



DESAFIOS E OPORTUNIDADES DA JUST BE DANCE STYLE

Adaptado por Adriano Leal Bruni a partir de trabalho acadêmico elaborado originalmente por Barbara Vieira Souza, Anny Miranda Paraguassu, Gabriel Oliveira Jesus, Daniel Thamas Chagas Barata Lima de Santana e Ravi Djata Candido Silva.

Versão de 08/08/2023 06:40.

Entre danças e ideias

A dança havia encantado a baiana Barbara Souza. Há alguns anos atuava como professora de dança, sempre registrando desafios para encontrar opções de vestuário para uso durante suas atividades, o que era compartilhado por colegas e alunos. Se tornou aluna do curso de Administração da Universidade Federal da Bahia e resolveu empreender, criando sua própria marca, a Just Be Dance Style.

Bárbara acreditava que o mercado para artigos de vestuário voltados para a dança seria potencialmente grande. O hábito teria impulsionado há alguns anos com o surgimento de diversas academias de dança, com grandes grupos de pessoas que já praticavam profissionalmente ou não e com iniciantes, e com o advento da tecnologia e conexão *full time* sem fronteiras, a fácil divulgação através das plataformas digitais catalisou esse crescimento. Começou-se a explorar de forma mais popularizada a prática de estilos já existentes como o hip hop e sua cultura, como também de jazz e contemporâneo.

Em Salvador, Bahia, o *boom* da dança iniciou-se da mesma forma, com a criação de academias de dança, como a Fit Dance, por exemplo, que popularizou a dança, num estilo baiano e brasileiro. As escolas de ballet também sempre tiveram uma presença forte na cidade, mas as pessoas começaram a aprender, a se interessar mais a se intitularem dançarinas realmente com o crescimento da marca Fit Dance no Brasil.

O avanço das atividades relacionadas à dança também abriu mercados. Surgiram estúdios de dança. Foram ampliados os mercados de produtos atrelados à prática. Além das academias e estúdios físicos de dança, passaram a existir movimentos *online* que atraem pessoas a aprenderem coreografias e reproduzirem em festas ou em redes sociais, a exemplo das plataformas TikTok e Instagram, com coreografias rápidas, fáceis de aprender e reproduzir. A prática da dança se democratizou. Todos podem aprender e dançar, sem distinção de estilo, de corpo, peso ou cor. Preconceitos são quebrados a partir do momento em que as pessoas se apropriam do seu corpo e usam-no na dança se expressando.

Bailando os desafios do vestuário

A dança está inserida em um cenário caracterizado por carregar uma grande diversidade de estilos, cada qual com suas características particulares, que variam na forma como os praticantes vão se vestir. Seja no *jazz*, *hip hop*, *street jazz*, dança contemporânea ou balé, a importância visual em termos de design e beleza é alta, uma vez que a forma de se vestir complementa a arte apresentada.

As roupas voltadas para a dança precisam possuir as características de suportarem impacto e permitirem liberdade nos movimentos. Para uma peça ser considerada adequada, deve-se levar em conta o tipo e a qualidade do tecido, a forma de confecção, como fica o caimento e modelagem, qual tecnologia foi utilizada e, principalmente, seu nível de conforto.

Um estilo considerado mais folgado, como moletoms e blusões, por exemplo, deve possuir um caimento leve e com mobilidade, sem perder a parte estética da peça, para não pesar na hora de dançar e ao mesmo tempo entregar a proposta de ser algo “despojado”. Já os tecidos considerados mais justos, de malha, por exemplo, como leggings e tops, necessitam ter uma boa elasticidade para se desenharem em diferentes corpos, dando a sustentação devida para o impacto dos giros e saltos que os movimentos vão promover. Bárbara entendia que tais cuidados precisariam ser pensados. Uma marca de roupa que se preocupasse especificamente com isso traria um diferencial no mercado e no mundo da dança.

O preço de vestuários voltados para a dança precisa se preocupar em apresentar produtos acessíveis para com o segmento escolhido, atendendo às expectativas pelo produto pago e possuindo um justo custo e benefício, já que o público de dança em geral está presente principalmente nas classes B e C. Bárbara acreditava que existiam oportunidades associadas à criação de uma marca, com singularidade e diferenciação.

A análise dos atributos associados aos vestuários empregados na dança costumava indicar que, produtos mais acessíveis empregados durante a dança rasgavam com facilidade. Por outro lado, produtos entendidos como de melhor qualidade tinham preços muito elevados. A busca por peças em diferentes lojas era rotineira, nem sempre resultando em bons achados. O mercado de vestuário para dançarinos seria carente de ofertas básicas que deveriam ser atendidas. Adicionalmente, existia o desafio da conexão à uma marca específica que pudesse suprir todas as suas necessidades. Variações de qualidade e preço estão ilustradas na Figura 1.

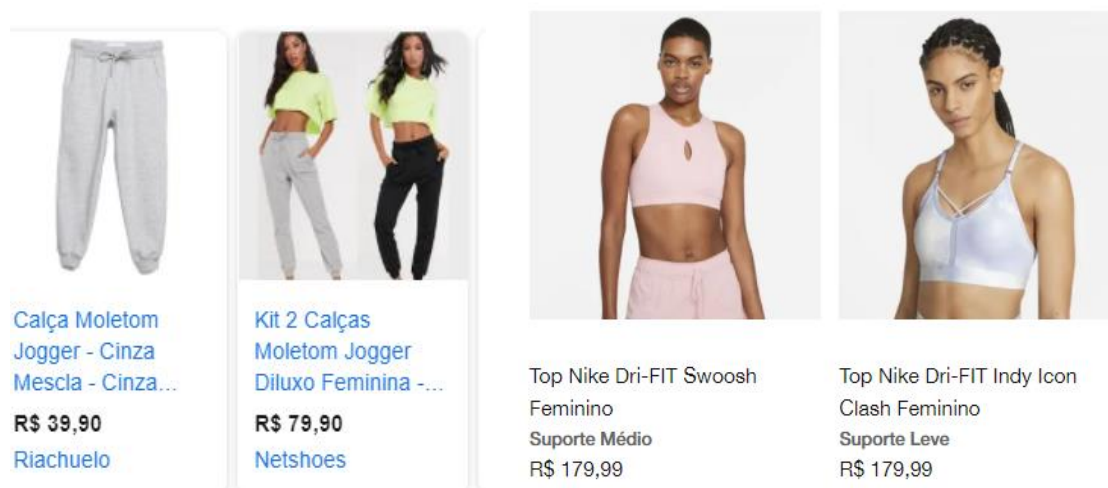


Figura 1. Variações de qualidade e preços da concorrência.

Adicionalmente, muitas marcas que se apresentam como *fitness* utilizam apenas referências de academias, atividades de corrida ou *crossfit*. Poucas são as marcas que envolvem a dança, sendo raras as peças publicitárias envolvidas com a atividade. Cada arte merece seu espaço e seu lugar

de se expressar, pensar em uma marca que possa fazer isso de forma específica e singular causa um sentimento de pertencimento nos participantes daquela atividade, agregando valor para os clientes e trazendo fidelidade.

As peças de vestuário empregadas nas atividades voltadas para a dança podem ir além das roupas entendidas como *fitness*, incluindo peças consideradas como *street wear*, já que a dança pode envolver uma grande variedade de estilos e, conseqüentemente, de formas de se vestir.

Adequação, *design* e preço seriam, para Bárbara, os principais atributos avaliados pelos consumidores. A adequação garantiria o desempenho das atividades com qualidade pensando na alta performance, conforto e durabilidade. O *design* atenderia à questão estética e visual das peças, focando no estilo de cada dança. O preço precisaria contemplar a relação entre custo e benefício.

Os três atributos guiariam o consumidor no processo de pesquisa, escolha e compra de peças de vestuário e são os mais importantes quando se trata de vestuário para a prática da dança. Manter o atendimento às expectativas e uma avaliação alta, perante a opinião do consumidor, nestes três requisitos seria fundamental.

As dores do mercado de vestuário para dançarinos estariam relacionadas aos três atributos. Relacionando adequação e preço, existem fornecedores para estes quesitos, mas não de forma ótima para os dois em conjunto. Existiriam peças baratas e de baixa qualidade, que rasgam facilmente e que não são feitas especialmente para dançarinos ou peças de alta performance com preços elevados.

O nascimento da Just Be Dance Style

Bárbara converteu o desafio em oportunidade quando decidiu criar a Just Be Dance Style, uma marca de roupa voltada para atender necessidades específicas de dançarinos, sejam eles profissionais ou apenas praticantes por hobby. Bárbara investiu na marca as economias que possuía.

A marca traria a proposta de apresentar a possibilidade de os dançarinos terem voz, se sentindo pertencentes a mercado específico, tendo suas necessidades atendidas. O setor de vestuário era seu foco. As expectativas a serem atendidas precisavam considerar três requisitos: adequação, design e preço. Alguns importantes atributos pensados por Bárbara para a Just Be estão apresentados no Quadro 1.

Quadro 1. Atributos da Just Be

MISSÃO. O propósito da marca carrega a ideia: “muito mais que uma marca, somos sua forma de se expressar”. Esta seria a missão da Just Be Dance Style.

VISÃO. Crescer ao ponto de ser reconhecida como uma marca de impacto social e coletivo, deixando a visão de ser somente uma marca de vestuário, mas sim criando um movimento de pertencimento e interação através do compartilhamento da dança, cultura e arte.

VALORES. Os três valores definidos da empresa são estilo, atitude e identidade. O estilo vem da ideia de ofertar mais que somente peças para a prática da atividade, mas sim peças que carreguem um visual, modelos considerados “na moda”, que acompanhem o estilo dos diferentes tipos de dança e ofereça aos dançarinos algo único e complementar. Atitude é um valor que se explica por si só. A marca preza pela ação de incentivar os consumidores a se expressarem através da dança. O nome em inglês “just be” significa “apenas seja”, trazendo essa ideia de ser você mesmo, ter sua identidade e mostrá-la com atitude e autoconfiança. A

identidade se importa com o sentimento de pertencimento a algo que une todos estes com a mesma paixão: a dança, onde cada um vai expressá-la da sua forma singular.

A Figura 2 destaca a *tagline*¹ da marca, que sustenta os seus três valores: “Vista sua identidade e dance seu estilo”.

Vista sua identidade e dance seu estilo.

Figura 2. *Tagline* da marca.

Outro valor sustentado pela marca, mesmo que de forma subjetiva, corresponde à diversidade. Utilizando de fotos e vídeos em suas redes sociais, a Just Be prega uma pluralidade de dançarinos, sejam cadeirantes, modelos *plus size*, pessoas da comunidade LGBTQIA+, e, no geral, pessoas de todos os tipos de raças, idades e belezas.

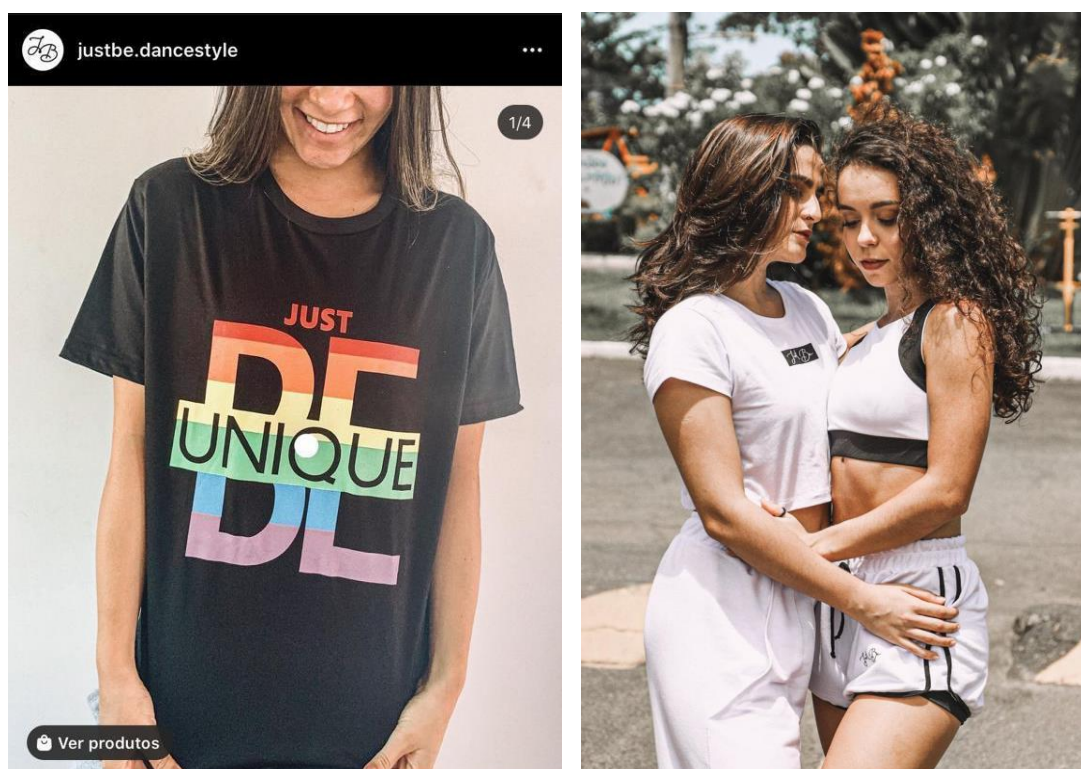


Figura 3. Comunicação com a comunidade LGBTQIA+.

As roupas da Just Be são feitas sem delimitar o gênero específico, sendo para todos aqueles ou aquelas que se identifiquem com a modelagem proposta pela peça. Além disso, utilizam de uma linguagem específica, com a utilização do “e” no lugar do “o” ao se falar no plural, por exemplo:

¹ Uma *tagline* corresponde a uma variação de um *slogan* de marca, muitas vezes empregado em materiais e anúncios. Em português, corresponderia ao mote ou *teaser*, de uma marca ou produto.

“dançarines”, abrangendo toda a comunidade LGBTQIA+. Peças de comunicação utilizadas pela marca estão apresentadas na Figura 3.

A Just Be busca alcançar público de todas os estilos de dança, vendendo produtos que garantem que essas atividades possam ser desempenhadas com conforto e ao mesmo tempo com estilo e beleza que as peças da loja proporcionam. Na ideia de ampliar o envolvimento com a marca, coloca em todas as suas peças comercializadas fragrância própria, funcionando como uma lembrança olfativa especial. Um cartão personalizado de acordo com o cliente que comprou também acompanha a compra. As personalizações estão apresentadas na Figura 4.

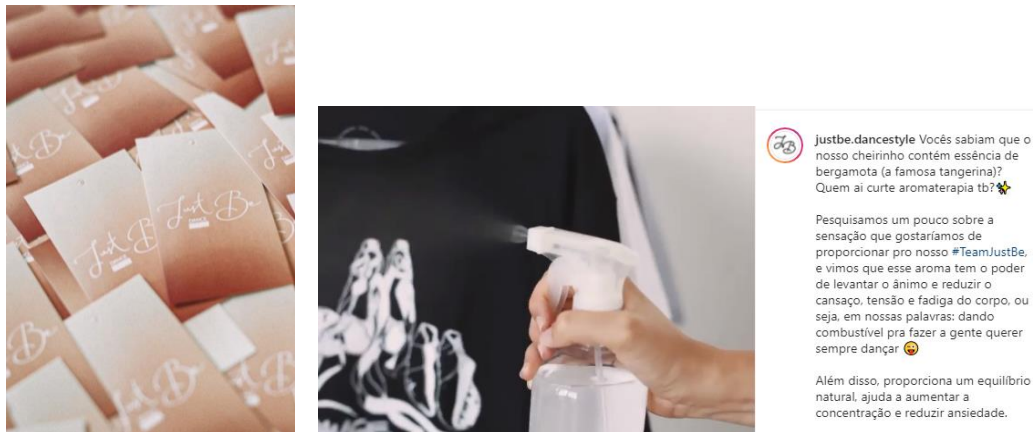


Figura 4. Fragrância e cartão personalizados.

Quanto à questão da concorrência, a Just Be não possui um concorrente direto, com posicionamento idêntico. Contudo, outras organizações vendem produtos que podem ser encontrados na Just Be, a exemplo das lojas Fitdance Store, Capézio e Só Dança, algumas representadas na Figura 5. As três comercializam produtos relacionados à dança, com primeira possuindo um foco mais amplo e as duas últimas voltadas especificamente para o balé. De forma indireta, outras operações como a Forever 21, Puma, Adidas, Nike, Renner, Riachuelo e lojas de bairro e academias também são consideradas empresas concorrentes, que são procuradas pelos públicos alvos da Just Be.

As marcas multinacionais contam com a vantagem do seu maior tamanho, com investimento maior em tecnologia e qualidade, o que captura a preferência de muitos consumidores, principalmente de classes A e B. Já as lojas de departamento, como Renner e Riachuelo, e as lojas de bairro, possuem uma variedade maior em termos de cores e tamanhos, mas não são focadas em esportes e dança, normalmente são peças voltadas para *street wear*, com qualidade muitas vezes inferior, o que seria compensando por preço mais acessível. O diferencial da Just Be estaria em uma melhor relação custo versus benefício, oferecendo uma variedade de roupas voltadas para o público das danças.

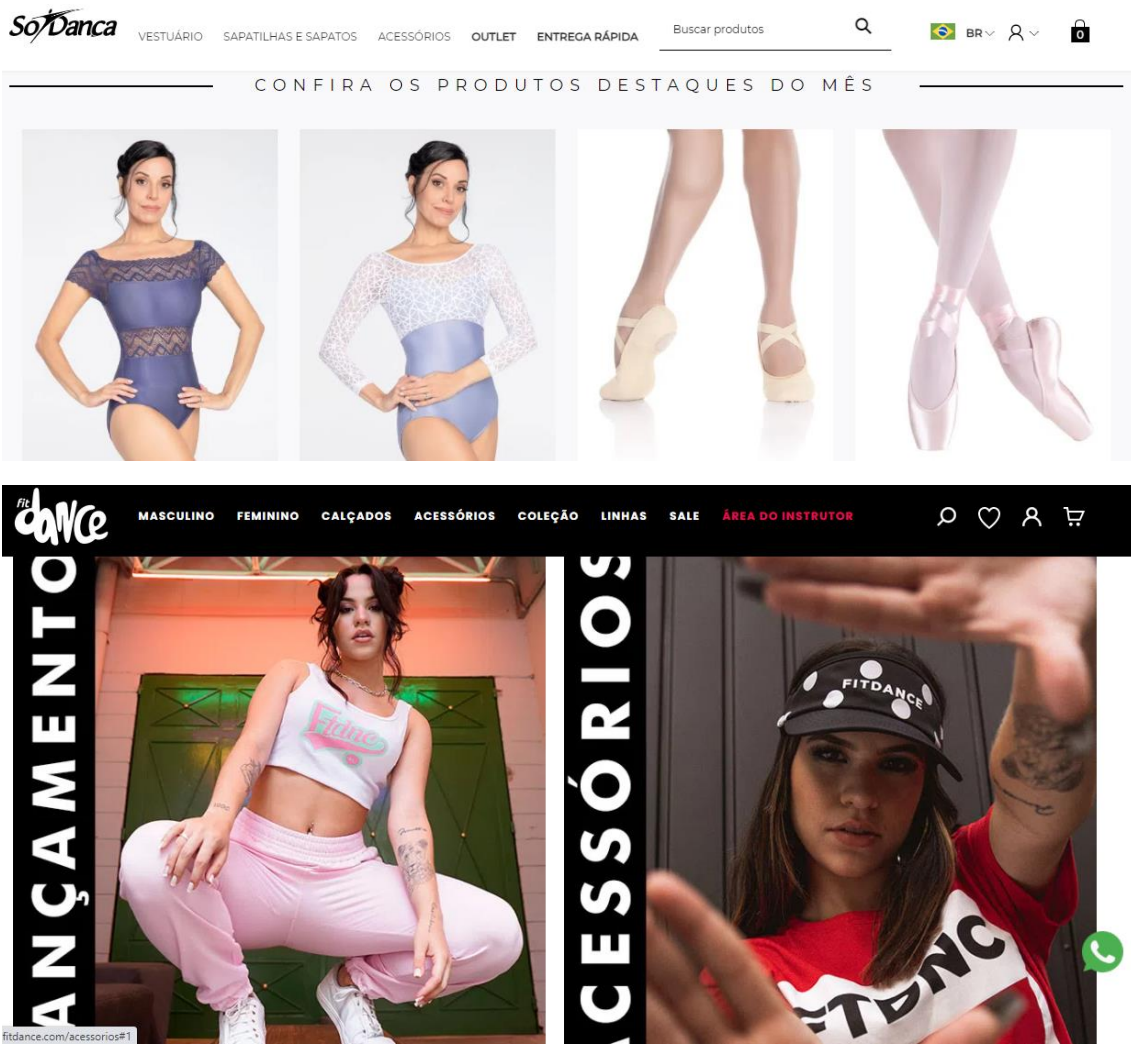


Figura 5. Concorrentes: Só Dança (acima) e Fit Dance Store (abaixo).

As peças da Just Be, além do foco centrado na dança, empregam tecidos confortáveis e que facilitam a transpiração ou a respiração no caso de máscaras com suporte, conforme apresenta a Figura 6. A execução dos passos de dança e das atividades com alta performance pode correr de modo agradável e sem incômodos. Adicionalmente, as peças de roupas são feitas com uma modelagem voltada para ambos os gêneros.



Figura 6. Máscara com suporte que permite maior conforto na prática de dança.

Assim, a proposta de catálogo de produtos da Just Be é composta por: acessórios, blusões, calças, *collants*, *croppeds*, *shorts*, *tops* e *t-shirts*, sendo que cada um desses tipos de peças é ofertado em diferentes designs, sempre pensando no conforto e na performance das atividades de dança. Exemplos estão apresentados na Figura 7. Para a decisão de quais produtos são ofertados, é feita uma pesquisa de mercado de vestuário para conhecer a opinião do público e qual a preferência de peças para a prática da dança.

Páginas ▾	Acessórios	Blusões	Calças	Collants	Croppeds	Shorts	Tops	T-Shirts
-----------	------------	---------	--------	----------	----------	--------	------	----------



Figura 7. Categorias e produtos da marca.

A marca representa o vestuário “Dance Style”, e isso está presente também no seu slogan “Vista sua identidade, dance seu estilo”. Como pontuado na introdução, a marca propõe a oferta de roupas conhecidas como fitness, mas também inclui peças diferenciais, que atendem ao estilo de diversos tipos de dança e ao estilo desse universo específico.

Para um consumidor que procura roupas *fitness*, ele pode encontrá-las nas lojas das concorrências já mencionadas, para consumidores que buscam roupas de alto estilo para dança, eles devem buscar entre sites de vestuário normal, garimpando o estilo de roupa que ele quer dentre as demais peças do site.

Hoje, com o *boom* das academias e da prática da dança, para os dançarinos e para os usuários que acompanham nas plataformas digitais os canais e perfis de dança, é possível ver que este é um ambiente caracterizado por um estilo marcante, que inclusive, se espalhou para pessoas que nem dançam, mas pelo estilo ser tão atraente, hoje se “tornou moda”.

Assim, reconhece-se a brecha de mercado onde uma empresa que fornece roupas especificamente para esta prática, com os estilos dos diferentes estilos de dança hoje existentes, uma empresa onde o consumidor sabe o que vai e que vai certamente encontrar roupas estilosas sem precisar garimpar este estilo em outros sites, é onde essa empresa pode se inserir e este é um diferencial que aporta à ideia uma vantagem nata, se comparado aos concorrentes, pois ela junta tudo em um só lugar.

O crescimento dos mercados não presenciais elevou a importância das redes sociais. O público está fortemente no ambiente virtual e a presença das marcas deve acompanhar. A aplicação de estratégias de marketing digital são fundamentais para a divulgação, promoção da marca e também interação com o público. A marca procura estudar estratégias de marketing digital, buscando o melhor desenvolvimento de ações assertivas para conquistar usuários de redes sociais, envolvê-los de forma mais profunda no funil de marketing e conquistar o cliente.

As estratégias que se mostraram mais assertivas para a atração e conquista dos usuários são as de marketing de relacionamento, marketing de conteúdo e marketing de influência. Conteúdos didáticos, úteis para dançarinos, como alimentação e dança, por exemplo, são postados através da plataforma digital do Instagram, onde a marca visa construir uma rede social forte, interativa, cheia de estilo, atitude e identidade. A Figura 8 traz exemplo de comunicação com conteúdo.



Figura 8. Comunicação com conteúdo.

Outra ideia é usada nas redes sociais nos momentos de lançamento de coleções. Um quadro chamado Just Be Presents traz a ideia de escolher dançarinos de diferentes estilos para usar as roupas da marca, apresentando seu estilo, sua dança e a nova coleção. Esses dançarinos, associados aos valores da marca, trazem diversidade física e cultural, o que ajuda no alcance de um maior público.



Figura 9. Modelos da marca vestindo a coleção Just Be Basics.

A marca valoriza o design, assim, a questão visual é muito importante, ainda mais num mundo tão visual como o das redes sociais que funcionam como espécie de vitrine. Assim, os perfis contam com fotos artísticas, dinâmicas, diferentes e chamativas com as peças do vestuário.



Figura 10. Campanhas de lançamento coleção Just Be Basics e Just Be Summer.

Duas coleções planejadas de forma estratégica já foram lançadas, cada qual carregando um conceito específico. Uma delas é a coleção Just Basics, destacada na Figura 9, com foco em “peças coringas” que dançarino procura com frequência e tem dificuldade de encontrar. Todas pretas ou brancas, básicas e com preços acessíveis, pensando em ganhar a confiança do cliente nesse primeiro momento. Outra foi a coleção Just Summer, lançada no período do verão, onde as escolas de dança estavam retornando suas atividades. A ideia era ousar com cores vibrantes e modelos mais diferentes, pensando numa estética mais agressiva e inovadora que a primeira coleção lançada. As duas coleções estão representadas na Figura 10.



Figura 11. Sacolas personalizadas de tecido.

Uma das suas preocupações envolve a sustentabilidade. Os consumidores valorizam cada vez marcas que carregam este princípio. Por realmente viver, apoiar e promover uma vida mais sustentável, a marca, buscando colaborar com a diminuição do consumo de materiais plásticos e promover as práticas sustentáveis, entrega os seus produtos em sacolinhas personalizadas de tecido, conforme ilustra a Figura 11, que podem ser reutilizadas após o recebimento do pedido. Essa é uma vantagem competitiva, pois diferencia as entregas, como também as ações de marketing da empresa, e claro, promove sustentabilidade.



Figura 12. A representatividade na marca.

A Just Be busca ser uma marca voltada a dar liberdade e representatividade a todas as pessoas incluídas no contexto das danças, sendo uma marca de dança que é pra todo mundo e de todo mundo, dando espaço para que a pluralidade seja representada. Exemplos estão apresentados na Figura 12. A marca busca o diferencial de ter na sua visão a representação do público LGBTQIA+ e das pessoas portadoras de deficiências, pois além de vender produtos com símbolos do orgulho LGBTQIA+, o marketing da loja produz conteúdo nas redes sociais voltados para esses

públicos, além também de incluí-los em suas campanhas publicitárias, utilizando modelos a eles pertencentes, uma vez que eles são parte importante no contexto das danças em geral.

Quadro 2. Alguns depoimentos sobre a Just Be.

<p>CS. "Eu achei todas as roupas tão bonitas e confortáveis, o que é difícil com roupa de dança. Mesmo eu sendo bem magra, normalmente tenho dificuldade em achar um collant que fique confortável por causa do meu quadril, sempre fica bem apertado e me machuca bastante. Esse foi um dos únicos collants em que eu me senti super confortável, o material é muito macio e fresco. Além de ser muito lindo!"</p>
<p>CB. "Sobre a Just Be, desde antes de lançar a primeira coleção eu já era louca por essa marca. Achava muito perfeita, a ideia de divulgar as peças com fotos e vídeos de dança foi muuito massa, vejo até hoje. Quando a Just Be anunciou que estava fazendo seleção de modelos eu já surtei, coloquei logo meu nome e quando vi que ia ser uma das modelos eu surteii. A experiência de ter tirado as fotos pra uma marca que eu amo tanto, uma marca que se preocupa e que faz questão de incluir todes, é uma experiência incrível, conhecer as pessoas que tiraram fotos comigo, me expressar através de poses e ter vestido o look que eu vesti e não querer devolver foi uma vontade imensa. Enfim, amei que a legging não aperta na barriga e ficou ótima no meu corpo, o blusão bem folgado e bem confortável. Amo muitooo essa marca, que é mais que uma marca, é um modo de se expressar!!! Incluindo também a função maravilhosa da produção, sempre se preocupando com tudo e fazendo o making of que eu não paro de ver!"</p>
<p>LV. "Eu estou, mais uma vez, encantada com as roupas (se eu já era fã da Just Be antes, agora então). De verdade, as roupas estão muito lindas, cheias de estilo e muito muito confortáveis, além de serem peças possíveis de usar em diversos estilos. É muito difícil unir tudo isso numa peça só e ela ainda cair super bem e, sem dúvida, vocês conseguiram. Além disso, uma coisa que eu achei incrível é a realidade dos tamanhos. Por exemplo, eu uso collant desde sempre e toda vida quando eu ia comprar era uma luta pra entrar num collant G das lojas de dança, sendo que o da Just Be o M coube perfeitamente e ficou super confortável. Enfim, amei muito e sou fã de carteirinha!"</p>
<p>MF. "Desde o início quando me chamaram pra provar as primeiras peças e a modelagem eu tava super receosa de ser mais uma marca de roupas pra Barbie. Cansei de comprar roupa dizendo que é um G quando claramente é um M e olhe lá...isso afeta muito a autoestima sabe??? Mas quando provei a primeira peça fiquei chocada porque TUDO tinha um caimento perfeito. Sério. Me senti bonita e acima de tudo confortável, não são aquelas peças bonitas que você fica parecendo um atum enlatado de tão apertado. Falo não só de coração, mas de cabeça de consumidora com corpo grande: as roupas de vocês são 100% perfeitas!!"</p>

Os resultados das ações adotadas pela Just Be podem ser visualizados nos depoimentos apresentados no website da empresa e reproduzidos no Quadro 2.

Seleção e produção das peças

Os produtos comercializados com a marca Just Be são criados por Bárbara. Após pesquisa de referências, ela relaciona suas ideias para os lançamentos. Posteriormente, planeja a coleção de produtos com o fornecedor. Em conjunto, acertam a modelagem e realizam testes de desempenho e qualidade. Se necessário, costureiras do fornecedor fazem ajustes. Por fim, validam as peças.

Existe uma quantidade mínima de peças que deve ser pedida para cada modelo desenhado, podendo apenas variar nos tamanhos. As limitações de capital de giro associadas aos limites das economias de Bárbara investidas no negócio trazem limites para as variações de quantidades e modelos em estoque, o que eventualmente provoca a perda de vendas. O tempo de produção demora em torno de um mês, o que exige uma organização prévia das coleções, bem como uma dificuldade para encomendas e reposições.

A relação com seu fornecedor possui o benefício de ter o trabalho de confecção terceirizado, não se preocupando com a compra de tecidos e mão-de-obra. Todavia, pelo fato de ter um único fornecedor, o poder de barganha diminui, não conseguindo negociar preços mais acessíveis e ficando refém das condições por ele impostas.

Vendas virtuais

A comercialização da Just Be ocorre de forma virtual. A marca não possui loja física, prestando serviços completamente *online*, em uma plataforma simples, de baixo custo, mas que também traz limitações à exposição de mercadorias e promoções.

O fato de não ter uma loja física, sem funcionários ou alugueis, ajuda a manter baixas as suas despesas. Isto também é ajudado pelo fato de a empreendedora desempenhar boa parte dos papéis das operações do negócio. Os gastos módicos e sob controle permitem que suas peças tenham um preço mais competitivo e atrativo.

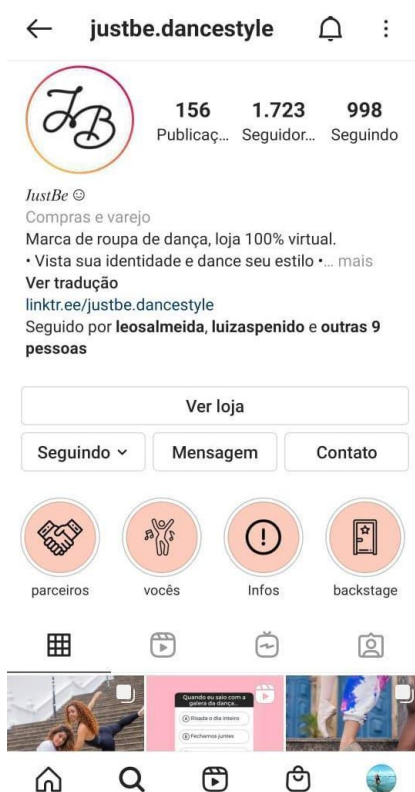


Figura 13. Plataforma no Instagram.

O cliente pode consultar o catálogo e efetuar a compra diretamente por meio da plataforma digital do Instagram, <http://www.instagram.com/justbe.dancestyle>, apresentada na Figura 13.

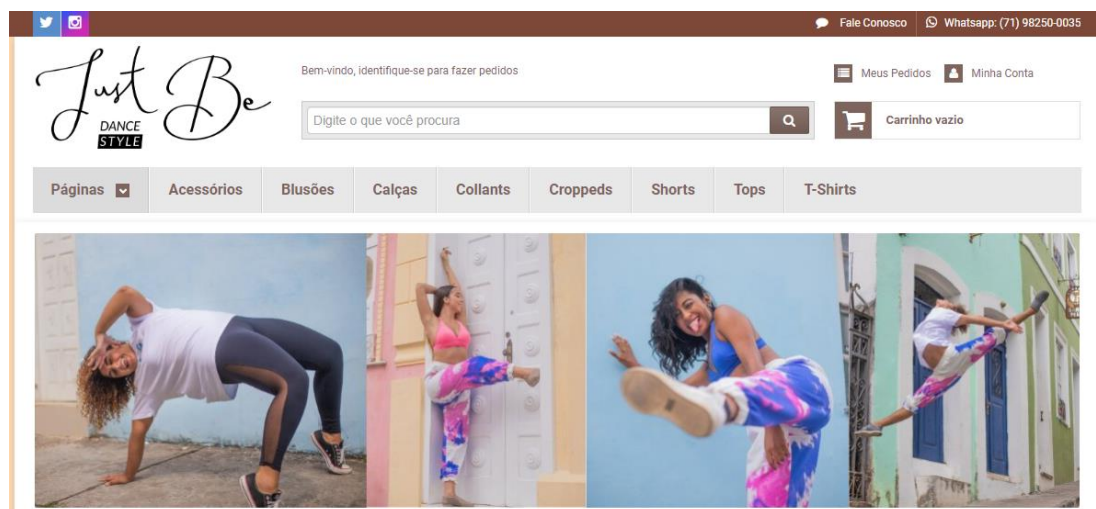


Figura 14. Topo da página inicial do website.

Consumidores também podem acessar o website da Just Be, <http://www.justbedancestyle.com.br>, apresentado na Figura 14.

Adicionalmente, a Just Be presta um atendimento personalizado instantâneo, com ferramentas do tipo WhatsApp, garantindo que clientes tenha as informações que necessitam de forma rápida e pessoal, criando relacionamento e gerando um sentimento maior de proximidade, o que aumenta as chances de fidelização.

A marca objetiva vender para todo o Brasil. O cálculo do valor com frete pode ser feito no próprio site, com postagens calculadas a partir de Salvador. Quando o destino está em outra cidade, os serviços de entrega podem envolver os Correios ou empresas de encomendas. Em Salvador, existe um sistema de entregas via *motoboy*.

Dançando os desafios

A Just Be buscava se afirmar como uma marca única no cenário baiano e que permitisse aos dançarinos uma identificação pessoal, uma vez que os valores da empresa são focados em respeitar a diversidade e fazer com que essas pessoas tenham roupas projetadas para garantir que os diferentes tipos de dança sejam representados, atendidos e possam ser executados de forma confortável e estilosa de acordo com a identidade de cada dança, a preços acessíveis.

Muitos desafios foram superados por Bárbara. Mas ainda existiam muitos outros a superar. Pensava em crescer. Mas existiam limitações associadas à capacidade de maior investimento em capital de giro que permitisse maiores leque e volume de mercadorias. Uma plataforma mais sofisticada para vendas digitais poderia ajudar. Também tinha dúvidas sobre a potencial abertura de uma loja física.

Para conhecer mais

Assista ao vídeo disponibilizado no Instagram.

<https://www.instagram.com/tv/CFvJt8yA6PX/>

Adicionalmente, visite o website da empresa (www.justbedancestyle.com.br) e o seu Instagram (<https://www.instagram.com/justbe.dancestyle/>).

Livro em que o uso do caso é sugerido

BRUNI, A. L. Administração financeira de empresas no Brasil. Texto em elaboração.

Problematizações possíveis

Caso você esteja matriculado em alguma das turmas do Prof. Adriano Leal Bruni, apresente suas respostas no formulário disponível em <<https://forms.gle/Fg8x47p3GAUGzZEw5>> antes da aula em que este caso será usado (consulte o planejamento da disciplina). A apresentação dessas respostas pode ser usada para repor notas de atividades de sala de aula (caso a disciplina cursada por você registre notas em atividades de sala de aula). Se lembre que um caso pode conter diferentes problematizações, com códigos apresentados entre colchetes no início de cada conjunto de perguntas. Responda à problematização proposta para a sua aula!

[JUSTBE_FIN_FCL_ABERTURA]

AULAS DE FINANÇAS (ou PROJETOS): Fluxo de caixa do projeto. No livro sugerido, leia todo o capítulo sobre “Fluxos de caixa do projeto.”. Responda o que se pede.

[1] Em que consiste o negócio da Just Be?

[2] Quais os diferenciais (ou vantagens comparativas) da Just Be?

[3] Quais os possíveis projetos pensados pela Just Be?

I. Uma das possibilidades de investimento da Just Be seria o projeto “Just Be CDG Simples”, associado exclusivamente à ampliação do seu capital de giro e analisado em horizonte de cinco anos. O capital de giro seria ampliado em \$30 mil no ano zero, recuperado integralmente no final do horizonte. O maior capital de giro permitiria gerar fluxos incrementais anuais no valor de \$12 mil em cada um dos anos do projeto.

[4] Qual seria o FCL deste projeto?

Ano	0	1	2	3	4	5
FCO						
(-/+) ANC						
(-/+) CDG						
FCL						

II. Outra possibilidade de investimento da Just Be seria o projeto “Just Be Plataforma de Vendas”, associado ao desenvolvimento de plataforma mais sofisticada para vendas digitais, com valor orçado em \$15 mil, projeto analisado em horizonte de três anos, com amortizações anuais do investimento feito e sem valor residual. Atualmente, são vendidas 2000 unidades anuais. Com a plataforma, estima-se um gasto incremental anual da ordem de \$2,4 mil e vendas incrementais de 360 unidades anuais no primeiro ano, crescendo 80 unidades por ano. As mercadorias serão

compradas a \$50 e vendidas a \$80, com tributos presumidos sobre faturamento (incluindo tributos sobre vendas e sobre renda) iguais a 10% das receitas.

[5] Qual seria o FCL deste projeto?

Ano	0	1	2	3
Receita Bruta				
(-) Deduções				
Receita líquida				
(-) G diretos ou variáveis				
(=) Margem de contribuição				
(-) G indiretos ou fixos op des				
(=) EBITDA ou Lajida				
(-) G não desemb (D e A)				
(=) EBIT ou Lajir				
(-) Tributos sobre Ebit				
(=) LOL ou Nopat				
(+) G não desemb (D e A)				
(=) FCO				
(-/+) ANC				
(-/+) CDG				
(=) FCL				

III. Uma outra possibilidade de investimento seria o projeto “Just Be Loja”, envolvendo a abertura de uma loja física, projeto analisado em horizonte de quatro anos. Seriam investidos \$80 mil no ano zero na reforma do imóvel (depreciada no horizonte do projeto, sem valor residual ao final) e mais \$20 mil em capital de giro, recuperados no final do horizonte. São estimadas vendas de 12 mil unidades anuais, com preço \$80 e custo igual a \$50. Gastos da loja envolvem 3% de comissões sobre vendas e outras despesas desembolsáveis fixas da ordem de \$36 mil anuais. Assuma 5% sobre faturamento a título de tributos sobre vendas. Também assumo 30% de tributos sobre renda, calculados sobre o lucro real.

[6] Qual seria o Ebitda anual deste projeto?

[7] Qual seria o FCL anual deste projeto?

Ano	0	1	2	3	4
Receita Bruta					
(-) Deduções					
Receita líquida					
(-) G diretos ou variáveis					
(=) Margem de contribuição					
(-) G indiretos ou fixos op des					
(=) EBITDA ou Lajida					
(-) G não desemb (D e A)					
(=) EBIT ou Lajir					
(-) Tributos sobre Ebit					
(=) LOL ou Nopat					
(+) G não desemb (D e A)					
(=) FCO					
(-/+) ANC					
(-/+) CDG					
(=) FCL					

IV. Suponha o projeto “Just Be Loja com Ticket Médio”, agora analisado em horizonte de três anos. Seriam investidos \$60 mil no ano zero na reforma do imóvel (depreciada no horizonte do projeto, sem valor residual ao final) e mais \$30 mil em capital de giro, recuperados no final do horizonte. São estimadas cerca de 3 mil vendas (ou pedidos) anuais, formadas pelas mercadorias a seguir. Naturalmente, uma venda (ou pedido) pode envolver mais que uma mercadoria.

Mercadoria	Saia	Blusa	Short
Preço	80	50	70
Custo	50	30	45

Em cada mil vendas feitas (ou pedidos atendidos), estima-se que serão comercializadas 2000 blusas, 1500 shorts e 500 saias. Gastos da loja envolvem 4% de comissões sobre vendas e outras despesas desembolsáveis fixas da ordem de \$32 mil anuais. Assuma 10% sobre faturamento a título de tributos sobre vendas (6%) e de tributos sobre renda (4%).

[8] Qual o ticket médio da operação?

[9] Qual a margem de contribuição unitária projetada para o ticket médio da operação?

[10] Qual seria o FCL anual deste projeto, estimado a partir do ticket médio e da margem de contribuição unitária do ticket médio?

Ano	0	1	2	3
Vendas em (unidades)				
(x) Mg contribuição unit				
(=) Mg contribuição total				
(-) G indiretos ou fixos op des				
(=) EBITDA ou Lajida				
(-) G não desemb (D e A)				
(=) EBIT ou Lajir				
(-) Tributos sobre Ebit				
(=) LOL ou Nopat				
(+) G não desemb (D e A)				
(=) FCO				
(-/+) ANC				
(-/+) CDG				
(=) FCL				

[JUSTBE_FIN_FCL_CDG]

AULAS DE FINANÇAS (ou PROJETOS): Fluxo de caixa do projeto. No livro sugerido, leia todo o capítulo sobre “Fluxos de caixa do projeto”. Enfatize a análise da projeção do Capital de Giro. Responda o que se pede.

I. Suponha o projeto “Just Be CDG Dinâmico”, que analise com mais cuidado os investimentos em capital de giro, orçados em 20% das vendas do ano posterior (ou seja, o investimento necessário deve ser feito no ano anterior ao das vendas projetadas) e recuperado no final do horizonte de três anos. As vendas são estimadas em \$80, \$92 e \$115 mil em cada um dos três anos.

[1] Qual o fluxo de caixa associado à movimentação do capital de giro?

Ano	0	1	2	3
Vendas				
CDG				
Fluxo do CDG				

[2] Suponha que o Fluxo de Caixa Operacional, FCO, de cada um dos três anos seja estimado em \$26, \$33 e \$35 mil. Os investimentos em equipamentos são estimados em \$58 mil no ano zero, com um valor residual líquido estimado em \$7 mil. Qual o FCL anual estimado para a operação?

Ano	0	1	2	3
FCO				
(-/+) ANC				
(-/+) CDG				
FCL				

II. Suponha o projeto “Just Be CDG Detalhado Único”, que analisa, com maior detalhe, investimento em capital de giro. Considere que uma peça da empresa tenha um preço médio de \$90 e um custo médio de \$50. É preciso considerar tributos incidindo sobre faturamento (5% de tributos sobre vendas e 3% de tributos sobre renda). O prazo médio de recebimento é de vinte dias, o de estocagem é de 45 dias e o de pagamento (fornecedores e impostos) é estimado em 30 dias. Ao investir em mais mil unidades em estoque, a empresa acredita que venderia 720 unidades a mais por ano. Assuma que o capital de giro seria investido no ano zero e recuperado integralmente no final do projeto, no ano 3.

[3] Qual seria o investimento em capital de giro do projeto?

Ano	Valor
Cientes	
Venda diária	
(x) PMRV	
(=) Saldo de Clientes (A)	
Estoques	
CMV diário	
(x) PME	
(=) Saldo de Estoques (B)	
Investimento em AC (C = A + B)	
Fornecedores	
Compra diária	
(x) PMP	
(=) Saldo de Fornecedores (D)	
Tributos	
Tributo diário	
(x) PMROF	
(=) Saldo de Tributos a pagar (E)	
Financiamento em PC (F = D + E)	
Capital de giro estimado (C - F)	

[4] Assuma fluxos de caixa operacionais iguais a \$12 mil, \$ 15 mil e \$16 mil em cada um dos três anos do projeto, um investimento em equipamentos na ordem de \$23 mil, com um valor residual líquido estimado em \$2 mil no final do horizonte. Qual seria o FCL do projeto, considerando o investimento em capital de giro?

Ano	0	1	2	3
FCO				
(-/+) ANC				
(-/+) CDG				
FCL				

III. Em relação ao projeto “Just Be CDG Detalhado Único”, suponha que as vendas aumentem em 180 unidades por ano, a partir do ano 1. Assuma que o capital de giro seria investido no ano zero e recuperado integralmente no final do projeto, no ano 3.

[5] Qual o ao CDG estimado para cada um dos anos do projeto?

Ano	Ano 1	Ano 2	Ano 3
Cientes			
Venda diária			
(x) PMRV			
(=) Saldo de Clientes (A)			
Estoques			
CMV diário			
(x) PME			
(=) Saldo de Estoques (B)			
Investimento em AC (C = A + B)			
Fornecedores			
Compra diária			
(x) PMP			
(=) Saldo de Fornecedores (D)			
Tributos			
Tributo diário			
(x) PMROF			
(=) Saldo de Tributos a pagar (E)			
Financiamento em PC (F = D + E)			
Capital de giro estimado (C - F)			

[6] Assuma fluxos de caixa operacionais iguais a \$12 mil, \$ 15 mil e \$16 mil em cada um dos três anos do projeto, um investimento em equipamentos na ordem de \$23 mil, com um valor residual líquido estimado em \$2 mil no final do horizonte. Qual seria o FCL do projeto, considerando o investimento em capital de giro?

Ano	0	1	2	3
FCO				
(-/+) ANC				
(-/+) CDG				
FCL				

[JUSTBE_FIN_FCL_FCS]

AULAS DE FINANÇAS (ou PROJETOS): Fluxo de caixa do projeto. No livro sugerido, leia todo o capítulo sobre “Fluxos de caixa do projeto”. Enfatize a análise do Fluxo de Caixa do Sócio. Responda o que se pede.

Uma das possibilidades de investimento da Just Be estaria associada à ampliação do seu capital de giro, projeto “Just Be CDG FCS”, analisado em horizonte de cinco anos. O capital de giro seria ampliado em \$30 mil no ano zero, recuperado integralmente no final do horizonte. O maior capital de giro permitiria gerar fluxos incrementais anuais no valor de \$12 mil em cada um dos anos do projeto. O projeto será financiado com 40% de capital de terceiros, a um custo aparente da ordem de 20% ao ano.

Assuma operação tributada por lucro presumido e amortizações anuais iguais ao longo do horizonte do projeto.

[1] Quais os juros pagos anualmente?

[2] Qual o fluxo de caixa do sócio?

Assuma operação tributada por lucro real com alíquota de 30% e amortizações anuais iguais a 20%, 40%, 10% e 15% e 15% em cada um dos cinco anos do horizonte do projeto.

[3] Quais os juros pagos anualmente?

[4] Qual o fluxo de caixa do sócio?

Assuma operação tributada por lucro real com alíquota de 30% e prestações anuais iguais.

[5] Quais os juros pagos anualmente?

[6] Qual o fluxo de caixa do sócio?

Outra possibilidade de investimento da Just Be envolveria a abertura de uma loja física, projeto “Just Be Loja Física FCS”, analisado em horizonte de cinco anos. Seriam investidos \$120 mil no ano zero na reforma do imóvel (depreciada no horizonte do projeto, com valor residual líquido de impostos estimado em \$20 mil) e mais \$30 mil em capital de giro, recuperados no final do horizonte. São estimadas vendas incrementais de 15 mil unidades anuais, com preço \$80 e custo igual a \$50. Gastos da loja envolvem 2% de comissões sobre vendas e outras despesas desembolsáveis fixas da ordem de \$42 mil anuais. Assuma 4% sobre faturamento a título de tributos sobre vendas. Também assumo 35% de tributos sobre renda, calculados sobre o lucro real. O projeto será financiado com 30% de capital de terceiros, com custo aparente anual da ordem de 10% e amortizações anuais iguais.

[7] Qual seria o Ebitda anual deste projeto?

[8] Qual seria o FCL anual deste projeto?

[9] Quais os juros pagos anualmente?

[10] Qual o fluxo de caixa do sócio?

[JUSTBE_FIN_FCL_VALOR_RESIDUAL]

AULAS DE FINANÇAS (ou PROJETOS): Fluxo de caixa do projeto. No livro sugerido, leia todo o capítulo sobre “Fluxos de caixa do projeto”. Enfatize a análise da estimativa do valor residual. Responda o que se pede.

Suponha que a Just Be tenha investido \$2 mil em equipamento inserido em projeto com quatro anos de horizonte de projeção, e valor residual de mercado igual a \$600 no final do prazo. Suponha que o equipamento tenha vida útil fiscal igual a cinco anos. Sobre ganho de capital precisamos considerar 15% de tributo. Calcule:

- [1] Depreciação anual.
- [2] Depreciação acumulada no final do horizonte.
- [3] Valor líquido no final do horizonte.
- [4] Ganho bruto de capital na venda.
- [5] Ganho líquido de capital na venda.

Um projeto da Just Be tem um fluxo de caixa incremental no sexto e último ano igual a \$800. Assuma uma perpetuidade e calcule o valor residual, VR, conforme solicitado a seguir.

- [6] VR no último ano da projeção, assumindo g nulo e taxa de desconto igual a 10% a. a.
- [7] VR no ano zero da projeção, assumindo g nulo e taxa de desconto igual a 10% a. a.
- [8] VR no último ano da projeção, assumindo g igual a 3% a. a. e taxa de desconto igual a 10% a. a.
- [9] VR no ano zero da projeção, assumindo g igual a 3% a. a. e taxa de desconto igual a 10% a. a.
- [10] VR no ano zero da projeção, assumindo g igual a 4% a. a. e taxa de desconto igual a 12% a. a.

[JUSTBE_FIN_TMA_CAPITAL_DE_TERCEIROS]

AULAS DE FINANÇAS (ou PROJETOS): Taxa mínima de atratividade do projeto. No livro sugerido, leia todo o capítulo sobre “Taxa de desconto do projeto”, com ênfase na discussão sobre capital de terceiros. Responda o que se pede.

I. O projeto “Just Be CDG Ka e Kd” possui investimento inicial estimado em \$40 mil, 30% financiado por dívidas sobre as quais existem juros iguais a 1,8 mil anuais. Calcule o que se pede.

- [1] Ka anual.
- [2] Kd anual, supondo tributação por lucro real com alíquota igual a 30%.
- [3] Kd anual, supondo tributação por lucro presumido com alíquota igual a 8% das vendas.

Assumindo uma inflação anual estimada em 3% a. a., calcule:

[4] K_a anual real (sem inflação).

[5] K_d anual real (sem inflação), supondo tributação por lucro real com alíquota igual a 30%.

[6] K_d anual real (sem inflação), supondo tributação por lucro presumido com alíquota igual a 8% das vendas.

[7] A operação deve gerar um Ebit anual a \$4 mil e receita anual igual a \$29 mil. Qual o lucro operacional líquido do projeto, assumindo tributação por lucro real com alíquota igual a 30%.

[8] A operação deve gerar um Ebit anual a \$4 mil e receita anual igual a \$29 mil. Qual o lucro operacional líquido do projeto, assumindo tributação por lucro presumido com alíquota igual a 8% das vendas.

[9] Comparando as duas situações anteriores, qual a melhor forma de tributação do projeto?

[JUSTBE_FIN_TMA_DECISÃO_COM_CAPITAL_DE_TERCEIROS]

AULAS DE FINANÇAS (ou PROJETOS): Taxa mínima de atratividade do projeto. No livro sugerido, leia todo o capítulo sobre “Taxa de desconto do projeto”, com ênfase na discussão sobre capital de terceiros. Responda o que se pede.

I. O projeto “Just Be CDG Decisão de Financiar” possui investimento inicial estimado em \$60 mil, lucro operacional líquido do projeto estimado em \$12 mil anuais. A empresa pode tomar os seguintes volumes emprestados (com os respectivos custos aparentes).

Faixa	1. Até \$10 mil	2. Entre \$10 e 20 mil	3. Entre \$20 e 30 mil	4. Entre \$30 e 40 mil
K_a	12%	16%	22%	30%

Supondo tributação por lucro real com alíquota igual a 30%, calcule o que se pede.

[1] K_d anual assumindo na captação na faixa 1.

[2] K_d anual assumindo na captação nas faixas 1 e 2.

[3] K_d anual assumindo na captação nas faixas 1 a 3.

[4] Buscando maximizar a rentabilidade do capital próprio (relação entre o lucro líquido e o patrimônio líquido, $ROE = LL / PL$), qual valor deve ser captado por meio dívidas para o projeto?

Supondo tributação por lucro presumido com alíquota igual a 8% das vendas., calcule o que se pede.

[5] K_d anual assumindo na captação na faixa 1.

[6] K_d anual assumindo na captação nas faixas 1 e 2.

[7] K_d anual assumindo na captação nas faixas 1 a 3.

[8] K_d anual assumindo na captação nas faixas 1 a 4.

[9] Buscando maximizar a rentabilidade do capital próprio (relação entre o lucro líquido e o patrimônio líquido, $ROE = LL / PL$), qual valor deve ser captado por meio dívidas para o projeto?

[JUSTBE_FIN_TMA_CAPITAL_PRÓPRIO]

AULAS DE FINANÇAS (ou PROJETOS): Taxa mínima de atratividade do projeto. No livro sugerido, leia todo o capítulo sobre “Taxa de desconto do projeto”, com ênfase na discussão sobre capital próprio. Responda o que se pede.

I. O projeto “Just Be CDG Ks” possui investimento inicial estimado em \$80 mil, 70% financiado por capital próprio. Calcule o custo de oportunidade dos capitais próprios nas situações a seguir.

[1] Assuma que os sócios esperem um lucro justo estimado em \$6,4 mil anuais.

[2] Assuma a existência de uma taxa livre de risco estimada em 10% a. a. Adicionalmente existe a expectativa de um prêmio de risco de 4% a. a.

[3] Assuma a existência de uma taxa livre de risco estimada em 8% a. a, um prêmio de risco de mercado igual a 3% a. a. e um beta igual a 1,2.

[4] Assuma a existência de uma taxa livre de risco estimada em 7% a. a, um retorno esperado de mercado igual a 11% a. a. e um beta igual a 0,8.

[JUSTBE_FIN_TMA_PONDERANDO]

AULAS DE FINANÇAS (ou PROJETOS): Taxa mínima de atratividade do projeto. No livro sugerido, leia todo o capítulo sobre “Taxa de desconto do projeto”. Responda o que se pede.

Suponha que a Just Be planeje investir \$20 mil em novo projeto, contraindo dívidas com custo aparente da ordem de 20% a. a. e usando recursos próprios (que assumem taxa livre de risco igual a 12% a. a. e prêmio de risco igual a 10% a. a.).

[1] Assumindo tributação por lucro real com alíquota de 30%, qual o custo efetivo da dívida?

[2] Assumindo tributação por lucro presumido com base de cálculo presumida igual a 20% e alíquota de 30%, qual o custo efetivo da dívida?

[3] Qual o custo de oportunidade dos capitais próprios?

[4] Assumindo tributação por lucro real com alíquota de 30% e endividamento igual a 60%, qual a TMA do projeto?

[5] Assumindo tributação por lucro presumido com base de cálculo presumida igual a 20%, alíquota de 30% e endividamento igual a 20%, qual a TMA do projeto?

Um novo projeto da Just Be é orçado em \$80 mil. Existem empréstimos disponíveis. Para cada \$20 mil emprestados, serão cobrados juros anuais de \$5 mil. Recursos próprios assumem custo de oportunidade envolvendo taxa livre de risco igual a 16% a. a. e prêmio de risco igual a 12% a. a.

[6] Assumindo tributação por lucro real com alíquota de 20%, qual o custo efetivo da dívida?

[7] Assumindo tributação por lucro presumido com base de cálculo presumida igual a 30% e alíquota de 35%, qual o custo efetivo da dívida?

[8] Qual o custo de oportunidade dos capitais próprios?

[9] Assumindo tributação por lucro real com alíquota de 30% e endividamento igual a 80%, qual a TMA do projeto?

[10] Assumindo tributação por lucro presumido com base de cálculo presumida igual a 20%, alíquota de 30% e endividamento igual a 70%, qual a TMA do projeto?

[JUSTBE_FIN_TMA_BETAS_SETORIAIS]

AULAS DE FINANÇAS (ou PROJETOS): Taxa mínima de atratividade do projeto. No livro sugerido, leia todo o capítulo sobre “Taxa de desconto do projeto”, estudando especialmente a discussão sobre o uso de betas e betas setoriais. Responda o que se pede.

Com base nas informações apresentadas a seguir, calcule o custo de oportunidade dos capitais próprios (K_s) da empresa nas três atividades a seguir.

[1] Taxa livre de risco igual a 10% a. a. e prêmio pelo risco igual a 3% a. a.

[2] Taxa livre de risco igual a 8% a. a., beta igual a 1,2 e prêmio pelo risco do mercado igual a 5% a. a.

[3] Taxa livre de risco igual a 9% a. a., beta igual a 1,3 e retorno esperado do mercado igual a 8% a. a.

Calcule a TMA nas duas atividades a seguir.

[4] Assumindo K_d igual a 19% a. a., endividamento igual a 40% e K_s calculado em [2].

[5] Assumindo K_a igual a 18% a. a., tributação sobre lucro real com alíquota igual a 30%, endividamento igual a 60% e K_s calculado em [3].

Assuma que seja preciso estimar o custo de oportunidade dos capitais próprios a partir do uso de betas setoriais e das informações de bancos de dados como os disponibilizados pelo Prof. Damodaran (<https://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/>).

[6] Qual seria o beta não alavancado apropriado para o negócio?

[7] Qual o custo de oportunidade dos capitais próprios?

SUGESTÃO: Eu gosto de usar o modelo a seguir.

$$K_s = R_f + \text{Beta}_{\text{alavancado}} * \text{MRP} + \text{RBR (em US\$ nominal)}$$

Em que:

K_s = custo de oportunidade dos capitais próprios.

R_f = taxa livre de risco.

$Beta_{alavancado}$ = medida de risco sistemático, considerando alavancagem (grau de endividamento) da empresa.

MRP = prêmio de risco de mercado (excesso de retorno dos mercados de capitais em relação à taxa livre de risco).

RBR = risco país (no caso, risco Brasil) ou excesso de retorno de títulos brasileiros em relação a títulos dos Estados Unidos da América.

Se os fluxos de caixa são estimados em termos nominais em reais (R\$), será preciso adicionar na equação anterior a diferença anual assumida para a inflação brasileira em relação à inflação dos EUA. A equação final considerada pode ser apresentada como:

$$K_s = R_f + Beta_{alavancado} * MRP + RBR \text{ (em US\$ nominal)} + \text{Diferença de inflação Brasil x EUA}$$

A tabela a seguir poderia ser preenchida.

Premissas do custo de oportunidade dos capitais próprios.

Componente	Valor	Comentário
Taxa Livre de Risco (R_f) anual		Média do US T-Bond 30 anos (Ipeada).
Beta desalavancado		Da base de dados do Prof. Damodaran
Beta alavancado assumido		Cálculo do beta alavancado.
Prêmio de risco de mercado (MRP EUA) anual		Estimativa
Risco Brasil (RBR) anual		Spread relativo ao rating de crédito do Brasil (Embi Risco Brasil, Ipeadata ²)
Custo de capital próprio (em USD, anual)		$R_f + Beta * MRP + RBR$
Diferença de inflação Brasil x EUA anual		Estimativa
Custo de capital próprio (em R\$) (K_s anual)		Em % a.a.

[8] Assumindo K_d igual a 18% a. a. e endividamento igual a 40%. Qual a TMA do projeto?

[9] Assumindo K_a igual a 22% a. a. e endividamento igual a 60%. Se a empresa fosse tributada por lucro real com alíquota de 30%, qual a TMA do projeto?

² Disponível em: <<http://www.ipeadata.gov.br/ExibeSerie.aspx?serid=40940&module=M>>.

[10] Assumindo K_a igual a 21% a. a. e endividamento igual a 40%. Se a empresa fosse tributada por lucro presumido, qual a TMA do projeto?

[JUSTBE_FIN_TÉCNICAS_PAYBACK]

AULAS DE FINANÇAS (ou PROJETOS): Técnicas de avaliação de projetos baseadas em prazos. No livro sugerido, leia todo o capítulo sobre “Técnicas de avaliação de projetos”, estudando especialmente a discussão sobre o uso de métricas baseadas em prazos. Responda o que se pede.

Uma das possibilidades de investimento da Just Be estaria associada à ampliação do seu capital de giro, projeto analisado em horizonte de cinco anos. O capital de giro seria ampliado em \$30 mil no ano zero, recuperado integralmente no final do horizonte. O maior capital de giro permitiria gerar fluxos incrementais anuais no valor de \$12 mil em cada um dos anos do projeto.

- [1]** Qual seria o seu *payback* simples em anos (assumindo FC no final do ano)?
- [2]** Qual seria o seu *payback* simples em anos (assumindo FC distribuído ao longo do ano)?
- [3]** Assumindo uma TMA igual a 14% a. a., qual seria o seu *payback* descontado em anos (assumindo FC no final do ano)?
- [4]** Assumindo uma TMA igual a 14% a. a., qual seria o seu *payback* descontado em anos (assumindo FC distribuído ao longo do ano)?

Outra possibilidade de investimento da Just Be estaria associada ao desenvolvimento de plataforma mais sofisticada para vendas digitais, com valor orçado em \$15 mil, projeto analisado em horizonte de três anos, sem valor residual. Atualmente, são vendidas 2000 unidades anuais. Com a plataforma, estima-se um gasto incremental anual da ordem de \$2,4 mil e vendas incrementais de 360 unidades anuais no primeiro ano, crescendo 80 unidades por ano. As mercadorias serão compradas a \$50 e vendidas a \$80, com tributos presumidos sobre faturamento (incluindo tributos sobre vendas e sobre renda) iguais a 10% das receitas.

- [5]** Qual seria o seu *payback* simples em anos (assumindo FC no final do ano)?
- [6]** Qual seria o seu *payback* simples em anos (assumindo FC distribuído ao longo do ano)?
- [7]** Assumindo uma TMA igual a 10% a. a., qual seria o seu *payback* descontado em anos (assumindo FC no final do ano)?
- [8]** Assumindo uma TMA igual a 10% a. a., qual seria o seu *payback* descontado em anos (assumindo FC distribuído ao longo do ano)?

Uma outra possibilidade de investimento da Just Be envolveria a abertura de uma loja física, projeto analisado em horizonte de quatro anos. Seriam investidos \$80 mil no ano zero na reforma do imóvel (depreciada no horizonte do projeto, sem valor residual ao final) e mais \$20 mil em capital de giro, recuperados no final do horizonte. São estimadas vendas de 12 mil unidades anuais, com preço \$80 e custo igual a \$50. Gastos da loja envolvem 3% de comissões sobre vendas e outras despesas desembolsáveis fixas da ordem de \$36 mil anuais. Assuma 5% sobre faturamento a título de tributos sobre vendas. Também assumo 30% de tributos sobre renda, calculados sobre o lucro real.

[9] Qual seria o seu *payback* simples em anos (assumindo FC distribuído ao longo do ano)?

[10] Assumindo uma TMA igual a 15% a. a., qual seria o seu *payback* descontado em anos (assumindo FC distribuído ao longo do ano)?

[JUSTBE_FIN_TÉCNICAS_VALORES]

AULAS DE FINANÇAS (ou PROJETOS): Técnicas de avaliação de projetos baseadas em valores. No livro sugerido, leia todo o capítulo sobre “Técnicas de avaliação de projetos”, estudando especialmente a discussão sobre o uso de métricas baseadas em valores. Responda o que se pede.

I. Uma das possibilidades de investimento da Just Be estaria associada à ampliação do seu capital de giro, projeto analisado em horizonte de cinco anos. O capital de giro seria ampliado em \$30 mil no ano zero, recuperado integralmente no final do horizonte. O maior capital de giro permitiria gerar fluxos incrementais anuais no valor de \$12 mil em cada um dos anos do projeto.

Assuma TMA igual a 10% a. a.

[1] Qual o seu VPL?

[2] Qual o seu IL?

[3] Qual o seu VFL?

[4] Qual o seu VUL?

II. Outra possibilidade de investimento da Just Be estaria associada ao desenvolvimento de plataforma mais sofisticada para vendas digitais, com valor orçado em \$15 mil, projeto analisado em horizonte de três anos, sem valor residual. Atualmente, são vendidas 2000 unidades anuais. Com a plataforma, estima-se um gasto incremental anual da ordem de \$2,4 mil e vendas incrementais de 360 unidades anuais no primeiro ano, crescendo 80 unidades por ano. As mercadorias serão compradas a \$50 e vendidas a \$80, com tributos presumidos sobre faturamento (incluindo tributos sobre vendas e sobre renda) iguais a 10% das receitas.

Assuma TMA igual a 14% a. a.

[5] Qual o seu VPL?

[6] Qual o seu IL?

[7] Qual o seu VFL?

[8] Qual o seu VUL?

III. Uma outra possibilidade de investimento da Just Be envolveria a abertura de uma loja física, projeto analisado em horizonte de quatro anos. Seriam investidos \$80 mil no ano zero na reforma do imóvel (depreciada no horizonte do projeto, sem valor residual ao final) e mais \$20 mil em capital de giro, recuperados no final do horizonte. São estimadas vendas de 12 mil

unidades anuais, com preço \$80 e custo igual a \$50. Gastos da loja envolvem 3% de comissões sobre vendas e outras despesas desembolsáveis fixas da ordem de \$36 mil anuais. Assuma 5% sobre faturamento a título de tributos sobre vendas. Também assumo 30% de tributos sobre renda, calculados sobre o lucro real.

Assuma TMA igual a 16% a. a.

[9] Qual o seu VPL?

[10] Qual o seu IL?

[JUSTBE_FIN_TÉCNICAS_TAXAS]

AULAS DE FINANÇAS (ou PROJETOS): Técnicas de avaliação de projetos baseadas em taxas. No livro sugerido, leia todo o capítulo sobre “Técnicas de avaliação de projetos”, estudando especialmente a discussão sobre o uso de métricas baseadas em taxas. Responda o que se pede.

I. Uma das possibilidades de investimento da Just Be estaria associada à ampliação do seu capital de giro, projeto analisado em horizonte de cinco anos. O capital de giro seria ampliado em \$30 mil no ano zero, recuperado integralmente no final do horizonte. O maior capital de giro permitiria gerar fluxos incrementais anuais no valor de \$12 mil em cada um dos anos do projeto.

[1] Qual sua TIR?

[2] Assumindo TMA igual a 14% a. a., o projeto deveria ser executado?

Suponha fluxos incrementais anuais no valor de \$16 mil em cada um dos anos do projeto.

[3] Qual sua TIR?

[4] Assumindo TMA igual a 23% a. a., o projeto deveria ser executado?

II. Outra possibilidade de investimento da Just Be estaria associada ao desenvolvimento de plataforma mais sofisticada para vendas digitais, com valor orçado em \$15 mil, projeto analisado em horizonte de três anos, sem valor residual. Atualmente, são vendidas 2000 unidades anuais. Com a plataforma, estima-se um gasto incremental anual da ordem de \$2,4 mil e vendas incrementais de 360 unidades anuais no primeiro ano, crescendo 80 unidades por ano. As mercadorias serão compradas a \$50 e vendidas a \$80, com tributos presumidos sobre faturamento (incluindo tributos sobre vendas e sobre renda) iguais a 10% das receitas.

[5] Qual sua TIR?

[6] Assumindo TMA igual a 18% a. a., o projeto deveria ser executado?

Suponha um preço de venda com desconto de 5%.

[7] Qual sua TIR?

[8] Assumindo TMA igual a 18% a. a., o projeto deveria ser executado?

III. Uma outra possibilidade de investimento da Just Be envolveria a abertura de uma loja física, projeto analisado em horizonte de quatro anos. Seriam investidos \$80 mil no ano zero na reforma do imóvel (depreciada no horizonte do projeto, sem valor residual ao final) e mais \$20 mil em capital de giro, recuperados no final do horizonte. São estimadas vendas de 12 mil unidades anuais, com preço \$80 e custo igual a \$50. Gastos da loja envolvem 3% de comissões sobre vendas e outras despesas desembolsáveis fixas da ordem de \$36 mil anuais. Assuma 5% sobre faturamento a título de tributos sobre vendas. Também assumo 30% de tributos sobre renda, calculados sobre o lucro real.

[9] Qual sua TIR?

[10] Assumindo TMA igual a 22% a. a., o projeto deveria ser executado?