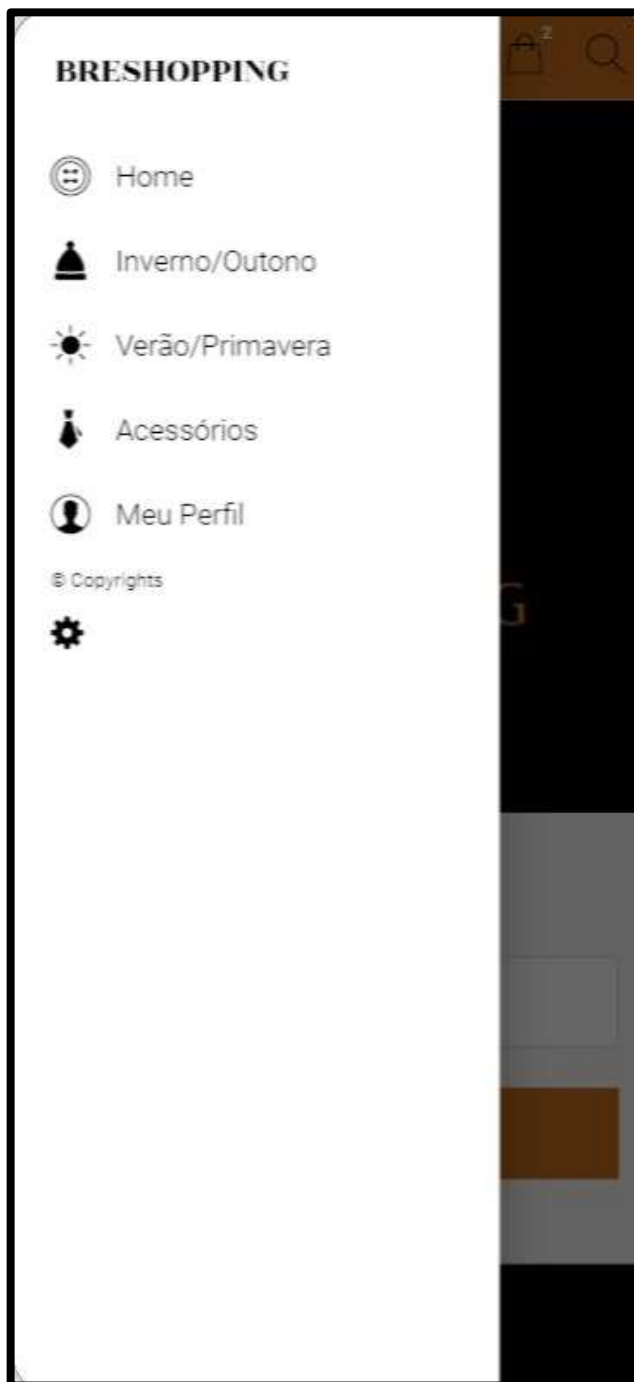
Imagem 02: Tela principal



Fonte: Elaborada pelos autores

MENU

Imagem 03: Menu



Fonte: Elaborada pelos autores

PERFIL

Imagem 04: Perfil empresarial

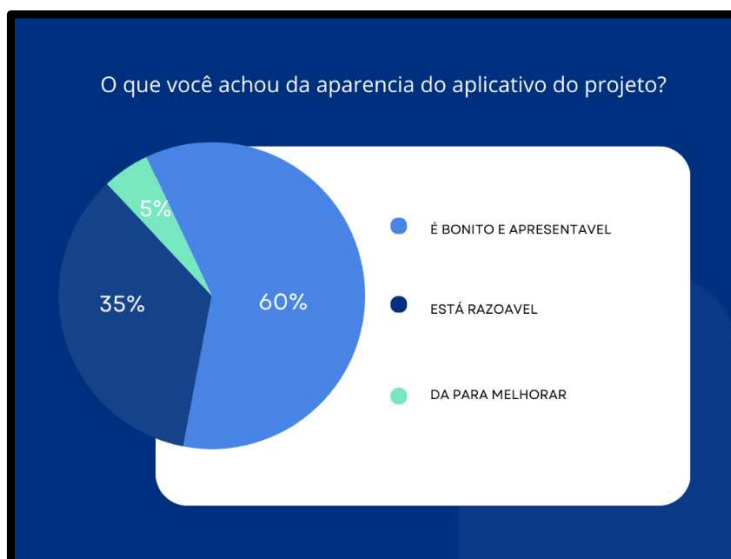


Fonte: elaborada pelos autores

3.3 Pivotagem do Produto

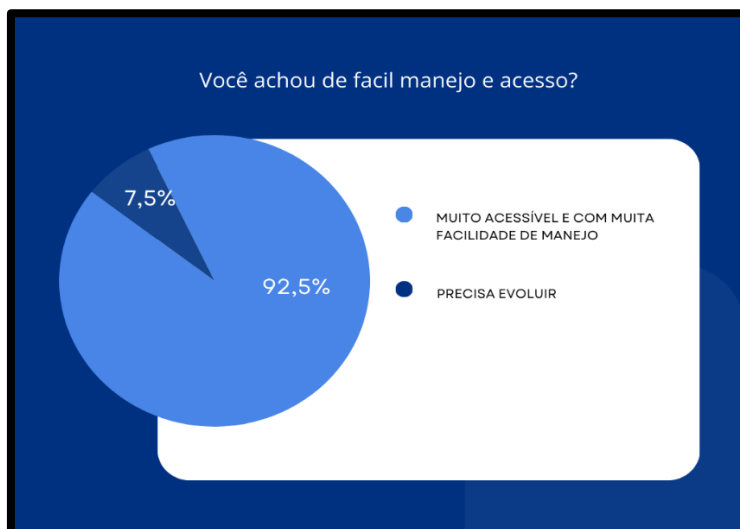
Entre os clientes que utilizaram o aplicativo obteve-se os seguintes feedbacks 92,5% acharam de manejo simples e fácil as telas iniciais e de login do aplicativo, além de que na opinião deles o fato de ser um aplicativo com o serviço de múltiplos brechós é inovador e eficiente, podendo ter um potencial lucrativo e de ótima receita sem muitos problemas.

Gráfico 1 – Pergunta retirada da pivotagem



Fonte: Elaborado pelas autoras (2024)

Gráfico 2 – Pergunta retirada da pivotagem



Fonte: Elaborado pelas autoras (2024)



Tópico 4 | MERCADO

4.1 Análise Setorial

O brechó é uma das atividades comerciais mais antigas do mundo. No Brasil são 118.778 negócios ativos. E com um crescimento de 30,97% nos últimos 5 anos. Na pandemia cresceu 11,08%, números expressivos, e que confirmam a tendência do negócio.

De acordo com a pesquisa do Instituto de Economia Gastão Vidigal, vinculado à Associação Comercial de São Paulo (IEGV/ACSP), em 2022, houve um aumento de aproximadamente 30% no volume de vendas de brechós. Esse número supera o faturamento registrado em 2021, que atingiu a marca de R\$ 2,9 bilhões

A moda dos brechós está em alta, mas não só pela economia, a sustentabilidade é um motivo a mais para quem compra nesses estabelecimentos. E quem sabe garimpar encontra raridades e peças exclusivas.

4.2 Pesquisa de Campo

Objetivos:	Identificar clientes potenciais.
Descrição do Público-Alvo a ser pesquisado:	Donos de brechós que querem expandir suas vendas no comércio online.
Tamanho do Universo:	1 – Estabelecimento: 01 2 – Usuários: 20
Tamanho da Amostra:	03
Mg Erro:	10%
Nível de Confiança:	90%

4.2.1 Modelo de Questionário Pesquisa de Campo

1- Você costuma vender os seus produtos de maneira online?

() Sim () Às vezes () Não

2-O que você acha da ideia do modelo de negócios? Seria algo inovador?

() É uma ideia boa () Eu adorei () Da para melhorar

3- Você acha que o lucro seria maior nesse modelo de vendas?

() Muito () Mais ou menos () Baixo

4-Você indicaria para outros Brechós o nosso aplicativo?

Sim, para mais de um Sim Não

5-Com esse projeto você acha que os Brechós seriam mais valorizados no mercado de trabalho?

Seria mais valorizado Seria desvalorizado Se manteria o mesmo

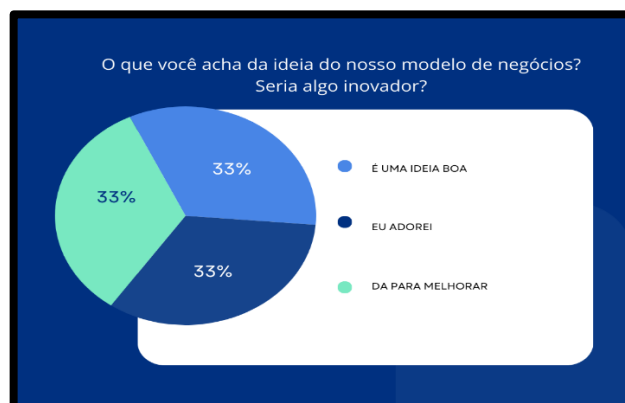
4.2.2 Análise de Dados

Gráfico 1 - Pergunta retirada da pesquisa de campo



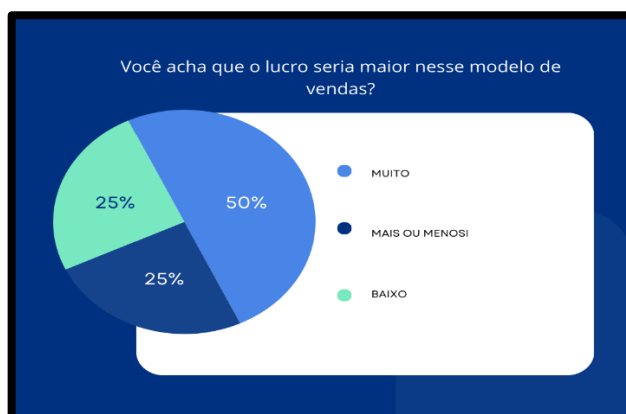
Fonte: Elaborado pelas autoras (2024)

Gráfico 2 - Pergunta retirada da pesquisa de campo



Fonte: Elaborado pelas autoras (2024)

Gráfico 3 - Pergunta retirada da pesquisa de campo



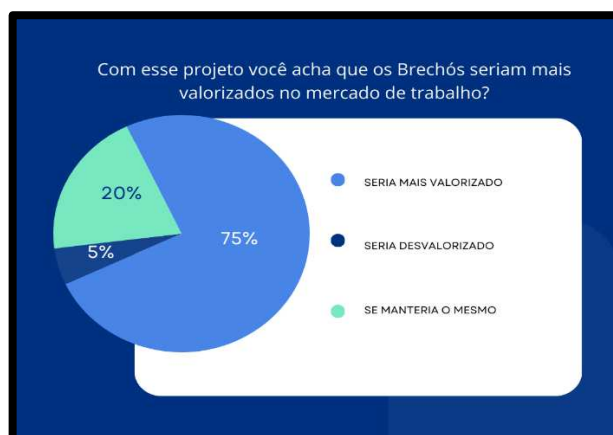
Fonte: Elaborado pelas autoras (2024)

Gráfico 4- Pergunta retirada da pesquisa de campo



Fonte: Elaborado pelas autoras (2024)

Gráfico 5 - Pergunta retirada da pesquisa de campo



Fonte: Elaborado pelas autoras (2024)

4.3 Competidores

Concorrente	Atendimento	Entrega	Qualidade
1. Shopee	Muito bom, com varios recursos porém demorado em alguns aspectos.	Algumas vezes chega antes do prazo, pode chegar a atrasar e quando é internacional leva um pouco mais de tempo. Poderia ter escolhas de frete.	Alguns produtos tem a qualidade boa e outras não.
2. Enjoei	Ótimo.	Boa, pois é entregue através de transportadoras.	Produtos em ótimas condições.

Após a inserção das informações sobre a concorrência deverá ser realizada uma análise geral sobre a competitividade presente no mercado pretendido.

4.4 Ambiente Interno e Externo

A matriz SWOT deverá ser preenchida no quadro abaixo:

	Forças	Fraquezas
Internas	<ul style="list-style-type: none">• Aplicativo fácil de usar;• Fusão de inúmeros brechós;• Grande variedade de produtos;• Alcance maior de vendas;	<ul style="list-style-type: none">• Novo serviço no mercado de trabalho;• Organização das áreas;• Gestão financeira;• Falta de experiencia;
	Oportunidades	Ameaças
Externas	<ul style="list-style-type: none">• Inovar o mercado de trabalho;• Aproveitar o destaque das vendas online;• Não ter concorrência total entre os serviços;• Nova adoção de clientes devido aos novos tipos de serviços;	<ul style="list-style-type: none">• Falta de interesse dos clientes;• Concorrentes diretos ou indiretos;• Mal desenvolvimento do aplicativo;• Mais sites voltados a esse tipo de negócio;

O serviço que nosso aplicativo irá oferecer é totalmente novo no ramo de vendas online e com isso ganhamos algumas vantagens, teremos a oportunidade de conseguir inovar o mercado, ainda mais por trabalharmos com brechós físicos fundidos em um único lugar, assim tendo um maior alcance das vendas e também variedade de produtos, porém por ser algo novo no mercado

pode contribuir para o sucesso ou ser uma fraqueza pois não existe dados nem embasamentos se será bem aceito pela sociedade, com dois tipos de concorrentes sendo eles diretos ou indiretos, os diretos sendo aplicativos de roupas e os indiretos brechós físicos que podem atrapalhar no nosso ganho de clientes.

4.5 Marketing e Vendas

4.5.1 Composto de Marketing

Produto	Um aplicativo que integra inúmeros brechós em um único ponto de vendas para uma melhor variedade e facilidade de compras para os clientes, com preços acessíveis para qualquer parte da sociedade.
Preço	O preço estará de acordo com aquilo que o cliente comprar, quanto maior a quantidade e qualidade do produto maior será o preço
Praça	Um aplicativo que está disponível tanto no app store ou play store, para ser baixado.
Promoção	A promoção do aplicativo estará presente em anúncios e redes sociais.

4.5.2 Projeção de Vendas

PRODUTO	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Cliques	300.000,00	320.000,00	350.000,00	380.000,00	400.000,00
Total	300.000,00	320.000,00	350.000,00	380.000,00	400.000,00

4.6 Pivotagem do Mercado

O processo do aplicativo se inicia em conseguir cada vez mais brechós afiliados para que assim os produtos possam ser vendidos em inúmeras quantidades e variedades para os clientes, a proposta do nosso projeto já teve sua pesquisa de campo e conteve opiniões diversas sobre o possível futuro do negócio, nossos competidores não estão ligados a nós de forma direta já que

não existe nenhum aplicativo que faça nosso serviço, apenas brechós físicos e lojas de roupas online que não se classificam como brechó e não houve alterações na ideia do projeto.

Tópico 5 | FINANÇAS

5.1 Premissas econômico-financeiras

Considerou-se áreas na qual estariam disponíveis para os clientes como por exemplo a área premium, assim como se o negócio aplicativo seria bem aceito pelo público e se isso traria um bom lucro e longevidade no projeto.

5.2 Investimentos e fontes de recursos

A empresa conta com celular, notebook, plano de internet, mesa ergonômica, hospedagem, desktop e cadeira ergonômica, esses recursos são fundamentais e principais investimentos para o início da empresa já que para a criação e manutenção do aplicativo os recursos serão utilizados para esse fim.

Tabela 1

Investimento inicial	Investimento inicial	Preço	Unidade	Total
	Celular	R\$ 1 600,00	3	R\$ 4 800,00
	Notebook	R\$ 3 500,00	6	R\$ 21 000,00
	Plano de internet	R\$ 299,90	1	R\$ 299,90
	Hospedagem	R\$ 49,99	1	R\$ 49,99
	Desktop	R\$ 200,00	6	R\$ 1 200,00
	Cadeira ergonômica	R\$ 179,90	6	R\$ 1 079,40
	Mesa ergonômica	R\$ 419,31	6	R\$ 2 515,86
				R\$ 26 145,15

5.3 Custos e despesas

Os custos são os entregadores, plano de internet manutenção do aplicativo, possíveis despesas com novas aquisições de produtos, energia, marketing do aplicativo, salários e encargos e o programa de gestão.

Tabela 2

Despesas gerais	Custo (média)	Tipo
Programa de gestão (software) (média)	R\$ 200,00	fixo
Wifi (800 megas fibra ótica Life)	R\$ 299,90	fixo
Energia elétrica (média)	R\$ 450,00	fixo
Salários e encargos	R\$ 16 800,00	fixo
Marketing	R\$ 2 500,00	fixo
Total de despesas	R\$ 20 249,90	
Cálculo total		
Lucro bruto	R\$ 90 000,00	
Despesas	R\$ 20 249,90	
Lucro líquido	R\$ 69 750,10	

5.4 Estratégias de precificação

De acordo com as tabelas os lucros referentes ao projeto só tendem a aumentar entre os meses e os anos, isso também pois as despesas são baixas o aplicativo precisa lidar com poucos custos para manter o aplicativo, e os lucros partem de diversos brechós hospedes gerando assim um grande capital positivo.

Tabela 3

Referente ao mês em média		
Preço de venda	100%	R\$ 30.00
ICMS	18%	R\$ 5.40
PIS	1.65%	R\$ 0.50
CONFINS	7.60%	R\$ 2.28
Despesas fixas	5%	R\$ 1.50
Margem de lucro	40%	R\$ 25.00
Mark up divisor	27.75%	R\$ 8.32
Mark up multiplicador	2.139037	-----

Referente ao ano em média			
Preço de venda	100%	R\$	360.00
ICMS	18%	R\$	64.80
PIS	1.65%	R\$	6.00
CONFINS	7.60%	R\$	27.36
Despesas fixas	5%	R\$	18.00
Margem de lucro	40%	R\$	300.00
Mark up divisor	27.75%	R\$	99.84
Mark up multiplicador	2.139037	-----	

5.5 Relatórios econômico-financeiros

Os cliques para entrar no aplicativo só tendem a aumentar de acordo com as pesquisas realizadas sobre a possível ascensão do projeto, e assim nosso balanço patrimonial sempre se manteria estável e positivo, com o fluxo de caixa sendo de fácil análise pois teremos que nos preocupar apenas com os brechós hospedes, e a empresa não precisaria se preocupar com um capital de giro negativo.

Tabela 4

Produto	Janeiro			Fevereiro			Março			Abril		
	Quantidade	Valor médio	Valor	Quantidade	Valor médio	Valor	Quantidade	Valor médio	Valor	Quantidade	Valor médio	Valor
Cliques	1.000	R\$ 30,00	R\$ 30.000,00	1.500	R\$ 30,00	R\$ 45.000,00	1.700	R\$ 30,00	R\$ 51.000,00	1.800	R\$ 30,00	R\$ 54.000,00
Maio			Junho			Julho			Agosto			
Quantidade	Valor médio	Valor	Quantidade	Valor médio	Valor	Quantidade	Valor médio	Valor	Quantidade	Valor médio	Valor	
2.100	R\$ 30,00	R\$ 63.000,00	2.100	R\$ 30,00	R\$ 63.000,00	2.100	R\$ 30,00	R\$ 63.000,00	2.110	R\$ 30,00	R\$ 63.300,00	
Setembro			Outubro			Novembro			Dezembro			
Quantidade	Valor médio	Valor	Quantidade	Valor médio	Valor	Quantidade	Valor médio	Valor	Quantidade	Valor médio	Valor	
2.200	R\$ 30,00	R\$ 66.000,00	2.300	R\$ 30,00	R\$ 69.000,00	2.500	R\$ 30,00	R\$ 75.000,00	2.800	R\$ 30,00	R\$ 84.000,00	

5.6 Análise de viabilidade

Com base na análise das informações econômicas e financeiras contida nas tabelas acima, nota-se a lucratividade que torna viável o projeto breshopping.

5.7 Valuation

O projeto tem uma escalada de lucro pois ao passar dos meses os lucros irão aumentando, o projeto também é novo no mercado então pode ser muito bem recebido o que é uma vantagem, de acordo com as pesquisas feitas a população aprova a ideia, e utilizaria o aplicativo para seus consumos, as despesas também são baixas, o que poderá nos manter sempre ativos no mercado. O lucro no 1 ano será em média R\$300.000,00 com o fluxo de caixa que tende a subir ao longo dos anos.

5.8 Pivotagem das finanças

Houve algumas mudanças do plano inicial para o atual, sendo uma das principais a remoção da área premium que iria ser uma aba exclusiva para brechós luxuosos, porém a falta de brechós que trabalhassem com produtos de alto valor e com o lucro principal vindo dos brechós bases, essa ideia foi removida, e com poucas despesas e ótimos lucros para o futuro a situação financeira do projeto sempre estará estável e positiva

Tabela 5

DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO	Referente a um mês	DEMONSTRAÇÃO DE RESULTADO	Referente ao período de um ano
Descrição		Descrição	
Venda de mercadorias	R\$ 300.000,00	Venda de mercadorias	R\$ 3.600.000,00
RECEITA BRUTA	R\$ 300.000,00	RECEITA BRUTA	R\$ 3.600.000,00
(-) Impostos sobre vendas	R\$ 54.000,00	(-) Impostos sobre vendas	-R\$ 648.000,00
RECEITA LÍQUIDA DAS VENDAS	R\$ 246.000,00	RECEITA LÍQUIDA DAS VENDAS	R\$ 2.952.000,00
(-) Custo da mercadoria vendida	-R\$ 28.649,90	(-) Custo da mercadoria vendida	-R\$ 343.798,80
LUCRO BRUTO	R\$ 217.350,10	LUCRO BRUTO	R\$ 2.608.201,20
(-) Despesas Operacionais	R\$ 25.531,25	(-) Despesas Operacionais	-R\$ 306.375,00
(+) Comerciais (com vendas)	R\$ 3.000,00	(+) Comerciais (com vendas)	R\$ 36.000,00
(+) Administrativas	R\$ 12.125,00	(+) Administrativas	R\$ 145.500,00
(+) Tributárias	R\$ 10.406,25	(+) Tributárias	R\$ 124.875,00
LUCRO OPERACIONAL	R\$ 242.881,35	LUCRO OPERACIONAL	R\$ 2.301.826,20
Receitas/(Despesas) Financeiras	--	Receitas/(Despesas) Financeiras	--
Resultado Operacional	R\$ 38.069,10	Resultado Operacional	R\$ 456.826,20
Receita/(Despesa) Não Operacional (parte dos ac	--	Receita/(Despesa) Não Operacional (parte dos ac	--
Resultado Antes da CSLL	R\$ 38.069,10	Resultado Antes da CSLL	R\$ 456.826,20
(-) Provisão para CSLL	-R\$ 3.426,22	(-) Provisão para CSLL	-R\$ 41.114,63
Resultado antes do IRPJ	R\$ 34.642,88	Resultado antes do IRPJ	R\$ 415.711,57
(-) Provisão para IRPJ	-R\$ 5.196,43	(-) Provisão para IRPJ	-R\$ 62.357,19
LUCRO/(PREJ.) LÍQUIDO DO EXERCÍCIO	R\$ 29.446,45	LUCRO/(PREJ.) LÍQUIDO DO EXERCÍCIO	R\$ 353.354,39

PITCH

Slide 1 – Identificando a Oportunidade

Slides 2 e 3 – Apresentando a sua Solução

Slide 4 – Destacando seus Diferenciais

Slide 5 – Explanando sua Proposta

REFERÊNCIAS

UNIVEM. Relatório de Projeto *startup*. São Paulo: Univem, 2022. (Material didático do Programa de Pós-Graduação Latu Senso.

<https://repositorio.ufpb.br/jspui/bitstream/123456789/28500/1/JBS25092023.pdf>

<https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/29702/000778386.pdf?...1>