

1 Introdução

1.1. O Problema

Nos últimos anos de sua história recente, o Brasil se destacou internacionalmente por seu crescimento e estabilidade, além de ser apontado por instituições financeiras e pesquisas, ao lado de outros países emergentes, como provável futura potência econômica mundial. Principalmente por isso, o consumo da população também aumentou substancialmente. Consequentemente, empresas varejistas estão obtendo resultados nunca experimentados anteriormente. Ademais, a expansão do crédito faz com que a comercialização de certos tipos de produtos esteja ao alcance de mais consumidores.

Além do crescimento econômico, o Brasil recebe milhares de turistas ao longo do ano. Esses visitantes consomem uma quantidade relevante de produtos, como hospedagem em hotéis, alimentação, bens de consumo e também artigos de luxo, entre outros diversos tipos de produto.

Devido a esse aumento do consumo no Brasil, percebe-se um aumento do número de empresas do setor varejista. Novas redes de alimentação vêm sendo criadas, novas marcas de roupas, novos serviços especializados para novos consumidores ávidos por novos tipos de produtos e serviços.

Consequentemente, o número de empresas de luxo no Brasil também está crescendo. Novas marcas nacionais voltadas para este segmento estão sendo criadas e famosas grifes estrangeiras estão ingressando ou têm planos de entrar e desfrutar deste mercado.

Somando-se ao crescimento acima mencionado o grau de investimento concedido ao Brasil por agências de risco, entre outros fatores, houve notável aumento de investimentos externos e internos em empresas brasileiras. Prova disso foi o número nunca visto antes de empresas que abriram o capital no ano de 2007. Todavia, ainda não existem empresas de luxo de capital aberto no Brasil.

Sendo assim, o presente estudo pretende verificar se o investimento em um projeto varejista de luxo na cidade do Rio de Janeiro pode ser uma alternativa mais interessante do que investimentos em empresas varejistas brasileiras de outros segmentos.

1.2. Objetivos

O objetivo deste trabalho é analisar, através de um estudo de caso, se a implantação de um projeto varejista de luxo no Rio de Janeiro é viável financeiramente e vantajosa em comparação a investimentos em empresas varejistas brasileiras de capital aberto.

1.3. Delimitação

A elaboração de um projeto de luxo, assim como a projeção de seu faturamento, depende de uma série de fatores que envolvem diversos campos de estudo, como comportamento do consumidor e marketing.

Não é objetivo deste trabalho estudar com profundidade o tema proposto nesses vários aspectos, mas sim analisar financeiramente o projeto através de informações obtidas no mercado e compará-las aos de empresas varejistas.

O fato de não haver empresas de luxo com capital aberto no Brasil fez com que a coleta de dados se tornasse menos ampla e precisa do que o desejado. Além disso, empresas deste segmento raramente divulgam seus balanços.

Portanto, a maior dificuldade deste estudo foi estimar com precisão os resultados do projeto para os próximos anos.

1.4. Relevância

O que motivou o autor a escolher esse tema foi o fato de trabalhar em uma empresa varejista do setor de luxo. Por esta razão, a compreensão aprofundada deste tema faz com que se possam tomar decisões mais eficazes quanto a novos investimentos. Outro importante ponto é o fato deste setor estar se expandindo no Brasil em velocidade semelhante à expansão do poder aquisitivo do cidadão brasileiro.

O entendimento mais amplo de um projeto deste tipo será importante para que aumentem ou diminuam os investimentos no setor. Com mais informações,

economistas, administradores, consultores e empreendedores, serão capazes de escolher melhor onde investir seus recursos.

Ademais, os resultados do presente trabalho poderão fazer com que empresas internacionais do segmento de luxo expandam ou retraiam seus investimentos no Brasil. Adjuntamente, investidores internacionais também poderão usufruir dos resultados deste estudo para possíveis investimentos no país.

Além disso, o trabalho realizado é importante para o estudo do tema de varejo, haja vista não existirem muitas referências sobre o tema. Com isso, este estudo pode despertar o interesse de outros pesquisadores sobre o assunto.