



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS

Faculdade de Ciências Econômicas

Pós-Graduação em Gestão Estratégica

Karina Gomes Santiago Amorim

# **Plano de Negócios da loja CK Modas BH**

Belo Horizonte - MG

2024

KARINA GOMES SANTIAGO AMORIM

## **Plano de Negócios: Loja CK Modas BH**

Trabalho de conclusão do curso de Pós-Graduação em Gestão Estratégica apresentado à Faculdade de Ciências Econômicas como requisito para obtenção de título pós-graduado.

**Orientadora:** Raquel Andrade de Almeida Cunha

Belo Horizonte - MG

2024

Ficha catalográfica

A524p Amorim, Karina Gomes Santiago.

2024 Plano de Negócios [manuscrito]: Loja CK Modas BH / Karina Gomes Santiago Amorim. – 2024.

1 v.: il.

Orientadora: Raquel Andrade de Almeida Cunha.

Monografia (especialização) – Universidade Federal de Minas Gerais, Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração. Inclui bibliografia.

1. Administração. 2. Gestão de negócios. I. Cunha, Raquel Andrade de Almeida. II. Universidade Federal de Minas Gerais. Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração. III. Título.

CDD: 658

Elaborado por Fabiana Santos - CRB-6/2530

Biblioteca da FACE/UF

MG. – FS/165/2024

CENTRO DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISAS EM ADMINISTRAÇÃO - CEPEAD

OFICIALIZAÇÃO DE ORIENTADOR

CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM GESTÃO ESTRATÉGICA

Belo Horizonte, 05 de dezembro de 2023.

ALUNO: Karina Gomes Santiago Amorim

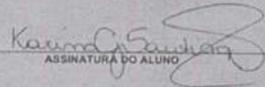
MATRICULA: 2022660980

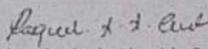
ÁREA: ( X ) Gestão de Negócios ( ) Finanças Empresariais

NOME DO ORIENTADOR: Raquel Andrade de Almeida Cunha

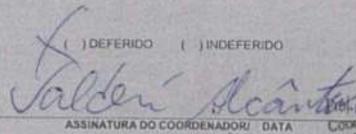
TEMA DO TRABALHO: Plano de Negócios da loja CK Modas BH

RAZÕES: O desenvolvimento do plano de negócios de uma loja de roupas moda feminina.

  
ASSINATURA DO ALUNO

  
Raquel Andrade de Almeida Cunha  
ASSINATURA DO ORIENTADOR

( X ) DEFERIDO ( ) INDEFERIDO

  
ASSINATURA DO COORDENADOR/ DATA

Valdeni Acântio  
Coordenador Adjunto do Curso  
de Especialização em Gestão  
Estratégica

Recebido em: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_ Ass: \_\_\_\_\_

## **DEDICATÓRIA**

Dedico esse projeto primeiramente à Deus, por ter me proporcionado sabedoria e por me abençoar até aqui, à minha melhor parte, ela que é a minha vida, minha filha: Izabella que me inspira todos os dias, aos meus pais que foram a minha base e sempre se esforçaram para me proporcionar o melhor na educação, ao meu marido Thiago que sempre se faz presente e faz os meus dias serem mais leves, e aos meus professores que foram exemplo com grande ensinamento e me guiando para ser um grande profissional em administração.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço primeiro a Deus por mais essa conquista e por permitir passar por esse momento, em seguida agradeço a Professora e Mestre Raquel Andrade de Almeida Cunha por ter se empenhado e dedicado em me orientar nesse plano de negócios. Agradeço a minha filha Izabella pelos dias compartilhados e por compreender a minha ausência em vários momentos. Agradeço ao meu esposo pelo carinho, motivação e força em todos os dias. Agradeço aos meus pais por serem essenciais na minha vida e por tudo que fizeram ao longo dessa grande jornada. Agradeço à família que sempre se empenharam me proporcionando carinho e dedicação para chegar até o final. Agradeço aos amigos que acreditaram no meu desenvolvimento. Agradeço à Faculdade de Ciências Econômicas pelo conhecimento para realização desse projeto que significa a realização de um sonho.

Sempre que você vê um negócio bem-sucedido é porque alguém, algum dia, tomou uma decisão corajosa.

## RESUMO

### PLANO DE NEGÓCIO: CK MODAS BH

O seguinte projeto tem por objetivo verificar a viabilidade de uma loja de roupas e acessórios femininos na cidade de Belo Horizonte- MG. Para obter tal análise, foi feito um plano de negócios - método de análise que verifica as segmentações de mercado, projeta o perfil do público alvo, além de fazer previsões dos possíveis desafios a serem vencidos. A metodologia abordada no estudo foi uma revisão de bibliografias que abordam a criação do plano de negócios, bem como estudo de casos para melhor orientação. Foi realizada também, uma coleta de dados feita a partir de redes sociais e respostas dos clientes à um questionário, dados esses que contribuíram para a criação de um perfil dos possíveis clientes, além de compreender qual a demanda e expectativas destes para o empreendimento. A partir disso, foi possível reconhecer os pontos fortes e fracos, entender que a contratação de consultorias é viável para que o negócio alavanque, montar uma estratégia para garantir uma melhor satisfação do cliente trazendo um atendimento personalizado e diferencial, e, por fim, compreender a organização e preparação que um empreendimento exige para aqueles que desejam entrar no mercado.

**Palavras-chave:** Moda Feminina; Plano de Negócio; Empreender; Marketing Digital.

## **ABSTRACT**

### **BUSINESS PLAN: CK MODAS BH**

The following project aims to verify the feasibility of a women's clothing and accessories store in the city of Belo Horizonte-MG. To obtain such analysis, a business plan was made - an analysis method that verifies market segmentations, projects the profile of the target audience, in addition to making predictions of possible challenges to be overcome. The methodology addressed in the study was a review of bibliographies that address the creation of the business plan, as well as case studies for better guidance. Data collection was also carried out from social networks and customer responses to a questionnaire, data that contributed to the creation of a profile of possible customers, in addition to understanding their demand and expectations for the enterprise. From this, it was possible to recognize the strengths and weaknesses, understand that hiring consultants is feasible for the business to leverage, set up a strategy to ensure better customer satisfaction.

**Keywords:** Women's Fashion; Business Plan; Entrepreneurship; Digital Marketing.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1. Foto das sócias.....	18
Figura 2. Logo em preto e branco .....	19
Figura 3. Logo com rosê .....	19
Figura 4. Logo com marrom .....	19
Figura 5. Cargo / Ocupação Profissional .....	45
Figura 6. Satisfação em comprar na loja CK Modas BH.....	46
Figura 7. Sugestão para loja CK Modas BH .....	47
Figura 8. Organograma .....	52
Figura 9. Layout .....	53
Figura 10. Fluxograma .....	54
Gráfico 1. Estado Civil.....	44
Gráfico 2. Idade .....	44
Gráfico 3. Renda pessoal .....	45
Gráfico 4. Escolaridade .....	45
Gráfico 5. Frequência de compra .....	46
Gráfico 6. Avaliação na hora da compra .....	46

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1. Tabela de parceiros e fornecedores .....	25
Tabela 2. Descrição dos produtos .....	27
Tabela 3. Analise ambiente interno e externo .....	38
Tabela 4. Plano de ação .....	42
Tabela 5. Projeção de venda .....	48
Tabela 6. Equipamentos necessários .....	50
Tabela 7. Equipamento de informática .....	55
Tabela 8. Móveis e Utensílios .....	56
Tabela 9. Máquinas e equipamentos .....	56
Tabela 10. Investimentos Financeiros.....	57
Tabela 11. Investimentos Pré-operacionais .....	57
Tabela 12. Estimativa de faturamento mensal .....	58
Tabela 13. Acessórios .....	59
Tabela 14. Blazer .....	59
Tabela 15. Blusas .....	59
Tabela 16. Calças .....	60
Tabela 17. Macacão .....	60
Tabela 18. Saias .....	61
Tabela 19. Shorts .....	61
Tabela 20. Vestidos.....	61
Tabela 21. Estimativa de custos com mercadoria (mensal) .....	62
Tabela 22. Estimativa de depreciação.....	62
Tabela 23. Custos fixos .....	63
Tabela 24. Custos variáveis .....	63
Tabela 25. Despesas .....	63
Tabela 26. Balanço Patrimonial .....	64
Tabela 27. Demonstrativo de resultados .....	64
Tabela 28. Fluxo de Caixa .....	65

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

**CNAE/IBGE** – Classificação Nacional de Atividade Econômica

**DAS** – Documento de Arrecadação do Simples Nacional

**DRE** – Demonstrativo dos Resultados

**IBGE** – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas

**MEI** – Microempreendedor Individual

**MKT** - Marketing

**RAIS** – Relação Anual de Informações Sociais

**SEBRAE** – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

## SUMÁRIO EXECUTIVO

INTRODUÇÃO .....	14
<b>CAPÍTULO 1 – LOJA CK MODAS BH.....</b>	<b>17</b>
<b>CAPÍTULO 2 – A EMPRESA.....</b>	<b>18</b>
2.1 DADOS CADASTRAIS .....	18
2.1.1 PARTICIPAÇÃO DAS SÓCIAS .....	20
2.2 PERFIL DAS EMPREENDEDORAS .....	20
2.3 HISTÓRIA .....	21
2.4 NOME.....	21
2.5 PORTE.....	22
<b>CAPÍTULO 3 - PLANO DE NEGÓCIOS DA LOJA CK MODAS BH.....</b>	<b>23</b>
3.1 DECLARAÇÃO DE VISÃO .....	23
3.2 DECLARAÇÃO DE MISSÃO.....	23
3.3 PROPÓSITOS GERAIS .....	23
3.4 ESTRATÉGIA DE MARKETING.....	23
3.5 PÚBLICO ALVO.....	24
3.6 PRODUTOS, PARCEIROS E FORNECEDORES .....	24
3.7 JORNADA DO CLIENTE.....	25
<b>CAPÍTULO 4 - PLANO DE MARKETING.....</b>	<b>27</b>
4.1 DESCRIÇÃO DOS PRODUTOS .....	27
4.2 GESTÃO DE ESTOQUE .....	35
4.3 EXPERIENCIA DO CLIENTE .....	35
4.4 PRESENÇA ONLINE .....	35
4.5 ANÁLISE DA CONCORRENCIA .....	36
4.6 MERCADO EM QUE ATUA. ....	36
4.7 SEGMENTAÇÃO DE MERCADO.....	37
4.8 PRINCIPAIS CONCORRENTES. ....	37
<b>CAPÍTULO 5 - ANÁLISE SWOT .....</b>	<b>38</b>

<b>CAPÍTULO 6 - PLANO DE AÇÃO.....</b>	<b>41</b>
6.1 PESQUISA DE MERCADO. ....	42
6.2 ANÁLISE DE MERCADO. ....	42
6.3 FEEDBACK DO CLIENTE .....	43
6.4 EXPANSÃO DO NEGÓCIO.....	43
<b>CAPÍTULO 7 - PLANO DE MARKETING .....</b>	<b>44</b>
7.1 PESQUISA DE MERCADO. ....	44
7.2 ANÁLISE DE MERCADO .....	47
7.3 ESTRATEGIA DE MARKETING.....	47
7.4 CANAIS DE VENDA E DISTRIBUIÇÃO.....	47
7.5 PROJEÇÃO DE VENDA .....	48
<b>CAPÍTULO 8 - PLANO OPERACIONAL .....</b>	<b>50</b>
8.1 ANÁLISE DAS INSTALAÇÕES. ....	52
8.2 EQUIPAMENTOS E MÁQUINAS NECESSÁRIOS.....	50
8.3 EQUIPE DE FUNCIONÁRIOS.....	50
<b>CAPÍTULO 9 - ESTRUTURA DA EMPRESA.....</b>	<b>52</b>
9.1 ESTRUTURA ORGANIZACIONAL .....	52
9.2 LAYOUT .....	53
9.3 FLUXOGRAMA.....	54
9.4 FORMAS JURÍDICAS.....	55
9.5 SETORES DE ATIVIDADE.....	55
9.6 INVESTIMENTO.....	55
9.6.1 Investimentos fixos .....	55
9.6.2 Investimentos financeiros.....	57
9.6.3 Investimento pré-operacionais.....	58
<b>CAPÍTULO 10 - PRODUTOS.....</b>	<b>59</b>
10.1 DESCRIÇÃO DOS PRODUTOS .....	59
<b>CAPÍTULO 11 - PLANO FINANCEIRO .....</b>	<b>62</b>
11.1 ESTIMATIVA DE CUSTOS COM MERCADORIA.....	62
11.2 CUSTOS DE DEPRECIAÇÃO .....	63

11.3 CUSTOS FIXOS E VARIÁVEIS.....	63
11.4 ESTIMATIVA DAS DESPESAS.....	63
11.5 BALANÇO PATRIMONIAL.....	64
11.6 DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS.....	64
11.7 FLUXO DE CAIXA.....	65
11.8 MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO.....	66
11.9 PONTO DE EQUILÍBRIO.....	66
11.10 LUCRATIVIDADE.....	67
11.11 RENTABILIDADE.....	68
11.12 PRAZO DE RETORNO DO INVESTIMENTO.....	68
<b>CONCLUSÃO.....</b>	<b>69</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>71</b>
<b>APÊNDICE.....</b>	<b>73</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>76</b>

## INTRODUÇÃO

Um plano de negócios é importante para um empreendimento e fazer um planejamento a longo prazo aumenta as chances de sucesso e a garantia de mercado, bem como visões de futuro. Esse Trabalho de Conclusão de Curso tem como objetivo apresentar a expansão de um negócio já existente, uma loja de roupas online, com uma possível e futura expansão para uma loja de roupas física na cidade de Belo Horizonte, visando fornecer uma análise abrangente dos pontos importantes abordando tanto as oportunidades e desafios do mercado atual.

Com o constante crescimento do mercado da moda feminina devido ao aumento da demanda e diversidade de produtos, esse plano de negócios oferece uma visão bem estratégica da loja CK Modas BH se posicionando efetivamente no mercado com êxito e adaptações às exigências existentes no mercado.

O empreendedorismo é o processo de criar algo que requer tempo, dedicação, esforço e valor. A empresa mantém-se competitiva em um mercado competitivo, por isso é muito importante. É um grande fator econômico.

Empreender é o processo de desenvolver algo a partir da identificação de um problema, bem como a construção de possíveis soluções para tal que gerarão um retorno positivo para aquele que investe tempo e recursos. Sendo assim, entende-se que o empreendimento não é algo tão simples, requerendo estudo prévio, dedicação e organização daquele que se propõe a fazê-lo. (SEBRAE, 2023).

Embora o mercado de roupas femininas em Belo Horizonte seja bastante competitivo, a autora e a sócia têm interesse em ingressar neste mercado. O objetivo deste estudo é desenvolver um plano de negócios para avaliar a viabilidade de abrir uma loja de roupas femininas em Belo Horizonte.

Além de obter melhor conhecimento das características e do potencial do mercado durante as fases iniciais de planejamento e desenvolvimento da empresa, o estudo é crucial para auxiliar nas decisões de investimento e, caso o investimento seja viável, estabelecer parâmetros para seu desenvolvimento. O negócio deve conseguir superar as estatísticas desanimadoras de sobrevivência das empresas e se firmar como um negócio de sucesso.

Diante disto, a aplicação de um plano de negócios se faz essencial para a construção da empresa, seja ela de grande ou de pequeno porte. O plano de negócios engloba análises minuciosas que permitem visualizar com maior clareza a viabilidade ou não de um negócio antes de seu nascimento. Sua estrutura é composta por sumário executivo, informações da empresa, plano de marketing e plano financeiro. (GREGGIO; JARONSKI, 2020).

Com a elaboração de um plano de negócio, identifica-se a importância do empreendimento, e com esse planejamento a chance de sucesso é maior e garante expansão no mercado. Empreender é o processo de desenvolver algo, que gere valor, esforço, dedicação e tempo.

Para escolher a melhor estratégia, um empreendedor deve saber o mercado em que pretende trabalhar. A decisão de iniciar um novo negócio requer uma visão de negócio. Assim, a instalação de uma loja de roupas femininas dará ao município uma diferença e crescimento econômico.

A questão para o desenvolvimento do plano é: é viável para Belo Horizonte abrir um novo negócio no setor de roupas femininas? O plano de negócios criado para a loja de roupas foi desenvolvido com o objetivo de expansão do negócio, e maior satisfação das clientes e fidelização.

Este estudo por meio do plano de negócios e pesquisa visa desenvolver um plano de negócios com a ideia principal de estruturá-lo para a abertura de uma loja de roupas femininas que atenda à cidade de Belo Horizonte. Onde este estudo sugere uma loja de roupas com um ambiente exclusivo para mulheres para aumentar a satisfação dos clientes e fazer com que esta nova loja se torne conhecida

A expansão dos meios digitais e o uso da internet foram os pilares para a ascensão da era digital a qual estamos inseridos. Num mundo onde a conexão é algo vital, houve a necessidade de atualização das interações humanas, bem como das relações comerciais entre as empresas e seus clientes, agora interligados pelo mercado virtual. Agora, o estar online deixou de ser um diferencial e passou a ser algo básico para a sociedade em uma realidade pós pandemia mundial (SILVA; et all, 2021).

Diante dessa abrupta mudança do presencial para o virtual, estratégias mercadológicas que abrangem tal modalidade precisaram ser adotadas, visando o dinamismo e a organização com base no perfil de possíveis compradores (SCHUCHMANN; FIGUEIRA, 2020). Sendo assim, o marketing digital surge como ferramenta que consegue elaborar, incrementar e firmar uma relação com o cliente, descobrindo a maneira como localizam, analisam e adquirem determinados produtos e serviços (SILVA, 2019).

A utilização desse artifício pelas empresas, segundo Oliveira e Longhini (2022), está em crescimento exponencial, uma vez que sua implementação não apresenta muitas barreiras e o seus resultados são significativos, promovendo aumento nas vendas e um alcance maior do público alvo. Os autores reiteram que nesta circunstância, assimilar e usufruir do potencial do

marketing digital tornou-se uma primazia estratégica para as organizações que desejam não apenas sobreviver, mas triunfar num mercado cada vez mais competitivo e globalizado.

Sendo assim, a construção de um plano de negócios voltado à essa nova realidade online é de suma importância. O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequena Empresas (SEBRAE, 2023) contribuiu bastante no cenário do empreendimento no Brasil, trazendo informações atuais e dicas para aqueles que estão iniciando. Além disso, dispõe em sua página na web de um manual de instruções, bem como modelos de plano de negócios, promovendo maior auxílio ao micro e pequeno empreendedor. (SEBRAE, 2023).

As redes sociais são a espinha dorsal do marketing digital, que funcionam como um meio de influência para aqueles que a utilizam. Um estudo realizado pela Comscore em 2023, aponta que o Brasil é o terceiro país que mais consome redes sociais em todo o mundo, sendo o primeiro da América Latina, totalizando cerca de 131,5 milhões de pessoas com acesso a essas plataformas. Tem-se então uma oportunidade de aproveitamento desse cenário para as organizações que tem como prioridade a mercantilização nas mídias sociais (PAULA; MELO, 2020).

A pesquisa permitiu avaliar a viabilidade do negócio, pois o público pesquisado apoiou a proposta de uma nova loja na cidade e principalmente que oferecesse uma variedade maior de produtos.

Ademais, estudos da área têm esclarecido o quão significativo é o impacto das redes sociais nas decisões de compra dos consumidores. Eles mostram que além de usar as mídias como canais de pesquisa de produtos, os compradores são mais propensos a fazer uma compra baseada em recomendações de outros usuários de acordo com as experiências descritas por eles em suas redes (ABBADE; FLORA; NORO, 2014).

Dado o exposto, o presente trabalho objetiva a criação de um plano de negócios para a loja de vestuário CK Modas BH, almejando uma ampliação de seu público alvo e, conseqüentemente, o aumento de suas vendas, bem como analisar os resultados da implementação das estratégias de marketing citadas. Por conseguinte, corroborar para com os estudos e pesquisas sobre marketing digital e a sua significância no mercado virtual.

## **CAPÍTULO 1 – LOJA CK MODAS BH**

A CK Modas BH é uma marca de venda de roupas femininas moda casual e acessórios, com ênfase no público feminino, que objetiva fornecer peças sofisticadas com maior acessibilidade e que estejam de acordo com as tendências atuais da moda.

O intuito da empresa é conhecer o perfil de cada cliente, bem como seus gostos e preferências, para proporcionar uma melhor experiência. Conseqüentemente, apresentá-los às roupas que mais se adequam aos seus estilos.

A loja pretende quebrar o estigma de que peças de qualidade e que fazem parte das tendências são necessariamente caras. É possível conciliar o requinte e economia de modo harmonioso.

A loja CK Modas utiliza-se principalmente de redes sociais para o contato com o cliente, através de WhatsApp e Instagram, atendendo Belo Horizonte e Região Metropolitana. O atendimento pode ser realizado na casa do cliente após uma escolha prévia das peças ou no ponto de apoio localizado no bairro Carlos Prates, também em Belo Horizonte.

O empreendimento é uma sociedade entre Ana Carolina Lacerda e Karina Gomes Santiago Amorim, as quais possuem participação da Karina como sócia majoritária com participação de 70% (Setenta por cento) e Ana Carolina com participação de 30% (Trinta por cento). O investimento inicial de ambas foi de R\$ 35.000,00 (Trinta cinco mil reais).

## CAPITULO 2 – A EMPRESA

A CK Modas BH é uma loja de venda de roupas e acessórios que visa o fornecimento de peças modernas, que seguem as tendências atuais da moda, mas sem abrir mão da qualidade e de preços acessíveis. O objetivo da marca é promover o bem-estar e segurança do cliente durante todo o processo da venda.

Além disso, objetiva-se a tradução da identidade do cliente para que ele possa se sentir mais confiante com seu estilo, que pode ir do casual ao formal. A comunicação por meio de redes sociais e o atendimento personalizado contribuem para a aproximação com os possíveis compradores.

### 2.1 Dados Cadastrais

Ainda não cadastrada

**Razão Social:** CK MODAS BH

**Nome Fantasia:** CK Modas BH

**Endereço:** Rua Uberlândia, 78 Carlos Prates – Belo Horizonte / MG

**Foto das sócias:** Karina Santiago / Ana Carolina

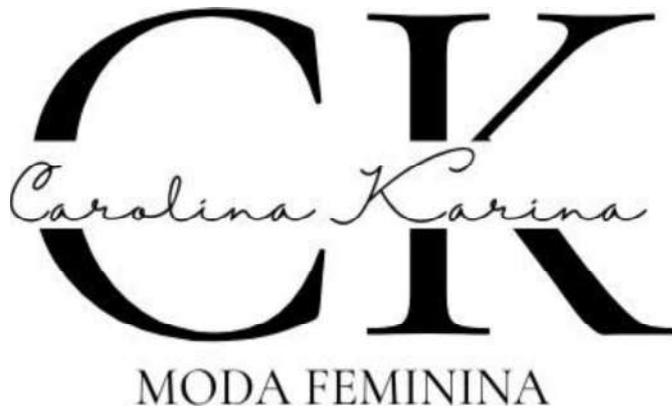
Figura 1 – Foto das sócias



Fonte: Autora do trabalho

**Logótipo:** Aplicação da logomarca em cores variadas

Figura 2 – Logo em preto e branco



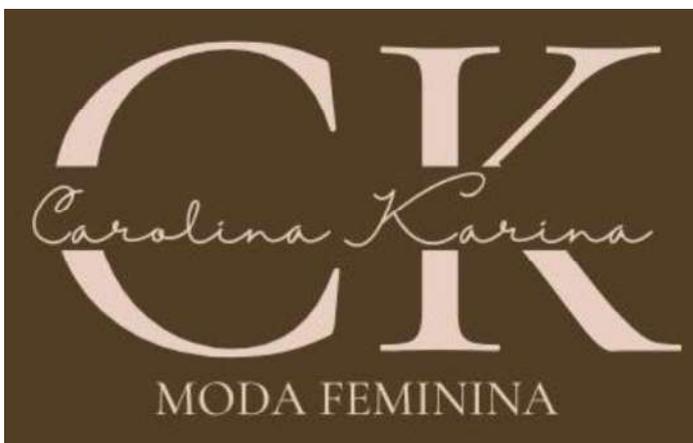
Fonte: Elaborado pela autora no Canva, novembro 2022.

Figura 3 – Logo com rosê



Fonte: Elaborado pela autora no Canva, novembro 2022.

Figura 4 – Logo com marrom



Fonte: Elaborado pela autora no Canva, novembro 2022.

### **2.1.1 Participação dos Sócios / Capital Inicial**

A empresa é uma sociedade entre Carolina Lacerda e Karina Santiago, onde as sócias possuem participação de Karina como sócia majoritária com participação de 70% (Setenta por cento) e Ana Carolina com participação de 30% (Trinta por cento).

## **2.2 Perfil das Empreendedoras**

### **Ana Carolina Lacerda**

Com 43 anos de idades, Arquiteta de Designer, gosta de cuidar da mente, do corpo e do espiritual, possui uma visão para criação das peças de publicidade e com ideias para inovar na realização de peças publicitárias para redes sociais, sempre utiliza muita criatividade. Possui um bom e refinado gosto para escolher roupas que vão se destacar nas peças mais luxuosas.

Possui uma capacidade analítica bem marcante, e tem um poder de persuasão sobre as clientes, muito criativa e possui resiliência.

### **Karina Gomes Santiago Amorim**

Com 40 anos de idade, casada há 18 anos, tem uma filha de 12 anos de idade, Izabella. Ama assistir filmes, um que marcou bastante: “Milagre da Cela 7”. Adora fazer passeios com a família, ir ao estádio torcer para o seu time, ir ao clube e caminhar no parque junto a natureza.

Sua personalidade: Adora desafios, destaca como ponto forte, nas situações mais difíceis me desafiam positivamente, a sua família é fonte de motivação, adora trabalhar com pessoas e estar em equipe, consegue aprender e contribuir para melhoria dos processos.

Microempreendedora Individual, com mais de 12 (doze) anos de experiência na área administrativa, com uma visão macro do negócio, consegue realizar um planejamento para tomar as decisões mais eficiente e eficaz, bastante corajosa e autoconfiante, é preciso ter coragem e sair da zona conforto. Ela busca vender, tem ótimo relacionamento pessoal com as clientes, tem características marcantes de liderança e bastante perseverante. Sabe definir qual o melhor momento de investimento e realiza uma revisão do plano de negócios.

## **2.3 História**

O empreendimento se iniciou em 2022, após as duas sócias, Carolina e Karina, colocarem em prática seus objetivos de criarem uma fonte de renda que fosse de encontro aos seus gostos e afinidades com moda. Após a realização de pesquisa aprofundada sobre o assunto e posterior alinhamento, concluíram que a melhor forma para tal concepção seria a fundação de uma loja de roupas e acessórios femininos.

Posteriormente, realizaram uma viagem para São Paulo, grande centro de roupas no atacado e varejo nos bairros Brás e Bom Retiro na cidade de São Paulo, com o intuito de conhecer possíveis fornecedores e qualidade dos produtos, bem como ampliar seus conhecimentos sobre o mercado e a dinâmica de um empreendimento. A partir desse momento, o negócio começou a tomar estrutura e forma, contando agora com uma logomarca criada pelas próprias sócias.

Com o tempo, a CK Modas passou a contar com um ponto de apoio no bairro Carlos Prates, em Belo Horizonte, facilitando o contato com os clientes para além do atendimento online. O propósito era promover um ambiente agradável e ao mesmo tempo elegante, que fosse convidativo e mostrasse a essência da marca.

Por fim, destaca-se que o foco da loja é a revenda de peças de vestuário feminino com base em um atendimento personalizado e alinhado com as tendências atuais da moda. Ademais, as sócias primam pelo amplo atendimento, alcançando os mais variados clientes em potencial.

## **2.4 Nome**

O nome “CK Modas BH” se deu a partir do nome das sócias Carolina e Karina. O intuito era usar algo que mostrasse a identidade e, concomitantemente, expressasse essa nova fase de empreendedorismo da vida de ambas. Além disso o uso da sigla “BH” faz referência à cidade onde a empresa surgiu.

## **2.5 Porte**

A CK Modas BH é uma empresa de pequeno porte, do segmento de moda, um MEI - Microempreendedor Individual - contando com apenas duas sócias no seu quadro de funcionário. As sócias Ana Carolina e Karina realizam todas as tarefas desde a abertura da conta, realização de pedidos, controle de estoque, venda, entrega de mercadorias e outras atividades.

## **CAPITULO 3 – PLANO DE NEGÓCIOS DA LOJA CK MODAS BH**

### **3.1 Declaração de Visão**

Ser referência da moda feminina casual na cidade de Belo Horizonte – MG até o ano de 2026 tentando dobrar a quantidade de clientes assíduos (compradores).

### **3.2 Declaração de Missão**

Vestir as mulheres com produtos de qualidade, conforto e oferecer atendimento exclusivo e diferenciado.

### **3.3 Propósitos Gerais**

#### **Curto Prazo:**

- Atendimento diferenciado e exclusivo para as clientes; e
- Disponibilizar para as clientes roupas e acessórios.

#### **Longo Prazo:**

- Disponibilizar maior variedade de roupas; e
- Confecção das roupas.

### **3.4 Estratégia de Marketing**

A empresa CK Modas BH terá que adotar algumas estratégias para um marketing principal através das redes sociais, para maior expansão da sua carteira de cliente, através de fotos tiradas e publicadas pelas sócias, pensando em um plano de marketing conforme as necessidades das clientes.

No mercado da moda feminina existe um crescimento constante, com uma competição acirrada, fazendo com que as clientes sejam mais exigentes. Em função disto, CK Modas BH objetiva pelo diferencial durante o atendimento oferecendo orientação aos clientes sobre os princípios de escolha dado o tipo físico de cada cliente para melhor imagem. Além disso, as

peças são passadas e realizado um pente fino nas costuras, linhas e aromatizadas e enviados em sacolas personalizadas e perfumadas.

A loja utilizará também a expansão do marketing digital nas redes sociais visando o aumento de clientes e vendas. Dessa forma, será realizado um plano de marketing como estratégia, para analisar a real necessidade das clientes e satisfação no atendimento.

### **3.5 Público-alvo**

O público alvo da loja CK Modas BH são as mulheres que estão em busca de vestirem roupas confortáveis, de qualidade e que gostam de acompanhar as tendências e as novas coleções. Disponibilizamos o serviço de entrega do produto até o cliente para idades de 20 a 60 anos.

Pesquisa realizada pela autora do trabalho em Dezembro de 2023, podendo ser acessada pelas clientes, através do link <https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfa1MoIJ82fW3q5wqdLvMUd-gOwFlKHay2oxahz1CTusR5pLg/viewform> com a seguinte mensagem: Boa tarde! Tudo bem? Estou realizando uma pesquisa para finalização da minha pós-graduação, e gostaria de contar com a sua participação na pesquisa de coleta de dados.

Após a realização da pesquisa para um número reduzido de clientes, verificamos que o maior foco é a falta de promoções e divulgações dos produtos nas redes sociais.

### **3.6 Produtos, parceiros e fornecedores**

A loja CK Modas BH seleciona todos os seus parceiros e fornecedores após uma visita na loja física e cadastro junto ao mesmo. Os produtos da loja CK Modas BH prezam pela qualidade, um bom atendimento e agilidade no envio dos produtos. Após selecionado o fornecedor para realização da compra dos produtos, os parceiros realizam a retirada junto ao fornecedor, e enviado por ônibus fretado com saída da cidade de São Paulo com destino à BH.

A divulgação é realizada através de fotos no Instagram e grupos de Whatsapp, a venda é direta para a cliente através de uma seleção de produtos e entregue no local definido pela consumidora.

Tabela 2. Tabela de parceiros e fornecedores

Loja
Belen Modas
Chassi & Co
Coopertax
Helena Fashion
Jéssica Modas
Líquido
Mistic
Paulo Granja
Sttilger

Fonte: Dados elaborado pela autora, dezembro 2023.

### 3.7 Jornada do cliente

A jornada do cliente refere-se ao processo e à experiência que um cliente passa ao interagir com uma marca, produto ou serviço. Isso envolve entender as necessidades, percepções e comportamentos do cliente em todas as etapas de sua jornada. Um mapa de jornada do cliente é uma representação visual dessa jornada, permitindo que as organizações visualizem e entendam os processos e pontos de contato do cliente.

Usando a estrutura clássica de percepção, consideração e decisão da jornada do comprador, as organizações podem projetar um mapa da jornada do cliente que controle todos os pontos de contato e oriente o cliente em todas as etapas da jornada. Isso ajuda as organizações a responder melhor às necessidades do cliente e a criar uma experiência positiva em cada interação.

A jornada do cliente refere-se ao processo pelo qual um cliente passa desde a primeira vez que aprende sobre uma marca, produto ou serviço até a compra e além. Representa a jornada que um cliente percorre ao interagir com uma empresa, desde o estágio inicial de descoberta e consideração até a fase de pós-venda e retenção.

A jornada do cliente geralmente é dividida em vários estágios, que podem variar de acordo com o modelo de negócios e o setor, mas os estágios comuns incluem:

#### 1. Conscientização

Nesta fase, o cliente toma conhecimento da existência de uma marca, produto ou serviço através de publicidade, indicação de amigos, redes sociais ou outras fontes de informação.

#### 2. Consideração

Os clientes começam a pesquisar e avaliar as diferentes opções disponíveis para atender às suas necessidades ou desejos. Ele pode comparar preços, recursos, classificações e opiniões de outros clientes para tomar uma decisão mais informada e mais consciente para não se arrepender.

### **3. Decisão**

Nesta fase, o cliente decide prosseguir com a compra. Ele pode fazer uma compra diretamente ou entrar em contato com a empresa para obter mais informações ou tirar dúvidas antes de concluir o processo de compra.

### **4. Experiência após a compra**

Após uma compra, a empresa procura proporcionar uma experiência positiva ao cliente. Isso pode incluir suporte pós-venda, garantias, suporte técnico, programas de fidelidade ou outras iniciativas destinadas a garantir a satisfação do cliente.

### **5. Lealdade**

O objetivo final da jornada do cliente é criar clientes fiéis e felizes que voltem sempre e possam se tornar defensores da marca, recomendando a marca a outras pessoas. Ao mapear a jornada do cliente, as empresas podem identificar pontos de contato críticos, lacunas de serviço, oportunidades de melhoria e estratégias para oferecer uma experiência mais consistente e satisfatória. Isso envolve entender as necessidades, desejos e expectativas do cliente em todas as etapas e adaptar as estratégias de marketing, vendas e atendimento ao cliente de acordo.

## CAPÍTULO 4 – PLANO DE MARKETING

### 4.1 Descrição dos produtos

Pensando na relação da moda como forma de expressão e na identidade feminina, a loja fornece uma variedade de peças como calças, shorts, saias, bermudas, blusas, camisas, blazers, jaquetas, casacos, croppeds, regatas, moda fitness, óculos, colares, pulseiras e etc.

Os produtos e acessórios da loja CK Modas BH que vende para as suas clientes.

Tabela 1- Descrição dos produtos

Item	Código	Produto	Quantidade	Cor	Tamanho	Vendedora	Preço adquirido	Preço para venda
1	26159073	Calça Skinny	1	Delave	40	Rafaela	33,34	79,9
2	34776442	Calça Skinny	1	Azul médio	40	Rafaela	33,34	79,9
3	11265110	Calça Skinny	1	Azul escura	40	Rafaela	33,34	79,9
4		Short	1	Delave	38	Rafaela	10,00	59,9
5		Short	1	Delave	40	Rafaela	10,00	59,9
6		Short	1	Jeans médio	36	Rafaela	10,00	59,9
7	MK 037	Calça Linho	1	Preto	M	Liu	69,00	109,9
8	MI 025	Conjunto Linho	1	Azul	M	Liu	109,00	159,9
9	MI 025	Conjunto Linho	1	Rose	G	Liu	109,00	159,9
10		Blusa suede	2	Lima Limão	M		11,00	24,9
11		Blusa suede	1	Azul Marinho	M		11,00	24,9
12		Blusa suede	1	Bordô	M		11,00	24,9
13		Blusa suede	1	Rosa clara	G		11,00	24,9
14		Blusa suede	1	Rosé	G		11,00	24,9
15		Vestido com top	1	Colorido com branco	Único	Axel	75,00	149,9
16		Vestido com manga	1	Borboleta	Único	Axel	75,00	149,9
20	F233A	Regata Ribana	1	Preta	M	Cris	24,90	39,9
21	F233A	Regata Ribana	1	Preta	P	Cris	24,90	39,9
22	F233A	Regata Ribana	1	Amarela	M	Cris	24,90	39,9
23	F233A	Regata Ribana	1	Bordô	P	Cris	24,90	39,9
24	F237A	Regata Feminina	2	Preto	M	Cris	19,90	44,9
25	F237A	Regata Feminina	1	Preto	P	Cris	19,90	44,9
26	F237A	Regata Feminina	1	Preto	G	Cris	19,90	44,9
27	F237A	Regata Feminina	1	Nude	G	Cris	19,90	44,9
28	F237A	Regata Feminina	1	Verde musgo	G	Cris	19,90	44,9
29	F237A	Regata Feminina	1	Vermelho	G	Cris	19,90	44,9
30	F237A	Regata Feminina	1	Amarelo	M	Cris	19,90	44,9
31	F237A	Regata Feminina	1	Rosé	M	Cris	19,90	44,9

32	F237A	Regata Feminina	1	Mescla	P	Cris	19,90	44,9
33	F234	Short Ribana	1	Bordô	P	Cris	24,90	44,9
34	F234	Short Ribana	1	Verde	M	Cris	24,90	44,9
36	14175	Vestido Olinda Juliette	1	Rosa tons	G		69,00	119,9
37	14175	Vestido Olinda Juliette	1	Verde tons	M		69,00	119,9
40		Macacão	1	Verde com nude	Único	Cristal	65,00	129,9
41		Camisa social	1	Rosa	G	Cristal	35,00	69,9
42		Camisa social	1	Preta	G	Cristal	35,00	69,9
43		Camisa social	1	Preta	M	Cristal	35,00	69,9
44		Mullet	1	Preta	M	Cristal	40,00	79,9
45		Blusa gola careca	1	Rosa	M	Cristal	40,00	79,9
46		Mullet	1	Branca	M	Cristal	30,00	79,9
47		Blusa gola careca	1	Amarela	G	Cristal	30,00	69,9
49		Cropped Tricô Manga Bufante	1	Preto	Único	Karina	40,00	69,9
50		Cropped Tricô Manga Bufante	1	Lavanda Escuro	Único	Karina	40,00	69,9
52		Cropped Tricô Manga Bufante gola alta	1	Lima Limão	Único	Karina	40,00	69,9
53		Cropped Tricô Manga Bufante gola alta	1	Amarelo	Único	Karina	40,00	69,9
54		Cropped Tricô Alongado Sem manga	1	Preto	Único	Karina	40,00	69,9
56		Cropped Tricô curto sem manga	1	Preto	Único	Karina	30,00	59,9
57		Cropped Tricô curto sem manga	1	Rosa	Único	Karina	30,00	59,9
59	2108	Blazer	1	Verde	M	Marildinha	129,90	199,9
60	2108	Blazer	1	Branco	P	Marildinha	129,90	199,9
61	2108	Blazer	1	Vermelho	M	Marildinha	129,90	199,9
62	2108	Blazer	1	Nude	P	Marildinha	129,90	199,9
63	2108	Blazer	1	Verde lima	M	Marildinha	129,90	199,9
64	2108	Blazer	1	Preto	P	Marildinha	129,90	199,9
65	4107	Top triangulo	1	Vermelho	M	Marildinha	39,90	79,9
66	4107	Top triangulo	1	Verde	M	Marildinha	39,90	79,9
67	4107	Top triangulo	1	Preto	M	Marildinha	39,90	79,9
68	4107	Top triangulo	1	Branco	M	Marildinha	39,90	79,9
69	4069	Calça social	1	Preta	P	Marildinha	54,95	179,9
70	4069	Calça social	1	Preta	M	Marildinha	54,95	169,9
71	4069	Calça social	1	Nude	P	Marildinha	54,95	169,9
72	3945-1	Conjunto saia e cropped com amarração	1	Preto	G	Marildinha	74,95	149,9
73	2108	Conjunto saia e cropped com amarração	1	Laranja	M	Marildinha	74,95	149,9
74	4068	Calça social	1	Off white	G	Marildinha	54,95	169,9
75	4073	Short saia	1	Branco	M	Marildinha	49,95	99,9
76	4077	Cropped	1	Nude	M	Marildinha	34,95	89,9
77	4077	Cropped	1	Nude	G	Marildinha	34,95	89,9
78	4077	Cropped	1	Preto	M	Marildinha	34,95	89,9

80	4045	Conjunto linho short e cropped	1	Preto	M	Marildinha	59,95	119,9
81	4076	Cropped camisa manga ampla	1	Azul marinho	PP	Marildinha	44,95	89,9
83		Calça com zíper	2	Preto com laranja	G	Felipe	59,00	109,9
84		Calça com zíper	1	Azul marinho com verde	G	Felipe	59,00	109,9
85		Calça	1	Verde musgo com preto	G	Felipe	59,00	109,9
86		Calça legg	1	Rosé	M	Felipe	49,00	99,9
87		Calça legg	1	Preta	M	Felipe	49,00	99,9
88		Top corte laser	1	Preta com vermelho	M	Felipe	39,00	79,9
89		Top vazado nas costas	1	Preto	G	Felipe	39,00	79,9
90		Top frente única	1	Preto	G	Felipe	39,00	79,9
91		Vestido com cropped saia amarrar canelado	1	Rosa	M		40,00	79,9
92		Vestido com nó canelado	1	Verde	Único		45,00	84,9
93		Conjunto cropped canelado	2	Preto	M		40,00	79,9
94		Vestido regata canelado	1	Verde petróleo	GG		40,00	79,9
95		Blusa suede	3	Preto	G		11,00	24,9
96		Camisa curta de amarrar	2	Branco	Único		25,00	49,9
97		Camisa curta de amarrar	1	Rosa Pink	Único		25,00	49,9
98		Camisa curta de amarrar	2	Preta	Único		25,00	49,9
99		Camisa curta de amarrar	1	Azul marinho	Único		25,00	49,9
100		Camisa curta de amarrar	2	Vermelho	Único		25,00	49,9
101		Camisa curta de amarrar	1	Berinjela	Único		25,00	49,9
102		Camisa curta de amarrar	1	Verde	Único		25,00	49,9
103		Saia envelope de amarrar	1	Vermelha	Único		40,00	79,9
104		Saia envelope de amarrar	2	Verde	Único		40,00	79,9
105		Saia envelope de amarrar	1	Preta	Único		40,00	79,9
106		Saia envelope de amarrar	1	Branca	Único		40,00	79,9
107		Vestido	1	Rosa pink	Único		35,00	79,9
108		Vestido	1	Verde	Único		35,00	79,9
109		Blusa curta com manga de amarrar	1	Estampa lima limão	Único		25,00	49,9
110		Blusa curta com manga de amarrar	1	Estampa laranja	Único		25,00	49,9
111		Blusa curta com manga de amarrar	1	Estampa preta	Único		25,00	49,9
112		Blusa curta com manga de amarrar	1	Estampa azul	Único		25,00	49,9
113		Saia envelope de amarrar	1	Azul Marinho	Único		40,00	79,9
114		Saia envelope de amarrar	1	Lima limão	Único		40,00	79,9
115		Saia envelope de amarrar	1	Laranja	Único		R\$ 40,00	79,9

116		Macacão com bolso	1	Preto	Único		40,00	89,9
117		Macacão com bolso	1	Branco	Único		40,00	89,9
118		Macacão com bolso	1	Lima Limão	Único		40,00	89,9
119		Camisa gola V detalhe sem manga	1	Branca	M		20,00	49,9
120		Camisa decote quadrado com babado	1	Verde	M		25,00	49,9
121		Camisa decote quadrado com babado	1	Vermelha	P		25,00	49,9
122		Camisa gola V detalhe sem manga	1	Lima claro	P		20,00	49,9
123		Camisa gola careca	1	Verde oliva	G		20,00	49,9
124		Camisa gola v com manga dobrada	1	Vermelha	P		20,00	49,9
125		Camisa gola v com manga	1	Preta	M		20,00	49,9
126		Camisa gola v com manga dobrada	1	Verde bandeira	P		20,00	49,9
127		Camisa gola v com manga dobrada	1	Vermelho	P		20,00	49,9
128		Camisa gola v com manga dobrada	1	Lavanda	P		20,00	49,9
129		Camisa gola V detalhe sem manga	1	Verde bandeira	M		20,00	49,9
130		Camisa gola V detalhe sem manga	1	Preto	G		20,00	49,9
131		Camisa bata	1	Amarelo	M		20,00	49,9
133		Camisa malha	1	Cachorro	G		20,00	49,9
134		Camisa malha	1	Moça óculos	M		20,00	49,9
135		Camisa malha	1	Sapatilha	M		15,00	49,9
136		Chemise longa	1	Azul	M		40,00	79,9
137		Chemise longa	1	Preta	M		40,00	79,9
140		Vestido decote quadrado	1	Azul	Único		55,00	
144		Saia com costura	1	Branca	Único		40,00	79,9
145		Saia com costura	1	Preta	Único		40,00	79,9
147		Blusa de amarrar com botão	1	Verde estampada	Único		25,00	49,9
148		Cropped tricot de amarrar	1	Preto	Único		20,00	49,9
149		Cropped tricot nuvem	1	Preto	Único		20,00	49,9
150		Cropped tricot nuvem	1	Branco	Único		20,00	49,9
151		Cropped tricot nuvem	1	Rosé	Único		20,00	49,9
152		Cropped tricot regata	1	Preto	Único		20,00	49,9
153		Cropped tricot regata	1	Amarelo	Único		20,00	49,9
156		Cropped barra redonda	1	Vermelho	Único		20,00	49,9
157		Cropped Canelado		Goiaba	Único		20,00	49,9
158	123650	Calça flare	1	Jeans	40	Thiago	89,00	149,9
159	131355	Short	1	Lima limão	38	Thiago	64,00	119,9
160	112660	Bermuda ciclista	1	Jeans claro	40	Thiago	73,00	149,9
161	134162	Vestido com botão	1	Jeans	M	Thiago	49,00	
163	113279	Jaqueta	1	Jeans	M	Thiago	99,00	189,9
164	126030	Calça Skinny	1	Jeans	42	Thiago	79,00	
166	125010	Jardineira	1	Jeans	38	Thiago	109,00	

168	118941	Calça Wide	1	Jeans	40	Thiago	99,00	
169	110513	Calça	1	Jeans	P	Thiago	90,00	
170	119608	Calça feminina	1	Preta	40	Thiago	79,00	149,9
171	104211	Short	1	Vermelho	38	Thiago	59,00	
173		Vestido com manga	1	Quadriculado	Único	Axel	70,00	149,9
174		Vestido decote	1	Floral	Único	Axel	70,00	149,9
175		Conjunto saia e cropped	1	Branco floral	Único	Axel	70,00	149,9
176		Conjunto verde com saia	1	Lima limão	Único	Axel	70,00	149,9
177		Vestido transpassado	1	Verde água estampado	Único	Axel	70,00	149,9
178		Vestido decote lateral	1	Nude com branco	Único	Axel	70,00	149,9
179		Blazer sem botão	2	Lima limão	G	Marildinha	129,90	199,9
180		Blazer sem botão	1	Preto	M	Marildinha	129,90	199,9
181		Blazer sem botão	1	Preto	G	Marildinha	129,90	199,9
182		Blazer com botão	1	Rosa	M	Marildinha	149,90	219,9
183		Blazer sem botão	1	Lavanda	G	Marildinha	129,90	199,9
184		Blazer sem botão	1	Rosa	M	Marildinha	129,90	199,9
185		Blazer sem botão	1	Branco	G	Marildinha	129,90	199,9
186		Calça Alfaiataria	1	Nude	G	Si	119,90	109,9
186		Blazer sem botão	1	Preto	G	Marildinha	129,90	199,9
187		Blazer sem botão	1	Vermelho	G	Marildinha	129,90	199,9
188		Blazer com botão	1	Preto	M	Marildinha	149,90	219,9
189		Blazer sem botão	1	Preto	M	Marildinha	129,90	199,9
190		Blazer com botão	1	Preto	P	Marildinha	149,90	219,9
191		Top Triangulo	1	Verde bandeira	G	Marildinha	39,90	79,9
193		Top Triangulo	1	Preto	G	Marildinha	39,90	79,9
194		Top Triangulo	1	Nude	M	Marildinha	39,90	79,9
197		Blazer sem botão	1	Verde	G	Marildinha	129,90	199,9
198		Cropped alfaiataria	1	Preto	PP	Marildinha	34,95	89,9
199		Calça alfaiataria	1	Preto	P	Marildinha	109,90	179,9
200		Calça alfaiataria	1	Nude	P	Marildinha	109,90	179,9
201		Cropped alfaiataria	1	Nude	PP	Marildinha	34,95	89,9
202		Blazer invertido	1	Preto	M	Marildinha	149,90	209,9
203		Blazer invertido	1	Rosa	P	Marildinha	149,90	209,9
204		Short jeans	1	Jeans escuro	40	Juliana	39,90	79,9
205		Short jeans	1	Jeans claro	36	Juliana	39,90	79,9
206		Short jeans	1	Jeans médio	36	Juliana	39,90	79,9
207		Short	1	Branco	40	Juliana	39,90	79,9
208		Saia	1	Branco	38	Juliana	39,90	79,9
209		Short jeans	1	Delave	40	Juliana	39,90	79,9
210		Short jeans	1	Jeans claro	38	Juliana	39,90	79,9
211		Short azul com brilho	1	Azul	38	Juliana	39,90	79,9
212		Short azul com brilho	1	Azul	40	Juliana	39,90	79,9
213		Short jeans	1	Jeans claro	40	Juliana	39,90	79,9

214	Saia jeans	1	Jeans médio	38	Juliana	39,90	79,9
215	Short jeans	1	Jeans médio	44	Juliana	39,90	79,9
216	Camisa preta	1	Preta com rosé		Juliana	32,00	69,9
217	Camisa branca	1	Branca com verde		Juliana	32,00	69,9
218	Camisa rosé	1	Rosé com verde		Juliana	32,00	69,9
219	Cropped canelado	1	Lilas	Único		18,00	34,9
220	Cropped de amarrar	1	Rosa	Único		35,00	69,9
221	Cropped de amarrar	1	Preto	Único		35,00	69,9
222	Blazer Alfaiataria	1	Laranja	G		90,00	139,9
223	Short saia	1	Preto	P		35,00	69,9
224	Short saia	1	Lavanda	M		39,00	69,9
225	Short saia	1	Verde	M		35,00	69,9
226	Blazer Alfaiataria	1	Preto	M		90,00	149,9
227	Calça Alfaiataria	1	Lavanda	P		70,00	139,9
228	Calça Alfaiataria	1	Preta	G		70,00	139,9
229	Calça Alfaiataria	1	Rosa	M		70,00	139,9
230	Blazer Alfaiataria	1	Rosa	M		90,00	139,9
231	Blazer Alfaiataria	1	Branco	M		90,00	139,9
232	Blazer de linho	1	Preto	P		90,00	179,9
233	Blazer de linho	1	Preto	M		90,00	179,9
234	Short saia de linho	1	Preto	M		40,00	79,9
235	Conjunto canelado de amarrar	1	Bege	Único		45,00	79,9
236	Vestido canelado de nó	2	Preto	Único		45,00	79,9
237	Vestido canelado de nó	1	Vermelho	Único		45,00	79,9
238	Vestido canelado de nó	1	Rosa	Único		45,00	79,9
239	Conjunto canelado	3	Preto	Único		40,00	79,9
240	Conjunto canelado	1	Cinza	Único		40,00	79,9
241	Conjunto canelado	1	Bege	Único		40,00	79,9
242	Conjunto canelado	1	Azul	Único		40,00	79,9
243	Conjunto canelado	1	Rosa	Único		40,00	79,9
244	Conjunto canelado	1	Lima limão	Único		40,00	79,9
245	Conjunto canelado de amarrar	1	Lima limão	Único		45,00	79,9
246	Vestido canelado longo	1	Vermelho	Único		45,00	89,9
247	Vestido canelado longo	1	Rosa	Único		45,00	89,9
248	Vestido canelado longo	1	Verde bandeira	Único		45,00	89,9
249	Conjunto canelado de amarrar	1	Preto	Único		45,00	89,9
250	Vestido canelado longo	2	Preto	Único		45,00	89,9
251	Conjunto canelado de amarrar	1	Vermelho	Único		45,00	89,9
252	Top triangulo	1	Lima limão	P	Marildinha	39,90	79,9
253	Cropped alfaiataria	1	Preto	PP	Marildinha	69,90	89,9
254	Blazer Alfaiataria	1	Lima limão	P	Marildinha	129,90	199,9

255		Blazer Alfaiataria	1	Rosa Pink	P	Marildinha	129,90	199,9
256		Blazer Alfaiataria	1	Preto	P	Marildinha	129,90	199,9
257		Calça Alfaiataria	1	Preto	P	Marildinha	99,90	179,9
258	15405	Top Gola	1	Rosa Pink	Único		20,00	49,9
259	15405	Top Gola	1	Lima limão	Único		20,00	49,9
260	10125	Cropped Tira Sil de amarrar	1	Preto	Único		20,00	49,9
261	15392	Cropped corrente	1	Vermelho	Único		20,00	49,9
262	15302	Cropped corrente	1	Preto	Único		20,00	49,9
263	185003	Cropped Jaguar Linhas	1	Rosa Pink	Único		22,50	49,9
264	185003	Cropped Jaguar Linhas	1	Rosa Claro	Único		22,50	49,9
265	185003	Cropped Jaguar Linhas	2	Preto	Único		22,50	49,9
266	185003	Cropped Jaguar Linhas	1	Nude	Único		22,50	49,9
267	2	Cropped Deise Nuvem	2	Rosa Pink	Único		20,00	49,9
268	2	Cropped Deise Nuvem	1	Lavanda	Único		20,00	49,9
269	2	Cropped Deise Nuvem	1	Laranja	Único		20,00	49,9
270	2	Cropped Deise Nuvem	1	Amarelo	Único		20,00	49,9
271	2	Cropped Deise Nuvem	1	Verde	Único		20,00	49,9
272	2	Cropped Deise Nuvem	1	Preto	Único		20,00	49,9
273	10141	Cropped Jéssica	1	Preto	Único		20,00	49,9
274	10141	Cropped Jéssica	1	Branco	Único		20,00	49,9
275	10141	Cropped Jéssica	1	Nude	Único		20,00	49,9
276	10141	Cropped Jéssica	1	Rosa	Único		20,00	49,9
277	10141	Cropped Jéssica	1	Verde	Único		20,00	49,9
278	10125	Cropped Tira Sil de amarrar	1	Lima limão	Único		20,00	49,9
279		Macaquinho	1	Verde	Único		55,00	109,9
280		Macaquinho	2	Preto	Único		55,00	109,9
281		Macaquinho	1	Rosa	Único		55,00	109,9
282		Macaquinho	1	Nude	Único		55,00	109,9
283		Vestido fivela	1	Laranja com verde	Único		75,00	149,9
284		Vestido fivela	1	Rosa, lima limão e laranja	Único		75,00	149,9
285		Vestido fivela	1	Branco borboleta	Único		75,00	149,9
286		Vestido com manga	1	Rosa estampado	Único		75,00	149,9
287		Vestido com manga	1	Folhas com lima limão	Único		75,00	149,9
288		Calça pantalone	1	Rosa pink	Único		40,00	79,9
289		Calça pantalone	1	Lima limão	Único		40,00	79,9
290		Macaquinho	1	Vermelho	Único		45,00	89,9
291		Macaquinho	1	Rosa	Único		45,00	89,9
292		Conjunto com blusa de amarrar	1	Azul	Único		40,00	89,9
293		Blusa	1	Lima Limão	Único		20,00	49,9
294		Blusa	1	Branco	Único		20,00	49,9
295		Blusa	1	Vermelho	Único		20,00	49,9

296		Blusa	1	Preto	Único		20,00	49,9
297		Blusa	1	Rosa	Único		20,00	49,9
298		Blusa	1	Laranja	Único		20,00	49,9
299		Cropped em V	1	Branco	Único		20,00	49,9
300		Cropped em V	1	Preto	Único		20,00	49,9
301		Cropped em V	1	Laranja	Único		20,00	49,9
302		Cropped em V	1	Rosa	Único		20,00	49,9
303		Camisa mullet	1	Lima limão	Único		40,00	79,9
304		Camisa mullet	1	Branco	Único		40,00	79,9
305		Camisa mullet	1	Rosa pink	Único		40,00	79,9
306		Vestido detalhe lateral	1	Rosa Pink	M		55,00	109,9
307		Vestido detalhe lateral	1	Vermelho	M		55,00	109,9
308		Vestido detalhe lateral	1	Preto	M		55,00	109,9
309		Vestido detalhe lateral	1	Rosa	P		55,00	109,9
310		Vestido detalhe lateral	1	Vermelho	P		55,00	109,9
311		Macaquinho	2	Lima limão	Único		35,00	79,9
312		Macacão	1	Rosé	M		60,00	119,9
313		Macacão	1	Preto	M		60,00	119,9
314		Macacão	1	Rosé	G		60,00	119,9
315		Macacão	1	Preto	G		60,00	119,9
316		Vestido detalhe lateral	1	Lima limão	P		55,00	109,9
317		Vestido detalhe lateral	1	Preto	P		55,00	109,9
318		Vestido detalhe lateral	2	Preto	M		55,00	109,9
319		Vestido detalhe lateral	1	Preto	G		55,00	109,9
320		Vestido detalhe lateral	1	Rosa	G		55,00	109,9
321		Vestido detalhe lateral	1	Rosa	M		55,00	109,9
322		Vestido detalhe lateral	1	Laranja	M		55,00	109,9
323		Macaquinho	2	Preto	M		35,00	79,9
324		Vestido detalhe lateral	1	Lima limão	M		55,00	109,9
325		Vestido detalhe lateral	1	Rosa estampado	M		55,00	109,9
326		Vestido detalhe lateral	1	Amarelo Estampado	P		55,00	109,9
327		Macacão Lara	1	Branco	M		70,00	
328		Macacão Zoe	1	Vermelho	G		70,00	149,9
329		Vestido Chiara	1	Branco	M		75,00	149,9
330		Macaquinho Louise	1	Branco	M		60,00	119,9
331		Conjunto Kimono	1	Amarelo	G		75,00	139,9
332		Vestido Bruna	1	Preto	M		80,00	149,9
333		Macacão Zoe	1	Vermelho	P		70,00	149,9
334		Macacão Lara	1	Branco	G		70,00	149,9
335		Vestido Chiara	2	Vermelho	M		75,00	149,9
336		Macacão Lara	1	Vermelho	P		70,00	149,9
337		Macaquinho Louise	1	Branco	P		60,00	119,9
338		Macacão Lara	2	Branco	P		70,00	149,9
339		Conjunto Kimono	1	Vermelho	P		75,00	139,9

340		Macaquinho Louise	1	Vermelho	G		60,00	119,9
341		Conjunto Kimono	1	Rosa	M		75,00	139,9
342		Conjunto Zaya	1	Preto	M		65,00	129,9
343		Conjunto Kimono	1	Branco	M		75,00	139,9
344		Conjunto Kimono	1	Branco	G		75,00	139,9
345		Macacão Zoe	1	Branco	M		70,00	149,9
346		Short	1	Lima limão	42		69,00	119,9
347		Short com zíper	1	Jeans	42		69,00	119,9
348		Short	1	Lima limão	36		69,00	119,9
349		Top feminino	1	Lima limão	M		52,00	99,9
350		Calça feminina	1	Jeans	M		90,00	159,9
351		Calça feminina	1	Lima limão	40		75,00	149,9
352		Short	1	Menta	42		69,00	119,9
353		Short	2	Lima limão	40		69,00	119,9
354		Short com zíper	1	Jeans	40		65,50	119,9

Fonte: Dados elaborada pela autora, Dezembro 2023.

## 4.2 Gestão de estoque

Implementação de gestão de estoque para atender a demanda das clientes para não ocorrer faltas ou excessos de produtos, não existe rotatividade de produtos tem-se uma média de 3 a 6 meses, não tendo disponibilidade de zerar o estoque.

## 4.3 Experiência do cliente

Proporcionar às clientes uma compra satisfatória, com um atendimento diferenciado, único e exclusivo com produtos de qualidade para fidelizarmos todas as clientes e uma maior divulgação e expansão de clientes.

## 4.4 Presença Online

Sabendo da influência das redes sociais nas decisões de compra dos clientes, a publicação de posts contendo promoções dos produtos se mostra em conformidade com a presença online. As principais redes sociais para tais publicações são o Instagram, WhatsApp e Facebook. As postagens terão uma periodicidade semanal, feito pelas próprias sócias.

Além disso a postagem do feedback enviado pelos clientes também corrobora para a manutenção da imagem da empresa, além de promover a aproximação com possíveis novos compradores.

Outra forma de manter a presença online é a contratação de consultorias em marketing digital que além de trazer instruções sobre a promoção das postagens, também serão responsáveis pela capacitação das sócias em relação às mídias digitais. Essa estratégia serpa adotada tendo em vista que um dos maiores desfalques atuais da empresa é referente a administração das redes sociais.

Disponibilizar promoções dos produtos nas redes sociais com facilidade de acesso para todas as clientes, através das redes sociais (Instagram, Facebook e WhatsApp). As postagens são realizadas por fotos enviadas pelos fornecedores e republicadas nas nossas redes sociais com atualizações e mensagens incentivando as clientes a realizar a sua compra. Não existe uma periodicidade de publicação e sim conforme disponibilidade das sócias para realizar as postagens.

#### **4.5 Análise da Concorrência**

O segmento de moda feminina está em constante crescimento e como existe um grande número de lojas, a quantidade de oferta faz com que as clientes sejam mais exigentes e detalhistas para realizar a sua compra tão desejada.

Conforme Drucker, Peter (Janeiro/Fevereiro 1995), “Veze sem conta na história dos negócios, um concorrente desconhecido vem do nada e, em poucos anos, ultrapassa os líderes estabelecidos sem que aparentemente se tenha esforçado muito.

Após uma breve pesquisa observou-se que as principais concorrentes são as lojas Ninah Store, DNS Moda e JL Modas, essas lojas disputam o mesmo mercado satisfazendo todas as necessidades das clientes, a loja CK Modas BH se destaca pelo atendimento exclusivo, entrega exclusiva.

#### **4.6 Mercado em que atua**

O mercado da moda, de maneira geral, está em constante transformação. As pessoas estão à procura dos estilos mais atualizados, podendo também mesclar o que é novidade com o que é mais clássico. É um espaço fascinante onde designers, influenciadores e consumidores se juntam para expressar a sua individualidade através da moda. Quando se trata do mercado de roupa feminina, muitos outros fatores devem ser levados em consideração.

Os desfiles de moda mais recentes revelam as tendências do estilo de rua, a variedade de tecidos e combinações de cores e texturas, promovendo um leque de possibilidades e combinações.

#### **4.7 Segmentação de mercado**

O mercado da moda feminina é um mercado altamente lucrativo e em constante crescimento. Traçar um perfil para descobrir o que os clientes buscam é de suma importância para ganhar destaque num mercado tão amplo. A CK Modas BH tem vários produtos para moda feminina e casual na faixa etária de 20 a 60 anos de idade, bem diversificado.

Pode-se categorizar o público da loja como: residentes em Belo Horizonte, com hábitos de compras mensalmente, do gênero feminino, faixa etária entre 20 a 60 anos de idade e com classe social média a alta, com disponibilidade mensal no salário. São mulheres que gostam de vestir bem, principalmente, gostam de variar as roupas em várias ocasiões.

#### **4.8 Principais concorrentes**

Os principais concorrentes da CK Modas são as lojas de roupas femininas de classe média a alta, como as de departamento e demais lojas online, que são amplamente difundidas em todos os lugares. Por isso, é preciso estar sempre atento às tendências da moda feminina para garantirmos que os clientes recebam as coleções e encontrem o que desejam.

A mudança é bastante veloz na indústria da moda, sendo um desafio constante. Assim, a pesquisa e a busca por insights para garantir a atualização da mercadoria, bem como o alinhamento com os fornecedores é fundamental.

## CAPÍTULO 5 - ANÁLISE SWOT

A Análise SWOT do inglês (Strenghts, Weaknesses, Opportunities, Threats) no português análise FOFA (Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças) é uma ferramenta estratégica que ajuda a identificar e compreender os fatores internos e externos que podem afetar o desenvolvimento da loja CK Modas BH.

Para Thompson (2000 apud JUNQUEIRA 2006 p. 33), a análise SWOT é uma ferramenta útil para se obter uma visão geral da situação de uma empresa e enfatiza o princípio básico de que a estratégia deve produzir um bom ajuste entre a capacidade interna da empresa (seus pontos fortes e fracos) e as circunstâncias externas (refletidas em parte por suas oportunidades e ameaças). A análise de oportunidades e ameaças, juntamente com os pontos fortes e fracos integram os resultados da análise da empresa perante o mercado, permitindo a busca de oportunidades e a tomada de decisões estratégicas, segue abaixo a análise realizada.

Tabela 3. Análise de ambiente interno e externo

<b>Ambiente Interno</b>	
<b>Strengths – Forças</b>	<b>Weaknesses – Fraquezas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variedade de produtos</li> <li>• Qualidade dos produtos</li> <li>• Disponibilidade ao cliente</li> <li>• Fornecedores Estratégicos</li> <li>• Atendimento único e exclusivo</li> <li>• Divulgação nas redes sociais</li> <li>• Estratégia de promoção</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dependência dos fornecedores em especial das peças de blazer e vestido canelado.</li> <li>• Demora para atualização das novidades</li> <li>• Pouco capital para investimento</li> <li>• Mais programas de fidelidade para clientes</li> <li>• Ausência de uma equipe de marketing</li> </ul>
<b>Ambiente Externo</b>	
<b>Opportunities – Oportunidades</b>	<b>Threats – Ameaças</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Expansão do mercado online</li> <li>• Feiras de modas em BH</li> <li>• Aumento da renda e do PIB.</li> <li>• Comportamento de compra do cliente que solicita as peças por telefone e redes sociais.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Constante mudança nas tendências de moda no ramo de fast fashion.</li> <li>• Concorrência física e online</li> <li>• Concorrência acirrada</li> </ul>

Fonte: Dados da pesquisa, elaborado pela autora, 2023.

**Forças** - Oferecer para as clientes variedade de produtos para atender diferentes clientes, estilos e preferências. Fornecer produtos com qualidade reflete com excelente satisfação das clientes fidelizando para realizar compras frequentes. Disponibilizar aos clientes o produto em menor tempo possível e com qualidade. Contratar fornecedores estratégicos para aquisição dos produtos, para se destacar com a variedade de produtos. Proporcionar às clientes um atendimento excepcional para melhorar satisfação e fidelização.

**Fraquezas** – Um estoque desatualizado não permite a disponibilidade do produto para entrega de imediato ao cliente, gerando insatisfação do cliente. Ser dependente de um pequeno grupo de fornecedor, correndo o risco de não recebimento dos produtos e conseqüentemente não atendimento da demanda ao cliente. Enfrentar a concorrência acirrada de várias lojas do segmento de roupa feminina, pois o mercado da moda feminina existe muitos concorrentes, e entrar e estar no mercado com pouco capital para investimento se torna uma grande fraqueza e uma oportunidade para o concorrente. Impacto forte das tendências da moda mais rápida que o giro de estoque.

**Oportunidades** – O comportamento do consumidor ao realizar a sua compra no ambiente escolhido através das redes sociais. Existência de feiras de moda no mercado da cidade de Belo Horizonte. O aumento da renda e do PIB, pode-se aumentar o número de vendas tornando-se um cenário favorável pela a loja.

**Ameaças** – A forte concorrência do segmento de roupa feminina online que oferece maior agilidade na disponibilização das peças. Os riscos dos fornecedores atuais enfrentarem dificuldades na entrega das peças.

Considerando a análise SWOT realizada pode-se desenvolver estratégias que capitalizem as suas forças, mitiguem-se as fraquezas, explorem oportunidades e estejam preparadas para enfrentar as ameaças no ambiente de negócios, acompanhando as mudanças no mercado e nos negócios.

O problema é entender o que é uma análise ambiental, por que ela é útil, como fazê-la e o processo envolvido na realização de uma análise ambiental. A varredura ambiental é o processo de avaliação e estimativa de fatores externos que podem afetar as operações e o planejamento

estratégico de uma organização. Isso ajuda as organizações a identificar potenciais riscos e oportunidades em seu ambiente.

A análise ambiental é importante para as organizações porque permite que as organizações antecipem mudanças no ambiente externo e tome decisões informadas. Incluindo a análise de vários fatores, como fatores políticos, econômicos, sociais, tecnológicos, legais e ambientais. (Análise PESTLE).

Para entender esses fatores, as organizações podem identificar ameaças e oportunidades potenciais que podem surgir de mudanças no ambiente externo. Um processo típico de análise ambiental envolve as seguintes etapas:

1. Identificar os objetivos: Alegará por que você está efetuando uma análise ambiental. e quais informações específicas você deseja coletar

2. Coletar informações: Colete informações relacionadas a fatores externos que podem afetar sua organização. Isso pode incluir o estudo de tendências do setor, condições de mercado, mudanças regulatórias. Análise da concorrência e satisfação do cliente.

3. Analisa os dados Depois de coletados, analisa os dados para identificar padrões, tendências e possíveis impactos em seus negócios. Usar ferramentas como análise SWOT (forças, fraquezas, oportunidades, ameaças).

4. Identificação de riscos e oportunidades: Com base em sua análise, identifica os possíveis riscos que podem surgir de mudanças no ambiente externo. Procure também oportunidades que possam ser exploradas para obter uma vantagem competitiva ou melhorar o desempenho organizacional.

5. Desenvolve estratégias: Usar as informações da análise ambiental para desenvolver estratégias alinhadas com as metas e objetivos de sua organização. Essas estratégias devem considerar tanto os riscos potenciais quanto as oportunidades identificadas durante a análise.

6. Monitore e adapte: A análise ambiental é um processo contínuo. Monitore continuamente o ambiente externo para quaisquer mudanças ou novos desenvolvimentos que possam impactar sua organização. Adapte suas estratégias de acordo para ficar à frente da curva.

No geral, a análise de ambiente é uma ferramenta fundamental para as organizações entenderem e responderem com eficácia às mudanças em seu ambiente externo. Com as avaliações regulares, as organizações podem identificar pro ativamente riscos, ameaças e

oportunidades, tomar decisões informadas e melhorar seu processo de planejamento estratégico.

Obviamente, que nenhuma análise do ambiente do segmento de roupas estaria completa sem o impacto da tecnologia na indústria. A tecnologia mudou a forma como compramos roupas e acessórios, da impressão 3D às ferramentas de ajuste virtual. É emocionante ver como esses avanços estão tornando a moda mais acessível e inclusiva para pessoas de todo o mundo.

## CAPÍTULO 6 - PLANO DE AÇÃO

Realizar um plano de ação permite que as decisões sejam tomadas antes mesmo de serem colocadas em prática, permitindo que a loja CK Modas BH seja mais assertiva e realize melhores correções dos problemas identificados, pois ajuda na separação de etapas de elaboração, obtendo mais detalhes de todas as atividades necessárias para melhor compreensão nos objetivos desejados (MARQUES, 2018).

O plano de ação é essencial para elaboração do plano de negócios, que permite de forma mais ampla as etapas de execução, auxiliando a tomada de decisão.

Tabela 4. Plano de Ação

PLANO DE AÇÃO 22/12/2023						
Recursos	O que?	Como?	Onde?	Quem?	Quando?	Para Que?
Notebook, Celulares, Internet, Blocos e Canetas	Análise e estudo de mercado	Elaboração de um plano de negócio com estudo de mercado.	UFMG	Karina	Julho / Dezembro 2023	Projeto para uma loja de roupa femininas
Notebook, Recursos Humanos	Realização do plano operacional	Análise das instalações, máquinas e equipamentos.	UFMG	Karina	Dezembro 2023	Definir estrutura e local
Recursos Humanos e Tecnológicos	Elaboração do plano financeiro	Definição dos custos, investimentos fixos e variáveis, despesas e impostos.	UFMG	Karina	Dezembro 2023	Verificar a viabilidade financeira

Fonte: Dados elaborada pela autora, dezembro 2023.

### 6.1 Nicho de mercado

O nicho de mercado representa o conjunto de consumidores, o mercado desejado, ao qual identifica o tipo de produto e o tipo de público a ser trabalhado. A loja CK Modas BH tem como mercado a venda de roupas femininas de moda casual, onde a maioria do seu público são mulheres entre 20 e 60 anos de idade, disponibilizamos produtos para o mais jovem, e o público com faixa etária mais avançada. Conforme pesquisa realizada pela autoria, nota-se que as clientes são um público com faixa etária mais nova.

## **6.2 Análise da Concorrência**

O segmento de roupa feminina está em constante crescimento no Brasil desde o início da pandemia do Covid-19 em 2020, e a quantidade de fornecedores torna a cliente mais exigente e atenciosa aos detalhes na procura do produto a ser comprado.

Chiavenato (2014, p. 90) enfatiza “A concorrência é constituída pela empresa que produzem bens e serviços similares, ou que disputam o mesmo mercado ou a mesma clientela”.

## **6.3 Feedback do cliente**

Realizar implementação para coletar feedback das clientes e utilizar essas informações para melhoria continua para melhor entrega.

## **6.4 Expansão do negócio**

Avaliar no mercado, novas oportunidades de expansão da loja CK Modas BH, com maior variedade de produto e expansão nas redes sociais.

## **6.5 Processo de Produtos**

A loja CK Modas BH irá fornecer roupas femininas e acessórios nas redes sociais, ainda não será realizada a venda direta ao consumidor final.

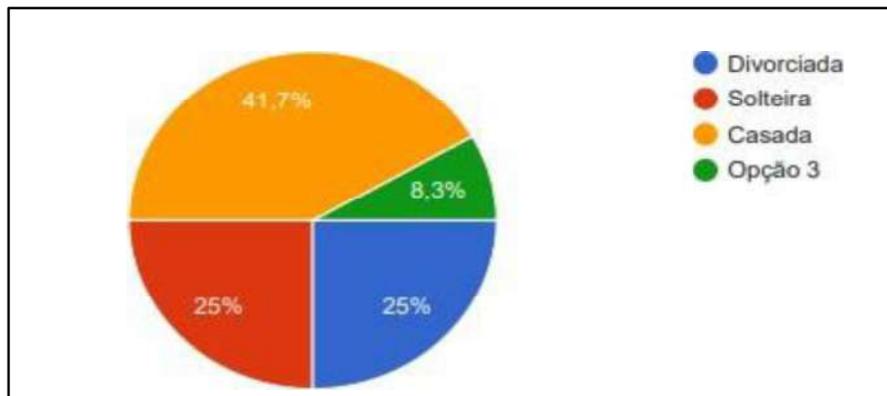
## CAPÍTULO 7 – PLANO DE MARKETING

### 7.1 Pesquisa de Mercado

As sócias Ana Carolina e Karina Santiago tem interesse na abertura de uma loja física por isso é necessário ter um bom planejamento e organização para uma boa atuação no mercado. Após observarmos as necessidades do mercado foi realizada uma pesquisa de marketing para as clientes que já realizam compras na loja online e assim possível um melhor posicionamento no mercado.

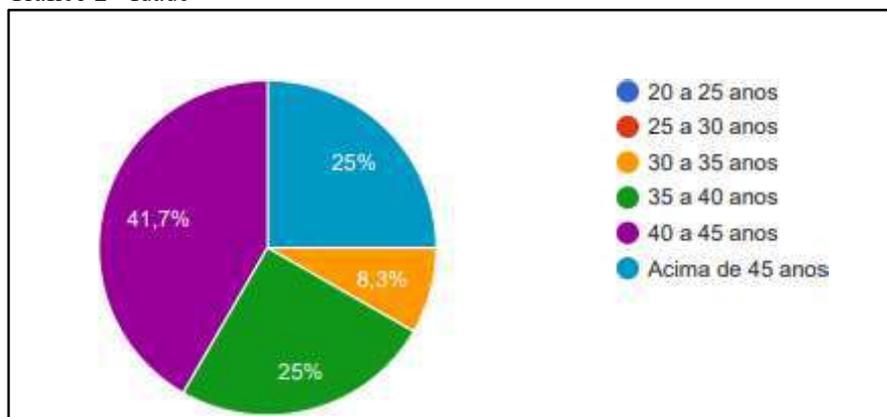
Com a pesquisa foi possível perceber a real necessidade das clientes em relação aos produtos, atendimento e serviços oferecidos pela loja CK Modas BH, a pesquisa foi realizada com aproximadamente 12 clientes, segue algumas perguntas que foram realizadas: Nome, Estado civil, idade, renda pessoal, ocupação, escolaridade, frequência de compras, avaliação na hora da compra, satisfação em comprar na loja CK Modas BH, sugestão para CK Modas.

Gráfico 1 – Estado Civil



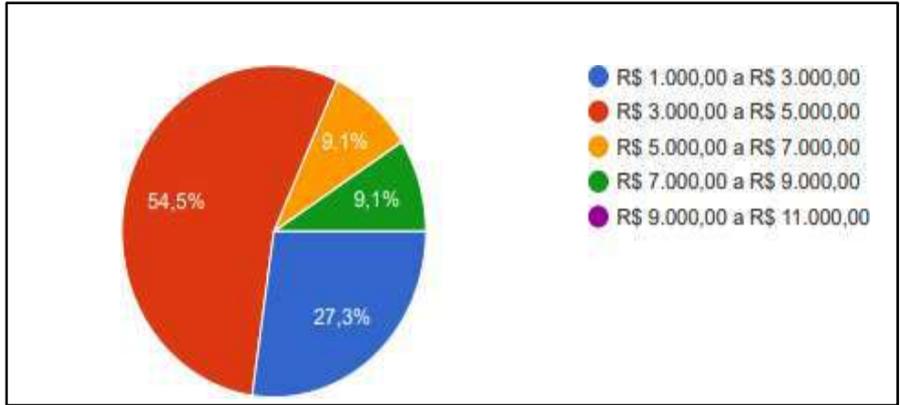
Fonte: Dados da pesquisa, elaborados pela autora, dezembro 2023.

Gráfico 2 - Idade



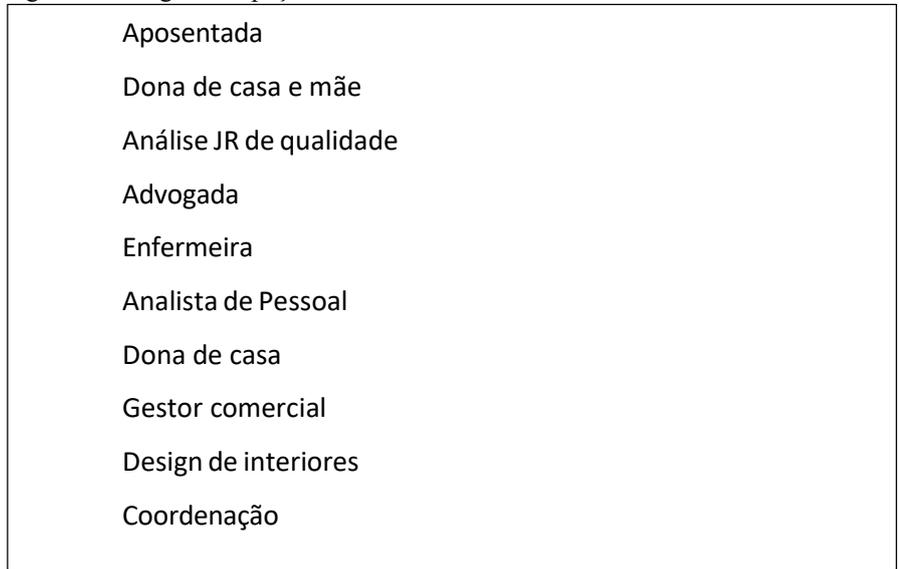
Fonte: Dados da pesquisa, elaborados pela autora, dezembro 2023.

Gráfico 3 – Renda Pessoal



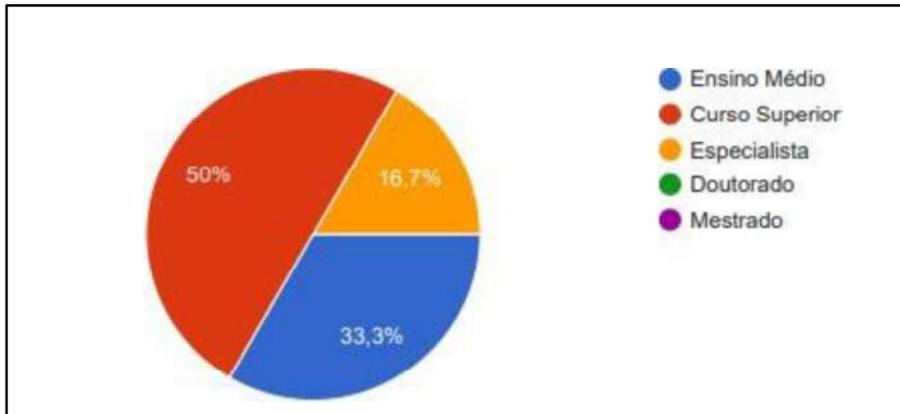
Fonte: Dados da pesquisa, elaborados pela autora, dezembro 2023.

Figura 5 – Cargo / Ocupação Profissional



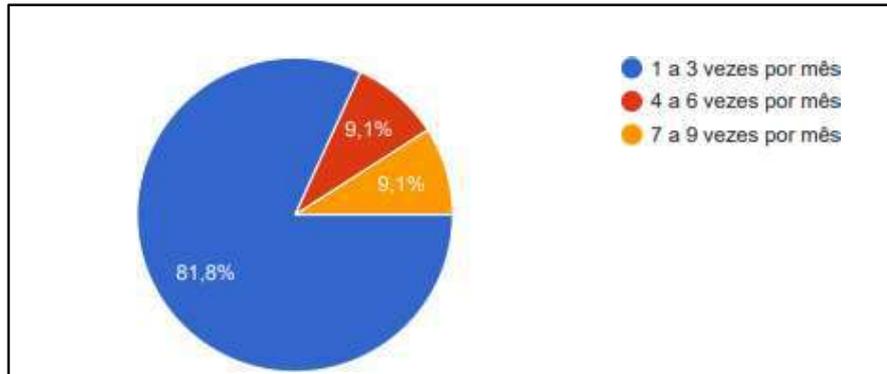
Fonte: Dados da pesquisa, elaborados pela autora, dezembro 2023.

Gráfico 4 – Escolaridade



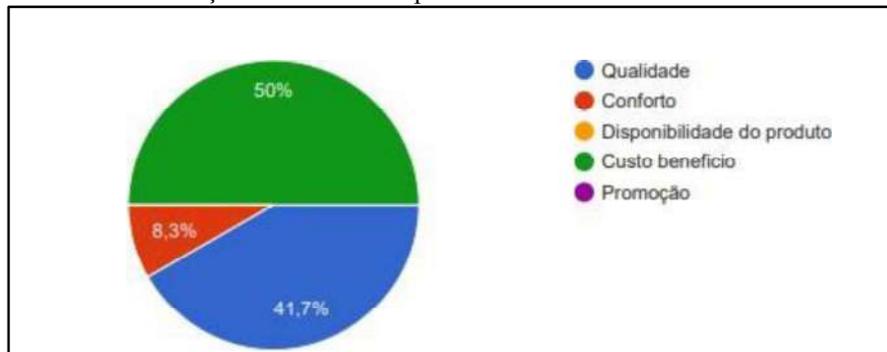
Fonte: Dados da pesquisa, elaborados pela autora, dezembro 2023.

Gráfico 5 – Frequência de compra de roupas



Fonte: Dados da pesquisa, elaborados pela autora, dezembro 2023.

Gráfico 6 – Avaliação na hora da compra



Fonte: Dados da pesquisa, elaborados pela autora, dezembro 2023.

Figura 6 – Satisfação em comprar na loja CK Modas BH

Sim
Excelente
Super satisfeita, produto diferenciado com qualidade e preço bom e o atendimento é excelente.
Não consegui comprar na loja
Ótima qualidade
Muito satisfeito
Ótimo
Nunca comprei
A melhor loja de BH
Não tive oportunidade

Fonte: Dados da pesquisa, elaborados pela autora, dezembro 2023.

Figura 7 – Sugestões para loja CK Modas BH

Promover promoções.

As roupas da CK modas são de excelente qualidade e bom preço.  
Minha sugestão é abrir uma loja física e mostrar o potencial da marca.

Fiquei aguardando a disponibilidade de modelos e não recebi

Trazer roupas também P

Tamanhos variados, poucas opções de G

Nada a declarar no momento.

Super recomendo

Nunca comprei

Continuem firmes no propósito.

Nenhuma

Fonte: Dados da pesquisa, elaborados pela autora, dezembro 2023.

## 7.2 Análise de Mercado

A pesquisa nos mostrou através da coleta de dados, que as clientes desejam ter produtos com mais exclusividade, um atendimento diferenciado associado ao preço e qualidade (custo benefício), e o mercado de roupa da moda feminina está crescendo cada vez mais.

Uma cliente destacou a necessidade de abertura de uma loja física, pois assim ela se sente à vontade de expressar a sua opinião e mostrar a sua necessidade de escolher sua roupa no momento único dela.

O mercado de roupa feminino é um momento de distração, que ela eleva o seu ego, colocando no corpo, experimentando uma peça e satisfazendo a sua vontade e autoestima. As clientes sentem necessidade de consumir os produtos desejados com atendimento personalizado acompanhando as tendências do mercado.

## 7.3 Estratégia de Marketing (Preço, Produto, Praça, Promoção)

**PREÇO:** Os preços praticados pela loja CK Modas BH são determinados com margem de 100% em cima do valor da compra, as sócias colocam sempre os valores com as duas últimas

casas decimais da moeda Real com 0,90 (noventa centavos) como estratégia para não assustar as clientes.

**PRODUTO:** Os produtos disponibilizados pela loja CK Modas BH são disponibilizados em araras de inox com cabides de acrílico transparente, com fácil visibilidade e demonstração para as clientes que queiram conhecer o espaço. A divulgação dos produtos é realizada através das redes sociais, Instagram e WhatsApp transmitido através de fotos, vídeos.

**PRAÇA:** A loja CK Modas BH está com um ponto de apoio no bairro Carlos Prates, na cidade de Belo Horizonte, na Rua Uberlândia.

**PROMOÇÃO:** Em datas comemorativas são realizadas promoções para fidelização das clientes. E a cada cinco compras, na próxima compra, a cliente ganha 10% no valor total.

#### 7.4 Canais de venda e distribuição

A loja CK Modas BH disponibiliza um ponto de apoio para as clientes, no bairro Carlos Prates na cidade de Belo Horizonte para disponibilidade e escolha pelas fotos e vídeos através das redes sociais. As sócias disponibilizam o serviço de malinha no local desejado pela cliente, com produtos escolhido conforme perfil da cliente.

#### 7.5 Projeção de venda

A projeção de vendas da loja CK Modas BH será estimada no cálculo da quantidade de vendas dos produtos comercializados no mês.

Tabela 5. Projeção de venda

<b>PROJEÇÃO DE VENDA</b>				
<b>Item</b>	<b>Valor Unitário</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Valor Mensal</b>	<b>Valor Anual</b>
Acessórios	R\$ 29,90	8	R\$ 239,20	R\$ 2.870,40
Blazer	R\$ 199,90	12	R\$ 2.398,80	R\$ 28.785,60
Blusas	R\$ 49,90	15	R\$ 748,50	R\$ 8.982,00
Calças	R\$ 119,90	7	R\$ 839,30	R\$ 10.071,60

Macacão	R\$ 99,90	6	R\$ 599,40	R\$ 7.192,80
Saias	R\$ 39,90	3	R\$ 119,70	R\$ 1.436,40
Shorts	R\$ 79,90	10	R\$ 799,00	R\$ 9.588,00
Vestidos	R\$ 149,90	2	R\$ 299,80	R\$ 3.597,60
Subtotal			R\$ 6.043,70	R\$ 72.524,40

Fonte: Elaborado pela autora, dezembro 2023.

## CAPÍTULO 7 – PLANO OPERACIONAL

### 8.1 Análise das Instalações

A loja CK Modas BH, terá como nome fantasia CK Modas, localizada na cidade de Belo Horizonte, no estado de Minas Gerais com envio de produtos para todas as cidades do Brasil, a instalação da loja física ainda não foi definido o local, pois está em avaliação o melhor local para fácil acesso das clientes e melhor custo benefício do aluguel para melhor margem de lucro, deslocamento e localização das sócias.

### 8.2 Equipamentos e Máquinas necessários

Tabela 6 – Equipamentos Necessários

<b>EQUIPAMENTOS</b>	
<b>Item</b>	<b>Quantidade</b>
Arara	6
Balcão	2
Espelho	4
Máquina de cartão	3
Notebook	2
Provador	2
Puff	4
Tapete	3

Fonte: Elaborado pela autora, dezembro 2023

### 8.3 Equipe de funcionários

A loja CK Modas BH contará com a administração das sócias e a contratação de uma funcionária com o cargo de vendedora para atender as clientes na loja física em horário

comercial. Alguns serviços serão terceirizados como contador e contratação de serviços de publicidade e propaganda. As funções das sócias e vendedoras terão as principais atividades.

#### SÓCIAS:

- Realizar as compras de produtos com fornecedores
- Gestão de controle de estoque
- Compra de papelaria
- Atividades financeiras (Cartão de crédito, débito, Pix e dinheiro)
- Rotinas administrativas
- Fluxo de caixa
- Pagamentos a fornecedores, parceiros e serviços terceirizados
- Controle de divulgação

#### VENDEDORA:

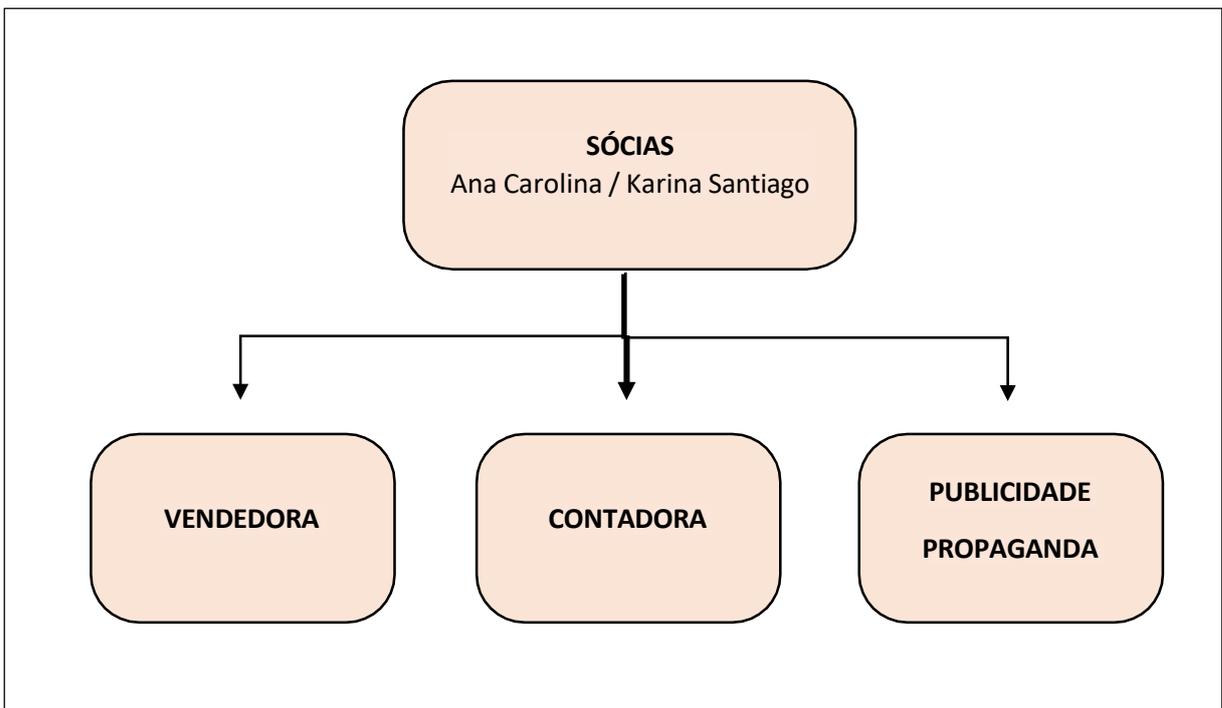
- Atendimento aos clientes com exclusividade e personalização
- Etiquetar produtos
- Organizar os produtos de fácil visibilidade das clientes

## CAPÍTULO 9 – ESTRUTURA DA EMPRESA

### 9.1 Estrutura Organizacional

A loja CK Modas BH contará com uma estrutura organizacional bastante reduzida, pois a maior parte das atividades será realizada pelas sócias Ana Carolina e Karina Santiago.

Figura 8 – Organograma



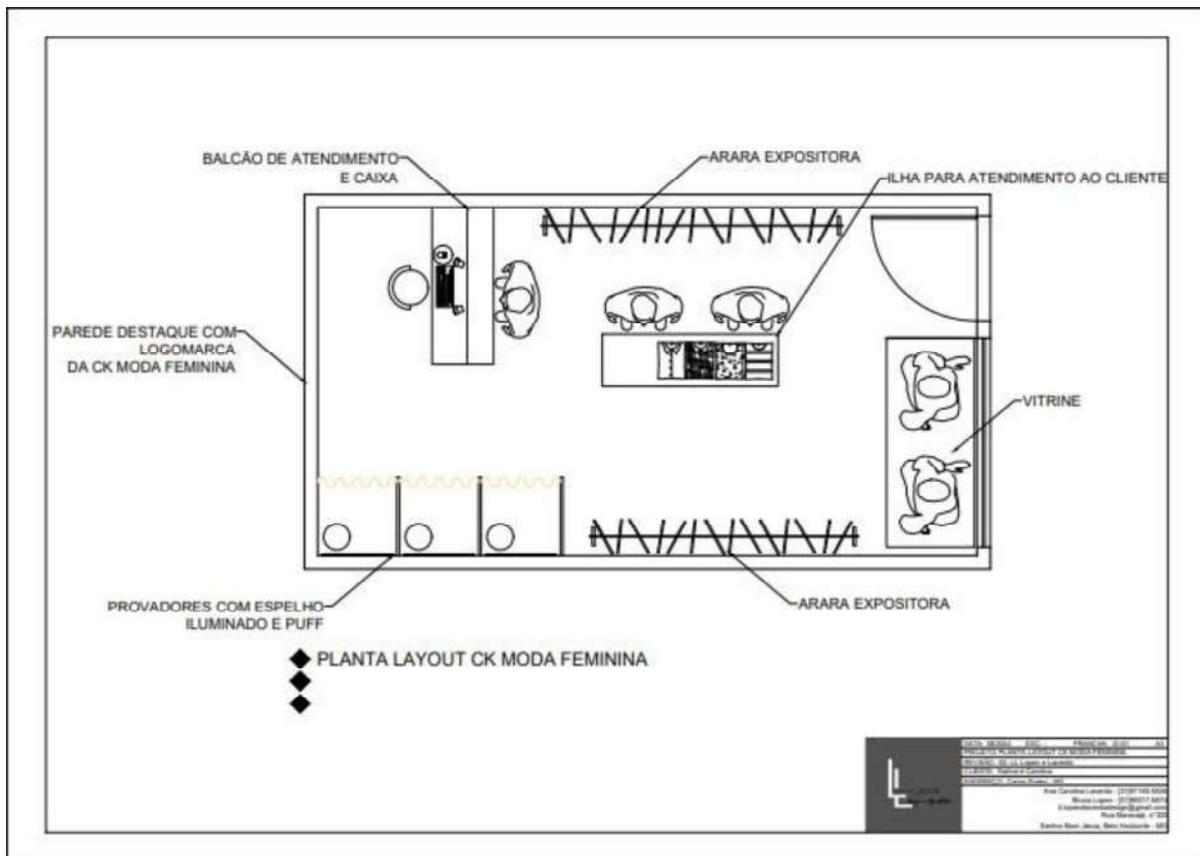
Fonte: Dados da pesquisa, elaborado pela autora, dezembro 2023.

### 9.2 Layout

O layout da loja CK Modas BH foi realizado uma planta em Autocad pela sócia Ana Carolina que atua na área de design de interiores agregando valor ao projeto.

A planta da possível loja física composta por arara expositoras com cabides de acrílico para fácil visualização pelas clientes, ilha central para atendimento, balcão de atendimento e caixa, manequins para exposição na vitrine da loja, provadores com espelho, puff e iluminação.

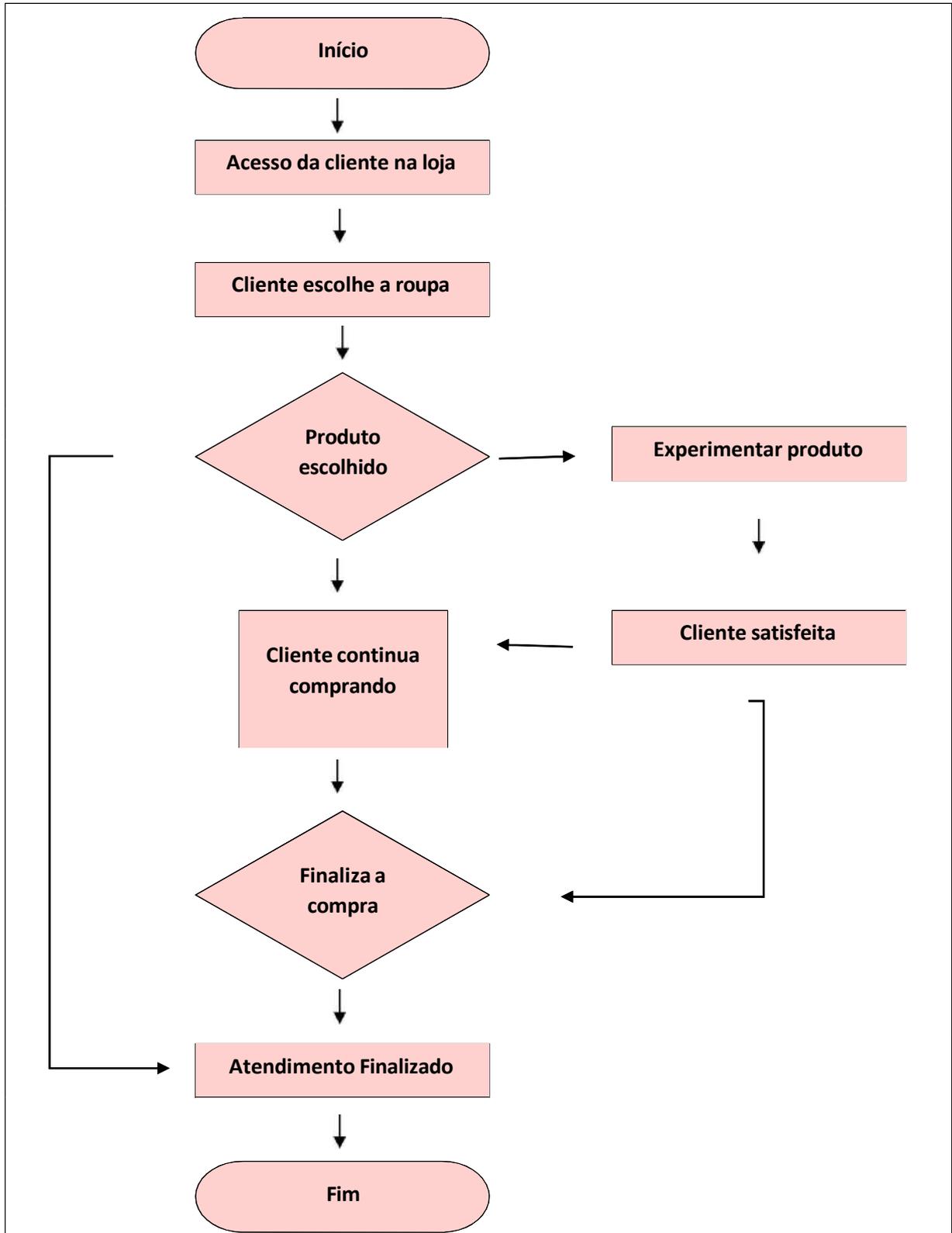
Figura 9 – Layout



Fonte: Dados da pesquisa, elaborado pela sócia Ana Carolina, agosto 2024.

### 9.3 Fluxograma

Figura 10 – Fluxograma



Fonte: Dados da pesquisa, elaborado pela autora, dezembro 2023.

## 9.4 Formas Jurídicas

A loja CK Modas BH será MEI (Microempreendedor Individual) não sendo optante pelo Simples Nacional, a adequação será dentro das regras e oferece encargos mais acessíveis dentro do limite de faturamento mensal no valor de R\$ 6.750,00.

## 9.5 Setores de atividade

No segmento de venda de roupas e acessórios femininos entendidos pelo CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividade Econômica) 4781-4/00 com a atividade de comércio varejista de artigos do vestuário e acessórios.

## 9.6 Investimento

A loja CK Modas BH teve-se um investimento inicial para estruturação de um ponto de apoio no bairro Carlos Prates, na cidade de Belo Horizonte. Os equipamentos, os acessórios e utensílios necessários foram quantificados e listados nos investimentos fixos e variáveis.

### 9.6.1 Investimentos Fixos

Tabela 7 – Equipamentos de Informática

<b>INVESTIMENTOS FIXOS</b>			
<b>Equipamentos de Informática</b>			
<b>Item</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Valor Unitário</b>	<b>Valor Total</b>
Notebook	2	R\$ 2.650,00	R\$ 5.300,00
			R\$ 5.300,00

Fonte: Dados da pesquisa, elaborado pela autora, dezembro 2023.

Tabela 8 – Móveis e Utensílios

<b>INVESTIMENTOS FIXOS</b>			
<b>Móveis e Utensílios</b>			
<b>Item</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Valor Unitário</b>	<b>Valor Total</b>
Arara de parede inox	4	R\$ 420,00	R\$ 1.680,00
Arara dupla inox	1	R\$ 980,00	R\$ 980,00
Etiquetador	1	R\$ 225,00	R\$ 225,00
Tapete grande	1	R\$ 650,00	R\$ 650,00
Puff Preto	2	R\$ 135,00	R\$ 270,00
Sacolas	100	R\$ 3,90	R\$ 390,00
Provador preto	2	R\$ 130,00	R\$ 260,00
Espelho grande	3	R\$ 630,00	R\$ 1.890,00
Cabides de acrílico	720	R\$ 3,50 cada	R\$ 2.520,00
Bolsas de viagem	5	R\$ 250,00	R\$ 1.250,00
Bolsão para carregar	3	R\$ 73,00	R\$ 219,00
Carrinho para bolsa	1	R\$ 160,00	R\$ 160,00
<b>TOTAL</b>			<b>R\$ 10.494,00</b>

Fonte: Dados da pesquisa, elaborado pela autora, dezembro 2023.

Tabela 9 - Máquinas e Equipamentos

<b>INVESTIMENTOS FIXOS</b>			
<b>Máquinas e Equipamentos</b>			
<b>Item</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Valor Unitário</b>	<b>Valor Total</b>
Máquina de cartão	2	R\$ 299,90	R\$ 599,80
			R\$ 599,80

Fonte: Dados da pesquisa, elaborado pela autora, dezembro 2023.

Os investimentos fixos foram necessários para dar início a implantação da loja CK Modas BH.

### 9.6.2 Investimentos Financeiros

Tabela 10 - Investimento financeiros

<b>INVESTIMENTOS FINANCEIROS</b>	
<b>Item</b>	<b>Valor Total</b>
Estoque Inicial	R\$ 12.300,00
Capital de giro	R\$ 3.600,00
<b>Subtotal</b>	<b>R\$ 15.900,00</b>

Fonte: Dados da pesquisa, elaborado pela autora, dezembro 2023.

Foram realizados investimentos financeiros para criação de estoque.

### 9.6.3 Investimentos Pré-Operacionais

Quanto ao investimento pré-operacionais foram realizados antes da abertura da empresa e despesas com contador e demais documentos para melhor estruturação do ponto de apoio e abertura da loja online.

Tabela 11 - Investimento Pré-operacionais

<b>INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS</b>	
<b>Item</b>	<b>Valor Total</b>
Despesas com contador	R\$ 450,00
Documentos para abertura do MEI	R\$ 120,00
<b>Subtotal</b>	<b>R\$ 570,00</b>

Fonte: Dados da pesquisa, elaborado pela autora, dezembro 2023.

O faturamento mensal da loja CK Modas BH será estimado no cálculo da quantidade de vendas dos produtos comercializados no mês.

Tabela 12 - Estimativa do faturamento mensal

<b>ESTIMATIVA DE FATURAMENTO</b>				
<b>Item</b>	<b>Valor Unitário</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Valor Mensal</b>	<b>Valor Anual</b>
Acessórios	R\$ 29,90	6	R\$ 179,40	R\$ 2.152,80
Blazer	R\$ 199,90	10	R\$ 1.999,00	R\$ 23.988,00
Blusas	R\$ 49,90	17	R\$ 848,30	R\$ 10.179,60
Calças	R\$ 119,90	9	R\$ 1079,10	R\$ 12.949,20
Macacão	R\$ 99,90	7	R\$ 699,30	R\$ 8.391,60
Saias	R\$ 39,90	5	R\$ 199,50	R\$ 2.394,00
Shorts	R\$ 79,90	12	R\$ 958,80	R\$ 11.505,60
Vestidos	R\$ 149,90	8	R\$ 1199,20	R\$ 14.390,40
Subtotal			R\$ 7.162,60	R\$ 85.951,20

Fonte: Dados da pesquisa, elaborado pela autora, dezembro 2023.

## CAPITULO 10 – PRODUTOS

### 10.1 Descrição dos Produtos

Os produtos que a loja CK Modas BH vende, poderá ter alterações devido as novas tendências e novidades do mercado.

Tabela 13 - Acessórios

<b>ACESSÓRIOS</b>		
<b>Item</b>	<b>Preço de compra</b>	<b>Preço de venda</b>
Cinto de couro	R\$ 30,00	R\$ 59,90
Óculos	R\$ 10,00	R\$ 29,90
Pulseiras	R\$ 12,00	R\$ 29,90

Fonte: Dados da pesquisa, elaborado pela autora, dezembro 2023.

Tabela 14 - Blazer

<b>BLAZER</b>		
<b>Item</b>	<b>Preço de compra</b>	<b>Preço de venda</b>
Blazer Alfaiataria	R\$ 100,00	R\$ 199,90
Blazer Hot	R\$ 90,00	R\$ 179,90
Blazer Maxx	R\$ 80,00	R\$ 159,90

Fonte: Dados da pesquisa, elaborado pela autora, dezembro 2023.

Tabela 15 - Blusas

<b>BLUSAS</b>		
<b>Item</b>	<b>Preço de compra</b>	<b>Preço de venda</b>
Blusas Body	R\$ 25,00	R\$ 49,90
Blusas Cropped	R\$ 20,00	R\$ 39,90
Blusas Decote V	R\$ 20,00	R\$ 39,90

Blusas T-shirt	R\$ 25,00	R\$ 49,90
Blusas Manga curta	R\$ 40,00	R\$ 79,90
Blusa Top triangulo	R\$ 30,00	R\$ 59,90
Blusas T-shirt	R\$ 25,00	R\$ 49,90

Fonte: Dados da pesquisa, elaborado pela autora, dezembro 2023.

Tabela 16 - Calças

<b>CALÇAS</b>		
<b>Item</b>	<b>Preço de compra</b>	<b>Preço de venda</b>
Calça Equívoco	R\$ 80,00	R\$ 159,90
Calça Envelope	R\$ 40,00	R\$ 79,90
Calça Flare	R\$ 80,00	R\$ 159,90
Calça Jeans	R\$ 70,00	R\$ 139,90
Calça Legg	R\$ 40,00	R\$ 79,90
Calça Pantalona	R\$ 40,00	R\$ 79,90
Calça Prada	R\$ 89,90	R\$ 179,90

Fonte: Dados da pesquisa, elaborado pela autora, dezembro 2023.

Tabela 17 - Macacão

<b>MACACÃO</b>		
<b>Item</b>	<b>Preço de compra</b>	<b>Preço de venda</b>
Macacão de amarrar	R\$ 50,00	R\$ 99,90
Macacão malha	R\$ 40,00	R\$ 79,90
Macacão pantacourt	R\$ 60,00	R\$ 119,90

Fonte: Dados da pesquisa, elaborado pela autora, dezembro 2023.

Tabela 18 - Saias

<b>SAIAS</b>		
<b>Item</b>	<b>Preço de compra</b>	<b>Preço de venda</b>
Saia Envelope	R\$ 40,00	R\$ 79,90
Saia Longa	R\$ 40,00	R\$ 79,90
Saia Prada	R\$ 50,00	R\$ 99,90
Saia Três Marias	R\$ 40,00	R\$ 79,90

Fonte: Dados da pesquisa, elaborado pela autora, dezembro 2023.

Tabela 19 - Shorts

<b>SHORTS</b>		
<b>Item</b>	<b>Preço de compra</b>	<b>Preço de venda</b>
Macacão de amarrar	R\$ 50,00	R\$ 99,90
Macacão malha	R\$ 40,00	R\$ 79,90
Macacão pantacourt	R\$ 60,00	R\$ 119,90

Fonte: Dados da pesquisa, elaborado pela autora, dezembro 2023.

Tabela 20 - Vestidos

<b>VESTIDOS</b>		
<b>Item</b>	<b>Preço de compra</b>	<b>Preço de venda</b>
Vestido Curto	R\$ 40,00	R\$ 79,90
Vestido de amarrar	R\$ 40,00	R\$ 79,90
Vestido decote V	R\$ 50,00	R\$ 99,90
Vestido Longo	R\$ 40,00	R\$ 79,90
Vestido Pantacourt	R\$ 60,00	R\$ 119,90
Vestido Pitanga	R\$ 75,00	R\$ 149,90

Fonte: Dados da pesquisa, elaborado pela autora, dezembro 2023.

## CAPÍTULO 11 – PLANO FINANCEIRO

### 11.1. Estimativa de custos com mercadorias

Tabela 21 – Estimativa de custos com mercadorias (mensal)

<b>ESTIMATIVA DE CUSTOS</b>						
<b>Item</b>	<b>Preço de compra</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Custos</b>	<b>Preço de venda</b>	<b>Valor Mensal</b>	<b>Valor Anual</b>
Acessórios	R\$ 10,00	8	R\$ 80,00	R\$ 29,90	R\$ 239,20	R\$ 2.870,40
Blazer	R\$ 100,00	12	R\$ 1.200,00	R\$ 199,90	R\$ 2.398,80	R\$ 28.785,60
Blusas	R\$ 25,00	15	R\$ 375,00	R\$ 49,90	R\$ 748,50	R\$ 8.982,00
Calças	R\$ 60,00	7	R\$ 420,00	R\$ 119,90	R\$ 839,30	R\$ 10.071,60
Macacão	R\$ 50,00	6	R\$ 300,00	R\$ 99,90	R\$ 599,40	R\$ 7.192,80
Saias	R\$ 20,00	3	R\$ 60,00	R\$ 39,90	R\$ 119,70	R\$ 1.436,40
Shorts	R\$ 40,00	10	R\$ 400,00	R\$ 79,90	R\$ 799,00	R\$ 9.588,00
Vestidos	R\$ 75,00	2	R\$ 150,00	R\$ 149,90	R\$ 299,80	R\$ 3.597,60
Subtotal			R\$ 2.985,00		R\$ 6.043,70	R\$ 72.524,40

Fonte: Dados da pesquisa, elaborado pela autora, julho 2024.

Com o passar do tempo as máquinas, equipamentos e utensílios vão tendo um certo desgaste de uso e torna-se necessário a compra e substituição do antigo para o item novo.

### 11.2 Custo de depreciação

Tabela 22 – Estimativa de custo de depreciação

<b>ESTIMATIVA DE DEPRECIÇÃO</b>				
<b>Ativos Fixos</b>	<b>Total do Investimento</b>	<b>Vida útil em anos</b>	<b>%</b>	<b>Depreciação mensal</b>
Máquinas e equipamentos	R\$ 599,80	10	10	R\$ 5,99

Equipamentos de informática	R\$ 5.300,00	5	20	R\$ 212,00
Moveis e utensílios	R\$ 10.494,00	10	10	R\$ 104,94
Subtotal			R\$ 6.043,70	R\$ 322,84

Fonte: Dados da pesquisa, elaborado pela autora, julho 2024.

### 11.3 Custos fixos e variáveis

Tabela 23 – Custos fixos

<b>CUSTOS FIXOS</b>		
<b>Item</b>	<b>Valor Mensal</b>	<b>Valor Anual</b>
Depreciação	R\$ 322,84	R\$ 3.874,08
Subtotal	R\$ 322,84	R\$ 3.874,08

Fonte: Dados da pesquisa, elaborado pela autora, julho 2024.

Tabela 24 – Custos variáveis

<b>CUSTOS</b>	
<b>Item</b>	<b>Valor Mensal</b>
Energia / Água	R\$ 380,00
Vendedora	R\$ 1.971,20
Mercadoria	R\$ 2.985,00
Subtotal	R\$ 5.336,20

Fonte: Dados da pesquisa, elaborado pela autora, julho 2024.

### 11.4 Estimativa das despesas

Tabela 25 – Despesas

<b>DESPESAS</b>	
<b>Item</b>	<b>Valor Mensal</b>

Internet	R\$ 109,90
Material de escritório	R\$ 38,00
Material de limpeza	R\$ 85,00
Papelaria	R\$ 152,84
<b>Subtotal</b>	<b>R\$ 385,74</b>

Fonte: Dados da pesquisa, elaborado pela autora, julho 2024.

### 11.5 Balanço Patrimonial

Tabela 26 – Balanço Patrimonial

<b>BALANÇO PATRIMONIAL</b>			
<b>ATIVO</b>		<b>PASSIVO</b>	
<b>CIRCULANTE</b>	<b>R\$ 14.800,00</b>	<b>CIRCULANTE</b>	<b>R\$ 6.043,70</b>
Caixa	R\$ 2.500,00	Fornecedor	R\$ 6.043,70
Estoque	R\$ 12.300,00	Longo Prazo	
		Financiamento	7.162,60
<b>PERMANENTE</b>	<b>R\$ 5.336,20</b>	<b>PATRIMÔNIO LÍQUIDO</b>	<b>R\$ 12.300,00</b>
		Capital Inicial	R\$ 12.300,00
Imobilizado	5.336,20	Lucro acumulado	
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 20.136,20</b>		<b>R\$ 25.506,30</b>

Fonte: Dados da pesquisa, elaborado pela autora, julho 2024.

### 11.6 Demonstrativo de Resultados - DRE

Tabela 27 - DRE

<b>DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS - DRE</b>	
Receita total de vendas	R\$ 72.524,40

( - ) Dedução da receita	R\$ 919,20
( = ) Receita líquida de venda	R\$ 71.605,20
( - ) Custo dos Serviços Prestados	R\$ 40.088,16
( = ) Lucro Bruto	R\$ 31.517,04
( - ) Despesas	R\$ 4.628,88
<b>( = ) Lucro ou prejuízo</b>	<b>R\$ 26.896,16</b>

Fonte: Dados da pesquisa, elaborado pela autora, julho 2024.

### 11.7 Fluxo de Caixas

A loja CK Modas BH contará com uma estimativa de 15% anual, após analisado o luxo de caixa da loja o fluxo será positivo a partir do segundo ano de atividade com R\$ 5.550,55, (cinco mil quinhentos e cinquenta cinco reais e cinquenta cinco centavos), e no terceiro ano com fluxo positivo no valor de R\$ 30.477,25 (Trinta mil quatrocentos e setenta sete reais e vinte cinco centavos).

Tabela 28 – Fluxo de Caixa

<b>FLUXO DE CAIXA</b>						
<b>Discriminação</b>	<b>Ano 0</b>	<b>Ano 1</b>	<b>Ano 2</b>	<b>Ano 3</b>	<b>Ano 4</b>	<b>Ano 5</b>
			15%	15%	15%	15%
Investimento	R\$ 35.000,00					
Receitas Totais		R\$ 72.524,40	R\$ 83.403,06	R\$ 95.913,52	R\$ 110.300,54	R\$ 126.845,63
Custos Fixos		R\$ 3.874,08	R\$ 4.455,19	R\$ 5.123,47	R\$ 5.891,99	R\$ 6.775,79
Custos Variáveis		R\$ 44.254,08	R\$ 50.892,19	R\$ 58.526,02	R\$ 67.304,92	R\$ 77.400,66

Despesas Fixas		R\$ 4.628,88	R\$ 5.323,21	R\$ 6.121,69	R\$ 7.039,95	R\$ 8.095,94
Lucro Tributável		R\$ 31.517,04	R\$ 36.244,59	R\$ 41.681,28	R\$ 47.933,48	R\$ 55.123,50
Impostos		R\$ 919,20	R\$ 1.057,08	R\$ 1.215,64	R\$ 1.397,98	R\$ 1.607,69
Lucro ou Prejuízo		R\$ 26.896,16	R\$ 30.930,58	R\$ 35.570,17	R\$ 40.905,69	R\$ 47.041,55
<b>Acumulado</b>	<b>R\$</b>	<b>- R\$</b> <b>35.000,00</b>	<b>R\$</b> <b>5.550,55</b>	<b>R\$</b> <b>30.477,25</b>	<b>R\$</b> <b>59.142,95</b>	<b>R\$</b> <b>92.108,50</b>

Fonte: Dados da pesquisa, elaborado pela autora, julho 2024.

### 11.8 Margem de Contribuição

A margem de contribuição, que surge da diferença entre o valor de custo e o valor de venda, mostra quanto a empresa tem para pagar por cada um dos custos variáveis em sua receita real.

I.M.C. =  $\frac{\text{Receita bruta} - \text{Custos Variáveis Totais}}{\text{Receita Bruta}}$

$$\frac{72.524,40 - 3.017,84}{72.524,40} = 0,95$$

### 11.9 Ponto de Equilíbrio

O ponto de equilíbrio é o valor que a empresa precisa vender para pagar as despesas fixas, variáveis e de mercadorias vendidas.

P.E. = Custo fixo + despesa fixa total

---

Índice Margem de Contribuição

P.E = 322,84 + 4.628,88

---

0,95

**P.E = 5.212,34**

A loja CK Modas BH precisará de R\$ 5.212,34 (Cinco mil duzentos e doze reais e trinta quatro centavos) anuais ou R\$ 434,36 (quatrocentos e trinta quatro reais e trinta seis centavos) mensais para pagar todos os seus gastos.

### 11.10 Lucratividade

A lucratividade pode ser calculada sobre o cálculo do lucro líquido da empresa sobre as vendas, ou seja, o lucro da empresa sobre as tarefas realizadas.

Lucratividade = Lucro Líquido x 100

---

Receita Total

Lucratividade = 71.605,20 X 100

---

72.524,40

Lucratividade = **98,7 %**

A lucratividade da loja CK Modas BH é de 98,70% (Noventa e oito, virgula sete percentis) sobre as vendas realizadas.

### 11.11 Rentabilidade

A rentabilidade é a medida de retorno do capital investido pelas sócias na loja CK Modas BH.

$$\text{Rentabilidade} = \frac{\text{Lucro líquido} \times 100}{\text{Investimento Total}}$$

$$\text{Rentabilidade} = \frac{71.605,20 \times 100}{32.863,80}$$

$$\text{Rentabilidade} = \mathbf{217,8 \%}$$

A rentabilidade calculada para a loja CK Modas BH é de 217,80 (Duzentos e dezessete virgula oitenta percentis) anual em relação ao capital de investimento, sendo 18,15 (Dezoito virgula quinze percentis), mostrando que a empresa é capaz de gerar lucro sobre o capital investido.

### **11.12 Prazo de Retorno de Investimento**

O prazo do retorno é onde indica o tempo necessário para que o empreendedor possa recuperar o seu dinheiro investido.

$$\text{Payback} = \frac{32.863,80}{71.605,20}$$

$$\text{Payback} = \mathbf{0,46}$$

Observamos que a partir do 4º mês de atividade, as sócias da loja CK Modas BH irão recuperar o valor investido.

## CONCLUSÃO

A construção de um empreendimento no segmento da moda de roupa feminina em uma economia dominada pelas grandes empresas é uma tarefa árdua, mas não impossível. Os desafios apresentados são constantes e a cada nova etapa exigem cada vez mais daqueles buscam abrir o seu próprio negócio.

Mergulhar em um ambiente sem apresentar um preparo para tal, torna a jornada mais adversa e repleta de frustrações. O não sucesso de muitas empresas pode ser atribuído à falta de planejamento prévio, não havendo um estudo sobre onde, como e quando realizar um investimento. A inexperiência ou até mesmo a falta de conhecimento sobre os meios que colaboram para o êxito são possíveis causadores desse cenário.

Assim, a aplicação de métodos como o plano de negócios aumenta a possibilidade de triunfo para micro e pequenas empresas. A inspeção dos segmentos de mercado, a organização interna e o planejamento com cautela são ferramentas que fazem parte de um início seguro e que pode dar origem à um grande crescimento e firmamento de uma empresa.

Além disso, vale ressaltar que esse passo pode ser realizado em conjunto às consultorias especializadas que irão potencializar os resultados e prevenir imprevistos. O empreendedor deve buscar em diversas fontes referências que serão utilizadas para o seu desenvolvimento e de sua empresa. Para a loja CK Modas, esse investimento deve ser feito na área do marketing, pois ainda é uma defasagem a ser vencida, justamente em um momento onde as mídias sociais são tão presentes.

Portanto, o plano de negócios funciona como uma bússola que direciona o empreendedor para um futuro próspero. Seja na tomada de decisões, na construção de alternativas para solucionar problemas, na coordenação de recursos e aplicação dos mesmos, o plano de negócios se mostra eficaz para aquilo que é proposto.

Ainda que o empreendimento tenha sido construído dentro de um cenário provável, é possível que o projeto fosse mais atraente em um cenário mais otimista, com maior volume de vendas.

O faturamento da loja, que depende do número de clientes que fazem compras e do valor gasto por elas, também depende do custo das mercadorias vendidas e da margem de lucro. O sucesso da empresa também depende do faturamento da loja.

O trabalho teve um papel significativo no estabelecimento de diretrizes para o negócio, e servirá como um guia para a criação de um negócio. Ao criar um plano de negócios, você pode ver todas as facetas da loja CK Modas BH e obter uma visão abrangente do mercado.

Ao analisar os resultados obtidos nas pesquisas e nos dados apresentados, pode-se compreender como o plano de negócios foi essencial para a loja CK modas, uma vez que as projeções para esse empreendimento mostram satisfatoriedade e êxito. Além de apontar os pontos fortes e os pontos fracos a serem trabalhados.

A metodologia do PNBOX foi desenvolvida pelo SEBRAE sendo um modelo estruturado para auxiliar, criar e desenvolver pequenos negócios, uma ferramenta muito utilizada para facilitar a execução e elaboração de um plano de negócios conforme as necessidades das pequenas empresas. O objetivo é fornecer um modelo simples e prático de forma clara e eficiente facilitando a análise do negócio, como visão geral, análise de mercado, operações e logística, plano de vendas e marketing, análise financeira, estrutura organizacional envolvidos em 14 etapas.

A conclusão desse trabalho foi com grande sucesso e as sócias puderam ter uma análise ampla do negócio, com um payback de 0,46 um retorno após o 4º mês, uma rentabilidade de 271,80 mostrando que a loja CK Modas BH é capaz de gerar lucro sobre o capital e uma lucratividade de 98,7% tornando-se um ótimo projeto realizado em 12 capítulos.

Para mais, a existência de uma empresa de roupas que busca a qualidade com preços justos é uma oportunidade para inovar o mercado atual. A experiência do cliente se mostra um diferencial no processo de fidelização, bem como na criação do estilo que traga a identidade deste.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABBADE, E. B.; DELLA FLORA, A.; NORO, G. de B. Interpersonal Influence in Virtual Social Networks and Consumer Decisions. **Revista de Administração da UFSM**, [S. l.], v. 7, n. 2, 2014. DOI: 10.5902/198346594976. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/reaufsm/article/view/4976>. Acesso em: 17 nov. 2023.

GREGGIO, M. C.; JARONSKI, P. G. PLANO DE NEGÓCIOS COMO FERRAMENTA NAS ORGANIZAÇÕES. **Faculdade Sant'Ana em Revista**, [S. l.], v. 4, n. 1, p. p. 74-87, 2020. Disponível em: <https://www.iessa.edu.br/revista/index.php/fsr/article/view/1264>. Acesso em 30 jun. 2023.

JUNQUEIRA, Cristina H.Z. **Proposta do modelo de planejamento estratégico para serviços profissionais – um estudo de caso em serviços odontológicos** – Dissertação – Escola Politécnica da Universidade de São Paulo. São Paulo, 2006. [https://unitau.br/files/arquivos/category\\_154/MCH0396\\_1427385441.pdf](https://unitau.br/files/arquivos/category_154/MCH0396_1427385441.pdf) Acesso em 14 dec. 2023.

MARQUES, Vasco. **Marketing Digital 360** – Extra Coleção, Actual Editora, Disponível em [https://books.google.com.br/books?hl=ptBR&lr=&id=v7o8BQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT38&dq=marques+2018&ots=biq\\_Gnd3CW&sig=6o1aE7cKFLjgOZFj5bLgXhlUo&redir\\_esc=y#v=onepage&q=marques%202018&f=false](https://books.google.com.br/books?hl=ptBR&lr=&id=v7o8BQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT38&dq=marques+2018&ots=biq_Gnd3CW&sig=6o1aE7cKFLjgOZFj5bLgXhlUo&redir_esc=y#v=onepage&q=marques%202018&f=false). Acesso em 11 de dezembro 2023.

MAYA, P. C. da C.; OTERO, W. R. I. A influência do consumidor na era da internet. **Revista da FAE**, [S. l.], v. 5, n. 1, 2017. Disponível em: <https://revistafae.fae.edu/revistafae/article/view/448>. Acesso em: 17 nov. 2023.

PAULA, F. R.; MELLO, M. G. S. Análise de Redes Sociais: a formação de grupos do Facebook frente à epidemia de COVID-19 no Brasil. **Vittalle - Revista de Ciências da Saúde**, Rio de Janeiro, v. 3, n. 1, p. 32-42, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.14295/vittalle.v32i1.11406>. Acesso em 17 nov. 2023

OLIVEIRA, S. C. C.; LONGHINI, T. M. Planejamento Estratégico e Marketing Digital em Loja de Moda Infante Juvenil. *Revista Eletrônica Gestão e Serviços*, 31 jul. 2022. Acesso em 12 dec.2023.

SCHUCHMANN, Beatriz Monica; FIGUEIRA, Agostinho Augusto. **Do marketing tradicional ao marketing digital: uma análise a partir dos programas de marketing digital online.** *Business Journal*, v. 2, n. 2, p. 1-12, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.6008/CBPC2674-6433.2020.002.0001>. Acesso em: 12 dec. 2023.

SILVA, Simone Souza et al. **Análise do marketing digital nas diretrizes empresariais.** *Caderno Profissional de Marketing-UNIMEP*, v. 7, n. 1, p. 75-90, 2019. Acesso em 13 dec. 2023.

SILVA, W. M. da; MORAIS, L. A. de; FRADE, C. M. .; PESSOA , M. F. . Digital marketing, E-commerce and pandemia: a bibliographic review on the brazilian panorama. **Research, Society and Development**, [S. l.], v. 10, n. 5, p. e45210515054, 2021. DOI: 10.33448/rsd-v10i5.15054. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/15054>. Acesso em 14 dec. 2023.

TORRES, Claudio. **A Bíblia do Marketing Digital–2ª edição: Tudo o que você queria saber sobre marketing e publicidade na internet e não tinha a quem perguntar.** Novatec Editora, 2018. Acesso em 12 dec. 2023.

SEBRAE MG, **Como elaborar um plano de negócios.** 2013. Disponível em <<https://www.sebraemg.com.br/atendimento/bibliotecadigital/documento/cartilhamanual-ou-livro/como-elaborar-um-plano-de-negócios>> Acesso em 14. dez. 2023.

SOUZA, V. da S., & Marques, S. V. (2017). **Gamificação e Marketing para um Turismo Sustentável: uma revisão exploratória.** *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 1(27/28), 773-788. <https://doi.org/10.34624/rtd.v1i27/28.8825>. Acesso em 10 dec. 2023.

## APENDICE

### Formulário da pesquisa

25/07/2024, 21:44 Pesquisa do cliente

***Pesquisa do cliente***  
Coleta de Dados CK Modas BH

1. Nome

\_\_\_\_\_

2. Estado Civil

Marcar apenas uma oval.

Divorciada

Solteira

Casada

3. Idade

Marcar apenas uma oval.

20 a 25 anos

25 a 30 anos

30 a 35 anos

35 a 40 anos

40 a 45 anos

Acima de 45 anos

[https://docs.google.com/forms/d/1yrsnZAgPv5RatLx5dc/vh5O\\_rRp31Jaf-vgH5YTI/vedR7p3>#](https://docs.google.com/forms/d/1yrsnZAgPv5RatLx5dc/vh5O_rRp31Jaf-vgH5YTI/vedR7p3>#)

1/4

## 4. Renda pessoal

Marcar apenas uma oval.

- R\$ 1.000,00 a R\$ 3.000,00
- R\$ 3.000,00 a R\$ 5.000,00
- R\$ 5.000,00 a R\$ 7.000,00
- R\$ 7.000,00 a R\$ 9.000,00
- R\$ 9.000,00 a R\$ 11.000,00

## 5. Ocupação

---

---

---

---

---

## 6. Escolaridade

Marcar apenas uma oval.

- Ensino Médio
- Curso Superior
- Especialista
- Doutorado
- Mestrado

## 7. Frequência de compra de roupa feminina mensal

Marcar apenas uma oval.

- 1 a 3 vezes por mês
- 4 a 6 vezes por mês
- 7 a 9 vezes por mês

8. Avaliação na hora da compra

Marcar apenas uma oval.

- Qualidade
- Conforto
- Disponibilidade do produto
- Custo benefício
- Promoção

9. Satisfação em comprar na loja CK Modas BH

---

---

---

---

---

10. Sugestão para CK Modas BH

---

---

---

---

---

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google

Google Formulários

# OFICIALIZAÇÃO DE ORIENTADOR

## CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM GESTÃO ESTRATÉGICA

11/12/2023, 17:28

Termo 2.jpeg

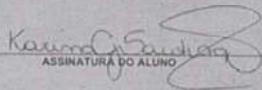
CENTRO DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISAS EM ADMINISTRAÇÃO - CEPEAD

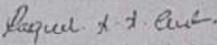
---

**OFICIALIZAÇÃO DE ORIENTADOR**  
CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM GESTÃO ESTRATÉGICA

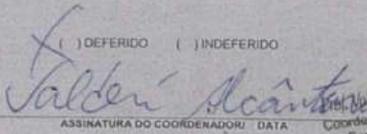
Belo Horizonte, 05 de dezembro de 2023.

**ALUNO:** Karina Gomes Santiago Amorim  
**MATRÍCULA:** 2022660980  
**ÁREA:** ( X ) Gestão de Negócios ( ) Finanças Empresariais  
**NOME DO ORIENTADOR:** Raquel Andrade de Almeida Cunha  
**TEMA DO TRABALHO:** Plano de Negócios da loja CK Modas BH  
**RAZÕES:** O desenvolvimento do plano de negócios de uma loja de roupas moda feminina.

  
ASSINATURA DO ALUNO

  
Raquel Andrade de Almeida Cunha  
ASSINATURA DO ORIENTADOR

DEFERIDO     INDEFERIDO

  
ASSINATURA DO COORDENADOR/ DATA

Coordenador Adjunto do Curso de Especialização em Gestão Estratégica

Recebido em: \_\_\_\_\_ Ass: \_\_\_\_\_

Av. Antônio Carlos, 6627 - Campus Universitário - Prédio FACEUFMG  
Parque - 31270-901 - Belo Horizonte - MG - Telefone: (31)3499-7999

**ANEXOS**

- Relatório Geral Plano de Negócios
- Ata da Defesa do Trabalho de Conclusão de Curso



# Plano de Negócios Loja CK Modas BH

Trabalho escolar / estudo

---

Uma loja online do segmento de roupas femininas na cidade de Belo Horizonte.



## Informações do Plano de Negócio

### Nome do projeto

Plano de Negócios Loja CK Modas BH

### Objetivo

Trabalho escolar / estudo

### Enquadramento Tributário

MEI - Microempreendedor individual

### Período de planejamento

2 anos

### Porte da empresa

MEI

### Setor de atuação

Comércio.

### Segmento(s)

Moda.

### Cidade

Belo Horizonte

### Telefone

(31) 9 8806-9280

### Contatos

<https://instagram.com/ckmodasbh?igshid=NzZIODBKYWE4Ng==>

### Sócios



**Karina Gomes Santiago Amorim**

Função: Sócia proprietária  
Contato: (31) 9 8806-9280

Mãe, casada, 40 anos.  
Ela busca vender, tem ótimo relacionamento pessoal com as clientes, tem características marcantes de liderança e bastante perseverante. Sabe definir qual o melhor momento de investimento e realiza uma revisão do plano de negócios.



**Ana Carolina Lacerda**

Função: Sócia

Contato: (31) 9 8806-9280

Solteira, 43 anos, Arquiteta de Designer

Possui uma visão para criação das peças de publicidade e com ideias para inovar na realização de peças publicitárias para redes sociais,

Possui uma capacidade analítica bem marcante, e tem um poder de persuasão sobre os clientes, muito criativa e possui resiliência.

# Plano de Negócios Loja CK Modas BH

Trabalho escolar / estudo

## Relatório Geral

---

### Segmentação de Mercado

Segmentação B2C
<b>Segmentação 1</b>
Tendências, qualidade e novidades
<b>Segmentação 2</b>
Qualidade
<b>Segmentação 3</b>
Necessidade, qualidade
<b>Segmentação 4</b>
Melhor custo benefício e qualidade

## Matriz dos Segmentos de Clientes Priorizados

**Necessidade, qualidade**

**1º**

**Clientes que necessitam de roupas, visando menor custo.**

**Tendências, qualidade e novidades**

**2º**

**Público feminino, com idade entre 30 e 50 ano, necessidade de roupas femininas de alto padrão.**

**Qualidade**

**3º**

**Clientes que gostam das roupas e adquirem sem olhar valor, compram por gosto.**

**Melhor custo benefício e qualidade**

**4º**

**Cliente que busca apenas promoção das roupas.**

## Necessidade, qualidade

Atributos avaliados	Notas
É grande o suficiente?	7
Tem potencial para gerar lucro?	7
Não tende a desaparecer em pouco tempo?	7
Tem poucos concorrentes ou concorrentes ineficientes?	7
Seus produtos ou serviços atendem às demandas desse segmento?	7
<b>Média Geral</b>	<b>7</b>

## Tendências, qualidade e novidades

Atributos avaliados	Notas
É grande o suficiente?	3
Tem potencial para gerar lucro?	8
Não tende a desaparecer em pouco tempo?	5
Tem poucos concorrentes ou concorrentes ineficientes?	6
Seus produtos ou serviços atendem às demandas desse segmento?	7
<b>Média Geral</b>	<b>6</b>

## Qualidade

Atributos avaliados	Notas
É grande o suficiente?	2
Tem potencial para gerar lucro?	3
Não tende a desaparecer em pouco tempo?	1
Tem poucos concorrentes ou concorrentes ineficientes?	6
Seus produtos ou serviços atendem às demandas desse segmento?	9
<b>Média Geral</b>	<b>4</b>

## Melhor custo benefício e qualidade

Atributos avaliados	Notas
É grande o suficiente?	1
Tem potencial para gerar lucro?	1
Não tende a desaparecer em pouco tempo?	3
Tem poucos concorrentes ou concorrentes ineficientes?	6
Seus produtos ou serviços atendem às demandas desse segmento?	2
<b>Média Geral</b>	<b>3</b>

## Persona



### Tatiane

36 anos, Analista de Mercado

Estado Civil: Solteiro

Renda Mensal (R\$): 7200,00

Escolaridade: Ensino Superior

Cidade: Belo Horizonte

Baiana, extrovertida, mora com as amigas, adora sair e utiliza muito rede social.

"Curtir a vida com intensidade com muito estilo, realiza compra de roupas com frequência e sempre preza pela qualidade das roupas."

### Hábitos e comportamentos

Frequenta pilates, tem paixão por leitura, ama sair para beber com as amigas.

#Extrovertida  
#Social  
#Amiga  
#Racional

### Fluência Digital

Usando computador



Usando smartphone



Usando aplicativos



Comprando pela internet



### Redes Sociais



### Rotina

 Manhã

Acorda cedo, toma café, sai de casa e vai para o trabalho.

 Tarde

Jornada de trabalho longa até o final do dia.

 Noite

Fazer aulas de pilates e estar com família e amigos.

## Quem influencia

Amigos



Família



Colegas de trabalho



Especialistas



Avaliação de outros clientes



Redes sociais utilizadas



Mídia tradicional



### Ganhos

- Tendência
- Novidades
- Conforto

### Desafios

- Disponibilidade
- Pouca qualidade
- 

## Reflexões

Dúvidas ou objeções

Aborrecimentos que devem ser evitados

Experiência ideal e como o negócio ajuda

Roupas com qualidade e confortáveis.

Roupas apertadas e pouco duráveis.

Roupas que combinam com vários estilos.



### Juliana

43 anos, Assistente Técnico

Estado Civil: Casado

Renda Mensal (R\$): 14500,00

Escolaridade: Ensino Superior

Cidade: Belo Horizonte

Casada, mãe, comunicativa, frequentadora de academia e toca por hobby.

"Preza por organização, sinceridade e bastante centrada."

## Hábitos e comportamentos

Aparência sempre bem cuidada, frequentadora de academia e tocadora de instrumentos.

#Organizada  
#Determinada  
#Sincera  
#Dominadora

## Fluência Digital

Usando computador



Usando smartphone



Usando aplicativos



Comprando pela internet



## Redes Sociais



## Rotina

 Manhã

Acorda cedo, toma café bem reforçado e nutritivo, e vá para o trabalho.

 Tarde

Longa jornada de trabalho.

 Noite

Sair do trabalho, buscar a filha na escola, ir para academia e descansar.

## Quem influencia

Família



Amigos



Especialistas



Colegas de trabalho



Avaliação de outros clientes



Mídia tradicional



Redes sociais utilizadas



## Ganhos

- Qualidade do produto
- Satisfação
- Alto estilo

## Desafios

- Produtos com baixa qualidade
- Não atende a sua expectativa
- Vestimento inadequado

## Reflexões

Dúvidas ou objeções

Aborrecimentos que devem ser evitados

Experiência ideal e como o negócio ajuda

Elegância e conforto aliada ao estilo para o trabalho.

Roupas mais despojadas e sensuais.

Utilizar uma roupa que transmite elegância e seriedade.



### Adjara

47 anos, Enfermeira

Estado Civil: Casado

Renda Mensal (R\$): 25000,00

Escolaridade: Ensino Superior

Cidade: Belo Horizonte

Casada, empresária juntamente com o marido, mãe de 2 filhos, dedicada ao lar, família e religiosa.

"Prioriza a família com bastante carinho e muita dedicação aos amigos."

### Hábitos e comportamentos

Frequenta as missas aos domingos e demais atividades da igreja católica, acompanha com assiduidade a rotina dos filhos.

#Emocional  
#Firme  
#Carinhosa  
#Determinada

### Fluência Digital

Usando computador



Comprando pela internet



Usando smartphone



Usando aplicativos



### Redes Sociais



## Rotina

 Manhã

Acorda, prepara o café da família, leva os filhos para aula, e prepara o almoço.

 Tarde

Pratica atividade 2x na semana, realiza acompanhamento dos serviços da empresa com o marido e realiza algumas tarefas domésticas.

 Noite

Prepara o jantar, leva o filho para atividades extracurriculares e realiza atividades escolares dos filhos.

## Quem influencia

Família



Colegas de trabalho



Amigos



Especialistas



Avaliação de outros clientes



Mídia tradicional



Redes sociais utilizadas



### Ganhos

- Variedade
- Qualidade
- Conforto

### Desafios

- Falta de disponibilidade do produto
- Preço elevado
- Roupas que não atendem ao seu gosto

## Reflexões

Dúvidas ou objeções

Ter promoções que agradam o seu gosto.

Aborrecimentos que devem ser evitados

Roupas largas, com aspecto de pessoa desleixada.

Experiência ideal e como o negócio ajuda

Promoções que atendam aos seus gostos financeiros e estilo.

## Jornada do Cliente

### Persona do Negócio



## Tatiane

36 anos, Analista de Mercado

Baiana, extrovertida, mora com as amigas, adora sair e utiliza muito rede social.

### Ganhos

Tendência

Novidades

Conforto

### Desafios

Disponibilidade

Pouca qualidade

Antes					
	Objetivo da ação	Ações do Cliente	Pontos de Contato	Estado Emocional	Oportunidades
Descoberta	Encontrar uma loja de roupa com conforto e qualidade	Pesquisa em redes sociais	Via internet e redes sociais	 Neutro	Facilidade de acesso ao produto com maior divulgação.
Consideração	Conhecer os produtos das lojas	Entrar em contato com as lojas	Presencial	 Satisfeito	Disponibilizar os produtos nas lojas.
Decisão	Realizar uma boa compra	Escolher a melhor opção dentro das suas expectativas	Pessoalmente	 Satisfeito	Presentear o cliente com um mimo de primeira compra.

Durante					
	Objetivo da ação	Ações do Cliente	Pontos de Contato	Estado Emocional	Oportunidades
Compra e pagamento	Realizar o pagamento	Realizar o pagamento via PIX	Via Whatsapp	 Satisfeito	Disponibilizar várias formas de pagamento sem burocracias.
Entrega	Disponibilidade rápida do produto	Buscar o produto na loja	Presencial	 Satisfeito	Melhores opções de disponibilidade do produto (entrega ou retirada)
Uso	Satisfação e conforto do produto	Vestir e se sentir confortável	Presencial	 Satisfeito	Disponibilizar produtos com qualidade para o cliente.

Depois					
Objetivo da ação	Ações do Cliente	Pontos de Contato	Estado Emocional	Oportunidades	
Avaliar o produto em redes sociais	Compartilha as suas experiências nas redes sociais	Internet	 Entusiasmado	Disponibilizar canais de avaliação online.	Avaliação
Troca de produto	Ir até à loja para realizar a troca do produto.	Pessoalmente	 Insatisfeito	Ter boa disponibilidade de um mix de produtos para o cliente.	Suporte, troca e devolução
Fidelização do cliente	Ir à eventos da loja	Presencial e whatsapp	 Satisfeito	Criar eventos e convidar potenciais clientes com referencia nas avaliações.	Lealdade e advocacia

## Proposta de Valor

### Persona do Negócio



## Tatiane

36 anos, Analista de Mercado

Baiana, extrovertida, mora com as amigas, adora sair e utiliza muito rede social.

#### Ganhos

Tendência

Novidades

Conforto

#### Desafios

Disponibilidade

Pouca qualidade

### Valores Percebidos pela Persona

Valor	Formas entrega
Disponibilidade e acesso	Contato fácil com a loja
Bem-estar	Atendimento personalizado
Exclusividade e personalização	Solicitação de produto conforme gosto e vontade do cliente.

## Entregas Essenciais

### Persona do Negócio



## Juliana

43 anos, Assistente Técnico

Casada, mãe, comunicativa, frequentadora de academia e toca por hobby.

#### Ganhos

Qualidade do produto

Satisfação

Alto estilo

#### Desafios

Produtos com baixa qualidade

Não atende a sua expectativa

Vestimento inadequado

### Valores Percebidos pela Persona

Valor	Formas entrega
Variedade	Disponibilidade do produto em várias cores.
Exclusividade e personalização	Atendimento domiciliar e personalizado.
Bem-estar	Conforto e elegância com estilo para o trabalho.

## Entregas Essenciais

## Entregas Essenciais

### Persona do Negócio



## Adjara

47 anos, Enfermeira

Casada, empresária juntamente com o marido, mãe de 2 filhos, dedicada ao lar, família e religiosa.

#### Ganhos

Variedade

Qualidade

Conforto

#### Desafios

Falta de disponibilidade do produto

Preço elevado

Roupas que não atendem ao seu gosto

### Valores Percebidos pela Persona

Valor	Formas entrega
Redução de esforço	Facilidade de recebimento do produto
Conexão	Bom relacionamento entre cliente e vendedoras.
Redução da ansiedade	Entrega rápida e atendimento personalizado e único.

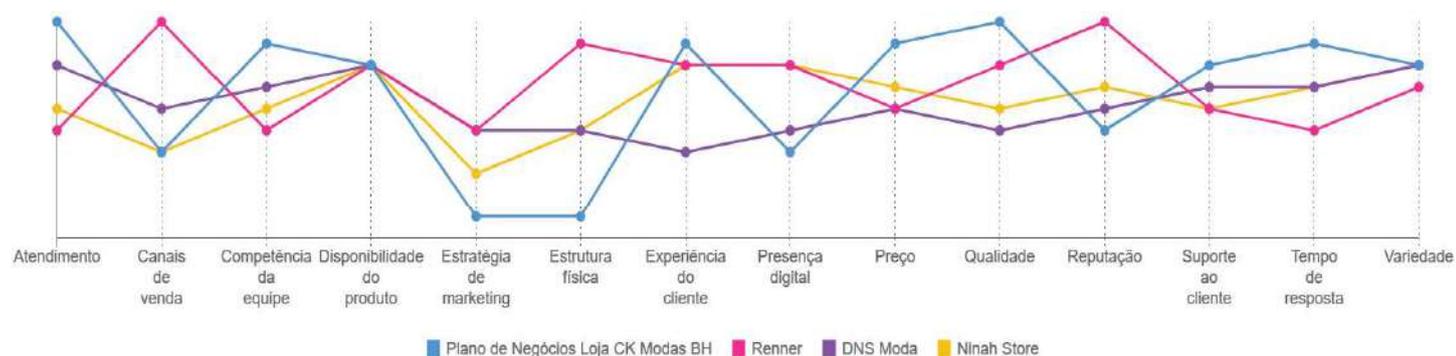
## Entregas Essenciais



## Análise de Concorrência

Atributos Avaliados	Plano de Negócios Loja CK Modas BH	Renner	DNS Moda	Ninah Store
Atendimento	10	5	8	6
Canais de venda	4	10	6	4
Competência da equipe	9	5	7	6
Disponibilidade do produto	8	8	8	8
Estratégia de marketing	1	5	5	3
Estrutura física	1	9	5	5
Experiência do cliente	9	8	4	8
Preço	9	6	6	7
Presença digital	4	8	5	8
Qualidade	10	8	5	6
Reputação	5	10	6	7
Suporte ao cliente	8	6	7	6
Tempo de resposta	9	5	7	7
Variedade	8	7	8	8
<b>Média Geral</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>6</b>

## Avaliação das Pontuações



## Altos e Baixos

Forças do negócio frente à concorrência

Atendimento, Competência da equipe, Disponibilidade do produto, Experiência do cliente, Preço, Qualidade, Reputação, Suporte ao cliente, Tempo de resposta e Variedade

Fraquezas do negócio frente à concorrência

Canais de venda, Estratégia de marketing, Estrutura física e Presença digital

## Destaque do Negócio

Atributo em que seu negócio mais se destaca

Atendimento e Qualidade

## Quadro de Experimentação



Realizar um evento irá promover melhor bem estar e confiança do cliente para com a loja, além de atrair mais clientes.

Status:	Nível de Incerteza:	Nível de Importância:	Tema da Hipótese:
Validado	Muito Alto	Baixo	Cliente

---

### Experimento

Como testar?

Promover uma tarde de encontro com os clientes, ao estilo brunch, onde eles possam compartilhar de suas experiências, bem como convidar amigos e familiares que pode ser clientes em potencial.

Com quem testar?



Tatiane

### Critérios de Validação

Estaremos certos se o número de clientes e vendas aumentar a curto e médio prazo.

Aprendizado

Nós aprendemos que encontros presenciais criam uma melhor conexão com o cliente



As redes sociais, principalmente o WhatsApp, são o melhor canal de comunicação com o cliente.

Status:	Nível de Incerteza:	Nível de Importância:	Tema da Hipótese:
Não testada	Muito Baixo	Muito Alto	Canais



O cliente confia na qualidade de nossos produtos e irá fazer compras recorrentes. Divulgar mais as promoções com assiduidade nas redes sociais.

Status:	Nível de Incerteza:	Nível de Importância:	Tema da Hipótese:
Não testada	Baixo	Alto	Proposta de valor

---

H3

Promoções mais estratégicas, com divulgação em redes sociais, com maior ganho de seguidores, promovendo fidelização das clientes.

Status:	Nível de Incerteza:	Nível de Importância:	Tema da Hipótese:
Não testada	Baixo	Alto	Proposta de valor

---

## Canais de Aquisição

### Avaliação de Canais

Canal de Aquisição	Atratividade	Alcance Esperado	Cliente	Relacionamento	Viabilidade	Média Geral
Publicidade em Redes Sociais	10	10	10	9	9	10
Plataformas Existentes	10	10	10	7	7	9
Marketing de Conteúdo	9	10	10	9	3	8
Programa de Afiliados	9	9	10	10	4	8
Blog	10	10	9	9	3	8
Eventos	10	6	5	9	5	7

### Canais de Tração

Publicidade em Redes Sociais, Plataformas Existentes, Marketing de Conteúdo

## Experimentos

Plataformas Existentes

Ticket Médio: R\$ 50,00

Custo de Aquisição de Cliente (CAC): R\$ 0,00

Como testar?

Expansão dos canais de venda através do site do Mercado Livre.

Com quem testar?



Tatiane

Período de teste

Início: 05/12/2023

Término: 09/12/2023

Investimento

R\$ 0,00

Clientes obtidos

4

Receita gerada

R\$ 200,00

Aprendizado

É necessário especificar muitos detalhes do produto, e demanda um tempo de preenchimento e inclusão de fotos no site. O retorno financeiro não é tão lucrativo, pois temos as despesas de custo e envio.

## 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 (%)
Brunch de divulgação da marca	3.200,00	100	60	53,33	0,60
<b>Consolidado</b>	<b>3.200,00</b>	<b>100</b>	<b>60</b>	<b>53,33</b>	<b>0,60</b>

Gatilhos de passagem

## Meio do Funil

Chegaram da etapa anterior: 60 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 (%)
Sorteio nas redes sociais		60	45		0.75
<b>Consolidado</b>		<b>60</b>	<b>45</b>		<b>0.75</b>

Gatilhos de passagem

## Fundo do Funil

Chegaram da etapa anterior: 45 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 (%)
Voucher de compras de 15%	450,00	45	20	22,50	0,44
<b>Consolidado</b>	<b>450,00</b>	<b>45</b>	<b>20</b>	<b>22,50</b>	<b>0,44</b>

Gatilhos de passagem

## Análise

Efetivaram/realizaram a compra:

20 pessoas

Custo Total de Aquisicao de Pessoas:

R\$ 182,50

Taxa Total de Conversão:

0,44 %

## Percentual de Pessoas que fizeram a Conversão



## Percentual de Pessoas que passaram pelas Etapas do Funil



## Investimento fixo

Descrição	Quant.	Valor unitário (R\$)	Valor total (R\$)	%
Arara de parede	4	420,00	1.680,00	9.10
Arara de pé	1	980,00	980,00	5.31
Aromatizador	3	120,00	360,00	1.95
Balas personalizadas	300	0,70	210,00	1.14
Bolsão para carregar	3	73,00	219,00	1.19
Bolsas para clientes	5	250,00	1.250,00	6.77
Cabides	720	3,50	2.520,00	13.65
Carrinho de carga	1	160,00	160,00	0.87
Espelho	3	630,00	1.890,00	10.24
Ferro a vapor	1	700,00	700,00	3.79
Máquina de cartão	2	299,90	599,80	3.25
Notebook	2	2.650,00	5.300,00	28.70
Papelaria	1	220,00	220,00	1.19
Pistola de tag	1	225,00	225,00	1.22
Pregadores	200	2,00	400,00	2.17
Provador	2	130,00	260,00	1.41
Puff	2	135,00	270,00	1.46
Sacola de carga	2	90,00	180,00	0.97
Sacolas personalizadas	100	3,90	390,00	2.11
Tapete	1	650,00	650,00	3.52
<b>Total</b>			<b>18.463,80</b>	<b>100.00</b>

## Investimento pré-operacional

Descrição	Valor total (R\$)	%
Carimbo, Sacolas, Adesivos e Personalizações	1.200,00	24.39
Contador	450,00	9.15
Documentos MEI	120,00	2.44
Reformas e obras	650,00	13.21
Treinamento da equipe	2.500,00	50.81
<b>Total</b>	<b>4.920,00</b>	<b>100.00</b>

## Estoque Inicial

Descrição	Quant.	Valor unitário (R\$)	Valor total (R\$)	%
Blazer	25	129,90	3.247,50	26,45
Calça Jeans	8	69,90	559,20	4,55
Calça Jeans Estilo	6	109,90	659,40	5,37
Calça Legg	4	69,90	279,60	2,28
Cintos	20	24,90	498,00	4,06
Colar	24	14,90	357,60	2,91
Cropped Alfaiataria	6	69,90	419,40	3,42
Cropped Tricôt	46	29,90	1.375,40	11,20
Óculos	12	9,90	118,80	0,97
Pulseiras	6	5,90	35,40	0,29
Short Jeans	16	49,90	798,40	6,50
Short Jeans Estilo	6	89,90	539,40	4,39
T-shirt	12	39,90	478,80	3,90
Top Triângulo	12	39,90	478,80	3,90
Vestido Amarração	12	49,90	598,80	4,88
Vestido canelado	26	45,90	1.193,40	9,72
Vestido Pitanga	8	79,90	639,20	5,21
<b>Total</b>			<b>12.277,10</b>	<b>100,00</b>

## Capital de Giro

### Prazos Médios de Recebimento

Prazo	Média ponderada (dias)	%
À vista	0	10.00
30 dias	9	30.00
60 dias	18	30.00
90 dias	27	30.00
<b>Total</b>	<b>54</b>	<b>100.00</b>

### Prazos Médios de Pagamento

Prazo	Média ponderada (dias)	%
À vista	0	100.00
<b>Total</b>	<b>0</b>	<b>100.00</b>

### Resultados

<b>Ciclo Financeiro</b>	<b>84 dias</b>
Prazo Médio de Estoque	30 dias
Prazo Médio de Recebimento	54 dias
Prazo Médio de Pagamento	0 dia

<b>Giro de Caixa Anual</b>	<b>4.29 dias</b>
----------------------------	------------------

<b>Necessidade de Capital de Giro</b>	<b>R\$ 24.372,99</b>
Desembolso Anual	R\$ 89.027,12
Reserva Financeira	R\$ 3.600,00

## Investimento Total

### Aplicação de Recursos

#### Fontes de Recursos

Descrição	Valor (R\$)	%
Karina Gomes Santiago Amorim	42.535,07	70.00 %
Ana Carolina Lacerda	18.229,31	30.00 %
<b>Total</b>	<b>60.764,38</b>	<b>100.00</b>

#### Total dos investimentos

Descrição	Valor (R\$)	%
Investimentos fixos	18.463,80	30.76
Investimentos pré-operacionais	4.920,00	8,20
Estoque inicial	12.277,10	20.45
Capital de giro	24.372,994	40.60
<b>Total</b>	<b>60.033,894</b>	<b>100.00</b>

#### Total das fontes de recursos

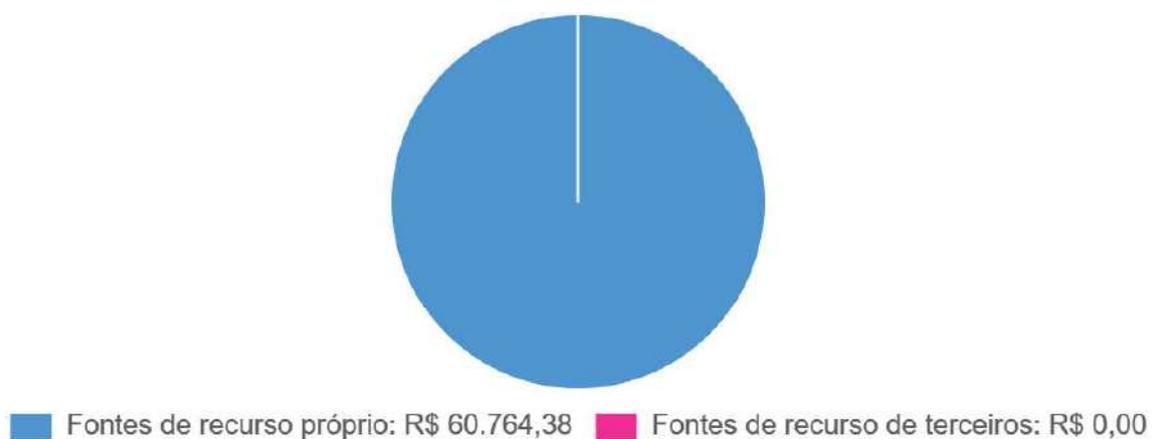
Descrição	Valor (R\$)	%
Fontes de recurso próprio	60.764,38	100.00
Fontes de recurso de terceiros	0,00	0,00
<b>Total</b>	<b>60.764,38</b>	<b>100.00</b>

## Gráficos

### Aplicação de Recursos



### Fontes de Recursos



## Produtos e Serviços

Descrição	Categoria	Preço de Venda (R\$)
Blazer	Revenda	239,90
Calça Jeans	Revenda	139,90
Calça Jeans Estilo	Revenda	219,90
Calça Legg	Revenda	139,90
CALÇA PRADA	Revenda	209,90
Cintos	Revenda	49,90
Colar	Revenda	29,90
Cropped Alfaiataria	Revenda	129,90
Cropped Tricot	Revenda	59,90
Óculos	Revenda	39,90
Pulseira	Revenda	14,90
Short Jeans	Revenda	99,90
Short Jeans Estilo	Revenda	189,90
T-shirt	Revenda	79,90
Top Triângulo	Revenda	89,90
Vestido Amarração	Revenda	119,90
Vestido Canelado	Revenda	119,90
Vestido Pitanga	Revenda	149,90

## Receita

Descrição	Categoria	Quant.	Preço de venda (R\$)	Valor total	%
Blazer	Produto de revenda	15	239,90	3.598,50	45.32
Calça Jeans	Produto de revenda	2	139,90	279,80	3.52
Calça Jeans Estilo	Produto de revenda	2	219,90	439,80	5.54
Calça Legg	Produto de revenda	1	139,90	139,90	1.76
CALÇA PRADA	Produto de revenda	3	209,90	629,70	7.93
Cintos	Produto de revenda	2	49,90	99,80	1.26
Colar	Produto de revenda	1	29,90	29,90	0.38
Cropped Alfaiataria	Produto de revenda	1	129,90	129,90	1.64
Cropped Tricot	Produto de revenda	1	59,90	59,90	0.75
Óculos	Produto de revenda	2	39,90	79,80	1.00
Pulseira	Produto de revenda	1	14,90	14,90	0.19
Short Jeans	Produto de revenda	1	99,90	99,90	1.26
Short Jeans Estilo	Produto de revenda	2	189,90	379,80	4.78
T-shirt	Produto de revenda	2	79,90	159,80	2.01
Top Triângulo	Produto de revenda	1	89,90	89,90	1.13
Vestido Amarração	Produto de revenda	1	119,90	119,90	1.51
Vestido Canelado	Produto de revenda	7	119,90	839,30	10.57
Vestido Pitanga	Produto de revenda	5	149,90	749,50	9.44
<b>Total</b>			<b>-</b>	<b>7.940,00</b>	<b>100.00</b>

## Projeção da Receita

Tipo de projeção: Inserir taxa de crescimento

Totais mensais

Taxa ao mês (%) para os 12 meses iniciais: 2%

Descrição	Valor (R\$)
Mês 1	7.940,00
Mês 2	8.098,80
Mês 3	8.260,776
Mês 4	8.425,992
Mês 5	8.594,511

Descrição	Valor (R\$)
Mês 6	8.766,402
Mês 7	8.941,73
Mês 8	9.120,564
Mês 9	9.302,975
Mês 10	9.489,035
Mês 11	9.678,816
Mês 12	9.872,392

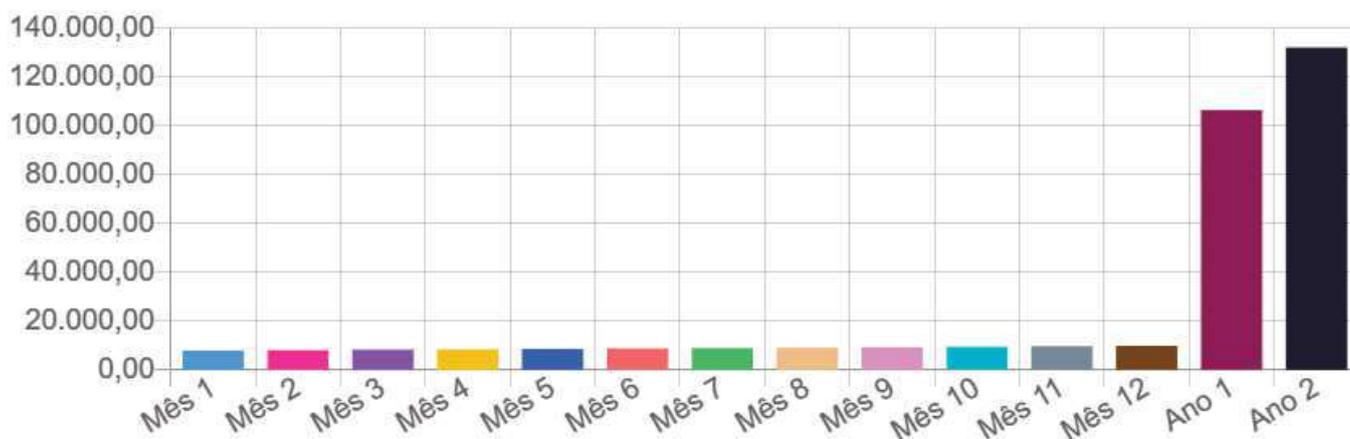
### Totais anuais

Taxa ao ano (%) a partir do 2º ano: 24%

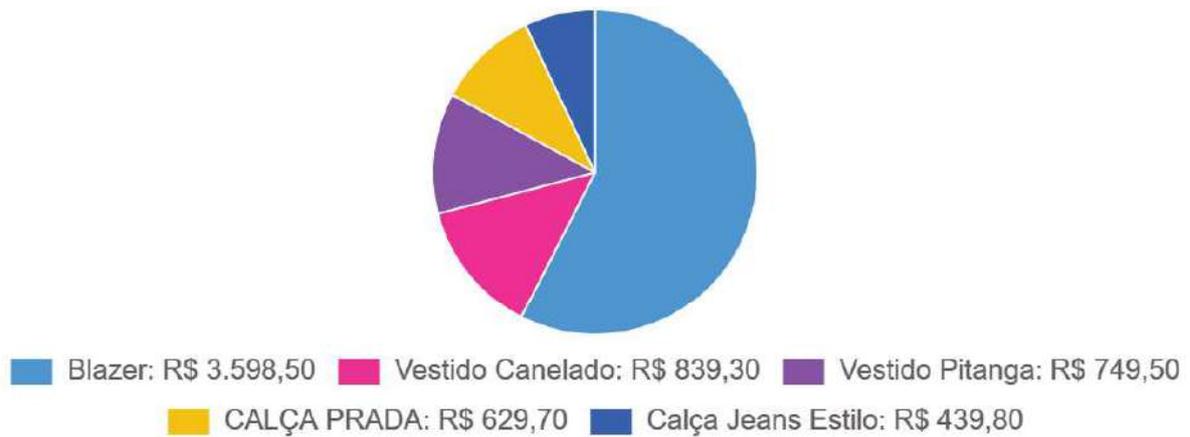
Descrição	Valor (R\$)
Primeiro Ano	106.491,992
Segundo Ano	132.050,07

### Gráficos

#### Evolução da receita



## Top 5 Geração de receita: Produtos e Serviços



## Receita de acordo com parcelamento



## Custos dos Produtos e Serviços

### Produtos de Revenda

Descrição	Valor de aquisição (R\$)	Preço de venda (R\$)
Blazer	129,90	239,90
Calça Jeans	69,90	139,90
Calça Jeans Estilo	109,90	219,90
Calça Legg	69,90	139,90
CALÇA PRADA	59,90	209,90
Cintos	24,90	49,90
Colar	14,90	29,90
Cropped Alfaiataria	69,90	129,90
Cropped Tricot	29,90	59,90
Óculos	9,90	39,90
Pulseira	5,90	14,90
Short Jeans	49,90	99,90
Short Jeans Estilo	89,90	189,90
T-shirt	39,90	79,90
Top Triângulo	39,90	89,90
Vestido Amarração	49,90	119,90
Vestido Canelado	45,90	119,90
Vestido Pitanga	45,90	149,90

## Custo dos Produtos, Mercadorias e Serviços Vendidos

Descrição	Custo un. (R\$)	Quant.	Custo total (R\$)	%
-----------	-----------------	--------	-------------------	---

### Projeção do Custo de Mercadoria Vendida

Tipo de projeção: Inserir taxa de crescimento

#### Totais mensais

Taxa ao mês (%) para os 12 meses iniciais: 0%

Descrição	Valor (R\$)
Mês 1	3.698,00
Mês 2	3.698,00
Mês 3	3.698,00
Mês 4	3.698,00
Mês 5	3.698,00
Mês 6	3.698,00
Mês 7	3.698,00
Mês 8	3.698,00
Mês 9	3.698,00
Mês 10	3.698,00
Mês 11	3.698,00
Mês 12	3.698,00

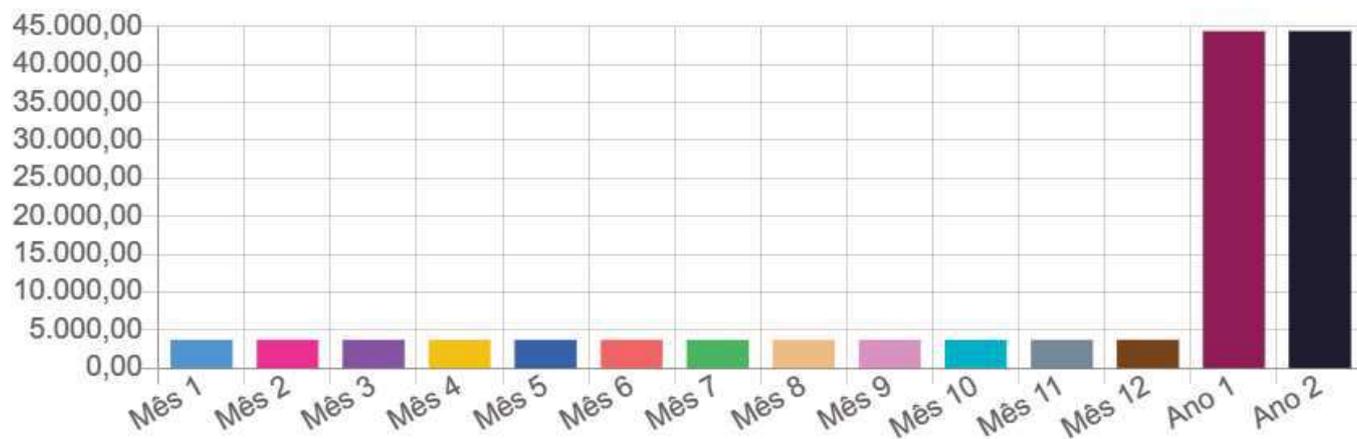
#### Totais anuais

Taxa ao ano (%) a partir do 2º ano: 0%

Descrição	Valor (R\$)
Primeiro Ano	44.376,00
Segundo Ano	44.376,00

#### Gráfico

## Evolução dos Custos dos Produtos, Mercadorias e Serviços Vendidos



## Custos Variáveis

Descrição	Receita (R\$)	Percentual (%)	Total (R\$)
Comissões	7.940,00	10.00	794,00
Previsão de inadimplência	7.940,00	5.00	397,00
Propaganda	7.940,00	3.00	238,20
Taxas de cartões	7.940,00	8.00	635,20
<b>Total</b>			<b>2.064,40</b>

## Projeção dos Custos Variáveis

Tipo de projeção: Inserir taxa de crescimento

Totais mensais

Taxa ao mês (%) para os 12 meses iniciais: 2%

Descrição	Valor (R\$)
Mês 1	2.064,40
Mês 2	2.105,688
Mês 3	2.147,802
Mês 4	2.190,758
Mês 5	2.234,573
Mês 6	2.279,265
Mês 7	2.324,85
Mês 8	2.371,347
Mês 9	2.418,774
Mês 10	2.467,149
Mês 11	2.516,492
Mês 12	2.566,822

Totais anuais

Taxa ao ano (%) a partir do 2º ano: 20%

Descrição	Valor (R\$)
Primeiro Ano	27.687,919
Segundo Ano	33.225,503



## Depreciação

Descrição	Vida útil	Val. residual (R\$)	Val. total (R\$)	Depreciação anual (R\$)	Depreciação mensal (R\$)
Arara de parede	10 anos	400,00	1.680,00	80,00	6,667
Arara de pé	10 anos	600,00	980,00	120,00	10,00
Aromatizador	5 anos		360,00	72,00	6,00
Balas personalizadas	5 anos		210,00	42,00	3,50
Bolsão para carregar	5 anos	2,19	219,00	43,362	3,613
Bolsas para clientes	5 anos	0,25	1.250,00	249,95	20,829
Cabides	10 anos	4,50	2.520,00	449,55	37,463
Carrinho de carga	10 anos	25,00	160,00	22,50	1,875
Espelho	10 anos	65,00	1.890,00	58,50	4,875
Ferro a vapor	10 anos	70,00	700,00	63,00	5,25
Máquina de cartão	5 anos		599,80	140,00	11,667
Notebook	5 anos	2.600,00	5.300,00	540,00	45,00
Papelaria	5 anos		220,00	44,00	3,667
Pistola de tag	5 anos		225,00	8,00	0,667
Pregadores	10 anos	0,01	400,00	39,999	3,333
Provador	10 anos	25,00	260,00	22,50	1,875
Puff	10 anos	10,00	270,00	9,00	0,75
Sacola de carga	5 anos		180,00	36,00	3,00
Sacolas personalizadas	5 anos		390,00	78,00	6,50
Tapete	10 anos	60,00	650,00	26,00	2,167
<b>Total</b>				<b>2.144,36</b>	<b>178,697</b>

## Custos com Pessoal

Cargo	Nº Emprega-dos	Salário Mensal (R\$)	Custo com Salários (R\$)	Encargo Social (%)	Custo com Encargos (R\$)	Benefícios (R\$)	Custo Total (R\$)
Sócia	1	500,00	500,00			130,00	630,00
Sócia 2	1	150,00	150,00			130,00	280,00
<b>Total</b>							<b>910,00</b>

## Custos Fixos

Descrição	Valor total	Porcentagem
Depreciação	178,70	12.64
Encargos sociais sobre salários		
Luz	120,00	8.49
Materiais de limpeza	35,00	2.48
Material de escritório	80,00	5.66
Salários e Benefícios	910,00	64.38
Tarifas de operadoras de cartão	40,00	2.83
Telefone e internet	49,90	3.53
<b>Total</b>	<b>1.413,60</b>	<b>100.00</b>

## Projeção dos Custos Fixos

Tipo de projeção: Projetar valores constantes

### Totais mensais

Descrição	Valor (R\$)
Mês 1	1.413,60
Mês 2	1.413,60
Mês 3	1.413,60
Mês 4	1.413,60
Mês 5	1.413,60
Mês 6	1.413,60
Mês 7	1.413,60
Mês 8	1.413,60
Mês 9	1.413,60
Mês 10	1.413,60
Mês 11	1.413,60
Mês 12	1.413,60

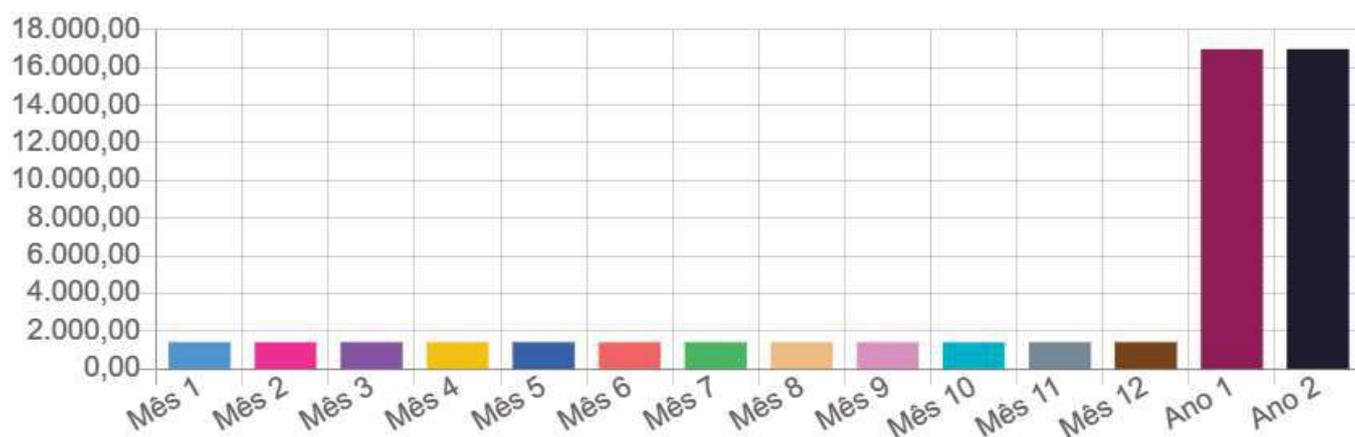
### Totais anuais

Descrição	Valor (R\$)
Primeiro Ano	16.963,20

Descrição	Valor (R\$)
Segundo Ano	16.963,20

## Gráficos

### Evolução dos Custos Fixos



### Top 5 Custos Fixos



## DRE

### 1. Receita Total

Descrição	Valor (R\$)	%
Vendas à Vista	794,00	10,00
Vendas à Prazo	7.146,00	90,00
<b>Total</b>	<b>7.940,00</b>	<b>100,00</b>

### 2. Custos Variáveis Totais

Descrição	Valor (R\$)	%
CPV - Custos dos Produtos de Vendidos	0,00	0,00
CMV - Custos das Mercadorias Vendidas	3.698,00	46,57
CSV - Custos dos Serviços Vendidos	0,00	0,00
Comissões	794,00	10,00
Taxas de cartões	635,20	8,00
Propaganda	238,20	3,00
Previsão de inadimplência	397,00	5,00
<b>Total</b>	<b>5.762,40</b>	<b>72,57</b>

### 3. Margem de Contribuição

	Valor (R\$)	%
<b>Total</b>	<b>2.177,60</b>	<b>27,43</b>

### 4. Custos Fixos Totais

Descrição	Valor (R\$)	%
Salários e Benefícios	910,00	11,46
Encargos sociais sobre salários	0,00	0,00
Luz	120,00	1,51
Telefone e internet	49,90	0,63
Depreciação	178,70	2,25
Tarifas de operadoras de cartão	40,00	0,50

Descrição	Valor (R\$)	%
Material de escritório	80,00	1.01
Materiais de limpeza	35,00	0.44
<b>Total</b>	<b>1.413,60</b>	<b>17.80</b>

## 5. Resultado Operacional

	Valor (R\$)	%
<b>Total</b>	<b>764,00</b>	<b>9.62</b>

### Projeção da DRE

Tipo de projeção: Projetar valores constantes

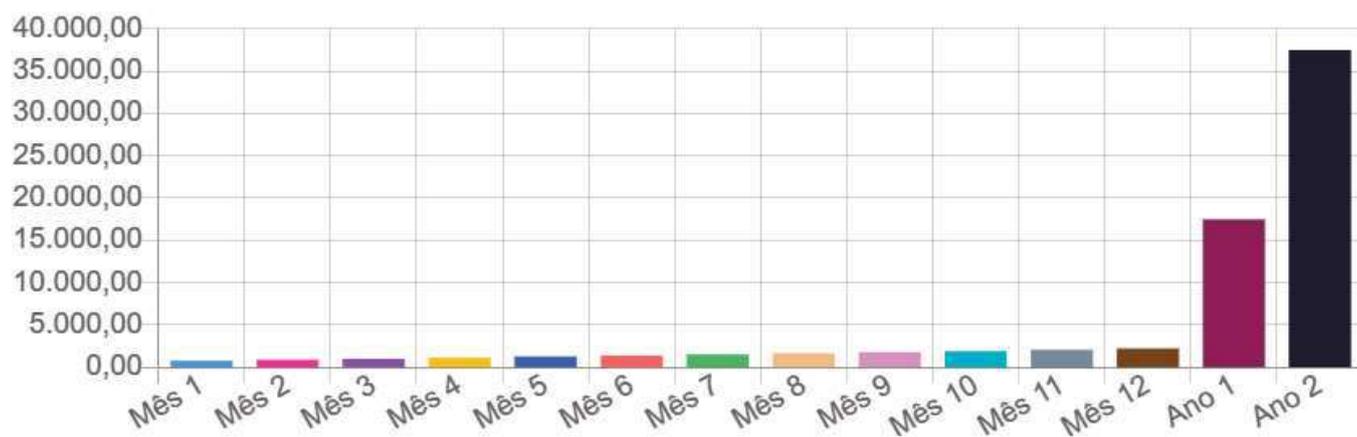
#### Totais mensais

Descrição	Valor (R\$)
Mês 1	764,00
Mês 2	881,512
Mês 3	1.001,374
Mês 4	1.123,634
Mês 5	1.248,338
Mês 6	1.375,537
Mês 7	1.505,28
Mês 8	1.637,617
Mês 9	1.772,602
Mês 10	1.910,286
Mês 11	2.050,723
Mês 12	2.193,97

#### Totais anuais

Descrição	Valor (R\$)
Primeiro Ano	17.464,873
Segundo Ano	37.485,367

Evolução dos Custos dos Produtos, Mercadorias e Serviços Vendidos



## Indicadores Financeiros

### Resumo Financeiro

Descrição	
Receita Anual	R\$ 106.491,99
Custos Variáveis	-R\$ 72.063,92
Margem de Contribuição	R\$ 34.428,07
Custos Fixos	-R\$ 16.963,20
Resultado	R\$ 17.465,00
Lucratividade Anual	16.40 %

### Outros Indicadores

Descrição	
Payback Simples	26 meses
Rentabilidade Anual	29.09 %

### Pontos de Equilíbrio

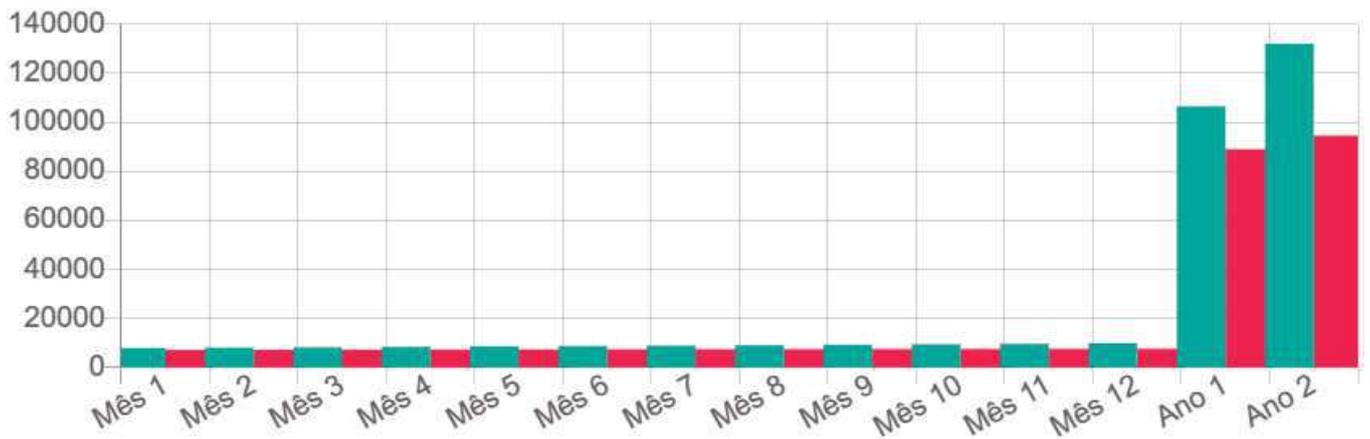
Lucro Desejado: R\$ 60.000,00

Descrição	
PE Contabil	R\$ 52.468,91
PE Financeiro	R\$ 45.836,19
PE Econômico	R\$ 238.055,06

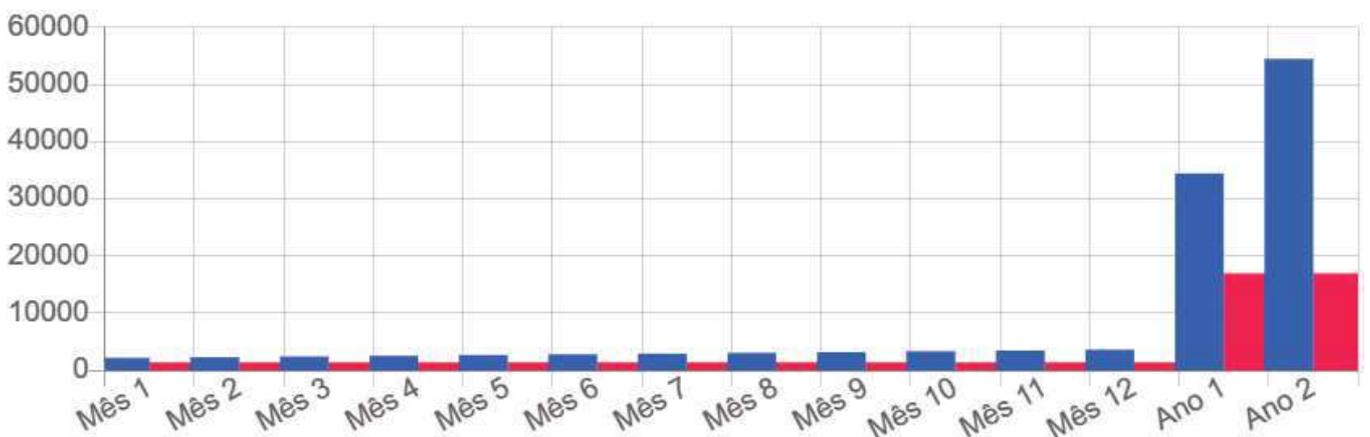
Indicador de Lucratividade



Receitas x Custos



Margem de Contribuição x Custos Fixos



## Simulador de Resultados

### Percentuais Aplicados

#### Cenário Otimista

Receita maior em: 5%

Custo menor em: 2%

Investimento menor em: 1,5%

#### Cenário Pessimista

Receita menor em: 3%

Custo maior em: 1%

Investimento maior em: 0,5%

### Resumo

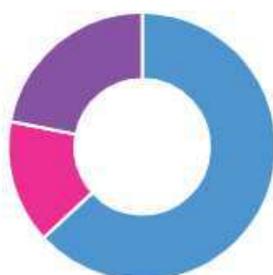
Descrição	Cenário Provável	Cenário Otimista	Cenário Pessimista
Receita Anual	R\$ 106.491,99	R\$ 111.816,59	R\$ 103.297,23
Custos Variáveis	-R\$ 72.063,92	-R\$ 70.622,64	-R\$ 72.784,56
Margem de Contribuição	R\$ 34.428,07	R\$ 41.193,95	R\$ 30.512,67
Custos Fixos	-R\$ 16.963,20	-R\$ 16.623,94	-R\$ 17.132,83
Resultado	R\$ 17.465,00	R\$ 24.570,01	R\$ 13.379,84

### Indicadores Financeiros

Descrição	Cenário Provável	Cenário Otimista	Cenário Pessimista
Lucratividade Anual	16,40 %	21,97 %	12,95 %
Payback Simples	26 meses	22 meses	27 meses
Rentabilidade Anual	29,09 %	41,55 %	22,18 %
PE Contábil	R\$ 52.468,91	R\$ 45.123,47	R\$ 58.000,72
PE Financeiro	R\$ 45.836,19	R\$ 39.302,89	R\$ 50.741,30
PE Econômico	R\$ 238.055,06	R\$ 207.985,49	R\$ 261.122,01

### Gráficos Cenário Otimista

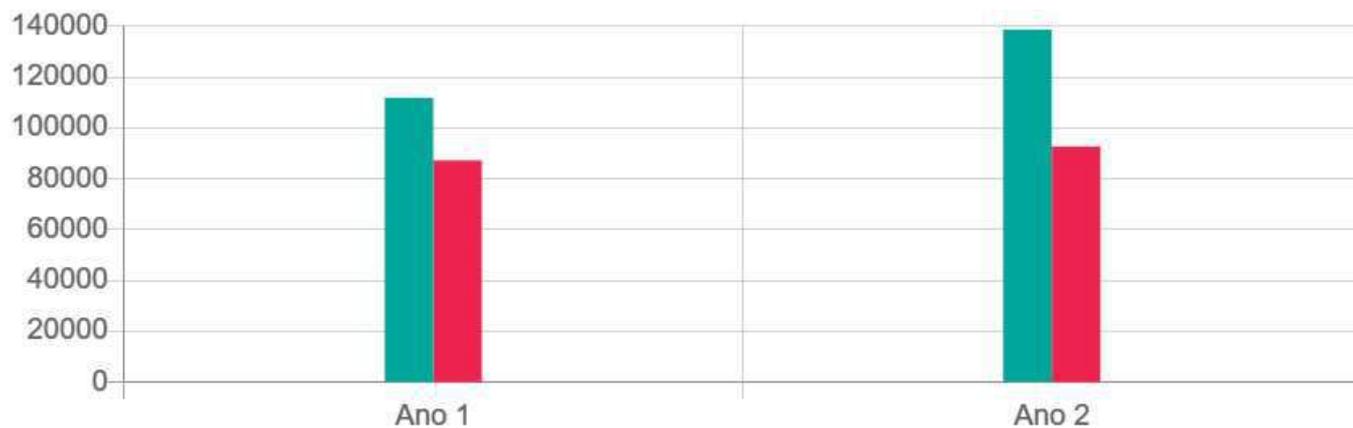
#### Avaliação das Pontuações



## Margem de Contribuição x Custos Fixos



## Receitas x Custos

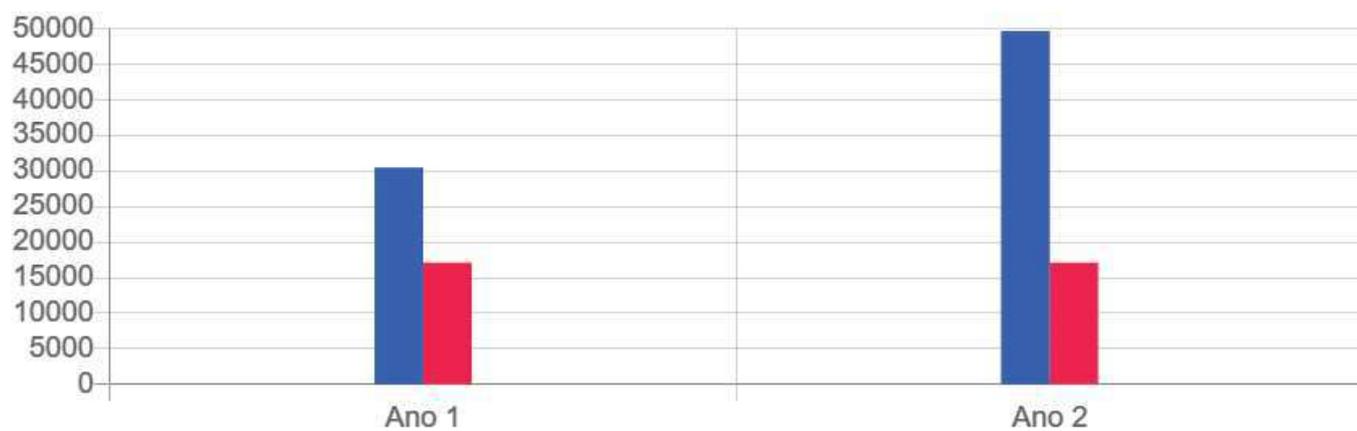


## Gráficos Cenário Pessimista

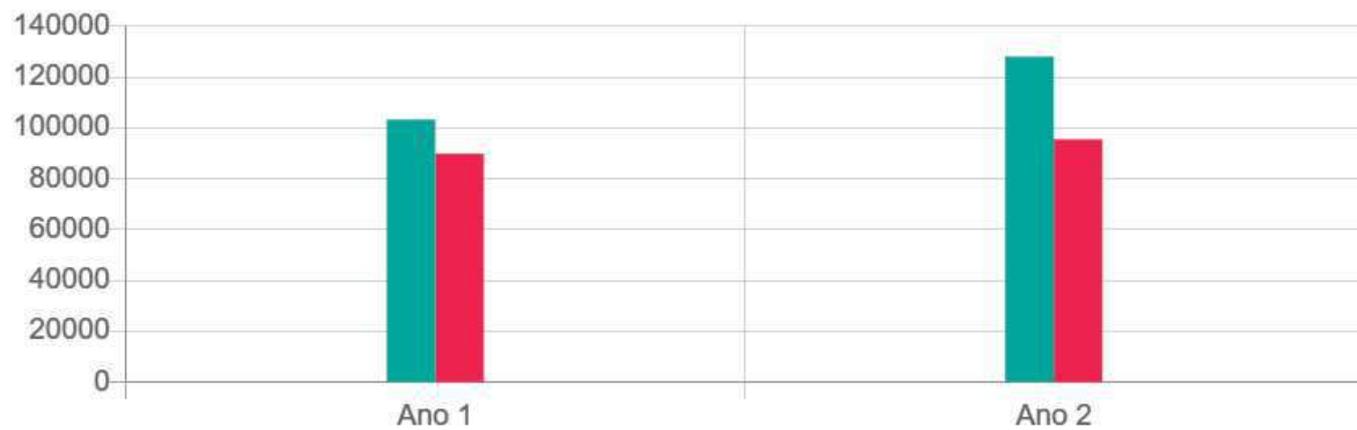
### Avaliação das Pontuações



## Margem de Contribuição x Custos Fixos



## Receitas x Custos





**Universidade Federal de Minas Gerais**  
**Faculdade de Ciências Econômicas**  
**Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração**  
**Curso de Especialização em Gestão Estratégica**

ATA DA DEFESA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO da Senhora **KARINA GOMES SANTIAGO AMORIM**, matrícula nº **2022660980**. No dia 08/08/2024 às 20:00 horas, reuniu-se em sala virtual, a Comissão Examinadora de Trabalho de Conclusão de Curso - TCC, indicada pela Coordenação do Curso de Especialização em Gestão Estratégica - CEGE, para julgar o Trabalho de Conclusão de Curso intitulado "**PLANO DE NEGÓCIOS DA LOJA CK MODAS BH**", requisito para a obtenção do Título de Especialista. Abrindo a sessão, a orientadora e Presidente da Comissão, Profa. Raquel Andrade Almeida Cunha, após dar conhecimento aos presentes do teor das Normas Regulamentares de apresentação do TCC, passou a palavra à aluna para apresentação de seu trabalho. Seguiu-se a arguição pelos examinadores, seguida das respostas da aluna. Logo após, a Comissão se reuniu sem a presença da aluna e do público, para avaliação do TCC, que foi considerado:

APROVADO

NÃO APROVADO

90 pontos ( noventa pontos ) trabalhos com nota maior ou igual a **60** serão considerados aprovados.

O resultado final foi comunicado publicamente à aluna pela orientadora e Presidente da Comissão. Nada mais havendo a tratar, a Senhora Presidente encerrou a reunião e lavrou a presente ATA, que será assinada por todos os membros participantes da Comissão Examinadora. Belo Horizonte, 08/08/2024.

Profa Raquel Andrade Almeida Cunha

(Orientadora - CAD/UFMG)

Profa. Dra. Marlusa de Sevilha Gosling  
(CAD/UFMG)

Documento assinado digitalmente

MARLUSA DE SEVILHA GOSLING

Data: 12/08/2024 12:52:37-0300

Verifique em <https://validar.iti.gov.br>



**Universidade Federal de Minas Gerais**  
**Faculdade de Ciências Econômicas**  
**Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração**  
**Curso de Especialização em Gestão Estratégica**

**MODIFICAÇÃO EM TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

Modificações exigidas no TCC da aluna **KARINA GOMES SANTIAGO AMORIM**, matrícula nº **2022660980**.

Modificações solicitadas:

- 1) Especificar que o plano de negócios refere-se a expansão.
- 2) explicar a metodologia do PNBX Sebrae, mostrando que é uma metodologia, criada para empresas de micro, pequeno e médio porte e envolve 14 etapas. \_\_\_\_\_
- 3) Introdução e conclusão identificar os principais gaps e os principais achados do plano de negócios  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

O prazo para entrega do TCC contemplando as alterações determinadas pela comissão é de no máximo 60 dias, sendo o orientador responsável pela correção final.

Documento assinado digitalmente  
**gov.br** RAQUEL ANDRADE DE ALMEIDA CUNHA  
Data: 18/08/2024 19:46:38-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Profa. Dra. Raquel Andrade Almeida Cunha  
(Orientadora)

Documento assinado digitalmente  
**gov.br** KARINA GOMES SANTIAGO AMORIM  
Data: 16/08/2024 05:55:54-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Assinatura da aluna: **KARINA GOMES SANTIAGO AMORIM**

Atesto que as alterações exigidas ( ) Foram cumpridas  
( ) Não foram cumpridas



**Universidade Federal de Minas Gerais**  
**Faculdade de Ciências Econômicas**  
**Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração**  
**Curso de Especialização em Gestão Estratégica**

Belo Horizonte, \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_

Professora Orientadora

\_\_\_\_\_  
Assinatura