

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL
CAMPUS DE CHAPADÃO DO SUL
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

PLANO DE NEGÓCIO: IF PRATAS

ISABELA FERNANDA DE JESUS

Chapadão do Sul – MS

2023

UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL
CAMPUS DE CHAPADÃO DO SUL
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

PLANO DE NEGÓCIO: IF PRATAS

ISABELA FERNANDA DE JESUS

Produto técnico – Plano de negócios, apresentado como requisito parcial à aprovação do TCC para obtenção do grau de Bacharela em Administração, pelo Curso de Graduação em Administração, Campus de Chapadão do Sul da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Rocío del Pilar López Cabana

Chapadão do Sul - MS

2023

CERTIFICADO DE APROVAÇÃO

AUTORA: Isabela Fernanda de Jesus

ORIENTADORA: Prof.^a Dr.^a Rocío del Pilar López Cabana

Aprovado pela Banca Examinadora como parte das exigências da disciplina de TCC, para obtenção do grau de Bacharela em Administração, pelo curso de Graduação em Administração da UFMS/CPCS.

Prof.^a Dr.^a Rocío del Pilar López Cabana

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul - UFMS

Prof.^a Dr.^a Susan Yuko Higashi

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul - UFMS

Prof. Dr. Wallace da Silva de Almeida

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul – UFMS

Agradecimentos

Agradeço primeiramente a Deus pela oportunidade desta formação e pela vida, também pela minha família por estar sempre presente me apoiando e incentivando.

A minha professora/orientadora por me auxiliar no processo de desenvolvimento deste trabalho de conclusão de Curso. E aos docentes da universidade que ao longo dos semestres, se dispuseram a ensinar e compartilhar seus conhecimentos e experiências.

E por fim, agradeço a entidade UFMS, pela oportunidade de tamanho conhecimento e desenvolvimento durante todo período da graduação.

“Se você criar um caso de amor com seus clientes, eles próprios farão a sua publicidade”.

(Kotler).

PLANO DE NOGOCIO: IF PRATAS

Resumo

O presente estudo tem como objetivo a elaboração de um plano de negócios para a abertura de uma loja de acessórios na cidade de Chapadão do Sul- MS. O plano de negócios é um documento importante a ser realizado antes de abrir um negócio, pois por meio dele é possível obter informação detalhada sobre o ramo, os produtos, serviços, clientes, concorrentes, fornecedores, custos, infraestrutura, operações, entre outros processos prioritários para seu bom funcionamento, possibilitando verificar se o empreendimento é viável ou não. Para atingir o objetivo proposto foi realizada uma pesquisa de dados secundários e uma pesquisa quantitativa para identificar o perfil dos clientes potenciais. Desta forma, foi realizada uma pesquisa de mercado, que além de identificar o perfil dos clientes possibilitou ter conhecimento sobre os concorrentes e os fornecedores, logo foi elaborado o plano de marketing, o plano operacional, o plano financeiro, na sequência foram construídos possíveis cenários, otimista e pessimista, com as correspondentes sugestões estratégicas, e finalmente foi realizada uma avaliação estratégica do empreendimento. Desta forma, após todo este estudo, foi possível afirmar a viabilidade da loja de acessórios “IF Pratas”, na cidade de Chapadão do Sul.

Palavras-chave: Plano de negócio; Loja de acessórios; Chapadão do Sul.

BUSINESS PLAN: IF PRATAS

ABSTRACT

The present study has as objective the elaboration of a business plan for the opening of an accessories store in the city of Chapadão do Sul-MS. The business plan is an important document to be drawn up before opening a business, as through it is possible to obtain detailed information about the branch, products, services, customers, competitors, suppliers, costs, infrastructure, operations, among other processes priorities for its proper functioning, making it possible to verify whether the enterprise is viable or not. To achieve the proposed objective, a secondary data survey and a quantitative survey were carried out to identify the profile of potential customers. In this way, a market research was carried out, which, in addition to identifying the profile of the customers, made it possible to have knowledge about competitors and suppliers, then the marketing plan, the operational plan, the financial plan were elaborated, in the sequence possible scenarios were built , optimistic and pessimistic, with the corresponding strategic suggestions, and finally a strategic evaluation of the enterprise was carried out. In this way, after all this study, it was possible to affirm the viability of the accessories store “IF Pratas”, in the city of Chapadão do Sul.

Keywords: Business plan; Accessories store; Chapadão do Sul.

Lista de Figuras

Figura 1 – Colar, anel e brinco.....	28
Figura 2 - Berloques.....	28
Figura 3 - Tornozeleira.....	28
Figura 4 – Choker, corrente, anéis, bracelete, pulseira.....	28
Figura 5 – Choker riviera.....	29
Figura 6 - Conjunto colar e brinco.....	29
Figura 7 – Bolsa Clutch.....	29
Figura 8 – Semijoias, colar, brincos, pingente.....	29
Figura 9 – Perfil do Instagram.....	31
Figura 10 –Post para Instagram, facebook e whatsapp.....	31
Figura 11 – Post referente novidades para Instagram, facebook e WhatsApp.....	31
Figura 12 –Perfil facebook.....	31
Figura 13 – Arte para panfletagem.....	32
Figura 14 –Arte para panfletagem.....	32
Figura 15 – Fachada fictícia para loja.....	32
Figura 16 – Post para sorteio.....	33
Figura 17 – Post para Dia do Cliente.....	34
Figura 18 – Planta Baixa.....	33
Figura 19 – Imagem lateral direita para esquerda.....	35
Figura 20 – Imagem frontal ambiente.....	35
Figura 21 – Imagem lateral esquerda.....	35
Figura 22 – Imagem superfície.....	35
Figura 23 – Imagem fundo para frente.....	35
Figura 24 – Custos om mão de obra.....	44

Lista de gráficos

Gráfico 1 – Sexo.....	16
Gráfico 2 - Idade.....	17
Gráfico 3 – Renda Mensal.....	17
Gráfico 4 - Você usa acessórios (prata, semijoias, bijuterias)?	18
Gráfico 5 – Qual loja de acessórios você costuma frequentar em Chapadão do Sul?	18
Gráfico 6 – Em Chapadão do Sul-MS, falta uma loja com opções de acessórios?	1
Gráfico 7 – Com que frequência você compra acessórios?	19
Gráfico 8 – Por que você não compra acessórios?	20
Gráfico 9 – Você usa mais prata, semijoia, bijuteria?	20
Gráfico 10 – O que você busca ao comprar um acessório?	21
Gráfico 11 – Quando você procura uma loja de acessórios?	21
Gráfico 12 – Quanto costuma gastar na compra de acessórios?	22
Gráfico 13 - Qual a rede social ou mídia mais utilizada por você?	22

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
2	MATERIAIS E MÉTODOS:	13
3	PRODUTO TÉCNICO: PLANO DE NEGÓCIOS.....	14
3.1	SUMÁRIO EXECUTIVO	14
3.2	ANÁLISE DE MERCADO	16
3.2.1	Estudo dos Clientes.....	16
3.2.2	Estudos dos concorrentes	22
3.2.3	Estudo dos Fornecedores	24
3.3	PLANO DE MARKETING.....	27
3.3.1	Descrição dos principais produtos e serviços	27
3.3.2	Preço	28
3.3.3	Estratégias Promocionais	29
3.3.4	Estrutura de comercialização	32
3.3.5	Localização do negócio	32
3.4	PLANO OPERACIONAL.....	33
3.4.1	Layout ou arranjo físico.....	33
3.4.2	Capacidade produtiva/ comercial/serviços.....	35
3.4.3	Processos operacionais	35
3.4.4	Necessidade de pessoal	35
3.5	PLANO FINANCEIRO.....	36
3.5.1	Estimativa dos investimentos fixos.....	36
3.5.2	Capital de giro.....	37
3.5.3	Investimentos pré-operacionais.....	39
3.5.4	Investimento total	39
3.5.5	Estimativa do faturamento mensal	40
3.5.6	Estimativa dos custos de comercialização	41
3.5.7	Apuração do custo dos materiais diretos e/ou mercadorias vendidas	42
3.5.8	Estimativa dos custos com mão de obra	43
3.5.9	Estimativa do custo com depreciação	44
3.5.10	Estimativa dos custos fixos operacionais mensais	44
3.5.11	Demonstrativo de resultados	45
3.5.12	Indicadores de viabilidade	46

3.5.12.1	Ponto de Equilíbrio - PE	46
3.5.12.2	Lucratividade	47
3.5.12.3	Rentabilidade	47
3.5.12.4	Prazo de Retorno do Investimento	48
3.6	CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS	49
3.7	AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA	51
3.7.13	Análise da Matriz Swot	51
3.8	AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO	52
4	CONSIDERAÇÕES FINAIS	53
	REFERÊNCIAS.....	55

1 INTRODUÇÃO

Historicamente, as joias, semijoias e bijuterias estiveram presentes no cotidiano das mulheres de forma contínua, de tal modo, na atualidade elas contribuem para compor um estilo próprio. É preciso saber que, o setor de semijoias e bijuterias apresenta diversas oportunidades para empreender, outorgando diversos benefícios, possuindo variados campos de atuação e numerosas ferramentas que viabilizam o desenvolvimento de negócios promissores (SEBRAE, 2023a).

Segundo os dados do Instituto Brasileiro de Gemas e Metais Preciosos (IBGM, apud FRANÇA, 2022) no ano de 2021, o mercado brasileiro de joias teve alta de 20% na receita, faturando um total de US\$ 4,5 bilhões. Assim, tendo em consideração o crescimento do mercado de joias no Brasil, a alta no faturamento nesse setor e a aparente escassez desse mercado no município de Chapadão do Sul – MS, foi identificada como uma ótima oportunidade de negócios montar uma loja de acessórios, joias em prata, semijoias e bijuterias para atender ao público Sul-Chapadense e da região.

Para avaliar esta oportunidade de negócio, ou seja, pesquisar, estudar e analisar as chances de sucesso do empreendimento é importante realizar um plano de negócio. O plano de negócios é uma ferramenta essencial para traçar um retrato do mercado, do produto, dos recursos, dos processos, das operações necessárias e das atitudes do empreendedor. É por meio dele que é possível ter informações detalhadas do ramo, produtos e serviços, operações, custos, clientes, concorrentes, fornecedores e, principalmente, dos pontos fortes e fracos do negócio, contribuindo para a identificação da viabilidade da ideia de negócio e da gestão da empresa. Vale destacar que esse planejamento não elimina os riscos, mas evita que erros sejam cometidos pela falta de análise, diminuindo as incertezas do negócio (SEBRAE, 2023b).

Assim sendo, este trabalho tem como objetivo apresentar uma proposta de plano de negócios de uma loja física para a empresa “IF Pratas”, na cidade de Chapadão do Sul, que oferecerá acessórios, joias em prata, semijoias e bijuterias, buscando verificar a viabilidade da empresa.

2 MATERIAIS E MÉTODOS:

O presente estudo foi realizado tendo como base bibliográfica o livro “Como Elaborar um Plano de Negócios” elaborado pelo Sebrae, (2014).

Ainda, foi realizada uma pesquisa de dados secundários para identificar alguns dados relevantes do setor do empreendimento, além de outras informações como: impostos, custos das mercadorias e dados sobre os concorrentes.

Por sua vez, na pesquisa de mercado foi realizado um questionário com questões fechadas e uma questão aberta, por meio da ferramenta de formulários (*google forms*) disponibilizado na plataforma Google Suite, com o intuito de identificar o perfil dos possíveis clientes. O mesmo foi divulgado por meio dos aplicativos: Whatsapp e Instagram, com um total de 100 respondentes foi possível identificar, idade, sexo, média salarial, preferencias das pessoas por prata ou semijoias/bijuterias, a rede social mais utilizada por eles(as), a média de gastos com estes produtos, assim como algumas necessidades e também possíveis concorrentes no município e fora dele.

Por outro lado, todo o *layout* desenhado para empresa foi elaborado tendo como ferramenta de design gráfico a plataforma Canva, na qual foi possível elaborar as artes conforme a paleta de cores escolhida e diferentes modelos de *posts*. Já a planta da loja foi elaborada por meio do aplicativo *Room Planner*.

3 PRODUTO TÉCNICO: PLANO DE NEGÓCIOS

3.1 SUMÁRIO EXECUTIVO

- **Segmento empresarial:** A IF Pratas é uma loja no segmento de acessórios terá como produtos principais: joias em prata, semijoias, bijuterias e acessórios. A empresa será fundada por Isabela Fernanda de Jesus. O empreendimento ficará localizado na Avenida Rio Grande do Sul – Bairro Flamboyant – Chapadão do Sul, MS.
- **Abrangência de atuação:** A loja IF Pratas atenderá na cidade de Chapadão do Sul – MS, podendo atender também moradores e clientes de outras cidades, como Costa Rica, Chapadão do Céu, Paraíso das Águas e Cassilândia.
- **Produtos e serviços:** A loja oferecerá uma variedade acessórios terá como produtos principais: joias em prata, semijoias e bijuterias para atender todos os gostos, trazendo também peças da moda. Terá um ambiente aconchegante e bom atendimento aos clientes. A IF Pratas oferecerá serviço de limpeza e garantia nas peças de prata 925.
- **Dados do empreendimento:**
Nome da Empresa: IF Pratas.
CNPJ: 05.210.501/0001-01 (fictício)
- **Dados da empreendedora, experiência profissional e atribuições:**
Dados da empreendedora: Isabela Fernanda de Jesus, 21 anos.
Experiência profissional: Um ano de estágio no Banco do Brasil; Dois anos e seis meses de estágio no RH da prefeitura de Chapadão do Sul; Um ano e três meses trabalhando como projetista na Produza e; colaboradora, na função de operadora de caixa, no Sicoob.
Atribuições no empreendimento: Proprietária – Gerente geral
- **Missão da empresa:** Oferecer uma variedade de acessórios de qualidade, em um espaço aconchegante e com atendimento diferenciado, tentando sempre surpreender as expectativas dos nossos clientes.
- **Visão:** Ser uma loja de acessórios de referência na cidade e na região por oferecer produtos variados, com preço acessível e peças da moda.

- **Valores:** Os valores são os princípios que orientam a empresa. Assim, em busca da melhoria e desenvolvimento contínuo, a loja IF Pratas definiu dois valores, que julga importantes na sua cultura organizacional, sendo eles:
 - **Qualidade:** Prestar serviços que atendam às necessidades e expectativas dos clientes.
 - **Excelência de atendimento:** excelência no atendimento ao cliente.
- **Organização jurídica:**

Razão Social: IF&PRATAS

Nome Fantasia: IF Pratas

ME: Empresa individual de responsabilidade LTDA

Regime tributário: Simples nacional

Proprietário (a): Isabela Fernanda de Jesus.
- **Indicadores financeiros**

Lucratividade: 16% ao ano.

Rentabilidade: 109% ao ano.

Prazo de retorno do investimento: 10 meses.
- **Capital Social:**

Tabela 1: Capital social

Proprietário	Valor (R\$)	% de Participação
Isabela	R\$ 33.729,00	100%
Total	R\$ 33.729,00	100%

Fonte: Elaborado pela autora

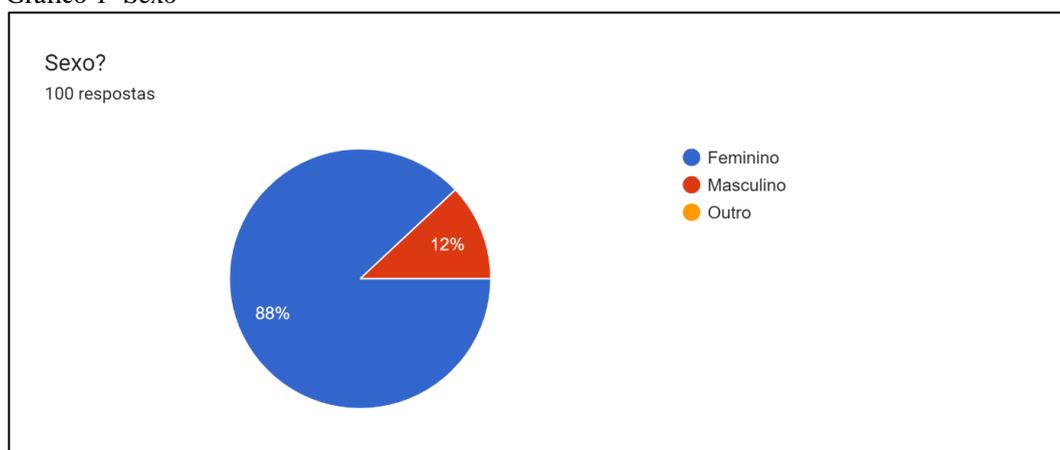
3.2 ANÁLISE DE MERCADO

3.2.1 Estudo dos Clientes

Foi aplicado um questionário para a coleta os dados, o mesmo possui 10 questões que foram respondidas por 100 participantes, na Cidade de Chapadão do Sul-MS, onde foi possível identificar algumas informações relevantes sobre o perfil dos clientes potenciais:

Como se pode observar no Gráfico 1, a maioria dos respondentes foi do sexo feminino, sendo 88% mulheres e 12% homens.

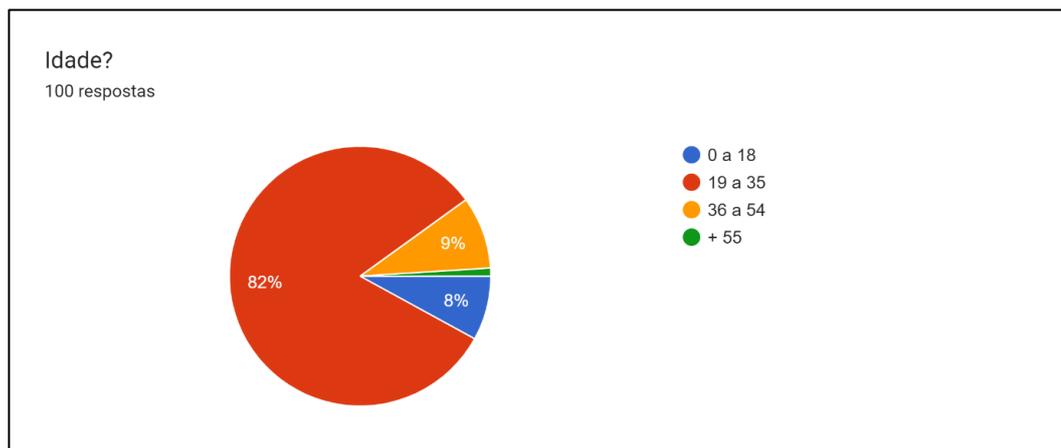
Gráfico 1- Sexo



Fonte: Elaborado pela autora

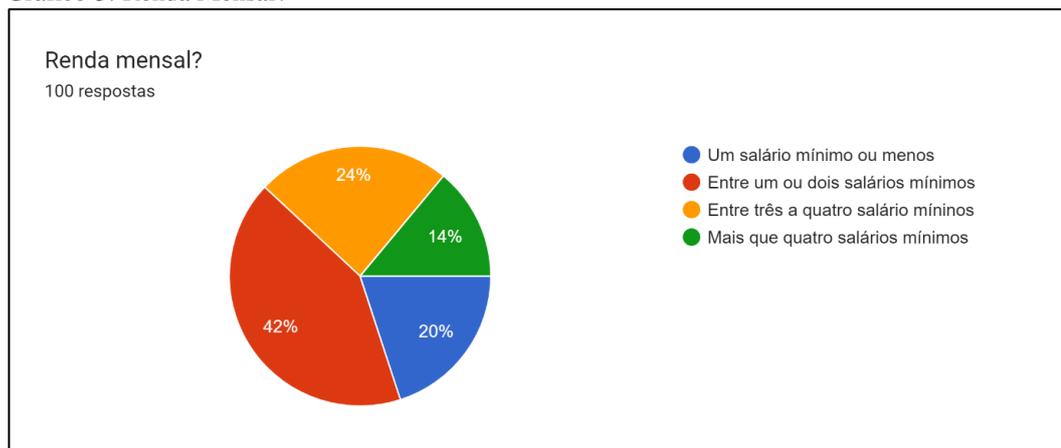
No Gráfico 2 é possível notar que a maior parte dos entrevistados possuem entre 19 a 35 anos, com um percentual de 82%, já a idade entre 36 a 54 anos representou 9%, maiores de 55 anos 1%, e a faixa de 0 a 18 anos representou 8%. Observa-se assim que o público potencial é jovem.

Gráfico 2: Idade?



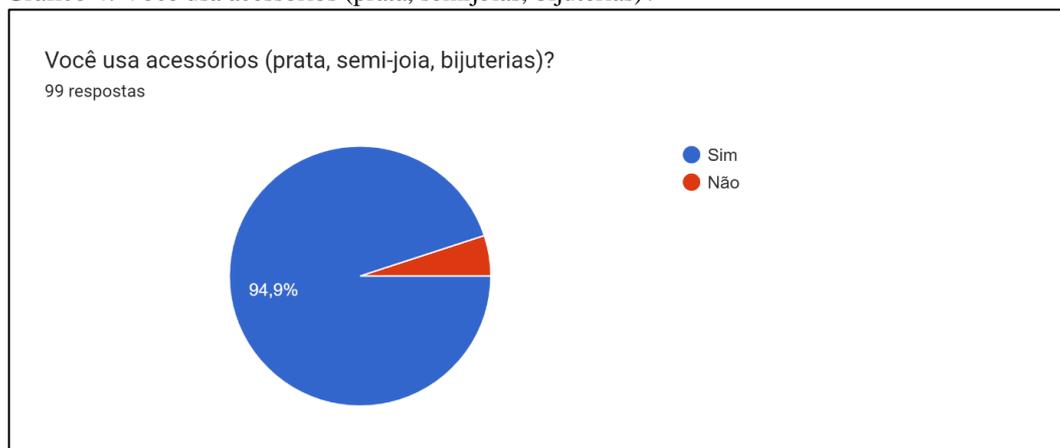
No Gráfico 3 é possível identificar que os respondentes possuem pequenas oscilações na diferenciação da renda, sendo que uma porcentagem maior, 42%, possui a variação de renda entre um ou dois salários-mínimos; 24% têm uma renda entre três e quatro salários-mínimos; 20% apresenta uma renda de um salário-mínimo ou menos e; por fim 14% têm uma renda maior que quatro salários-mínimos.

Gráfico 3: Renda Mensal?



Observa-se no gráfico 4 que, 94,9% das pessoas que responderam o questionário usa acessórios, seja em prata, semijoia ou bijuterias. Apenas 5,1% não utilizam acessórios dessas categorias.

Gráfico 4: Você usa acessórios (prata, semi-joias, bijuterias)?



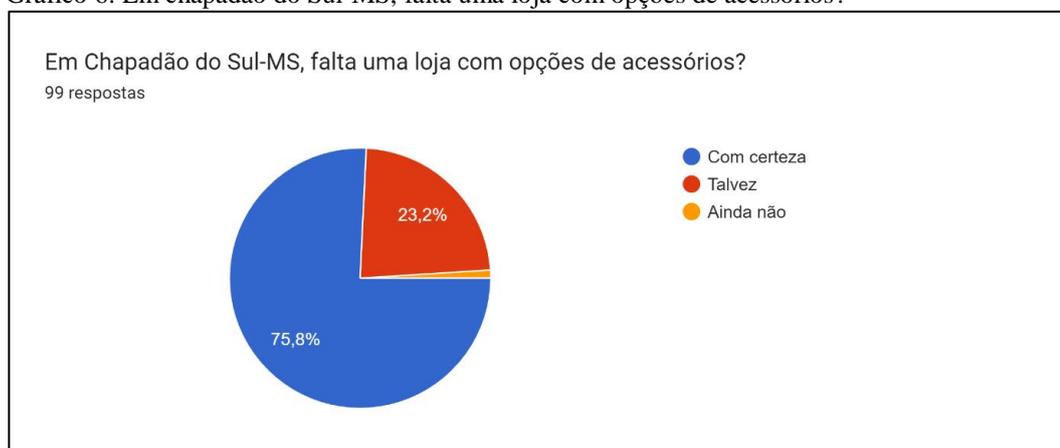
Fonte: Elaborado pela autora

Questão 5: Qual a loja de acessórios que você costuma frequentar em Chapadão do Sul?

Foi possível identificar que no município de Chapadão do Sul, grande parte das pessoas, que responderam o questionário, não compram em loja nenhuma, procurando comprar apenas pela internet, mas uma parte dos respondentes compram nas lojas do município, sendo elas Fique Bella, Doce Amarelo, Relojoaria Imperial e com Lucia Helena.

Ainda, conclui-se, pelo Gráfico 6, que grande parte, (75,8% dos respondentes), concorda que falta uma loja de acessórios na cidade de Chapadão do Sul, 23,2% ainda está em dúvida e uma minoria concorda que ainda não é necessário (1%).

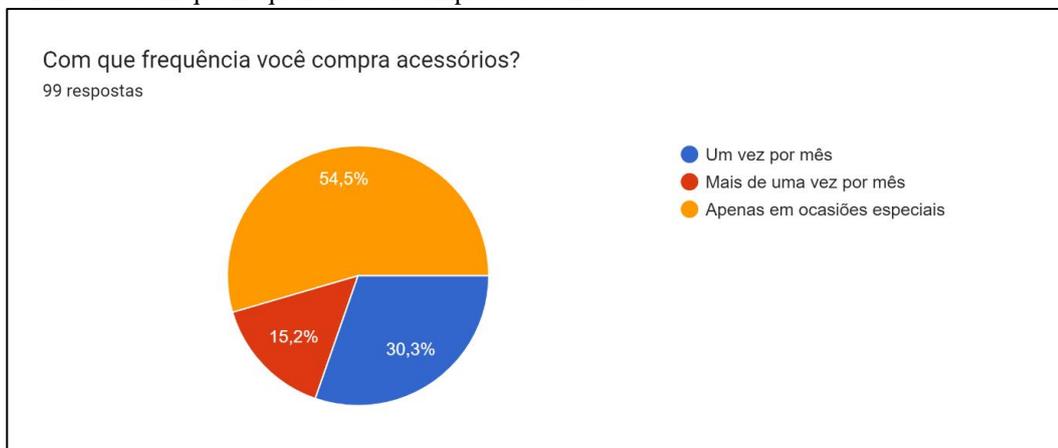
Gráfico 6: Em chapadão do Sul-MS, falta uma loja com opções de acessórios?



Fonte: Elaborado pela autora

Pelo Gráfico 7 é possível notar que mais da metade dos respondentes (54,5%) compram acessórios apenas em ocasiões especiais, 30,3% compram uma vez por mês, e 15,2% compra mais de uma vez por mês.

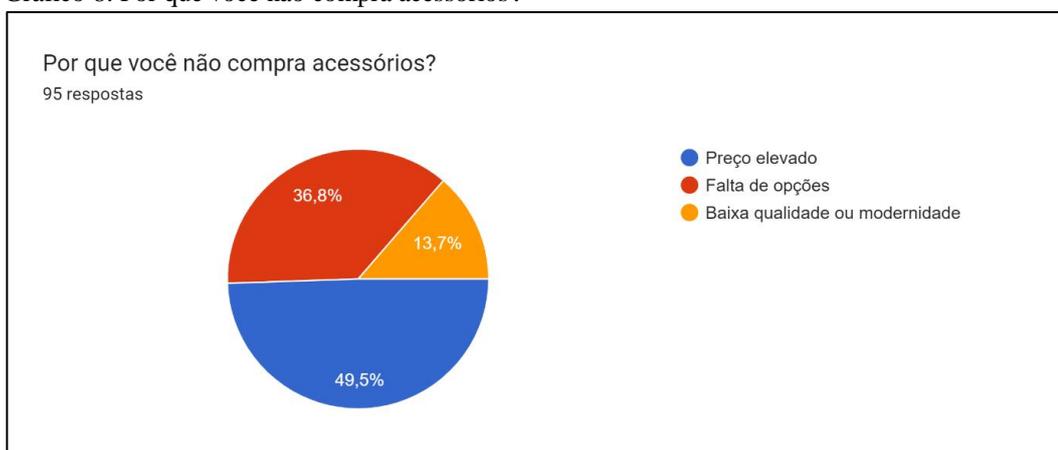
Gráfico 7: Com que frequência você compra acessórios?



Fonte: Elaborado pela autora

O Gráfico 8 aponta que 49,5% das pessoas participantes da pesquisa não compram acessórios por terem preço elevado, 36,8% pela falta de opções no mercado do município e 13,7% não adquire acessórios por não terem boa qualidade ou estar na moda.

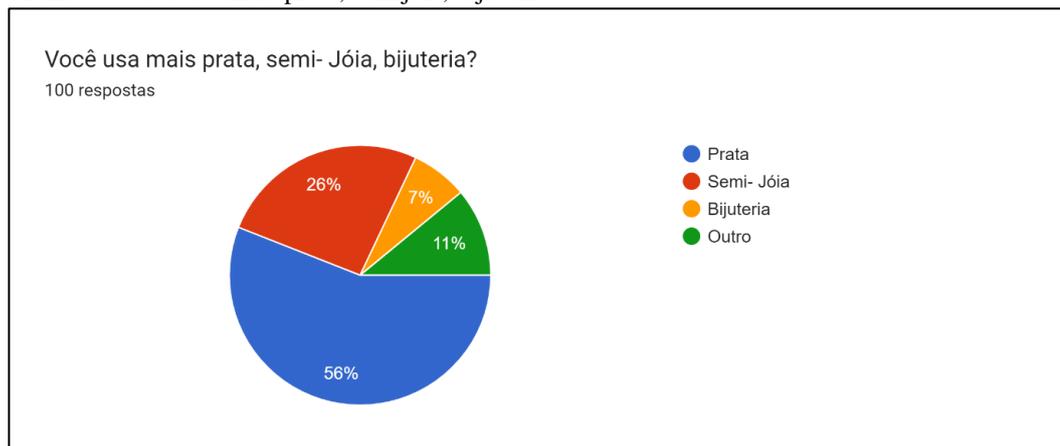
Gráfico 8: Por que você não compra acessórios?



Fonte: Elaborado pela autora

No gráfico 9 pode-se identificar que, a maior parte das pessoas (56%) que responderam ao questionário usam peças em prata, já as semijoias são utilizadas por 26%, 11% dos respondentes usam outras peças, como ouro e/ou outro, e apenas 7% usam bijuterias.

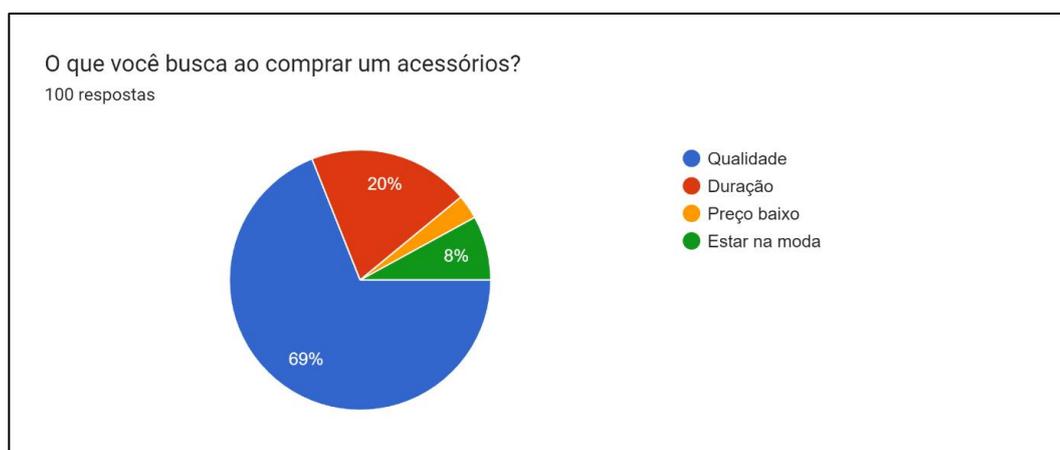
Gráfico 9: Você usa mais prata, semi-joia, bijuteria?



Fonte: Elaborado pela autora

No Gráfico 10 é possível entender a necessidade das pessoas ao comprar um acessório, 69% delas procura qualidade na compra das peças, 20% espera ter boa duração, 8% deseja estar na moda ao adquirir um acessório e apenas uma minoria de 3% procura preço baixo.

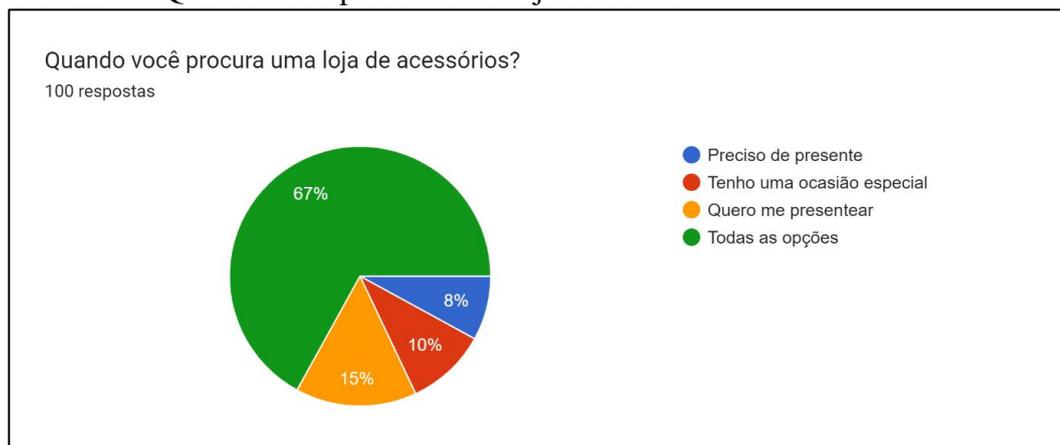
Gráfico 10: O que você busca ao comprar um acessório?



Fonte: Elaborado pela autora

Ao observar o gráfico 11, identificamos que 8% das pessoas só procuram uma loja de acessórios quando precisam de presentes, já 10% buscam as lojas quando tem alguma ocasião especial, 15% quando quer se presentear e 67% dos respondentes buscam as lojas de acessórios quando passam por todas as situações.

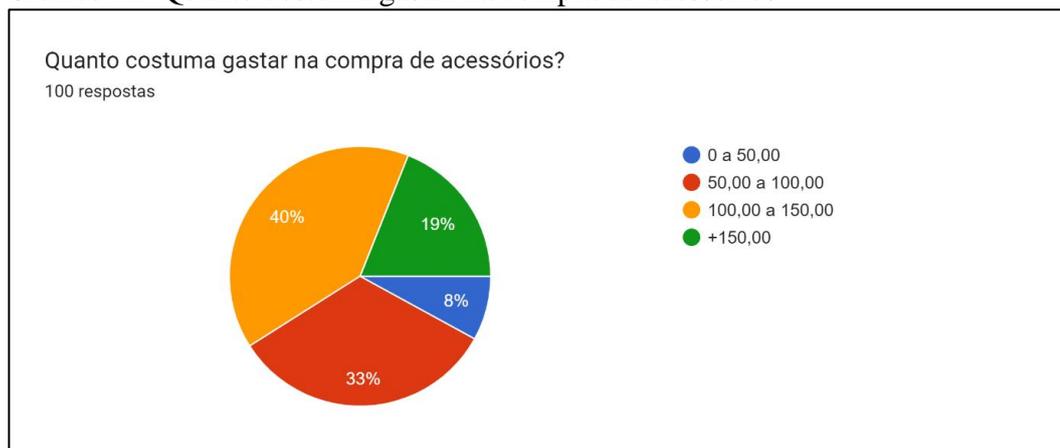
Gráfico 11: Quando você procura uma loja de acessórios?



Fonte: Elaborado pela autora

No gráfico 12 é possível identificar que o valor da compra gasto pela maioria das pessoas (40%) é entre R\$ 100,00 a R\$ 150,00 e que 19% gastam mais que R\$ 150,00 em suas compras, 8% apenas costuma gastar até R\$ 50,00 e 33% ao realizarem compras de acessórios gastam entre R\$ 50,00 a R\$ 100,00.

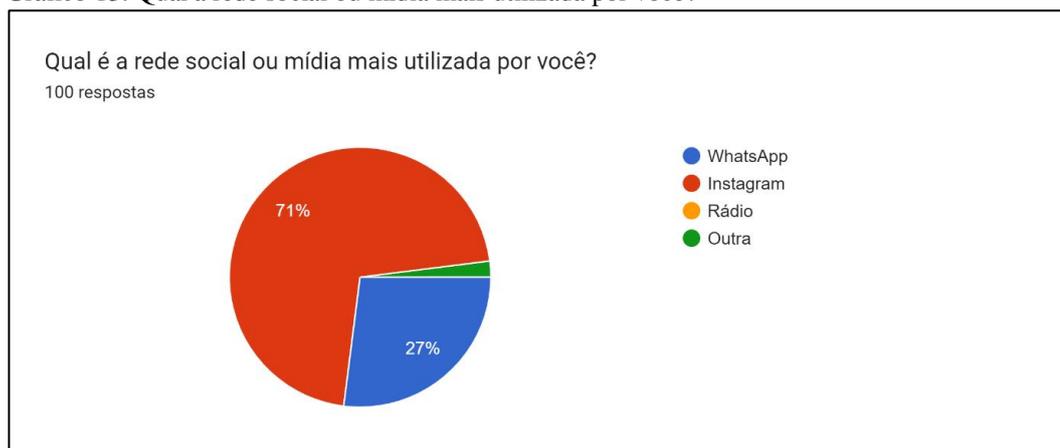
Gráfico 12: Quanto costuma gastar na compra de acessórios?



Fonte: Elaborado pela autora

No gráfico 13 podemos identificar que a rede social mais usada é o Instagram (71%), seguido pelo WhatsApp (27%), já outras redes ou mídias sociais apenas representam 2%.

Gráfico 13: Qual a rede social ou mídia mais utilizada por você?



Fonte: Elaborado pela autora

3.2.2 Estudos dos concorrentes

Diante do estudo dos concorrentes foi possível identificar cinco concorrentes diretos:

- Relojoaria Imperial que tem maior foco de vendas em peças de ouro e oferece algumas peças em prata, porém poucas opções e valor elevado.
- Doce Amarelo que é uma loja que oferece peças apenas em bijuterias e algumas maquiagens, tem mais opções de produtos porém qualidade não muito boa.
- Lucia Helena que é uma vendedora local, tem opções de peças em semijoias de alta qualidade e peças em prata, apresenta preço mais elevado e atende a maioria das pessoas da alta classe.
- Fique Bella é uma loja focada na venda de cosméticos, oferece grande variedade maquiagem, produtos de cabelo e acessórios como bolsas, mas apresenta poucas opções de bijuterias.
- Internet, que é a maior concorrente, pois por meio dela é possível se encontrar muita variedade de produtos, algumas com preços menores que o mercado local, porém como ponto negativo tem o tempo de entrega dos produtos.

Tabela 2: Concorrentes diretos.

Concorrente	Qualidade	Preço	Condições de pagamento	Localização	Atendimento	Serviço aos clientes	Garantias oferecidas
Relojoaria Imperial	Bom	Regular	Cartão de crédito/Débito / Dinheiro/ Pix	Ótimo	Bom	Bom	Qualidade/ garantia de peças em prata e ouro
Doce Amarelo	Regular	Bom	Cartão de crédito/Débito / Dinheiro/ Pix	Bom	Regular	Regular	-
Lucia Helena	Ótimo	Regular	Cartão de crédito/Débito / Dinheiro/ Pix	Bom	Bom	Bom	Qualidade das peças/ garantia peças em prata.
Fique Bella	Bom	Bom	Cartão de crédito/Débito / Dinheiro/ Pix	Ótima	Bom	Bom	-
Internet	Ótimo	Ótimo	Cartão de crédito/Débito / Dinheiro/ Pix/ boleto	Bom	Bom	Ótimo	Variedade de peças/ qualidade/ garantia de peças em prata e ouro

Fonte: Elaborado pela autora

3.2.3 Estudo dos Fornecedores

Tabela 3: Estudo dos fornecedores

Ordem	Descrição dos itens a serem adquiridos (Matérias-primas, insumo, mercadorias e serviços)	Nome do fornecedor	Condições de pagamento	Prazo de entrega	Localização (estado e/ou município)
1	Sacolinhas personalizadas	Loja 1	Cartão de crédito/Débito / Dinheiro/ Pix	20 dias	Suzano- SP
2	Saquinho de organza	Loja 2	Cartão de crédito/Débito / Dinheiro/ Pix	10/15 dias	São João de Meriti- RJ
3	Fitas de cetim	Loja 3	Cartão de crédito/Débito / Dinheiro/ Pix	7/12 dias	Goiânia- GO
4	Pacotinhos de plástico	Loja 4	Cartão de crédito/Débito / Dinheiro/ Pix	7/12 dias	Campinas- SP
5	Adesivos personalizado	Loja 5	Cartão de crédito/Débito /	20 dias	Jau- SP

			Dinheiro/ Pix		
6	Tags personalizadas	Loja 6	Cartão de crédito/Débito / Dinheiro/ Pix	20 dias	São Paulo- SP
7	Peças em prata 925	Loja 7	Cartão de crédito/Débito / Dinheiro/ Pix	10/15 dias	Limeira- SP
8	Peças em prata 925	Loja 8	Cartão de crédito/Débito / Dinheiro/ Pix	15 dias	São Paulo- SP
9	Peças em prata 925	Loja 9	Cartão de crédito/Débito / Dinheiro/ Pix	7 dias	São Paulo- SP
10	Peças em prata 925	Loja 10	Cartão de crédito/Débito / Dinheiro/ Pix	7/10 dias	Goiânia- GO
11	Peças em prata 925	Loja 11	Cartão de crédito/Débito / Dinheiro/ Pix	10/15 dias	Maringá- PR
12	Semijóias	Loja 12	Cartão de crédito/Débito / Dinheiro/ Pix	10/15 dias	Minas Gerais- MG
13	Semijóias	Loja 13	Cartão de crédito/Débito /	7/10 dias	Goiânia-GO

			Dinheiro/ Pix		
14	Semijóias	Loja 14	Cartão de crédito/Débito / Dinheiro/ Pix	7/15 dias	Limeira- SP
15	Semijóias	Loja 15	Cartão de crédito/Débito / Dinheiro/ Pix	10/15 dias	Manhuaçu- MG
16	Bijuteria	Loja 16	Cartão de crédito/Débito / Dinheiro/ Pix	7/15 dias	São Paulo- SP
17	Bijuteria	Loja 17	Cartão de crédito/Débito / Dinheiro/ Pix	7/15 dias	São Jose do Rio Preto- SP
18	Acessórios	Loja 18	Cartão de crédito/Débito / Dinheiro/ Pix	7/15 dias	São Paulo- SP
19	Semijoias	Loja 19	Cartão de crédito/Débito / Dinheiro/ Pix	10/15 dias	Jundiaí- SP
20	Bijuteria	Loja 20	Cartão de crédito/Débito / Dinheiro/ Pix	5/10 dias	Indaiatuba- SP

Fonte: Elaborado pela autora

3.3 PLANO DE MARKETING

3.3.1 Descrição dos principais produtos e serviços

IF Pratas irá oferecer variedade de produtos como anéis, brincos, colares, pulseiras, *chokers*, braceletes, berloques, tornozeleiras, pingentes tanto em prata como semijoias e bijuterias. Tendo também opções de bolsas *clutch* mais elaboradas para usar em eventos mais formais.

Figura 1- Colar, anel e brinco



Fonte: Elaborado pela autora (2023)

Figura 2- Berloques



Fonte: Elaborado pela autora (2023)

Figura 3- Tornozeleira



Fonte: Elaborado pela autora (2023)

Figura 4- Choker, corrente, anéis, bracelete, pulseira.



Fonte: Elaborado pela autora (2023)

Figura 5- Choker Riviera



Fonte: Elaborado pela autora (2023)

Figura 6- Conjunto Colar e brinco



Fonte: Elaborado pela autora (2023)

Figura 8-Semijóias, colar brincos, pingentes.



Fonte: Blessacessórios

Figura 7-Bolsa Clutch



Fonte: mulhernaturalacessorios

3.3.2 Preço

Tabela 4: Preço.

Produto	Preço de venda
Anéis Prata	75,00
Anéis semijoias/ bijuteria	14,00
Brinco Prata	60,00

Brinco semijoias/ bijuteria	15,00
Pulseira Pandora	245,00
Pulseiras Prata	75,00
Pulseiras semijoias/ bijuteria	25,00
Colares Prata	85,00
Colares semijoias/ bijuteria	20,00
Choker Prata	120,00
Choker semijoias/ bijuteria	30,00
Tornozeleira Prata	70,00
Tornozeleira semijoias/ bijuteria	15,00
Trio brincos	65,00
Berloque Prata	75,00
Bolsas <i>clutch</i>	80,00

Fonte: Elaborado pela autora

3.3.3 Estratégias Promocionais

- Mídias Sociais (Instagram, WhatsApp e Facebook): Serão abertas contas no Instagram e Facebook, para postagem de fotos dos produtos, e também será feito um WhatsApp próprio para loja, onde os clientes poderão manter contato, perguntar sobre as peças.

Figura 9- Perfil do Instagram



Fonte: Elaborado pela autora

Figura 10- Post para Instagram, facebook e WhatsApp



Fonte: Elaborado pela autora

Figura 11- Post referente novidades para Instagram, facebook e WhatsApp



Fonte: Elaborado pela autora

Figura 12- Perfil do Facebook



Fonte: Elaborado pela autora

- **Panfletagem:** Panfletagem será feita uma semana antes da inauguração da loja, para que as pessoas possam ir conhecendo um pouco dos produtos oferecidos.

Figura 13- Arte para panfletagem



Fonte: Elaborado pela autora

Figura 14- Arte para panfletagem



Fonte: Elaborado pela autora

- Fachada chamativa e inovadora: Será criada uma fachada para o estabelecimento diferente de qualquer outra encontrada no município, com um designer moderno e inovador, com cores vibrantes e *led* para dar mais destaque à entrada da loja.

Figura 15- Fachada da loja



Fonte: Adaptado de FAW arquitetura

- Brindes e sorteios: As promoções de brinde e sorteios serão realizados em algumas datas comemorativas como final de ano, dias das mulheres, dia das mães, dia do cliente, entre outros. Também serão realizadas estas promoções em datas de menor

fluxo de vendas para poder chamar maior clientela. Sorteios serão feitos por meio das redes sociais e na loja física. Em dias de brindes os mesmos serão distribuídos apenas na loja física.

Figura 16- Post para sorteio



Fonte: Elaborado pela autora

Figura 17- Post Dia do Cliente



Fonte: Elaborado pela autora

3.3.4 Estrutura de comercialização

A estrutura de comercialização é de venda direta, pois a mesma ocorre por um vendedor diretamente para consumidor final.

3.3.5 Localização do negócio

A loja IF Pratas será localizada no endereço: Avenida Rio Grande do Sul, N° 6588–Bairro Flamboyant, Chapadão do Sul, MS. Chapadão do Sul é um município brasileiro do estado de Mato Grosso do Sul, Região Centro-Oeste do país, sua população estimada em 2021 foi de 26.499 habitantes (IBGE, 2021). A cidade apresenta um grande potencial econômico e

oferece amplas oportunidades no mercado de trabalho o que influencia as pessoas de outros municípios e regiões a morar na cidade, trazendo assim mais clientes potenciais.

3.4 PLANO OPERACIONAL

3.4.1 Layout ou arranjo físico

IF Pratas possuirá em seu ambiente principal as duas paredes laterais com painéis canaletados onde serão expostas as semijoias e bijuterias, mais ao fundo do ambiente, ao lado direito, terá um caixa e no lado esquerdo um expositor para joias em prata, terá também no meio da sala um balcão ilha onde terá gavetas para expor joias.

Figura 18- Planta baixa



Fonte: Elaborado pela autora

- 1- Painéis canaletado
- 2- Balcão ilha expositor
- 3- Caixa
- 4- Banheiro

Figura 19 - Imagem lateral direita para esquerda



Fonte: Elaborado pela autora

Figura 20 - Imagem frontal ambiente



Fonte: Elaborado pela autora

Figura 21 - Imagem lateral esquerda



Fonte: Elaborado pela autora

Figura 22 - Imagem superfície



Fonte: Elaborado pela autora

Figura 23 - Imagem fundo para frente



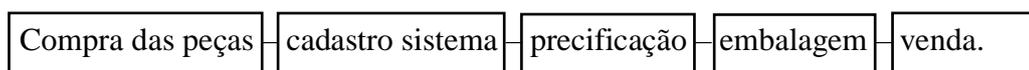
Fonte: Elaborado pela autora

3.4.2 Capacidade produtiva/ comercial/serviços

A estrutura da loja permite atendimento de até 5 a 6 pessoas ao mesmo tempo de modo que todos os clientes fiquem confortáveis. Por dia espera-se atender uma média de 8 a 10 pessoas, no entanto, um fluxo maior no início de mês e aos sábados são estimados. Calcula-se que nos dias de maiores vendas exista um fluxo de 15 a 20 clientes, portanto por semana o fluxo seria de 49 a 70 consumidores, e por mês de 180 a 230 clientes.

3.4.3 Processos operacionais

Fluxograma do processo de compra e revenda:



Fluxograma do processo de atendimento ao cliente:



3.4.4 Necessidade de pessoal

Tabela 5: Necessidade de pessoal

Cargo/ função	Qualificação necessária
Atendente/caixa	<ul style="list-style-type: none"> • Ser comunicativa; • Ser ágil; • Disponibilidade de horário; • Proatividade; • Organização; • Ter noção básica de Excel.

Fonte: Elaborado pela autora

3.5 PLANO FINANCEIRO

3.5.1 Estimativa dos investimentos fixos

A – Máquinas e equipamentos

Tabela 6: – Máquinas e equipamentos

	Descrição	Qtde.	Valor unitário	Total
1	Notebook	1	R\$ 3.000,00	R\$ 3.000,00
2	Cafeteira	1	R\$ 400,00	R\$ 400,00
Subtotal				R\$ 3.400,00

Fonte: Elaborado pela autora

B – Móveis e utensílios

Tabela 7: – Móveis e utensílios

	Descrição	Qtde.	Valor unitário	Total
1	Balcão caixa	1	R\$ 2.900,00	R\$ 2.900,00
2	Painel canaletado	3	R\$ 3.350,00	R\$ 10.050,00
3	Espelho	3	R\$ 230,00	R\$ 690,00
4	Balcão ilha com expositor	1	R\$ 4.000,00	R\$ 4.000,00
5	Gancho	350	R\$ 1,20	R\$ 490,00

	expositor			
6	Bandeja organizadora	3	R\$ 350,00	R\$ 1.050,00
7	Espelho de mesa	1	R\$ 70,00	R\$ 70,00
8	Expositor	1	R\$ 350,00	R\$ 350,00
Subtotal				R\$ 19.600,00

Fonte: Elaborado pela autora

3.5.2 Capital de giro

Tabela 8: – Capital de giro

	Descrição	Qtde.	Valor unitário	Total
1	Sacolinha personalizada	200	0,85	R\$ 170,00
2	Saquinho de organza	200	0,39	R\$ 78,00
3	Saquinho plástico	200	0,15	R\$ 30,00
4	Tags personalizadas	200	0,50	R\$ 100,00
5	Adesivo personalizado	200	0,04	R\$ 8,00
6	Laço para presente	100	0,06	R\$ 6,00
7	Anéis Prata	25	24,50	R\$ 612,50
	Anéis semijoias/ bijuteria	30	9,50	R\$ 285,00

8	Brinco Prata	25	25,00	R\$ 625,00
9	Brinco semijoias/ bijuteria	25	8,00	R\$ 200,00
10	Pulseira Pandora	10	99,00	R\$ 990,00
11	Pulseiras Prata	35	30,00	R\$ 1.050,00
12	Pulseiras semijoias/ bijuteria	30	12,50	R\$ 375,00
13	Colares Prata	25	35,00	R\$ 875,00
14	Colares semijoias/ bijuteria	45	16,50	R\$ 742,50
15	Choker Prata	15	54,50	R\$ 817,00
16	Choker semijoias/ bijuteria	15	14,00	R\$ 210,00
17	Tornozeleira Prata	10	36,00	R\$ 360,00
18	Tornozeleira semijoias/ bijuteria	10	7,50	R\$ 75,00
19	Trio brincos	15	18,00	R\$ 270,00
20	Berloque Prata	50	38,00	R\$ 1.900,00
21	Bolsas clutch	10	26,00	R\$ 260,00
Subtotal				R\$ 9.779,00

Fonte: Elaborado pela autora

3.5.3 Investimentos pré-operacionais

Tabela 9: – Investimentos pré-operacionais

Investimentos pré-operacionais	R\$
Despesas de legalização	400,00
Divulgação	250,00
Cursos e treinamento	100,00
Outras despesas	200,00
Total	950,00

Fonte: Elaborado pela autora

3.5.4 Investimento total

Tabela 10: – Investimentos pré-operacionais

Descrição dos investimentos	Valor (R\$)	(%)
3.5.1. Investimentos Fixos	23.000,00	68,19%
3.5.2. Capital de Giro –	9.779,00	28,99%
3.5.3. Investimentos Pré-Operacionais –	950,00	2,82%
Total (1+2+3)	33.729,00	100%

Fonte: Elaborado pela autora

3.5.5 Estimativa do faturamento mensal

Tabela 11: – Estimativa do faturamento mensal

Produto/ serviço	Quantidade (Estimativa de Vendas)	Preço de venda Unitário (em R\$)	Faturamento Total (em R\$)
Anéis Prata	20	75,00	1.500,00
Anéis semijoias/ bijuteria	25	20,00	500,00
Brinco Prata	25	60,00	1.500,00
Brinco semijoias/ bijuteria	30	18,00	540,00
Pulseira Pandora	5	245,00	1.225,00
Pulseiras Prata	25	75,00	1.875,00
Pulseiras semijoias/ bijuteria	30	30,00	900,00
Colares Prata	35	85,00	2.975,00
Colares semijoias/ bijuteria	35	28,00	980,00
Choker Prata	18	120,00	2.160,00
Choker semijoias/ bijuteria	20	30,00	600,00
Tornozeleira Prata	6	70,00	420,00

Tornozeleira semijoias/ bijuteria	7	15,00	105,00
Trio brinco	15	65,00	975,00
Berloque Prata	25	80,00	2.000,00
Bolsas clutch	5	80,00	400,00
Total			18.655,00

Fonte: Elaborado pela autora

3.5.6 Estimativa dos custos de comercialização

Tabela 12 – Estimativa dos custos de comercialização

Descrição	%	Faturamento Estimado	Custo Total (R\$)
1. Impostos			
Impostos Federais			
SIMPLES	7.30%	18.655,00	1361,82
Subtotal 1			1.361,82
2. Gastos com vendas			
Taxa de administração do cartão de crédito	Crédito 4,98%	4.500,00	224,10
Subtotal 2			224,10
TOTAL (Subtotal 1 + 2)			1.585,92

Fonte: Elaborado pela autora

3.5.7 Apuração do custo dos materiais diretos e/ou mercadorias vendidas

Tabela 13 – Apuração do custo dos materiais diretos e/ou mercadorias vendidas

Produto/ Serviço	Estimativa de Vendas (em unidades)	Custo Unitário de Materiais/aquisição	CMD/ CMV (R\$)
Anéis Prata	20	24,50	490,00
Anéis semijoias/ bijuteria	25	9,50	237,50
Brinco Prata	25	25,00	625,00
Brinco semijoias/ bijuteria	30	8,00	240,00
Pulseira Pandora	5	99,00	495,00
Pulseiras Prata	25	30,00	750,00
Pulseiras semijoias/ bijuteria	30	12,50	375,00
Colares Prata	35	35,00	1.225,00
Colares semijoias/ bijuteria	35	16,50	577,50
Choker Prata	18	54,50	981,00
Choker semijoias/ bijuteria	20	14,00	280,00
Tornozeleira Prata	6	36,00	216,00
Tornozeleira semijoias/ bijuteria	7	7,50	52,50
Trio brinco	15	18,00	270,00
Berloque Prata	25	38,00	950,00
Bolsas clutch	5	26,00	130,00
Total			7.894,50

Fonte: Elaborado pela autora

3.5.8 Estimativa dos custos com mão de obra

Tabela 14 – Estimativa dos custos com mão de obra

Função	Nº de empregados	Salário Mensal (R\$)	(%) de encargos sociais	Encargos sociais (R\$)	Total (R\$)
1. Atendente	1	1.350,00	9%	473,94	1620,00
Total	1	1.350,00	9%	473,94	1620,00

Fonte: Elaborado pela autora

Figura 24 – Custos com mão de obra

Salário Bruto

1.350,00

Contribuição INSS: 9,00%

Desconto INSS: R\$ 101,97

Salário Líquido: R\$ 1.248,03

Encargos Sociais: R\$ 371,97

Despesa Mensal: R\$ 1.620,00

Calcular **Limpar**

Fonte: Empregado legal

3.5.9 Estimativa do custo com depreciação

Tabela 15 – Estimativa do custo com depreciação

Ativos Fixos	Valor do Bem (R\$)	Vida útil em Anos	Depreciação Anual (R\$)	Depreciação Mensal (R\$)
Notebook	R\$ 3.000,00	5 anos	600,00	50,00
Cafeteira	R\$ 400,00	5 anos	80,00	6,66
Balcão caixa	R\$ 2.900,00	15 anos	193,33	16,11
Painel canaletado	R\$ 3.350,00	10 anos	335,00	27,90
Espelho	R\$ 230,00	20 anos	11,50	0,95
Balcão ilha com expositor	R\$ 4.000,00	10 anos	400,00	33,33
Expositor	R\$ 350,00	5 anos	70,00	5,83
Total				140,78

Fonte: Elaborado pela autora

3.5.10 Estimativa dos custos fixos operacionais mensais

Tabela 16 – Estimativa dos custos fixos operacionais mensais

Descrição	Custo Total Mensal (em R\$)
Aluguel	1.350,00
IPTU	50,00 (mensal)

Água	85,00
Energia Elétrica (Energia solar)	95,00
Telefone	40,00
Honorários do contador	150,00
Pró-labore	2500,00
Salário + encargos – quadro 5.9	1620,00
Material de limpeza	25,00
Material de escritório	15,00
Combustível	30,00
Depreciação – quadro 5.10	140,78
Total	6.100,78

Fonte: Elaborado pela autora

3.5.11 Demonstrativo de resultados

Tabela 17 – Demonstrativo de resultados

Tabela	Descrição	(R\$)	%
11	1. Receita Total com Vendas	18.655,00	
	2. Custos Variáveis Totais	9.480,42	
13	(-) Custos com materiais diretos e/ou CMV (*)	7.894,50	

12	(-) Impostos sobre vendas	1.361,82	
12	(-) Gastos com Venda	224,10	
	Subtotal de 2	9.480,42	
	3.Margem de contribuição (1 - 2)	9.174,58	
16	4. (-) Custos Fixos Totais	6.100,78	
	5.Resultado Operacional (Lucro/Prejuízo) (3-4)	3.073,80	

Fonte: Elaborado pela autora

3.5.12 Indicadores de viabilidade

3.5.12.1 Ponto de Equilíbrio - PE

$$PE = \frac{\text{Custo Fixo Total}}{\text{Índice da Margem de Contribuição (*)}}$$

(*) Observação

$$\text{Índice da Margem de Contribuição} = \frac{(\text{Receita Total} - \text{Custo Variável Total})}{\text{Receita Total}}$$

Valores MEN:

Receita Total: R\$ 18.655,00

Custo Variável Total: R\$ 9.480,42

Custo Fixo Total: R\$ 6.100,78

$$\text{Índice da margem de contribuição} = \frac{\text{R\$ } 18.655,00 - \text{R\$ } 9.480,42}{\text{R\$ } 18.655,00} = 0,49$$

$$PE = \frac{6.100,78}{0,49} = 12.450,57$$

Somando todos os custos, o ponto de equilíbrio apresenta um valor de R\$ 12.450,57 que representa o quanto a empresa precisará faturar para pagar todos os seus custos em um mês.

3.5.12.2 Lucratividade

$$\text{Lucratividade} = \frac{\text{Lucro Líquido} \times 100}{\text{Receita Total}}$$

Receita Total: R\$ 223.860,00/ano

Lucro Líquido: R\$ 36.885,60/ano

$$\text{Lucratividade} = \frac{\text{R\$ } 36.885,60}{\text{R\$ } 223.860,00} \times 100 = 16\%$$

A lucratividade é “um indicador que mede o lucro líquido em relação às vendas”. É um dos mais importantes indicadores econômicos da empresa, ao estar vinculado à competitividade, Enquanto maior a lucratividade, a empresa apresentará maior capacidade de competir, pois terá mais recursos para investir em divulgação, diversificação dos produtos, novos equipamentos, entre outros (SEBRAE, 2013, p. 101).

Se comparado à poupança um dos lugares onde a maior parte das pessoas investe seu dinheiro guardado, a qual tem rendimento de 6,17% ao ano, o empreendimento será um ótimo lugar para se investir, pois sua rentabilidade será de 16% ao ano.

3.5.12.3 Rentabilidade

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

Lucro Líquido: R\$ 36.885,00/ano

Investimento Total: R\$ 33.729,00

$$\text{Rentabilidade} = \frac{\text{R\$ } 36.885,00}{\text{R\$ } 33.729,00} = 1,09 \times 100 = 109\% \text{ ao ano}$$

A rentabilidade “é um indicador de atratividade dos negócios, pois mede o retorno do capital investido aos sócios” (SEBRAE, 2013, p. 102). Espera-se que este retorno de capital seja de 109% ao ano, tornando uma oportunidade de empreendimento muito atrativa.

3.5.12.4 Prazo de Retorno do Investimento

$$\text{Prazo de Retorno do Investimento} = \frac{\text{Investimento Total}}{\text{Lucro Líquido}}$$

Lucro Líquido: R\$ 36.885,00/ano

Investimento Total: R\$ 33.729,00,00

$$\text{Prazo de Retorno do Investimento} = \frac{\text{R\$ } 33.729,00}{\text{R\$ } 36.885,00} = 0,91 = 10 \text{ Meses}$$

O retorno do investimento foi calculado para um prazo de 10 meses.

3.6 CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS

Tabela 18 – Construção de cenários

Tabela	Descrição	Cenário Provável		Cenário Pessimista		Cenário Otimista	
		(R\$)	(%)	(R\$)	(%)	(R\$)	(%)
11	1. Receita Total com Vendas	18.655,00	100	14.924,00	-20%	22.386,00	+20%
	2.Custos Variáveis Totais	9.480,42		9.163,23		9.797,57	
13	(-) Custos com materiais diretos e/ou CMV (*)	7.894,50		7.894,50		7.894,50	
12	(-) Impostos sobre vendas	1.361,82		1.089,45		1.634,17	
12	(-) Gastos com Venda	224,10		179,28		268,92	
	Subtotal de 2	9.480,42		9.163,23		9.797,57	
	3.Margem de contribuição (1 - 2)	9.174,58		5.760,77		12.588,43	
16	4. (-) Custos Fixos Totais	6.100,78		6.100,78		6.100,78	
	5.Resultado Operacional (Lucro/Prejuízo) (3-4)	3.073,80		-340,01		6.487,65	

Fonte: Elaborado pela autora

Em caso de um cenário pessimista, para reverter a situação será necessário fazer algo na loja para que possa chamar mais público como um coquetel em alguma data especial, ou então, sorteios em datas aleatórias como nos períodos sem datas comemorativas, assim as pessoas vão procurar comprar mais para estar por dentro dos sorteios, outra opção seria fazer descontos, um desconto fixo em uma data específica, ou até mesmo descontos progressivos, variando segundo a situação.

Já em um cenário otimista, com maior lucro, será importante sempre estar investindo na loja, trazendo novidades em peças e talvez criando um novo ambiente com decoração diferente, buscando sempre deixar a loja com boa aparência, investindo na qualidade e no ambiente agradável para os clientes. É importante também reservar uma porcentagem desse lucro, para a reserva financeira, a qual poderá ser usada em caso de um cenário pessimista em que haja necessidade.

3.7 AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

3.7.13 Análise da Matriz Swot

Quadro 1 – Análise da Matriz Swot

	Fatores Positivos	Fatores Negativos
Fatores Internos	<p>Forças</p> <ul style="list-style-type: none"> - Variedade em acessórios; - Mão de obra qualificada ; - Preço acessível; - Ambiente agradável; - Marketing estratégico. - Atendimento em horários diferenciados. 	<p>Fraquezas</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ponto um pouco afastado do centro.
Fatores Externos	<p>Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> - Única loja com variedade em acessórios em prata e semijoias; -Crescimento do número de consumidores; - Propaganda nas redes sociais alcançando todo o público; - Fornecedores bem localizados 	<p>Ameaças</p> <ul style="list-style-type: none"> - Entrada de novos concorrentes; - Dependência dos fornecedores; - Possibilidade de alteração na tributação, gerando aumento de preço das peças em prata; -Atraso na entrega

Fonte: Elaborado pela autora

Em relação às forças da empresa podemos identificar o ambiente agradável, variedade de acessórios, pois a loja irá oferecer tanto joias em prata, semijoias e bijuterias, mão de obra

qualificada, focada em atender bem os clientes, e o marketing estratégico que será feito por meio das redes sociais como Instagram, Facebook e Tiktok.

Como fraqueza temos a localização um pouco afastada do centro, para amenizar esta distância e fazer com que tenha sempre um giro de clientes, é necessário que os clientes se fidelizem à loja, pois ao fidelizá-los eles vão procurar a loja, independentemente de onde ela esteja, pois já vão conhecer o ambiente, o atendimento e principalmente as peças.

Por outro lado, será necessário otimizar os pontos fortes da empresa, trazendo sempre qualidade no atendimento, um horário diferenciado que agrade ao público e também atendimento personalizado.

3.8 AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO

No plano de negócios da loja IF Pratas foi possível coletar os dados necessários para analisar a viabilidade do empreendimento. Desta forma, mediante a elaboração, estudo e análise da pesquisa de mercado, do plano de marketing, do plano operacional, do plano financeiro e da avaliação estratégica o empreendimento se mostrou promissor no cenário atual do município de Chapadão do Sul - MS, sendo viável a implantação da loja IF Pratas, com ótimos indicadores de viabilidade.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho teve como objetivo analisar a viabilidade da abertura de uma loja de acessórios no município de Chapadão do Sul - MS. A partir do plano de negócio foi possível desenvolver a missão, visão e valores do empreendimento, assim como também elaborar e analisar a pesquisa de mercado, o plano de marketing, o plano operacional, o plano financeiro, a construção de cenários e a avaliação estratégica do mesmo.

No sumário executivo foram apresentados todos os dados essenciais do empreendimento: segmento empresarial, produtos e serviços oferecidos, missão, visão, valores, capital social e indicadores financeiros.

Na pesquisa de mercado foi possível identificar o perfil dos clientes potenciais. E utilizando a pesquisa de dados secundários foi possível identificar algumas informações relevantes sobre os concorrentes e fornecedores.

No do plano de marketing foram descritos os principais produtos e serviços, os preços, a identidade visual do empreendimento, assim como as principais estratégias promocionais que serão utilizadas para alcançar os potenciais clientes.

No plano operacional foi possível criar e apresentar o *layout* da loja, sua capacidade de atendimento, os processos operacionais mais importantes e a necessidade de pessoal para o atendimento ao cliente.

Por meio do plano financeiro foi possível verificar a viabilidade econômico-financeira positiva do empreendimento. Os resultados apresentados no cenário provável mostram uma lucratividade de 16%, com um o retorno do capital investido de aproximadamente 10 meses.

Também foram criados possíveis cenários: otimista e pessimista, com suas respectivas sugestões estratégicas.

Ao aplicar a análise Swot no empreendimento foram identificadas, as forças, fraquezas, ameaças e oportunidades, gerando algumas estratégias para melhorar as fraquezas e otimizar as forças.

Por fim, após a avaliação de todos os dados apresentados, foi possível concluir que loja IF Pratas mostra-se como uma oportunidade de negócio promissor, sendo viável sua execução na cidade de Chapadão do Sul - MS.

A elaboração do presente plano de negócio teve grande importância para a autora, pois por meio dele foi possível aplicar diversos conhecimentos obtidos durante todo o processo de graduação, além de poder estudar mais sobre o mercado de joias, o qual a interessa muito e já faz parte de sua vida.

REFERÊNCIAS

EMPREGADO LEGAL. **Calcular encargos sociais**. Disponível em: <<https://www.empregadolegal.com.br/encargos>>. Acesso em mai., 2023.

FRANÇA, Valeria. **O comércio de joias aumenta 20%: os brasileiros viajam menos e gastam mais com o embelezamento pessoal**. 2022. Disponível em: <<https://istoe.com.br/menos-viagens-mais-joias/>>. Acesso em mai., 2023.

IBGE, **Chapadão do Sul**. 2021. Disponível em <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ms/chapadao-do-sul/panorama>>. Acesso em abr. 2023

SEBRAE. **Como montar uma loja de bijuterias**. 2023a. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-uma-loja-de-bijuterias,87287a51b9105410VgnVCM1000003b74010aRCRD#mercado>>. Acesso em mai., 2023.

SEBRAE. **Tudo que você precisa saber para criar o seu plano de negócios**. 2023b. Disponível em< <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-elaborar-um-plano-de-negocio,37d2438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>>. Acesso em mai., 2023.

SEBRAE. **Como elaborar um plano de negócios**. Brasília: SEBRAE, 2013.