

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA
SOUZA**

ETEC PROFESSOR ANDRÉ BOGASIAN

EXTENSÃO C.E.U. JAGUARÉ

CURSO TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO

PLANO DE NEGÓCIO



SÃO PAULO

2024

LEOMAR FERREIRA MACHADO
MARIA MISLENE PEREIRA LAGES
WALKIRIA MORAIS NASCIMENTO

PLANO DE NEGÓCIO



Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado no Curso de Técnico em Administração, do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza - Etec Prof. André Bogasian, como pré-requisito para obtenção de título de Técnico em Administração.

Orientadores: Abel José Mendes e

SÃO PAULO

2024

LEOMAR FERREIRA MACHADO
MARIA MISLENE PEREIRA LAGES
WALKIRIA MORAIS NASCIMENTO

PLANO DE NEGÓCIO

Royal Stylist

Este trabalho de conclusão de curso foi julgado adequado como parte dos requisitos para obtenção do título acadêmico de Técnico em Administração do Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza - Escola Técnica Professor André Bogasian de Osasco – Extensão C.E.U. Jaguaré.

São Paulo,

Validadores:

Professor(a) _____

Menção: _____ Assinatura _____

Professor(a) _____

Menção: _____ Assinatura _____

Professor(a) _____

Menção: _____ Assinatura _____

MENÇÃO FINAL _____ Professor(a) Orientador(a) _____

Coordenador do Curso

Coordenador Pedagógico

Diretor

www.etcdeosasco.edu.br ou www.centropaulasouza.sp.gov.br
Rua Manoel Rodrigues, 155 – Presidente Altino – Osasco – SP
06233-160 – Tel/Fax: (11) 3683-4309 – (11) 3685-4945

Dedicatória

Dedico este trabalho àqueles que acreditam na importância da inclusão e da diversidade. Que possamos construir juntos um mundo mais justo, onde cada voz seja ouvida e cada pessoa seja valorizada pelo que é. Agradeço a todos que, de alguma forma, contribuíram para este trabalho e para nossa ideia. Este TCC é dedicado a vocês.

AGRADECIMENTOS

Gostaríamos de expressar nossa profunda gratidão a todos que contribuíram para a realização deste trabalho. Agradecemos primeiramente as nossas famílias, por seu apoio incondicional e por sempre acreditarem em nós. Aos nossos amigos, pelo incentivo e compreensão nos momentos de ausência. Aos professores, pela orientação, conhecimento compartilhado e pela paciência em nos ajudar a desenvolver este trabalho. Agradecemos também a todos os entrevistados e participantes das pesquisas, pela generosidade em compartilhar suas experiências e opiniões. Por fim, agradecemos à instituição pela oportunidade de aprendizado e crescimento. Este trabalho não teria sido possível sem o apoio de todos vocês. Muito obrigado!

Epígrafe

Moda não é apenas sobre roupas, é uma forma de expressão pessoal, uma maneira de contar histórias sem dizer uma palavra, é arte em movimento, é a voz silenciosa da sua personalidade e a expressão visível dos seus sentimentos mais íntimos.

Royal Stylist

RESUMO

O tema deste trabalho é o desenvolvimento de um plano de negócios para uma empresa de moda, que opera com consultoria de estilo e venda de assinaturas de caixas de roupas femininas. Em particular, o estudo concentrou-se nos tipos de roupa adequados para uso casual e social. As preferências dos consumidores mudaram e a ideia de fazer compras tornou-se uma experiência mais individual. Portanto, o mercado da moda passa por um forte processo de alteração. A pesquisa se concentrou em uma revisão da literatura sobre marketing de moda, comportamento do consumidor e estratégias empregadas para vendas de caixas por assinatura. Além disso, foram realizados estudos de mercado e entrevistas com potenciais clientes para avaliar seu interesse na proposta da empresa e para entender seus desejos e necessidades. Os resultados sugerem que existe um mercado encorajador para assinaturas de caixas de roupas, com foco na conveniência e variedade, o que seria altamente atraente para as mulheres que buscam esses atributos. Com a utilização de estratégias de marketing como caixas personalizadas de acordo com as preferências do indivíduo e descontos nas assinaturas mensais, fica evidente que isso tem um impacto positivo na aquisição e retenção de clientes. A partir dos resultados, infere-se que essa proposta, que dá atenção ao casual formal e ao casual despojado, é uma oportunidade de mercado viável e que pode se expandir. Personalização, conveniência e compras de qualidade são os fatores que determinam o sucesso neste mercado, e qualquer entidade empresarial que possa superar as expectativas dos clientes teria uma vantagem na sobrevivência e no crescimento lucrativo.

Palavras-Chave: Plano de Negócio. Moda feminina. Roupas por assinatura.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

- ABNT: Associação Brasileira de Normas Técnicas
- Sebrae: Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
- MKT : Marketing
- ETEC: Escola Técnica Estadual
- ICMS: Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços
- ISS: Imposto sobre Serviços
- CNAE: Cadastro Nacional de Atividades Econômicas
- CRC: Conselho Regional de Contabilidade
- CDC: Código de Defesa do Consumidor
- IA: Inteligência Artificial
- SP: São Paulo
- Ltda.: Sociedade Limitada
- CNPJ: Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica
- DUC: Documento Único de Cadastro
- DCC: Documento Complementar de Cadastro
- RG: Registro Geral
- CPF: Cadastro de Pessoas Físicas
- SWOT: Forças, Fraquezas, Oportunidades, Ameaças (força, fraqueza, oportunidade, ameaça)

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	11
2. EMBASAMENTO TEÓRICO.....	13
3. DESENVOLVIMENTO.....	15
3.1. Sumário Executivo.....	15
3.2. Pesquisa de Mercado	30
3.3. Plano de Marketing	39
3.4. Plano Operacional.....	62
3.5. Plano Financeiro.....	66
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS	77
REFERÊNCIAS	78
ANEXOS.....	80

1. INTRODUÇÃO

1.1. Tema

Plano de negócios com foco na personalização da moda feminina em que as roupas são vendidas por meio de assinaturas mensais de Fashion Boxes: Royal Stylist

1.2. Problema

O problema é encontrar maneiras de atender clientes de moda e vestuário, com diferentes estilos e necessidades, de forma personalizada e conveniente.

1.3. Hipótese

Oferecer caixas fashion com ideias looks e acessórios para os clientes, escolhidos de acordo com o perfil e preferências de cada cliente, pode ser uma forma eficaz de lidar com o problema. Essa abordagem é capaz de criar uma experiência de compra especial e individualizada.

1.4. Justificativas

Sabe-se que a moda desempenha um papel significativo em termos de identidade e expressão da personalidade, então por que não atender a essa necessidade proporcionando acesso especializado e fácil à moda? Como resultado, o atendimento personalizado e confortável não só satisfaz as necessidades práticas das pessoas, mas também cria uma ligação emocional com a marca que, por sua vez, aumenta a fidelização do cliente e aumenta os índices de satisfação.

1.5. Objetivos

O objetivo principal é inovar na comercialização de roupas femininas, criando um nicho de mercado, onde esteja disponível moda personalizada, confortável, casual e semiformal.

1.6. Metodologia

Para dar uma idéia geral das abordagens usadas para coletar dados, forneceremos agora uma breve visão geral dos procedimentos.

- A implementação de estudos de mercado para investigação do perfil e preferências dos clientes-alvo e identificação de tendências de moda e das estratégias dos concorrentes. Serão empregados instrumentos como questionário distribuído a potenciais clientes, entrevistas e visita a concorrentes com observação direta.
- Estudos bibliográficos, utilizando diversas fontes, de modo especial, informações reunidas na página do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae, e sites ou blogs sobre moda.

2. EMBASAMENTO TEÓRICO

A moda como expressão de identidade é um fenômeno complexo e multifacetado. Roche (2015) destaca que a maneira como nos vestimos não apenas reflete nossa identidade individual, mas também nossos valores e estilo de vida. Essa expressão pessoal por meio da moda pode influenciar não apenas a percepção dos outros sobre nós, mas também nossa autoimagem (Kawamura, 2005).

No mercado da moda, temos observado mudanças significativas nos últimos anos. McKinsey & Company (2019) aponta que o aumento da demanda por moda personalizada e conveniente tem sido um dos principais impulsionadores dessas mudanças. Os consumidores modernos valorizam a conveniência e a experiência de compra, buscando marcas que ofereçam produtos e serviços adaptados às suas necessidades individuais (Deloitte, 2019).

Nesse contexto, o modelo de negócios de assinatura de fashion box ganhou popularidade. Forbes (2018) destaca que as fashion boxes oferecem uma maneira econômica e conveniente de obter novas roupas e acessórios. Empresas que adotam esse modelo de negócios têm sido capazes de oferecer experiências de compra únicas e personalizadas, atendendo às demandas do mercado atual (Entrepreneur, 2020).

Assim, a moda como expressão de identidade está intrinsecamente ligada às tendências do mercado da moda e ao modelo de negócios de assinatura de fashion box. A busca por uma identidade pessoal e por produtos que atendam às necessidades individuais tem impulsionado a popularidade desse modelo de negócios, tornando-o uma tendência relevante no mercado da moda contemporâneo.

A fundamentação teórica deste tema baseia-se em diversas fontes que discutem a relação entre a moda como forma de autoexpressão e identidade, as tendências em mudança no mercado da moda e o papel das caixas de moda por assinatura na satisfação das necessidades dos consumidores.

Roche (2015) destaca a importância da moda como reflexo da identidade, dos valores e do estilo de vida individual. Esta perspectiva enfatiza o papel da moda na formação da imagem pessoal e da autopercepção.

McKinsey & Company (2019) aponta a crescente demanda por moda personalizada e conveniente, impulsionada pelas mudanças nas preferências dos consumidores. Esta tendência está a moldar a indústria da moda, com as marcas a concentrarem-se na oferta de produtos e serviços personalizados para satisfazer as necessidades individuais.

A Deloitte (2019) enfatiza a importância da conveniência e das experiências personalizadas no mercado da moda, pois os consumidores buscam marcas que atendam às suas necessidades únicas

Forbes (2018) e Entrepreneur (2020) discutem a crescente popularidade das assinaturas de fashion box, que oferecem uma maneira acessível e conveniente de acessar novas roupas e acessórios. Esses serviços atendem à demanda por experiências personalizadas e produtos sob medida, tornando-os uma opção atraente para os consumidores modernos.

O conceito de slow fashion, que enfatiza uma abordagem mais consciente da moda, também é relevante para este tema. O slow fashion incentiva práticas sustentáveis e o consumo consciente, alinhando-se à ideia de experiências personalizadas e produtos sob medida que atendam às necessidades individuais.

Essas fontes fornecem uma compreensão abrangente da relação entre a moda como forma de autoexpressão, as tendências em mudança no mercado da moda e o papel das caixas de moda por assinatura no atendimento às necessidades dos consumidores.

3. DESENVOLVIMENTO

3.1. Sumário Executivo

3.1.1. Dados dos Empreendedores

Nome: Walkiria Morais Nascimento

Idade: 30 anos

Localização: Residente na zona Oeste de São Paulo

Formação Acadêmica:

Ensino Médio Completo

Curso Técnico em Administração pela renomada ETEC Professor André Bogasian

Experiência Profissional:

Sócia e Diretora Executiva e Financeira na Royal Stylist: Como sócia da empresa, desempenho um papel vital na gestão executiva e financeira da Royal Stylist. Minhas responsabilidades incluem liderar todas as operações da empresa, desenvolver e implementar estratégias de negócios para impulsionar o crescimento sustentável, além de gerenciar as finanças, garantindo a conformidade e a saúde financeira da empresa.

Habilidades:

Liderança inspiradora e eficaz

Visão estratégica para o crescimento empresarial

Competência em gestão financeira e contabilidade

Excelentes habilidades de comunicação e negociação

Capacidade de trabalhar sob pressão e tomar decisões assertivas

Nome: Leomar Ferreira Machado

Idade: 24 anos

Localização: Residente na zona Oeste de São Paulo

Formação Acadêmica:

Ensino Médio Completo

Curso Técnico em Administração pela renomada ETEC Professor André Bogasian

Experiência Profissional:

Atualmente, ocupo uma posição de destaque como sócio e diretor logístico em nossa empresa. Minha responsabilidade abrange todas as etapas do processo logístico, desde a separação do produto até a sua entrega final.

Com uma vasta experiência e conhecimento técnico, lidero uma equipe dedicada e comprometida, garantindo que todas as operações logísticas sejam realizadas com eficiência e precisão. Tenho expertise em áreas essenciais como transporte, armazenagem, controle de estoque, processamento de pedidos e distribuição.

Minha visão é impulsionar o sucesso de nossa empresa, otimizando processos, reduzindo custos e garantindo a satisfação de nossos clientes. Estou sempre aberto a novas ideias e desafios, buscando constantemente formas de aprimorar nossas práticas e alcançar resultados excepcionais

Nome: Maria Mislene Pereira Lages

Idade: 24 anos

Localização: Residente na zona Oeste de São Paulo

Formação Acadêmica:

Ensino Médio Completo

Curso Técnico em Administração pela renomada ETEC Professor André Bogasia

Experiência Profissional:

Atualmente, ocupo uma posição vital na empresa como Sócia, Diretora de Marketing e Curadora. Neste papel, lidero e supervisiono todas as estratégias de marketing, com um foco especial na criação de experiências personalizadas para nossos clientes. É minha responsabilidade assegurar que cada cliente seja tratado de forma única e receba peças que atendam plenamente às suas expectativas.

Acredito firmemente na importância de compreender profundamente nossos clientes, considerando seus perfis, preferências e feedback. Utilizando essas informações de maneira estratégica, buscamos criar conexões genuínas e duradouras com nosso público-alvo.

Com uma abordagem centrada no cliente e uma mentalidade inovadora, estou comprometida em elevar a posição de nossa empresa no mercado, destacando-nos como líderes em oferecer experiências personalizadas e de alta qualidade.

3.1.2. Resumo do Empreendimento

Este modelo de negócios no ramo do vestuário visa garantir que nossos clientes tenham uma experiência de compra única, com satisfação garantida e um sentimento de autoestima e confiança. Clientes cadastrados como assinantes receberão mensalmente em suas casas uma caixa com peças de roupa e acessórios, compondo um visual alinhado com a moda e com o perfil da cliente. Esse perfil será definido a partir de um questionário respondido pela cliente e de informações obtidas a partir de seu histórico de compras e preferências. Uma consultora de moda orientará a composição dos visuais enviados. A Royal Stylist é a opção ideal para mulheres que buscam um estilo elegante, porém não extravagante.

Para garantir o sucesso dessa proposta, é fundamental estabelecer alianças estratégicas com fornecedores e influenciadores de moda, mantendo nossos produtos atualizados com as últimas tendências. Um sistema personalizado é essencial para criar caixas de moda adaptadas às medidas individuais e preferências de estilo exclusivas de cada cliente. Estamos comprometidos em realizar alterações estratégicas com base no feedback dos clientes, acompanhando de perto os padrões de mercado para atender às suas necessidades e desejos em constante evolução.

Nosso diferencial está na abordagem única que oferecemos aos clientes. Ao doarem peças em bom estado que não utilizam mais, eles ganham um bônus para adquirir novas peças dentro das nossas boxes. Além disso, estabelecemos parcerias com

lojas terceirizadas, como brechós, para vender lotes de roupas em excelente estado, gerando receita para nossa empresa. As peças que não passam no controle de qualidade são destinadas à caridade.

3.1.3. Dados do Empreendimento

Razão Social: Royal Stylist Comércio de Roupas e Acessórios Ltda.

Nome Fantasia: Royal Stylist

Endereço: Rua Cardeal Arcoverde, 1234, em Pinheiros, São Paulo - SP

Telefone: (11) 98765-4321

E-mail: modafemininaroyal@gmail.com

Site: www.royalstylist.com.br

CNPJ: 01.234.567/0001-89

Inscrição Estadual: 098.765.432.100

Descrição da Atividade: Venda de roupas e acessórios femininos, incluindo serviço de assinatura mensal de caixas de moda personalizadas.

Horário de Funcionamento: Segunda a sexta-feira, das 9h às 18h.

3.1.4. Declarações Institucionais

Missão

Oferecer às mulheres brasileiras uma experiência única de moda, proporcionando-lhes acesso a peças exclusivas e personalizadas que as façam sentirem-se confiantes, confortáveis e elegantes em todas as ocasiões, seja no trabalho, em eventos sociais ou no dia a dia.

Visão

Ser reconhecida como a principal referência em moda personalizada para mulheres de negócios no Brasil, destacando-se pela excelência na seleção de peças, na qualidade do serviço e na atenção aos detalhes, criando assim uma comunidade de mulheres bem-vestidas e empoderadas.

Valores

- **Excelência:** Buscamos sempre a excelência em tudo o que fazemos, desde a seleção das peças até o atendimento ao cliente, garantindo a máxima satisfação de nossas clientes.
- **Personalização:** Valorizamos a individualidade de cada mulher e buscamos oferecer produtos e serviços personalizados que atendam às suas necessidades e preferências únicas.
- **Confiança:** Queremos que nossas clientes confiem em nós para proporcionar-lhes uma experiência de moda que as faça sentirem-se confiantes e poderosas em qualquer situação.
- **Inovação:** Estamos sempre em busca de novas tendências e tecnologias para melhorar nossa oferta de produtos e serviços e garantir que estejamos sempre à frente no mercado.
- **Sustentabilidade:** Nós nos preocupamos com o meio ambiente e buscamos adotar práticas sustentáveis em todas as etapas de nosso negócio, desde a seleção de fornecedores até o descarte de resíduos.

3.1.5. Setor de Atividade e forma jurídica

Setor de Atividade: É uma empresa comercial, atuando no ramo da moda, com venda de vestuário por meio de uma assinatura que dá direito a consultoria de estilo, enquadrada como empresa de pequeno porte.

Forma Jurídica: Sociedade Limitada (Ltda.) - Empresa de Pequeno Porte (EPP)

3.1.6. Enquadramento tributário

A Royal Stylist, como empresa de pequeno porte no setor de comércio varejista de roupas e acessórios femininos, pode se enquadrar no Simples Nacional, um regime tributário simplificado que unifica diversos impostos em uma única guia de pagamento. O Simples Nacional é destinado a micro e pequenas empresas com faturamento anual de até R\$ 4,8 milhões.

As alíquotas do Simples Nacional variam de acordo com a atividade da empresa e a faixa de faturamento anual. Empresas no comércio varejista, como a Royal Stylist, geralmente têm alíquotas mais baixas em comparação com outros regimes tributários, como Lucro Presumido ou Lucro Real.

Para se enquadrar no Simples Nacional, a Royal Stylist deve se certificar de cumprir os seguintes requisitos:

1. Faturamento anual de até R\$ 4,8 milhões.
2. Não ter débitos em aberto com o governo.
3. A atividade da empresa deve fazer parte de um dos anexos de atividades do Simples Nacional.

Além disso, é importante notar que empresas com sócio estrangeiro com participação no capital social não podem se enquadrar no Simples Nacional.

Para calcular o valor do DAS (Documento de Arrecadação do Simples Nacional), a Royal Stylist deve identificar o seu faturamento anual, ver em que faixa de tributação se encaixa e conferir qual a alíquota correspondente. Em seguida, basta fazer a porcentagem da alíquota sobre o valor do faturamento.

O Simples Nacional oferece diversas vantagens, como a unificação de impostos em uma única guia, alíquotas progressivas e a simplificação do processo de pagamento. No entanto, é importante analisar se essa é a melhor opção para a empresa, pois em alguns casos específicos, o Lucro Presumido pode ser mais vantajoso.

3.1.7. Capital Social

Investimento Total	
Descrição dos Investimentos	Valor R\$
Investimentos Fixos	R\$ 33.340,95
Capital de Giro	R\$ 129.642,29
Investimentos Pré-Operacionais	R\$ 36.200,00
Total	R\$ 199.183,24

3.1.8. Aspectos Jurídicos

3.1.8.1. Abertura da empresa

1° Passo: Contador

- contratação do contador
- contador tem que ser um profissional habilitado pelo conselho regional de contabilidade (CRC)

2° Passo: Separação dos documentos

- RG dos sócios
- CPF dos sócios
- Comprovante de residência dos sócios
- Título de Eleitor dos sócios
- Comprovante do ponto comercial (se for diferente da residência)
- Última declaração do imposto de renda de cada sócio
- Nome fantasia da empresa
- Atividades que serão exercidas pela empresa.

3° passo: Junta comercial ou cartório de registro de pessoas jurídica:

- Registro legal da empresa no estado em que você mora. Esse registro é a certidão de nascimento da empresa. Para esse registro tem que apresentar alguns documentos.
- Contrato social: interesses das partes, objetivos da empresa e descrição dos aspectos societários e a maneira de integralização das cotas;
- documentos pessoais de cada sócio (no caso de uma sociedade)

4° Passo: Documentos necessários para a inscrição são:

- Três vias de contratos
- Cópias do RG e do CPF dos sócios, e testemunhas (não pode ser parentes)
- Comprovante de residência dos sócios
- Cópia do contrato de locação de imóveis (quando alugado), ou escritura e nome pelo menos um dos sócios (si próprio)
- Duas capas de acompanhamento da junta comercial com os formulários

- Ficha de cadastro nacional de empresa - modelo 1 (FCN 1) e modelo 2 (FCN2) ficha cadastral (FAC) cadastro nacional de pessoas jurídica (CNPJ)
- Requerimento de enquadramento do simples (RES), e autorização para impressão de documentos fiscais
- Pagamentos de taxa através de DARF
- Registrada a empresa será entregue ao seu proprietário o NIRE (número de identificação do registro de empresa) que é uma etiqueta ou um carimbo, feito pela junta comercial ou cartório, contendo um número que é fixado nos atos constitutivos.)

5º Passo: Inscrição e registro

- Tem que registrar na secretaria estadual da fazenda a chamada inscrição estadual. Esse registro no ICMS (imposto sobre circulação de mercadoria e serviço) pode ser pela internet para isso é necessário ter um contador.
- Cópia do ato constitutivo comprovante de contribuição do INSS (para a
- Empresas prestadora de serviço);
- Cópia do CNPJ;
- Três vias do DUC (documento único de cadastro);
- Comprovantes de residência dos sócios (originais ou cópias autenticadas);
- DCC (documento complementar de cadastro);
- Cópia do alvará de funcionamento;
- Cópia autenticada do documento que prove direito de uso do imóvel no qual o empreendimento estará localizado. Como escritura pública ou contrato de locação do imóvel;
- Certidão simplificada da junta;
- RG e CPF dos sócios.

3.1.8.2. Direitos do Consumidor

Os direitos do consumidor são fundamentais para garantir relações de consumo justas e equilibradas entre consumidores e fornecedores. Esses direitos estão estabelecidos no Código de Defesa do Consumidor (CDC), uma legislação brasileira que protege os consumidores de práticas abusivas e assegura sua segurança e

bem-estar nas relações de consumo. A seguir, apresento de forma elaborada e completa os principais direitos do consumidor:

Direito à Informação: O consumidor tem o direito de receber informações claras, precisas e completas sobre os produtos e serviços que pretende adquirir. Isso inclui informações sobre características, composição, preço, garantia, prazo de validade, entre outros aspectos relevantes. O direito à informação é fundamental para garantir que o consumidor possa fazer escolhas conscientes e bem-informados ao adquirir produtos e serviços. Quando as informações fornecidas são claras, precisas e completas, o consumidor tem a oportunidade de avaliar corretamente o que está adquirindo, comparar opções e tomar decisões que atendam às suas necessidades e expectativas. Além disso, ao ter acesso a detalhes como características, composição, preço, garantia e prazo de validade, o consumidor poderá evitar surpresas vendidas, como produtos inadequados, preços abusivos ou itens vencidos. Desta forma, o direito à informação não apenas protege o consumidor, mas também promove a transparência e a confiança nas relações de consumo, contribuindo para um mercado mais justo e equilibrado.

Direito à Qualidade: Os produtos e serviços devem atender aos padrões de qualidade estabelecidos pelas normas técnicas e regulamentos vigentes. Eles devem ser seguros, eficientes e adequados ao fim a que se destinam. O direito à qualidade é essencial para garantir que os consumidores recebam produtos e serviços que atendam às suas necessidades e expectativas. Ao aderir aos padrões e regulamentos técnicos estabelecidos, os produtores e prestadores de serviços podem garantir que as suas ofertas são seguras, eficientes e apropriadas para o uso pretendido. Isto, por sua vez, ajuda a proteger os consumidores de danos e garante que eles recebam valor pelo seu dinheiro.

Quando os produtos e serviços atendem aos padrões de qualidade exigidos, é mais provável que tenham o desempenho esperado, o que pode levar a uma maior satisfação e fidelidade do cliente. Por outro lado, quando os produtos ou serviços não cumprem estas normas, podem causar incômodos, frustração e até danos físicos aos consumidores. Isto pode levar a consequências negativas tanto para os consumidores como para os produtores, incluindo perda de confiança, danos à reputação e responsabilidade legal.

O direito à qualidade também está intimamente ligado ao direito à informação. Ao fornecer aos consumidores informações claras e precisas sobre a qualidade dos seus produtos e serviços, os produtores e prestadores de serviços podem ajudar os consumidores a tomarem decisões informadas sobre o que comprar e usar. Isto pode levar a melhores resultados tanto para os consumidores como para os produtores, uma vez que os consumidores têm maior probabilidade de ficarem satisfeitos com as suas compras e os produtores têm maior probabilidade de construir uma base de clientes fiéis.

Em resumo, o direito à qualidade é essencial para garantir que os consumidores recebam produtos e serviços que sejam seguros, eficientes e apropriados para o uso pretendido. Ao aderirem às normas e regulamentos técnicos estabelecidos, os produtores e prestadores de serviços podem ajudar a proteger os consumidores contra danos, construir confiança e lealdade e garantir que recebem valor pelo seu dinheiro.

Direito à Segurança: Os produtos e serviços devem oferecer segurança aos consumidores, prevenindo riscos à saúde e à segurança. Caso um produto ou serviço represente um risco, o consumidor deve ser devidamente informado sobre os cuidados necessários para sua utilização segura.

O direito à segurança é um dos pilares fundamentais dos direitos do consumidor, garantindo que os produtos e serviços oferecidos no mercado não representem riscos à saúde e à segurança dos consumidores. É essencial que os produtos sejam projetados, fabricados e comercializados de forma a minimizar qualquer perigo potencial que possa representar.

Quando um produto ou serviço apresenta riscos à saúde ou à segurança do consumidor, é crucial que este seja devidamente informado sobre tais riscos e sobre as medidas possíveis para utilizar o produto ou serviço de forma segura. Essa informação deve ser clara, acessível e precisa, permitindo que o consumidor tome decisões conscientes e evite possíveis danos.

Além disso, a garantia da segurança dos produtos e serviços não apenas protege os consumidores de possíveis danos físicos ou materiais, mas também contribui para a construção de relações de confiança entre consumidores e fornecedores. Ao se sentirem seguros em relação aos produtos e serviços que adquirem, os consumidores têm mais confiança nas empresas e marcas, o que pode resultar em

fidelização e recomendação a outros consumidores.

Portanto, o direito à segurança garante que os consumidores tenham acesso a produtos e serviços que não representem ameaças à sua saúde e segurança, promovendo um ambiente de consumo mais seguro, transparente e confiável para todos os envolvidos.

Direito à Proteção contra Publicidade Enganosa: É proibida a publicidade enganosa ou abusiva, que possa induzir o consumidor a erro. A publicidade deve ser clara, transparente e não deve omitir informações importantes sobre o produto ou serviço anunciado.

O direito à proteção contra a publicidade enganosa ou abusiva é essencial para garantir que os consumidores sejam informados de maneira correta e não sejam induzidos a tomar decisões decisivas com base em informações falsas ou enganosas. A proibição da publicidade enganosa visa proteger os consumidores contra práticas desleais que possam distorcer a realidade sobre um produto ou serviço.

Uma publicidade clara, transparente e que não omita informações importantes é fundamental para que os consumidores possam fazer escolhas conscientes e bem-informadas. Ao receber informações precisas e completas sobre um produto ou serviço anunciado, os consumidores têm a oportunidade de avaliar corretamente suas características, benefícios e possíveis limitações, evitando assim que sejam enganados ou induzidos a adquirir algo que não corresponda às suas expectativas. A publicidade enganosa não apenas prejudica os consumidores, levando-os a adquirir produtos ou serviços com base em informações falsas, mas também afeta a concorrência leal no mercado. Ao proibir práticas publicitárias enganosas, as autoridades visam promover um ambiente de negócios justo e transparente, sem que as empresas concorram de forma ética e os consumidores sejam protegidos de possíveis abusos.

Portanto, o direito à proteção contra a publicidade enganosa ou abusiva é fundamental para garantir a integridade e a confiança nas relações de consumo, garantindo que os consumidores recebam informações claras e verdadeiras sobre os produtos e serviços anunciados, e possam tomar decisões de compra com segurança e conhecimento.

Direito à Garantia: O consumidor tem direito à garantia contra defeitos ou vícios nos produtos e serviços que adquire. A garantia deve ser oferecida pelo fabricante ou pelo fornecedor e deve garantir a reparação, a substituição do produto ou a restituição do valor pago, conforme o caso.

O direito à garantia é um dos direitos fundamentais do consumidor, pois garante que o produto ou serviço adquirido esteja livre de defeitos ou vícios. A garantia é uma obrigação assumida pelo fabricante ou fornecedor de resolver quaisquer problemas relacionados ao produto ou serviço fornecido, oferecendo uma solução adequada, como as peças, a substituição do produto ou a restituição do valor pago.

Este direito é importante porque garante que o consumidor tenha a certeza de que o produto ou serviço adquirido é de boa qualidade e que, caso haja algum defeito ou defeito, ele terá a garantia de que o fabricante ou fornecedor resolverá o problema. Isso aumenta a confiança do consumidor no produto ou serviço adquirido e no fabricante ou fornecedor, o que pode resultar em uma relação mais rigorosa e positiva entre as partes.

Além disso, a garantia também protege o consumidor contra possíveis fraudes ou enganos, pois garante que o produto ou serviço adquirido esteja em conformidade com o descrito e que o fabricante ou fornecedor assumirá a responsabilidade em caso de problemas relacionados ao produto ou serviço.

Portanto, o direito à garantia é fundamental para garantir que o consumidor tenha a certeza de que o produto ou serviço adquirido é de boa qualidade e que, caso haja algum problema, o fabricante ou fornecedor deverá resolver o problema de forma justa e adequada.

Justifique:• **Direito à Reclamação e Reparação:** O consumidor tem o direito de reclamação e exige a reparação de danos causados por produtos ou serviços defeituosos. O fornecedor deve oferecer meios eficazes de solução de conflitos, como troca de produto, reparo do serviço ou devolução do valor pago.

Direito à Reclamação e Reparação: O consumidor tem o direito de reclamar e exigir a reparação de danos causados por produtos ou serviços defeituosos. O fornecedor deve oferecer meios eficazes de solução de conflitos, como troca do produto, reparo do serviço ou devolução do valor pago:

O direito à reclamação e garantias é um direito fundamental do consumidor que garante que ele possa reclamar e exigir a reparação de danos causados por produtos ou serviços defeituosos. Este direito é importante porque garante que o consumidor tenha a possibilidade de buscar uma solução justa e adequada em caso de problemas relacionados aos produtos ou serviços que adquiriu.

Ao oferecer meios práticos de solução de conflitos, como troca de produto, reparo do serviço ou devolução do valor pago, o fornecedor demonstra seu compromisso em atender às necessidades e expectativas do consumidor, o que pode resultar em uma relação mais rigorosa e positiva entre as partes.

Além disso, o direito à consulta e reparos também protege o consumidor contra possíveis fraudes ou enganos, pois garante que o fornecedor será responsável pela resolução de quaisquer problemas relacionados aos produtos ou serviços fornecidos. Isso aumenta a confiança do consumidor no fornecedor e no mercado em geral, o que pode resultar num ambiente de negócios mais justo e transparente. Portanto, o direito à garantia e peças é fundamental para garantir que o consumidor tenha a possibilidade de buscar uma solução justa e adequada em caso de problemas relacionados aos produtos ou serviços que adquiriu, e que o fornecedor seja responsável por resolver quaisquer problemas relacionados aos seus produtos ou serviços.

Direito à Privacidade: O consumidor tem o direito à proteção de seus dados pessoais, sendo proibida a divulgação sem seu consentimento. As empresas devem respeitar a privacidade dos consumidores e proteger suas informações pessoais:

O direito à privacidade é um direito fundamental do consumidor que garante a proteção de seus dados pessoais e a concessão de sua divulgação sem seu consentimento. Este direito é importante porque garante que as empresas respeitem a privacidade do consumidor e protejam suas informações pessoais, o que é essencial para manter a confiança e a segurança do consumidor.

A divulgação de dados pessoais sem o consentimento do consumidor pode causar prejuízos graves, como a perda de privacidade, o roubo de identidade, o furto de informações financeiras e a exposição à publicidade indesejada. Além disso, a divulgação de dados pessoais também pode ser usada para fins políticos ou comerciais, o que pode resultar em uma manipulação dos consumidores e uma ocorrência do mercado.

Para garantir a proteção dos dados pessoais do consumidor, as empresas devem adotar medidas de segurança específicas, como a criptografia de dados, a autenticação de usuários, a limitação de acesso a informações provisórias e a educação dos funcionários sobre a importância da proteção de dados pessoais. Além disso, as empresas também devem informar o consumidor sobre os dados que estão sendo encontrados, como eles serão usados e quem terá acesso a eles. Portanto, o direito à privacidade é fundamental para garantir que as empresas respeitem a privacidade do consumidor e protejam suas informações pessoais, o que é essencial para manter a confiança e a segurança do consumidor. As empresas devem adotar medidas de segurança adequadas e informar o consumidor sobre a coleta e o uso de seus dados pessoais, para garantir que o consumidor tenha o controle sobre suas informações pessoais e que elas sejam protegidas contra a divulgação sem seu consentimento.

Direito à Educação para o Consumo: O consumidor tem direito à educação para o consumo, com informações sobre seus direitos e deveres. Essa educação deve ser oferecida por órgãos públicos e entidades de defesa do consumidor, visando capacitar os consumidores a fazerem escolhas conscientes e responsáveis:

O direito à educação para o consumo é essencial para capacitar os consumidores a fazerem escolhas conscientes e responsáveis, fornecendo informações sobre seus direitos e deveres. Esta educação é fundamental para garantir que os consumidores estejam cientes dos seus direitos, saibam como exercê-los e compreendam as responsabilidades que têm ao adquirir produtos ou serviços.

Ao oferecer educação para o consumo, órgãos públicos e entidades de defesa do consumidor atraentes para a formação de consumidores mais informados, críticos e capacitados a lidar com situações de compra e consumo. Essa educação pode abranger temas como direitos do consumidor, práticas comerciais justas, segurança dos produtos, proteção de dados pessoais, entre outros, permitindo que os consumidores façam escolhas mais conscientes e evitem possíveis abusos ou fraudes.

Além disso, a educação para o consumo também promove a transparência e a equidade nas relações de consumo, incentivando a adoção de práticas comerciais, éticas e responsáveis por parte dos fornecedores. Ao capacitar os consumidores a exigirem seus direitos e a fazer escolhas informadas, como iniciativas de educação

para o consumo considerando um mercado mais justo, competitivo e favorável aos interesses dos consumidores.

Portanto, o direito à educação para o consumo é fundamental para empoderar os consumidores, garantindo que eles estejam bem-informados, conscientes de seus direitos e preparados para tomar decisões responsáveis e assertivas no mercado de consumo. Essa educação é um instrumento poderoso para promover a cidadania, a proteção do consumidor e o desenvolvimento de relações de consumo mais equilibradas e transparentes.

Esses são alguns dos principais direitos do consumidor previstos no Código de Defesa do Consumidor. É importante que os consumidores conheçam esses direitos e saibam como exercê-los para garantir sua proteção e bem-estar nas relações de consumo.

3.2. Pesquisa de Mercado

3.2.1. Clientes

3.2.1.1. Instrumento de pesquisa (questionário)

Para identificar as necessidades e desejos dos potenciais clientes e conhecer melhor o perfil deles, foi elaborado um questionário, distribuído entre os dias 01 e 07 do mês junho, e respondido por 38 pessoas.

Segue abaixo perguntas realizadas no questionário:

Com que frequência você compra roupas para seu guarda-roupa estilo casual social e casual despojado?

- Mensalmente
- A cada 2-3 meses
- Sempre que necessário

Onde você costuma comprar roupas para essas ocasiões?

- Lojas físicas
- Lojas online
- Ambos

Quais são os principais fatores que influenciam sua decisão na hora de compras de roupas?

- Preço
- Qualidade
- Estilo/Tendência

Você já ouviu falar de serviços de assinatura de box de roupas antes desta pesquisa?

- Sim, estou familiarizado com esses serviços.
- Não, esta é a primeira vez que ouço falar sobre eles.

Qual é a sua opinião sobre a sustentabilidade na moda e você consideraria assinar uma subscription (Inscrição/Assinatura) box que priorize marcas e produtos sustentáveis?

- Muito importante, consideraria assinar
- Importante, mas não seria o único fator decisivo
- Não considero importante

Quais fatores você consideraria ao decidir se inscrever em um serviço de assinatura de box de roupas?

- Preço
- Estilo das roupas
- Marcas oferecidas
- Política de devolução
- Outro:

Quais são suas preocupações ou hesitações ao considerar a assinatura de um serviço de box de roupas?

- Qualidade das roupas selecionadas
- Tamanho adequado das roupas
- Possibilidade de não gostar das peças selecionadas
- Preocupações financeiras
- Outro:

Quão interessado você estaria em experimentar um serviço de assinatura de box de roupas, onde você recebe roupas selecionadas por estilistas mensalmente?

- Muito interessado.
- Moderadamente interessado.
- Nenhum pouco interessado.

Você iria preferir um serviço de assinatura de box de roupas que permite trocar as peças selecionadas ou um que oferece a opção de receber novas peças selecionadas com base em suas preferências anteriores?

- Iria preferir trocar as peças selecionadas.

- Iria preferir receber novas peças selecionadas com base nas minhas preferências anteriores

Qual seria o preço mensal ideal que você estaria disposto a pagar por um serviço de assinatura de box de roupas?

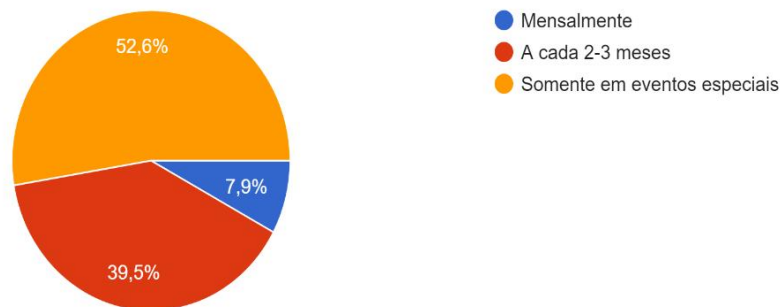
- De R\$ 50,00 a R\$ 100,00
- De R\$ 30,00 a R\$ 50,00

3.2.1.2. Resultados

Gráfico 1

Com que frequência você compra roupas? Estilo casual social e casual despojado.

38 respostas



Fonte: dos próprios autores, 2024.

Gráfico 2

Onde você costuma comprar roupas para essas ocasiões?

38 respostas

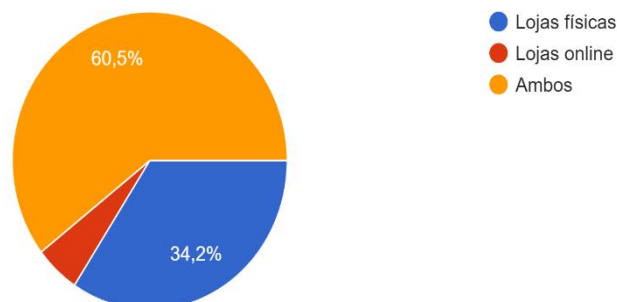
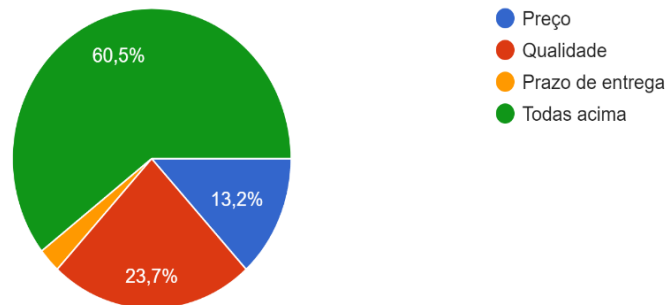


Gráfico 3

Quais são os principais fatores que influenciam sua decisão na hora de comprar roupas?

38 respostas

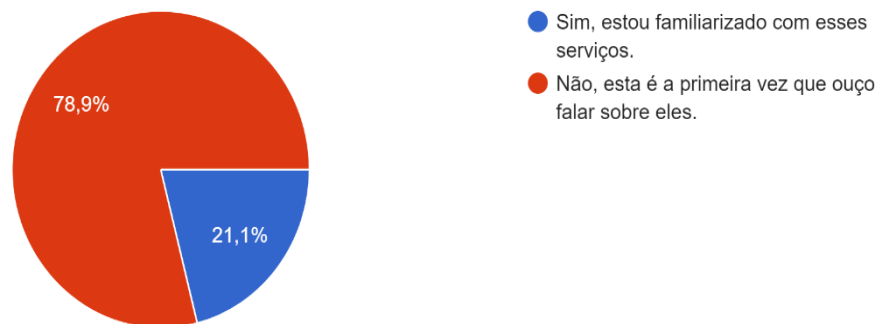


Fonte: dos próprios autores, 2024.

Gráfico 4

Você já ouviu falar em serviços de assinatura de box de roupas? A box é uma assinatura mensal na qual você recebe em sua casa looks para seu dia a d...stilo, avaliado por um profissional em curadoria.

38 respostas

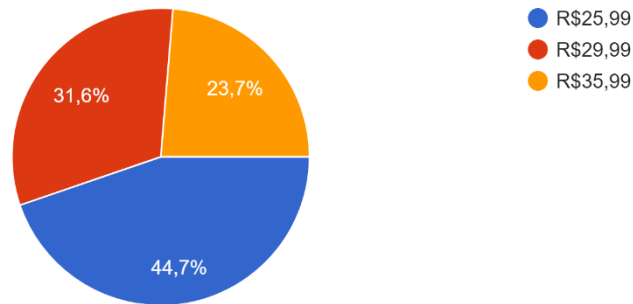


Fonte: dos próprios autores, 2024.

Gráfico 5

Até que valor você estaria disposto a pagar por uma assinatura box? Lembrando que o serviço da assinatura não é o valor dos looks.

38 respostas

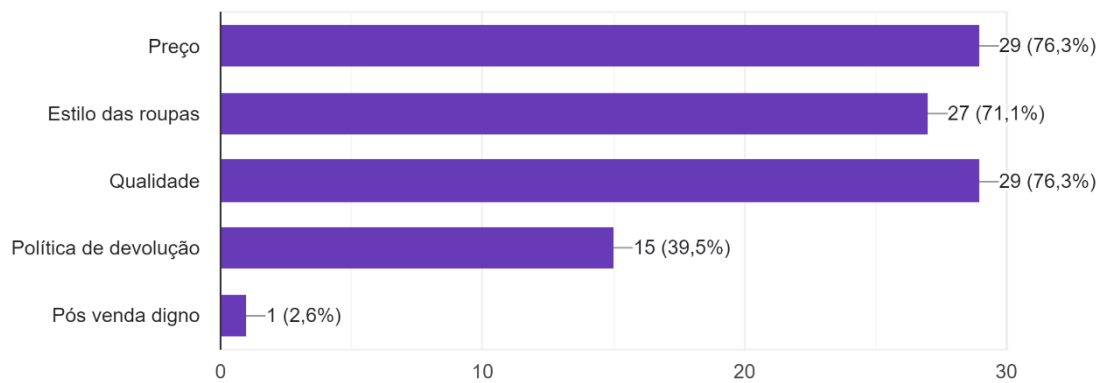


Fonte: dos próprios autores, 2024.

Gráfico 6

Quais fatores você consideraria ao decidir se inscrever em um serviço de assinatura de box de roupas?

38 respostas

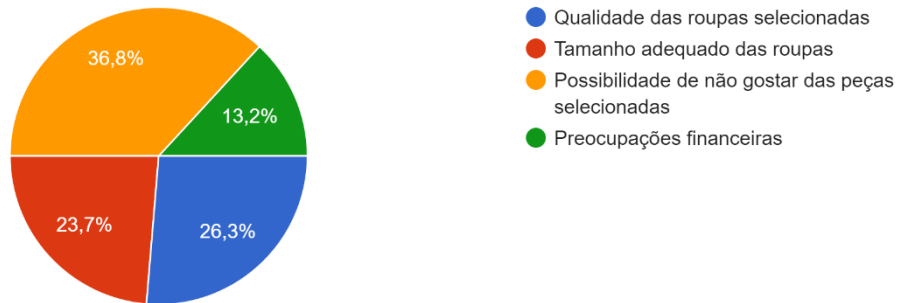


Fonte: dos próprios autores, 2024.

Gráfico 7

Quais são suas preocupações ou hesitações ao considerar a assinatura de um serviço de box de roupas?

38 respostas



Fonte: dos próprios autores, 2024.

3.2.2. Fornecedores

@rjc.modas

Empreendedor(a)

Rua. João Teodoro, 1200

Shopping Total Brás - Loja 95, piso superior

Rua. Vítor Hugo, 358

Shopping VHT - Loja 132, Piso Térreo

WhatsApp: (11) 950649173

Prazo de pagamento: à vista ou parcelado em até 3X

Yegrina Confecções de roupas

Vestuário (marca)

Venda online, somente atacado.

Varejo somente na loja física.

🏠 Matriz: R. José Paulino, 712

📍 Filial: Shopping Total Brás, loja 9S

WhatsApp 11 99514 8034

Prazo de pagamento: à vista ou parcelado em até 3X

✦ CHARISMA ✦

Somente atacado.

📍 Rua Casemiro de Abreu 331

📍 Shop.Total Brás loja 75 piso superior

OUTLET: @charisma.oficial.outlet

Prazo de pagamento: à vista ou parcelado em até 3X

MV Modas

Empreendedor(a)

Moda Feminina Elegante e Atemporal

Shopping Newmall

Rua João Teodoro, 1122

Piso superior

Lj: 159/160s

Prazo de pagamento: à vista ou parcelado em até 3X

Blue Haven Modas ✦

@bluehavenmodas

Venda no atacado

Moda feminina, atemporal e versátil ✦

Shopping Total Brás 60T

Formas de pagamento:

Prazo de pagamento: à vista ou parcelado em até 3X

3.2.3. Concorrentes



Nome da Empresa: Vista - Me

Descrição Geral: A Vista - Me é uma empresa estabelecida no mercado de moda feminina, especializada na venda de caixas de roupas e acessórios selecionados de acordo com o estilo e as preferências das clientes. A empresa oferece uma ampla variedade de opções, desde roupas casuais até peças mais formais, atendendo a diferentes gostos e ocasiões.

Público-Alvo: A Vista - Me direciona seus produtos para mulheres que buscam praticidade e estilo em suas escolhas de moda. Seu público-alvo é composto por mulheres jovens e modernas, interessadas em estar sempre bem-vestidas e atualizadas com as últimas tendências.

Estratégias de Marketing: A empresa utiliza uma abordagem abrangente de marketing, incluindo campanhas nas redes sociais, parcerias com influenciadores digitais e publicidade online. Além disso, a Vista - Me investe em eventos de moda e patrocínios para aumentar sua visibilidade e atrair novos clientes.

Canais de Distribuição: A Vista - Me disponibiliza seus produtos principalmente por meio de seu site oficial, onde os clientes podem fazer assinaturas mensais. A empresa também possui parcerias com lojas físicas e boutiques selecionadas para aumentar sua presença no mercado.

Diferenciais Competitivos: A Vista - Me se destaca pela variedade e qualidade de seus produtos, bem como pela experiência personalizada de compra que oferece aos clientes. A empresa se esforça para atender às necessidades e preferências individuais de cada cliente, garantindo assim sua fidelização e satisfação.

Análise SWOT em comparativo com a concorrência:

Forças: Ampla variedade de produtos, forte presença online, experiência personalizada de compra.

COMO FUNCIONA?



Fraquezas: Dependência de canais de distribuição online, concorrência acirrada no mercado de moda.

Oportunidades: Crescimento do mercado de moda online, expansão para novos mercados.

Ameaças: Concorrência de marcas estabelecidas, mudanças nas tendências de moda.

3.3. Plano de Marketing

3.3.1. Introdução

Análise de Mercado: Será realizada uma análise detalhada do mercado de moda feminina, considerando tendências de consumo, comportamento dos concorrentes e oportunidades de mercado. Será fundamental identificar o tamanho do mercado, as preferências dos consumidores e as estratégias dos concorrentes para posicionar a Royal Stylist de forma competitiva.

Definição do Público-alvo: O público-alvo da Royal Stylist são mulheres empondeiradas que buscam praticidade e estilo em suas roupas do dia a dia. Essas mulheres geralmente têm entre 25 e 45 anos, são ativas profissionalmente e valorizam produtos de qualidade e conveniência.

Posicionamento da Marca: A Royal Stylist se posiciona como uma marca que oferece praticidade e estilo para mulheres de negócios, proporcionando looks completos e versáteis para o dia a dia. A marca busca transmitir sofisticação e modernidade, atendendo às necessidades específicas desse público-alvo.

Objetivos de Marketing: Os objetivos de marketing da Royal Stylist incluem aumentar o reconhecimento da marca, expandir a base de clientes, aumentar as vendas mensais de assinaturas e fortalecer o relacionamento com os clientes existentes.

Estratégias de Produto: A Royal Stylist oferece assinaturas mensais de caixas de moda contendo até cinco looks completos e acessórios para uso semanal. A empresa busca constantemente atualizar sua coleção com base nas últimas tendências da moda, oferecendo produtos de alta qualidade e bom gosto.

Estratégias de Preço: A política de preços da Royal Stylist é baseada no valor percebido pelo cliente, levando em consideração a qualidade dos produtos, a conveniência do serviço e o posicionamento da marca no mercado. Os preços das

assinaturas mensais são competitivos em relação aos concorrentes, garantindo uma boa relação custo-benefício para os clientes.

Estratégias de Distribuição (Praça): A Royal Stylist utiliza uma estratégia de distribuição multicanal, vendendo suas assinaturas online através de seu site.

A empresa busca expandir sua presença em novos mercados, tanto nacional quanto internacionalmente, por meio de parcerias estratégicas e campanhas de marketing direcionadas.

Estratégias de Promoção: As estratégias de promoção da Royal Stylist incluem campanhas de publicidade online e offline, parcerias com influenciadores digitais, participação em eventos do setor e ações promocionais para atrair novos clientes e fidelizar os existentes. A empresa também investe em marketing de conteúdo, produzindo conteúdo relevante e inspirador sobre moda e estilo.

Orçamento de Marketing: O orçamento de marketing da Royal Stylist é definido com base nos objetivos e nas estratégias traçadas, levando em consideração os investimentos necessários em publicidade, marketing digital, eventos, entre outros. O orçamento é revisado regularmente para garantir que esteja alinhado com os resultados esperados.

Controle e Monitoramento: Para garantir o sucesso do plano de marketing, a Royal Stylist estabelecerá indicadores de desempenho (KPIs) para monitorar o progresso em relação aos objetivos estabelecidos. Serão realizadas análises periódicas para avaliar a eficácia das estratégias adotadas e fazer ajustes conforme necessário.

Calendário de Atividades: Um calendário detalhado será elaborado para planejar e organizar todas as atividades de marketing ao longo do ano, incluindo lançamentos de coleções, campanhas promocionais, eventos e ações de comunicação. O calendário será atualizado regularmente para garantir que todas as atividades sejam executadas no prazo e de acordo com o planejado.

3.3.2. Análise de ambiente

3.3.2.1. Ambiente econômico

O ambiente econômico pode impactar o "Royal Stylist" de várias maneiras. A situação econômica geral, incluindo taxas de juros, inflação e desemprego, pode afetar o poder de compra das clientes. Mudanças nas tendências de consumo também podem influenciar a demanda por serviços de moda personalizada. É importante monitorar de perto o ambiente econômico para ajustar estratégias de marketing e vendas conforme necessários.

Com base nas informações pesquisadas nos artigos sobre a economia da moda e seu impacto, bem como as implicações econômicas para um serviço específico como o "Royal Stylist", podemos destacar alguns pontos-chave:

Crescimento do Mercado de Moda: De acordo com dados de pesquisa, o mercado de moda está em crescimento, especialmente no e-commerce, com vendas aumentando a uma taxa média de 11,4% ao ano, e a previsão é que alcance um faturamento de até US\$ 1 trilhão até 2025

Impacto Ambiental e Sustentabilidade: Existe uma crescente conscientização sobre o impacto ambiental negativo da indústria da moda, impulsionando uma transição para uma moda sustentável, que considera tanto os aspectos ambientais quanto os sociais da produção de roupas. Isso pode influenciar as preferências dos consumidores e criar oportunidades para serviços que promovam a sustentabilidade, como consultoria de moda sustentável

Impacto Social e Condições de Trabalho: A indústria da moda emprega milhões de pessoas globalmente, porém, muitas situações de trabalho precárias, levantando preocupações sociais que podem afetar a concessão das empresas. Empresas que demonstram preocupação com as condições de trabalho em suas cadeias de suprimentos podem ganhar a preferência dos consumidores conscientes socialmente

Efeito da Economia Global: Mudanças na economia global têm um papel significativo no mercado de moda, como evidenciado pela entrada do Brasil no cenário global de

moda após a crise de 2008. Alterações na economia global podem impactar o poder de compra dos consumidores e suas preferências de consumo, afetando os negócios de serviços de moda, como consultoria de estilo pessoal

Com base nessas informações, a “Royal Stylist” pode ajustar nossas estratégias de negócios para aproveitar as tendências de crescimento no mercado de moda, considerando as preocupações ambientais e sociais. Oferecer serviços de consultoria de moda sustentável pode atrair clientes preocupados com o meio ambiente, enquanto a análise das tendências econômicas globais pode auxiliar na adaptação de preços e estratégias de marketing para garantir o sucesso do negócio.

3.3.2.2. Ambiente sociocultural

O ambiente sociocultural refere-se aos valores, crenças, costumes e tendências da sociedade em que o "Royal Stylist" opera. Mudanças nas preferências de estilo, padrões de consumo e valores das clientes podem impactar a demanda por caixas de moda personalizadas. É importante estar atento às mudanças no ambiente sociocultural e adaptar a oferta de produtos e serviços para atender às necessidades e expectativas das clientes. Por exemplo:

O comportamento do consumidor no mercado de moda feminina é influenciado por uma série de fatores, que vão desde preferências individuais até tendências sociais e culturais. Entender esses aspectos é fundamental para o sucesso de empresas como o "Royal Stylist". pontos a considerar:

Preferências de Estilo: As consumidoras têm preferências distintas quando se trata de moda. Algumas preferem um estilo mais clássico e elegante, enquanto outras optam por algo mais moderno e arrojado. É importante para o "Royal Stylist" oferecer uma variedade de estilos para atender a diferentes gostos.

Qualidade e Durabilidade: Muitas consumidoras valorizam a qualidade e a durabilidade das roupas. Elas preferem peças bem feitas e que durem por várias estações. O "Royal Stylist" pode se destacar ao oferecer produtos de alta qualidade e durabilidade.

Conveniência e Personalização: A conveniência é um fator importante para muitas consumidoras. Elas buscam produtos e serviços que facilitem suas vidas, como a assinatura mensal de caixas de moda do "Royal Stylist", que oferece uma experiência de compra personalizada e sem complicações.

Influências Externas: O comportamento do consumidor também é influenciado por fatores externos, como mídia, celebridades e influenciadores digitais. O "Royal Stylist" pode aproveitar essas influências para promover seus produtos e aumentar sua base de clientes.

Experiência de Compra: A experiência de compra é crucial para muitas consumidoras. Elas valorizam uma experiência positiva, desde o momento em que descobrem a marca até o pós-venda. O "Royal Stylist" pode se destacar ao oferecer um atendimento ao cliente excepcional e uma experiência de compra personalizada.

Ao compreender o comportamento do consumidor, o "Royal Stylist" pode desenvolver estratégias de marketing e produtos que atendam às necessidades e preferências de seu público-alvo, aumentando assim suas chances de sucesso no mercado de moda feminina.

3.3.2.3. Ambiente tecnológico

O ambiente tecnológico desempenha um papel fundamental no negócio do "Royal Stylist". Tecnologias emergentes, como inteligência artificial e análise de dados, podem ser utilizadas para melhorar a personalização das caixas de moda e a experiência do cliente. Além disso, as mídias sociais e o comércio eletrônico são ferramentas importantes para promover a marca e alcançar novos clientes. É importante estar atualizado com as tendências tecnológicas e incorporar inovações que possam beneficiar o negócio.

Também será fundamental o uso de um software de gestão de estoques, para monitorar a entrada e saída de peças de vestuário, evitar o desabastecimento e obter informações sobre as preferências das consumidoras.

3.3.2.4. Ambiente legal

O ambiente legal refere-se ao conjunto de leis e regulamentações que podem impactar as operações do "Royal Stylist". Isso inclui leis de proteção ao consumidor, leis trabalhistas, regulamentações de comércio eletrônico e normas de segurança de produtos. É importante garantir que o negócio esteja em conformidade com todas as leis e regulamentações relevantes para evitar problemas legais e proteger a reputação da marca.

3.3.3. Análise S.W.O.T.

3.3.3.1. Forças

- **Proposta de Valor Única:** A Royal Stylist oferece um serviço exclusivo de assinatura mensal de caixas de moda para mulheres de negócios, proporcionando conveniência e estilo.
- **Qualidade dos Produtos:** A empresa oferece produtos de alta qualidade, cuidadosamente selecionados para atender às necessidades e preferências de seu público-alvo.
- **Relacionamento com Clientes:** A empresa mantém um relacionamento próximo com seus clientes, buscando feedback e oferecendo um serviço personalizado.
- **Moda sustentável:** Peças e acessórios com pouca saída entre as clientes serão encaminhados para venda em brechós ou para bazares de caridade.
- **Consultoria de moda:** Assinantes poderão se beneficiar de um serviço de consultoria, para alinhar seu estilo pessoal às tendências da moda.

3.3.3.2. Oportunidades

- **Crescimento do segmento:** Receitas do mercado de moda devem crescer 11,4% ao ano no Brasil, até 2025.

- **Expansão de Mercado:** Há oportunidades de expansão para novos mercados geográficos ou demográficos, bem como para a oferta de produtos complementares.
- **Parcerias Estratégicas:** Parcerias com influenciadores digitais, marcas complementares ou empresas de tecnologia podem ajudar a aumentar a visibilidade da marca e alcançar novos clientes.
- **Personalização Avançada:** Investir em tecnologias apoiadas em Inteligências Artificiais, que permitam uma maior personalização das caixas de moda, de acordo com as preferências individuais dos clientes.

3.3.3.3. Fraquezas

- **Dependência de Fornecedores:** A empresa pode estar sujeita a problemas de fornecimento se depender de um número limitado de fornecedores.
- **Limitações de Escala:** A natureza personalizada do serviço pode limitar a capacidade da empresa de escalar rapidamente para novos mercados ou segmentos.
- **Custos Operacionais Elevados:** A operação de montagem das caixas de moda e o envio mensal podem resultar em custos operacionais significativos.

3.3.3.4. Ameaças

- **Concorrência:** A concorrência no setor de moda feminina pode representar uma ameaça, com outras empresas oferecendo serviços semelhantes ou produtos alternativos.
- **Tendências de Mercado:** Mudanças nas preferências dos consumidores ou nas tendências da moda podem afetar a demanda pelos produtos da Royal Stylist.
- **Economia Instável:** Instabilidade econômica pode afetar o poder de compra dos consumidores e sua disposição para gastar em produtos de moda.

3.3.4. Perfil do cliente

Mulheres entre 25 e 45 anos, com renda de média a alta, do estilo de vida ativo, profissional e socialmente animado ao mais tranquilo.

Que equilibrem carreira e vida pessoal. De diversas personalidades, exigentes e conscientes da moda, que valorizem qualidade, conveniência, praticidade, estilo, elegância e conforto.

Que busquem roupas versáteis e confortáveis para o ambiente de trabalho e para eventos sociais e desejem estar atualizadas com as últimas tendências da moda, sem dedicar muito tempo para fazer compras. Que encontrem dificuldade em conciliar uma vida agitada com a necessidade de encontrar roupas adequadas para diferentes ocasiões.

Mulheres que preferem compras online devido à praticidade. Motivadas pela busca por conveniência, estilo e atualização do guarda-roupa.

Clientes ativas em redes sociais, seguindo marcas e influenciadores de moda e que estão dispostas a compartilhar informações pessoais em troca de uma experiência de compra personalizada.

Que esperam uma experiência de compra personalizada, com sugestões de looks que atendam às suas necessidades e preferências. Que valorizem a qualidade dos produtos e a conveniência do serviço de assinatura. E acabam fazendo uso da tendência não só no ambiente profissional, mas também em viagens, em eventos sociais e no cotidiano.

3.3.5. Identidade da empresa

Nome: Royal Stylist

O uso do inglês ajuda a criar uma imagem de exclusividade, que a empresa deseja cultivar. A expressão “royal stylist” significa “estilista real” e comunica a ideia de que a empresa pretende ser uma aliada de suas clientes na composição de um estilo pessoal que se adapte bem à personalidade e diversidade de cada cliente, sem deixar de lado as tendências da moda. O adjetivo “real” sugere realeza e remete aos esforços constantes da empresa em fazer com que cada cliente se sinta única.

Logomarca:

A marca é formada pelas letras iniciais do nome da empresa, em uma fonte com traços delicados e curvos, comunicando requinte e elegância. O design é limpo, sem excessos, enfatizando a sofisticação da marca. As cores, Dourado e Azul Royal são usadas de forma a conferir um ar de exclusividade e elegância, destacando-se pela sua combinação harmoniosa e impactante. Esses elementos visuais refletem a proposta da empresa de oferecer moda de alta qualidade e estilo para mulheres de negócios, ao mesmo tempo em que também atende ao público interessado em um estilo casual despojado, promovendo a ideia de diversidade e versatilidade em seu portfólio de produtos.

Slogan:

“Receba moda com requinte. Royal Stylist: elegância em cada caixa.”

3.3.6. Mix de Marketing

O mix de marketing, é um conjunto de estratégias que uma empresa utiliza para promover seus produtos ou serviços no mercado. No caso do "Royal Stylist", o mix de marketing é essencial para posicionar a marca e atrair clientes para o serviço de assinatura de caixas de moda personalizadas.

3.3.6.1. Produto

O produto principal do "Royal Stylist" são as caixas de moda personalizadas, que contêm até 5 looks e acessórios para uso semanal. Essas caixas são montadas de acordo com o perfil e preferências individuais de cada cliente, proporcionando uma experiência única e conveniente de compra de moda. Além das caixas, o "Royal Stylist" pode oferecer serviços adicionais, como consultoria de estilo online, para ajudar as clientes a aproveitarem ao máximo suas compras.

Portanto, a assinatura dá à cliente o direito a

- Receber, na conveniência de seu endereço, a caixa personalizada;
- Devolver, sem custos adicionais, peças e acessórios que não despertaram seu interesse, bastando comunicar à empresa sua decisão de devolvê-las;
- Ter a orientação de uma consultoria de moda, tanto para ajudá-la a harmonizar seu conforto, seu estilo pessoal e suas necessidades cotidianas às tendências de moda; como para selecionar às peças de roupa e acessórios que irão compor a caixa personalizada.

Looks Despojados:

Características: São looks que combinam peças despojadas com elementos sociais, criando um visual moderno e versátil. Exemplos: Blazer oversized com jeans rasgado e botas; camisa social com shorts jeans e tênis; vestido de tecido leve com jaqueta de couro e ankle boots. Esses looks podem ser adaptados de acordo com o estilo pessoal e as preferências de cada mulher, proporcionando opções variadas para diferentes ocasiões e estilos de vida.



**Looks Sociais:**

Características: São looks mais elegantes e formais, adequados para eventos ou ambientes que exigem uma apresentação mais sofisticada.

Exemplos: Blazer, camisa social, calça de alfaiataria e scarpin; vestido midi e salto alto; saia lápis, blusa de seda e sapato de salto.

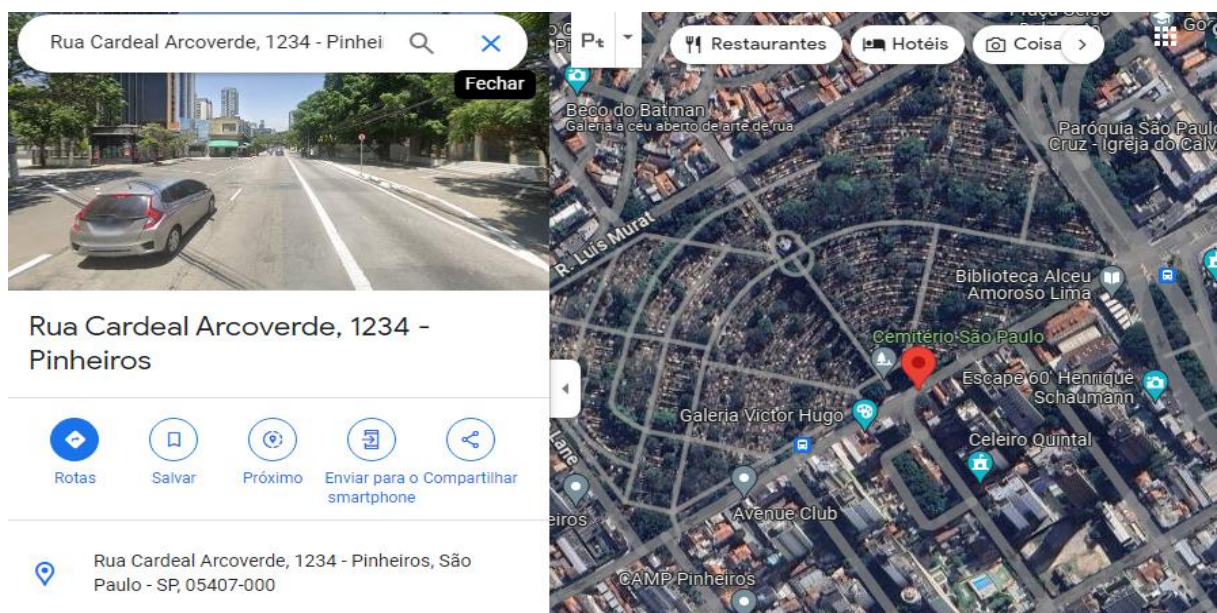


3.3.6.2. Praça

A Royal Stylist é uma empresa situada estrategicamente na Rua Cardeal Arcoverde, 1234, em Pinheiros, São Paulo - SP, com um amplo escritório e estoque para atender às necessidades de seus clientes. Seu escritório está localizado ao lado da Estação Faria Lima, proporcionando conveniência e fácil acesso.

Com uma área comercial espaçosa de 118m², este espaço inclui 4 vagas de estacionamento, uma sala fechada para reuniões ou escritório privativo, 2 banheiros, uma copa com armários, piso elevado para melhor organização, luminárias para uma iluminação eficiente, ar-condicionado para conforto em todas as estações do ano, e um amplo espaço em vão livre, oferecendo flexibilidade para adaptação conforme as necessidades da empresa.

O prédio está estrategicamente localizado, a poucos minutos da estação de metrô, rodeado por uma variedade de restaurantes, próximo à movimentada Avenida Faria Lima, ao Shopping Eldorado, agências bancárias e hotéis, proporcionando um ambiente favorável para os negócios e comodidades para os colaboradores e clientes da Royal Stylist.











Além da localização estratégica, o escritório da Royal Stylist, é projetado com características que promovem um ambiente seguro, confortável e propício para o negócio de assinaturas de box: incluindo o estoque, o espaço para montagem das caixas, o escritório e a curadoria.

Luminosidade Natural: A sala comercial é projetada para maximizar a entrada de luz natural, proporcionando um ambiente claro e arejado durante o dia. Isso não apenas cria uma atmosfera agradável para os funcionários e clientes, mas também reduz a necessidade de iluminação artificial, ajudando a economizar energia.

Ventilação Adequada: O espaço é cuidadosamente planejado para garantir uma boa circulação de ar, mantendo o ambiente fresco e arejado. Isso não só contribui para o conforto dos ocupantes, mas também ajuda a promover uma atmosfera saudável e produtiva.

Medidas de Prevenção de Incêndio: O escritório é equipado com medidas de prevenção de incêndio, como extintores, sistemas de alarme e saídas de emergência claramente sinalizadas. Além disso, o uso de materiais de construção resistentes ao fogo e a manutenção regular desses sistemas garantem a segurança dos ocupantes em caso de emergência.

Controle de Pragas: Para prevenir infestações de pragas, o escritório é mantido limpo e organizado, com procedimentos regulares de limpeza e inspeção. Além disso, são adotadas medidas preventivas, como vedação de possíveis pontos de entrada e o uso de produtos de controle de pragas quando necessário, garantindo um ambiente higiênico e livre de infestações.

Essas características garantem não apenas um ambiente confortável e seguro para os funcionários e clientes da Royal Stylist, mas também contribuem para a eficiência operacional e o sucesso contínuo do negócio de assinaturas de box.

Características

Mobiliado	Ar-condicionado	Armário embutido
Conexão à internet	Gerador elétrico	Circuito de segurança
Recepção	Salão de convenção	Vigia
Copa	Laje	

3.3.6.3. Promoção

A "Royal Stylist" utiliza diversos canais de atendimento e divulgação para se conectar com seus clientes e promover seus produtos:

Instagram:

A empresa utiliza o Instagram para compartilhar fotos dos looks disponíveis, dicas de moda, promoções e para interagir com os seguidores. Os clientes também podem entrar em contato pelo Direct Messenger para tirar dúvidas ou fazer pedidos.

Facebook:

A página do "Royal Stylist" no Facebook é utilizada para compartilhar conteúdo semelhante ao do Instagram, alcançando um público mais amplo. Os clientes podem enviar mensagens pela página para obter informações sobre produtos e serviços.

Site próprio:

O site oficial do "Royal Stylist" é o principal canal de vendas da empresa. Nele, os clientes podem navegar pelos produtos, fazer compras, conhecer as políticas da empresa e entrar em contato através de formulários específicos.

WhatsApp:

O WhatsApp é utilizado como um canal de comunicação direta com os clientes. Os

clientes podem enviar mensagens para fazer pedidos, tirar dúvidas sobre produtos e solicitar informações adicionais.

Outros canais

Além desses canais principais, o "Royal Stylist" também pode utilizar outras plataformas de mídia social, como Twitter e Pinterest, dependendo da estratégia de marketing da empresa. O objetivo é estar presente nos canais onde nossos clientes estão e proporcionar uma experiência de compra conveniente e personalizada.

A divulgação das caixas do "Royal Stylist" ocorre principalmente online, através do seu site oficial e de plataformas de mídia social. A empresa pode utilizar estratégias de marketing digital para aumentar a visibilidade da marca e atrair novos clientes. Além disso, parcerias estratégicas com influenciadores de moda e blogs de estilo podem ajudar a expandir o alcance da marca e alcançar novos públicos.

A promoção do "Royal Stylist" pode ser feita através de uma variedade de canais, incluindo publicidade online, marketing de conteúdo, redes sociais e relações públicas. A empresa pode criar campanhas promocionais que destaquem a conveniência e personalização das caixas de moda, além de oferecer descontos e promoções especiais para atrair novos clientes. A participação em eventos de moda e parcerias com outras marcas também podem ser estratégias eficazes de promoção.

Desapegue e ganhe

O diferencial do "Royal Stylist" está em sua abordagem inovadora e sustentável para a moda feminina. O programa "Desapegue e Ganhe" visa não apenas fidelizar clientes, mas também gerar mais leads e promover a sustentabilidade.

Ao participar do "Desapegue e Ganhe", as clientes têm a oportunidade de enviar peças de roupa que não usam mais, mas que estão em boas condições. Essas peças passam por uma rigorosa avaliação e, se aprovadas, a cliente recebe em troca uma moeda virtual chamada Coin Royal, que pode ser utilizada na aquisição de novos looks da nossa loja.

Essa iniciativa tem como objetivo despertar o desejo de renovar o guarda-roupa de forma sustentável, incentivando a reciclagem de roupas e reduzindo o impacto ambiental causado pelo descarte inadequado de peças. Além disso, ao revender as peças recolhidas para empresas terceirizadas, como brechós, estamos gerando receita adicional para a empresa, contribuindo para sua sustentabilidade financeira.

O "Royal Stylist" também abraça a causa da filantropia, doando as peças que não atendem aos critérios de qualidade para quem realmente precisa. Dessa forma, estamos não apenas promovendo a moda consciente, mas também ajudando a comunidade e causando um impacto positivo no meio ambiente.

Em resumo, o "Royal Stylist" se destaca por sua abordagem inovadora e sustentável, incentivando a moda consciente, a reciclagem de roupas e a filantropia, enquanto fideliza clientes e gera leads para a empresa.

3.3.6.4. Preço

A estratégia de precificação do "Royal Stylist" é fundamental para o sucesso do negócio, pois influencia diretamente a percepção de valor pelos clientes e a competitividade da empresa no mercado de moda feminina. Para definir os preços das caixas de moda personalizadas, a empresa adotará uma abordagem que considere diversos fatores, incluindo os custos de produção, os preços praticados pelos concorrentes, a percepção de valor pelos clientes e os objetivos de lucratividade da empresa.

Em primeiro lugar, a empresa realizará uma análise detalhada dos custos envolvidos na produção das caixas de moda, levando em consideração o custo das roupas, acessórios, embalagens, envio e margem de lucro desejada. Essa análise permitirá estabelecer um preço base para as caixas de moda, que cubra todos os custos e ainda gere um lucro satisfatório para a empresa.

Além dos custos de produção, a empresa também analisará os preços praticados

pelos concorrentes no mercado de moda feminina. Essa análise ajudará a empresa a posicionar seus preços de forma competitiva em relação aos concorrentes, levando em consideração a qualidade e a exclusividade de seus produtos.

A percepção de valor pelos clientes também será um fator-chave na definição dos preços. A empresa buscará oferecer uma experiência única e personalizada aos clientes, o que pode justificar preços mais altos em comparação com produtos similares disponíveis no mercado.

Para incentivar a fidelidade dos clientes, o "Royal Stylist" poderá oferecer descontos especiais para clientes frequentes ou para compras em grandes quantidades. Esses descontos serão estrategicamente calculados para garantir que a empresa mantenha sua lucratividade.

Em resumo, a estratégia de precificação do "Royal Stylist" será baseada em uma análise abrangente dos custos, dos preços praticados pelos concorrentes, da percepção de valor pelos clientes e dos objetivos de lucratividade da empresa. Essa estratégia será constantemente avaliada e ajustada para garantir a competitividade da empresa e a satisfação dos clientes.

3.4. Plano Operacional

3.4.1. Layout

O layout do "Royal Stylist" deve ser projetado de forma a otimizar o processo de montagem e envio das caixas de moda. Isso pode incluir áreas de estoque para armazenar as peças de roupa e acessórios, áreas de embalagem para preparar as caixas e uma área de expedição para despachar as encomendas. O layout deve ser organizado de forma lógica e eficiente, garantindo que as operações ocorram de forma suave e sem interrupções

3.4.2. Capacidade de atendimento

A capacidade de atendimento do "Royal Stylist" dependerá da demanda pelo serviço de assinatura de caixas de moda. É importante ter em mente que a capacidade de atendimento deve ser flexível o suficiente para lidar com picos sazonais de demanda, como durante as estações de moda ou períodos de festas. O uso de tecnologia, como sistemas de gestão de estoque e pedidos, pode ajudar a otimizar a capacidade de atendimento e garantir que as operações sejam eficientes. Considerando que a empresa é virtual e focada na venda de assinaturas online, a capacidade de atendimento é altamente flexível e depende principalmente da infraestrutura digital disponível. Com uma plataforma online bem estruturada e uma equipe de atendimento ao cliente dedicada, trabalhando em regime de home office, a empresa pode atender um número variável de clientes por mês, ajustando sua capacidade conforme a demanda dos clientes e garantindo um serviço de qualidade aos seus clientes.

3.4.3. Operação

Logística

A operação da "Royal Stylist" envolverá várias etapas, desde a seleção das peças de roupa e acessórios até a montagem e envio das caixas de moda. É importante garantir

que cada etapa do processo seja realizada de forma eficiente e precisa, para garantir a qualidade e a satisfação do cliente. Além disso, é importante manter um controle rigoroso sobre o estoque para garantir que as peças certas estejam disponíveis para atender às demandas dos clientes.

A operação do "Royal Stylist" pode ser dividida em várias etapas, desde a seleção das peças de roupa e acessórios até a entrega das caixas de moda aos clientes finais.

O processo seguirá da seguinte forma:

1. Seleção de Peças e Acessórios:
 - A equipe de estilo da Royal Stylist seleciona cuidadosamente as peças de roupa e acessórios que serão incluídos nas caixas de moda.
 - As peças são escolhidas com base nas preferências e necessidades do público-alvo, bem como nas últimas tendências da moda.

2. Montagem das Caixas:
 - Após a seleção das peças, as caixas de moda são montadas pela equipe de logística da empresa.
 - Cada caixa é cuidadosamente montada de acordo com as preferências e o perfil de estilo de cada cliente.

3. Embalagem e Envio:
 - As caixas de moda são embaladas de forma segura e atraente pela equipe de logística.
 - Após a embalagem, as caixas são enviadas para as clientes por meio de serviços de entrega confiáveis.
 - Faremos as entregas e retiradas via serviço próprio utilizando uma frota de entrega desenvolvida pela empresa não será terceirizado, isso em região local em casos que a demanda for para outro estado ou cidade de longa distancia utilizaremos plataformas de entregas rápidas, como Loggi, Uber, 99 serviços rápidos práticos e de custo-benefício acessível.

4. Entrega ao Cliente:

- Os clientes recebem suas caixas de moda em suas casas ou locais de trabalho, conforme a sua preferência.
- As caixas são entregues de forma rápida e eficiente, garantindo a satisfação do cliente.

5. Retorno e Trocas:

- A Royal Stylist oferece um serviço de retorno e trocas para garantir a satisfação do cliente.
- Os clientes podem devolver ou trocar as peças que não atendam às suas expectativas, garantindo uma experiência de compra positiva.

6. Feedback e Melhoria Contínua:

- A empresa solicita feedback dos clientes para identificar áreas de melhoria e garantir a qualidade do serviço.
- Com base no feedback recebido, a Royal Stylist faz ajustes em seu processo operacional para garantir a satisfação do cliente.

3.4.4. Necessidade de pessoal

Para operar a "Royal Stylist" de forma eficiente, será essencial contar com uma equipe bem estruturada e qualificada, distribuída em diferentes cargos e funções, cada um desempenhando um papel fundamental no funcionamento do negócio.

O Curador:

Este profissional é responsável por selecionar cuidadosamente as peças de roupa e acessórios que serão incluídos nas caixas de moda. Ele deve estar atento às últimas tendências da moda, às preferências dos clientes e às exigências do mercado, garantindo que as escolhas sejam atraentes e alinhadas com o estilo proposto pela "Royal Stylist".

Pessoal de Embalagem:

Este grupo é responsável por preparar as caixas de moda de forma cuidadosa e atraente. Eles devem garantir que cada peça seja embalada de forma segura e que a apresentação da caixa seja impecável, contribuindo para a experiência positiva do cliente ao abrir sua encomenda.

Atendimento ao Cliente:

A equipe de atendimento ao cliente desempenha um papel crucial na manutenção da satisfação e fidelização dos clientes. Eles são responsáveis por responder às consultas dos clientes, resolver problemas e garantir que todas as interações com a empresa sejam positivas e construtivas.

Expedição:

A equipe de expedição é responsável por despachar as encomendas de forma rápida e eficiente. Eles devem garantir que as caixas sejam enviadas dentro do prazo e que cheguem ao destino em perfeitas condições.

Além dessas funções principais, é importante contar com uma equipe de suporte administrativo, responsável por atividades como controle de estoque, gestão de pedidos e faturamento. Todos os funcionários devem receber treinamento adequado para desempenhar suas funções com excelência e contribuir para o sucesso da "Royal Stylist".

3.5. Plano Financeiro

Tabela 1

Máquinas, Equipamentos e Ferramentas						
Descrição (Características do Item)	Quantidade	Fornecedor 1	Fornecedor 2	Fornecedor 3	Menor Preço	Valor Total do Item
Ar-Condicionado Smile 9000 BTUs Frio	2	R\$ 2.474,10	R\$ 2.590,74	R\$ 2.609,00	R\$ 2.474,10	R\$ 4.948,20
Microondas	1	R\$ 580,95	R\$ 590,73	R\$ 664,05	R\$ 580,95	R\$ 580,95
Geladeira	1	R\$ 1.739,00	R\$ 1.799,00	R\$ 1.819,00	R\$ 1.739,00	R\$ 1.739,00
Máquina de Café	1	R\$ 441,71	R\$ 515,90	R\$ 499,00	R\$ 441,71	R\$ 441,71
Steamer (Vaporizador)	2	R\$ 599,00	R\$ 689,00	R\$ 675,86	R\$ 599,00	R\$ 1.198,00
Chaleira Elétrica	1	R\$ 96,90	R\$ 115,89	R\$ 129,90	R\$ 96,90	R\$ 96,90
Aspirador de pó	1	R\$ 230,00	R\$ 244,61	R\$ 299,90	R\$ 230,00	R\$ 230,00
Filtro (Purificador de agua)	1	R\$ 628,86	R\$ 622,99	R\$ 550,62	R\$ 550,62	R\$ 550,62
Subtotal						R\$ 9.785,38

Tabela 2

Computadores e Periféricos, Áudio e Vídeo						
Descrição (Características do Item)	Quantidade	Fornecedor 1	Fornecedor 2	Fornecedor 3	Menor Preço	Valor Total do Item
Computador All in One Pavillion Intel Core 500 GB	3	R\$ 2.999,90	R\$ 2.519,10	R\$ 4.472,10	R\$ 2.519,10	R\$ 7.557,30
Televisores	2	R\$ 1.274,15	R\$ 1.390,00	R\$ 1.329,00	R\$ 1.274,15	R\$ 2.548,30
Ringh Light	2	R\$ 289,00	R\$ 389,90	R\$ 349,90	R\$ 289,00	R\$ 578,00
Home Teather System	1	R\$ 1.899,00	R\$ 1.980,00	R\$ 1.389,90	R\$ 1.389,90	R\$ 1.389,90
Smartphone	3	R\$ 1.908,00	R\$ 2.621,61	R\$ 2.913,55	R\$ 1.908,00	R\$ 5.724,00
Maquina Fotografica	1	R\$ 5.759,10	R\$ 5.995,00		R\$ 5.759,10	R\$ 5.759,10
Roteadores	3	R\$ 236,97	R\$ 449,90	R\$ 412,42	R\$ 236,97	R\$ 710,91
Subtotal						R\$ 24.267,51

Tabela 3

Móveis e Utensílios							
Descrição (Características do Item)	Quantidade	Mercado Livre	Casa Bahia	Magazine Luis	Menor Preço	Valor Total do Item	
Cesto de lixo	1	R\$ 39,60	R\$ 39,60	R\$ 39,60	R\$ 39,60	R\$ 39,60	
Mesa de computador	20	R\$ 16,11	R\$ 56,90	R\$ 29,90	R\$ 16,11	R\$ 322,20	
Extintor de incêndio	9	R\$ 258,00	R\$ 490,00	R\$ 396,00	R\$ 258,00	R\$ 2.322,00	
Araras para roupas	3	R\$ 550,00	R\$ 620,00	R\$ 700,00	R\$ 550,00	R\$ 1.650,00	
Cadeiras Office	3	R\$ 200,00	R\$ 190,00	R\$ 210,00	R\$ 190,00	R\$ 570,00	
Prateleiras Suspensas	10	R\$ 237,54	R\$ 292,75	R\$ 331,27	R\$ 237,54	R\$ 2.375,40	
Mesa de Jantar	1	R\$ 729,96	R\$ 729,99	R\$ 770,79	R\$ 729,96	R\$ 729,96	
Poltronas	2	R\$ 240,00	R\$ 250,00	R\$ 260,00	R\$ 240,00	R\$ 480,00	
Sofá	1	R\$ 700,00	R\$ 680,00	R\$ 720,00	R\$ 680,00	R\$ 680,00	
Armários	1	R\$ 680,00	R\$ 700,00	R\$ 790,00	R\$ 680,00	R\$ 680,00	
Espelhos	4	R\$ 100,00	R\$ 90,00	R\$ 110,00	R\$ 90,00	R\$ 360,00	
Decoração	15	R\$ 50,00	R\$ 45,00	R\$ 55,00	R\$ 45,00	R\$ 675,00	
Porta papel para banheiro	4	R\$ 10,00	R\$ 9,00	R\$ 11,00	R\$ 9,00	R\$ 36,00	
Dispenser de sabonete liquido	3	R\$ 20,00	R\$ 18,00	R\$ 22,00	R\$ 18,00	R\$ 54,00	
Ilha / Bancada	1	R\$ 300,00	R\$ 250,00	R\$ 320,00	R\$ 250,00	R\$ 250,00	
Rebatedor Fotografico	2	R\$ 50,00	R\$ 45,00	R\$ 55,00	R\$ 45,00	R\$ 90,00	
Tri Pé	1	R\$ 40,00	R\$ 35,00	R\$ 50,00	R\$ 35,00	R\$ 35,00	
Subtotal						R\$ 11.349,16	

Tabela 4

Estoque Inicial						
Descrição (Características do Item)	Quantidade	Fornecedor 1	Fornecedor 2	Fornecedor 3	Menor Preço	Valor Total do Item
Blusa Gola boba	20	R\$ 45,00	R\$ 46,50	R\$ 49,90	R\$ 45,00	R\$ 900,00
Conjunto Alfaiataria Tomara que Caia	20	R\$ 115,00	R\$ 109,90	R\$ 101,00	R\$ 101,00	R\$ 2.020,00
Blazer alfaiataria	20	R\$ 79,90	R\$ 89,90	R\$ 95,90	R\$ 79,90	R\$ 1.598,00
Saia Midi	20	R\$ 90,00	R\$ 89,90	R\$ 99,00	R\$ 89,90	R\$ 1.798,00
Vestido Courino	20	R\$ 100,00	R\$ 99,90	R\$ 95,90	R\$ 95,90	R\$ 1.918,00
Camisa Branca	20	R\$ 60,00	R\$ 59,90	R\$ 55,00	R\$ 55,00	R\$ 1.100,00
Calça Pantalona	20	R\$ 85,00	R\$ 89,90	R\$ 80,00	R\$ 80,00	R\$ 1.600,00
Macacão Longo	20	R\$ 99,90	R\$ 109,00	R\$ 89,00	R\$ 89,00	R\$ 1.780,00
Calça Linho	20	R\$ 71,90	R\$ 89,90	R\$ 85,00	R\$ 71,90	R\$ 1.438,00
Jaqueta Colete	20	R\$ 69,90	R\$ 65,90	R\$ 70,00	R\$ 65,90	R\$ 1.318,00
Blusa Cavada Canelada	20	R\$ 35,00	R\$ 32,90	R\$ 39,90	R\$ 32,90	R\$ 658,00
Colete Alfaiataria	20	R\$ 45,00	R\$ 46,50	R\$ 49,90	R\$ 45,00	R\$ 900,00
Vestido Longuete	20	R\$ 69,90	R\$ 65,90	R\$ 64,00	R\$ 64,00	R\$ 1.280,00
Subtotal						R\$ 18.308,00

Tabela 5

Caixa Mínimo			
Contas a Receber			
Prazo Médio de Vendas	%	Nº de dias	Média
À vista	28%	0	0
A prazo (1)	36%	30	10,8
A prazo (2)	36%	60	21,6
	Prazo Médio Total		32,4

Tabela 6

Fornecedores			
Prazo Médio de Compras	%	Nº de dias	Média
À vista	70%	0	0
A prazo (1)	30%	30	9
Prazo Médio Total			9

Tabela 7

Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	
Recursos da Empresa Fora do seu Caixa	Nº de dias
Contas a Receber (Prazo Médio de Vendas)	32,4
Estoques (Necessidade Média de Estoques)	7
Sub-Total	39,4
Recursos de Terceiros no Caixa da Empresa	Nº de dias
Fornecedores (Prazo Médio de Compras)	9
Sub-Total	9
Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	30,4

Tabela 8

Caixa Mínimo	
Custo Fixo Mensal (Estimativa dos Custos Fixos Operacionais Mensais)	R\$ 36.410,90
Custo Variável Mensal (Sub-Total - Demonstrativo de Resultados)	R\$ 73.780,10
Custo Total da Empresa (item 1+ 2)	R\$ 110.190,99
Custo Total Diário (item 3/30)	R\$ 3.673,03
Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	30,4
Total do Caixa Mínimo (item 4*5)	R\$ 111.660,21

Tabela 9

Capital de Giro	
Descrição	R\$
Estoque Inicial	R\$ 18.308,00
Caixa Mínimo	R\$ 111.660,21
Total de Capital de Giro	R\$ 129.968,21

Tabela 10

Investimentos Pré-Operacionais	R\$
Despesas de Legalização	R\$ 3.700,00
Obras Cíveis e/ou Reformas	R\$ 14.000,00
Fachada	R\$ 2.500,00
Total	R\$ 20.200,00

Tabela 11

Investimento Total	
Descrição dos Investimentos	Valor R\$
Investimentos Fixos	R\$ 45.402,05
Capital de Giro	R\$ 129.968,21
Investimentos Pré-Operacionais	R\$ 20.200,00
Total	R\$ 195.570,26

Tabela 12

Estimativa do Faturamento Mensal da Empresa				
Produto/Serviço	Quantidade	Preço de Venda Unitário (R\$)	Faturamento Total (R\$)	
Caixa com roupas e acessórios	65	R\$ 1.790,43	R\$	116.377,95
Total			R\$	116.377,95
Produto ou serviço	Quantidade	Preço de Venda Unitário (R\$)	Faturamento Total (R\$)	
Mensalidade	65	R\$ 29,90	R\$	1.943,50
Total			R\$	1.943,50
TOTAL GERAL			R\$	118.321,45

Tabela 13

Estimativa dos Custos de Comercialização				
Descrição	%	Faturamento Estimado	Custo Total (R\$)	
Impostos				
SIMPLES	10,70%	R\$ 118.321,45	R\$	12.660,40
Subtotal			R\$	10.785,40

Gastos com Vendas				
Propaganda	1	R\$ 1.200,00	R\$	1.200,00
Taxa do Cartão de Crédito	2,00%	R\$ 83.792,12	R\$	1.675,84
Subtotal			R\$	2.875,84
Total			R\$	13.661,24

Tabela 14

Estimativa do Custo Unitário de Matéria Prima, Materiais Diretos e Terceirizações						
Materiais/Insumos Usados	Unidade	Quantidade	Valor	Quantidade de	Custo Unitário (R\$)	Total (R\$)
Caixas	unidade	10	R\$ 42,90	1	R\$ 4,29	R\$ 4,29
Papel de seda	Unidade	100	R\$ 26,90	4	R\$ 0,27	R\$ 1,08
Fita de cetim 30m n 9	metros	50	R\$ 42,74	2,5	R\$ 0,85	R\$ 2,14
Lacres para caixa	unidade	500	R\$ 120,00	2	R\$ 0,24	R\$ 0,48
tags	unidade	1000	R\$ 150,00	7	R\$ 0,15	R\$ 1,05
Essencia da marca 1L	ml	1000	R\$ 111,20	2,5	R\$ 0,11	R\$ 0,28
Flyer	500	1000	R\$ 194,52	1	R\$ 0,19	R\$ 0,19
Blusa Gola boba	pacote	20	R\$ 900,00	1	R\$ 45,00	R\$ 45,00
Conjunto Alfaiataria Tomara que Caia	pacote	20	R\$ 2.020,00	1	R\$ 101,00	R\$ 101,00
Blazer alfaiataria	pacote	20	R\$ 1.598,00	1	R\$ 79,90	R\$ 79,90
Saia Midi	pacote	20	R\$ 1.798,00	1	R\$ 89,90	R\$ 89,90
Vestido Courino	pacote	20	R\$ 1.918,00	1	R\$ 95,90	R\$ 95,90
Camisa Branca	pacote	20	R\$ 1.100,00	1	R\$ 55,00	R\$ 55,00
Macacão Longo	pacote	20	R\$ 1.780,00	1	R\$ 89,00	R\$ 89,00
Calça Linho	pacote	20	R\$ 1.438,00	1	R\$ 71,90	R\$ 71,90
Jaqueta Colete	pacote	20	R\$ 1.318,00	1	R\$ 65,90	R\$ 65,90
Blusa Cavada Canelada	pacote	20	R\$ 658,00	1	R\$ 32,90	R\$ 32,90
Colete Alfaiataria	pacote	20	R\$ 900,00	1	R\$ 45,00	R\$ 45,00
Vestido Longuete	pacote	20	R\$ 1.289,00	1	R\$ 64,00	R\$ 64,00
Calça Pantalona	pacote	20	R\$ 1.600,00	1	R\$ 80,00	R\$ 80,00
Total						R\$ 924,91

Tabela 15

Custos Variáveis			
Produto/Serviço	Estimativa de Vendas	Custo Unitário	Custo total
Caixa com roupas e acessórios	65	R\$ 924,91	R\$ 60.118,86
Total			R\$ 60.118,86

Tabela 16

Estimativa dos Custos com Mão-de-obra												
Qtde	Cargo	Salário	FGTS	40% FGTS	Férias	1/3 de férias	13º salario	Vale transporte	VT - Func	Vale alimentação	Subtotal	Total
1	auxiliar de expedição	R\$ 1.730,00	R\$ 138,40	R\$ 55,36	R\$ 144,17	R\$ 48,06	R\$ 144,17	R\$ 220,00	-R\$ 103,80	R\$ 300,00	R\$ 2.676,35	R\$ 2.676,35
1	estoquista	R\$ 1.800,00	R\$ 144,00	R\$ 57,60	R\$ 150,00	R\$ 50,00	R\$ 150,00	R\$ 220,00	-R\$ 108,00	R\$ 300,00	R\$ 2.763,60	R\$ 2.763,60
1	atendimento	R\$ 1.730,00	R\$ 138,40	R\$ 55,36	R\$ 144,17	R\$ 48,06	R\$ 144,17	R\$ 220,00	-R\$ 103,80	R\$ 300,00	R\$ 2.676,35	R\$ 2.676,35
Total por conta												R\$ 8.116,30

Tabela 17

Estimativa do Custo com Depreciação				
Ativos Fixos	Valor do Bem (R\$)	Vida Útil (Em anos)	Depreciação Anual (R\$)	Depreciação Mensal (R\$)
Máquina e ferramentas	R\$ 9.785,38	10	R\$ 978,54	R\$ 81,54
Móveis e Utensílios	R\$ 11.349,16	10	R\$ 1.134,92	R\$ 94,58
Computadores e periféricos	R\$ 24.267,51	5	R\$ 4.853,50	R\$ 404,46
Total	R\$ 45.402,05		R\$ 6.966,96	R\$ 580,58

Tabela 18

Estimativa de Custos Fixos Operacionais Mensais	
Descrição	Custo Total Mensal (R\$)
Aluguel	R\$ 13.000,00
Água	R\$ 300,00
Energia Elétrica	R\$ 650,00
Telefone	R\$ 500,00
Honorários do Contador	R\$ 1.200,00
Pró-labore	R\$ 6.000,00
Manutenção dos Equipamentos	R\$ 454,02
Salários + Encargos	R\$ 8.116,30
Material de Limpeza	R\$ 265,00
Material de Escritório	R\$ 300,00
Serviços de Terceiros	R\$ 2.000,00
Depreciação	R\$ 580,58
Licença de software de gestão	R\$ 335,00
Lavanderia	R\$ 1.000,00
Locação Veiculo	R\$ 1.710,00
Total	R\$ 36.410,90

Tabela 19

Estimativa do Demonstrativo do Resultado do Exercício				
Descrição	Mensal		Anual	
Receita Total com Vendas	R\$	118.321,45	R\$	1.419.857,40
Custos Variáveis Totais				
(-) Custos variáveis	R\$	60.118,86	R\$	721.426,31
(-) Impostos sobre Vendas	R\$	10.785,40	R\$	129.424,74
(-) Gastos com Vendas	R\$	2.875,84	R\$	34.510,11
Subtotal de Custos e Tributos	R\$	73.780,10	R\$	885.361,16
Margem de Contribuição	R\$	44.541,35	R\$	534.496,24
(-) Custos Fixos Totais	R\$	36.410,90	R\$	436.930,78
Resultado Operacional (Lucro/Prejuízo)	R\$	8.130,46	R\$	97.565,47

Tabela 20

Indicadores de Viabilidade			
Ponto de Equilíbrio			
Custo Fixo Total	Índice da Margem de Contribuição		Total
R\$ 436.930,78	R\$	0,38	R\$ 1.160.680,55

Índice da Margem de Contribuição			
Receita Total - Custo Variável Tot	Receita Total		Total
R\$ 534.496,24	R\$	1.419.857,40	0,38

Tabela 21

Lucratividade		
Lucro Líquido (Por ano)	Receita Total (Por ano)	Total (%)
R\$ 97.565,47	R\$ 1.419.857,40	6,87%

Rentabilidade		
Lucro Líquido (Por ano)	Investimento Total	Total (%)
R\$ 97.565,47	R\$ 195.570,26	49,89%

Prazo do Retorno do Investimento		
Lucro Líquido (Por ano)	Investimento Total	Total (anos)
R\$ 97.565,47	R\$ 195.570,26	2,00

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo deste estudo de caso, exploramos detalhadamente a concepção, operação e estratégias de marketing da "Royal Stylist", uma empresa inovadora que busca transformar a experiência de compra de moda feminina por meio de assinaturas personalizadas de caixas de moda. O modelo de negócios apresentado mostra-se promissor ao integrar elementos de personalização, sustentabilidade e fidelização de clientes, aspectos que são altamente valorizados no mercado contemporâneo.

A "Royal Stylist" destaca-se por sua capacidade de atender às demandas de um público cada vez mais exigente e consciente, oferecendo não apenas produtos de alta qualidade, mas também uma experiência de compra diferenciada. A estratégia de preços, os meios de pagamento variados e os incentivos para fidelização, como o programa "Desapegue e Ganhe", são fundamentais para atrair e reter clientes, promovendo a sustentabilidade tanto ambiental quanto financeira.

A utilização de múltiplos canais de atendimento e divulgação, como Instagram, Facebook, site próprio e WhatsApp, permite à empresa alcançar um público amplo e diversificado, enquanto as parcerias com influenciadores de moda e blogs de estilo ajudam a ampliar ainda mais o alcance da marca. Essas estratégias de marketing digital são essenciais para fortalecer a presença online do "Royal Stylist" e posicioná-lo como uma referência no mercado de moda feminina.

A análise dos fatores socioculturais, econômicos e tecnológicos e a implementação de uma estrutura organizacional bem eficiente reforçam a viabilidade do negócio. A capacidade de adaptação às mudanças no comportamento do consumidor e nas tendências de mercado será crucial para o sucesso contínuo da empresa.

Em síntese, "Royal Stylist" possui um modelo de negócios robusto, capaz de proporcionar uma experiência única e satisfatória aos clientes, ao mesmo tempo em que promove práticas sustentáveis e contribui para a comunidade. A implementação cuidadosa das estratégias discutidas neste trabalho permitirá à empresa não apenas prosperar, mas também liderar o caminho para uma moda mais consciente e inovadora.

REFERÊNCIAS

Livros:

KAWAMURA, Y. **Fashion-ology**: Uma introdução aos estudos de moda. Berg, 2005

ROCHE, D. **A roupa como cultura material**. Bloomsbury Academic, 2015.

ROSA, Cláudio Afrânio. **Como elaborar um plano de negócio**. Brasília: Sebrae, 2007. 120 p.

.

Sites da internet:

BRASIL. **Lei 8.078, de 11 setembro de 1990. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm. Acesso em: 04 abr. 2018.

DELOITTE. **Poderes Globais do Varejo 2019**. Disponível em: <https://www2.deloitte.com/global/en/pages/consumer-business/articles/global-powers-of-retailing.html>. Acesso em: 11 mar. 2024.

ENTREPRENEUR. **18 Ideias Únicas de Caixas de Assinatura Que Você Ainda Não Viu**. Disponível em: <https://www.entrepreneur.com/article/343218>. Acesso em: 11 mar. 2024.

FORBES. **5 Empresas de Caixas de Assinatura para Observar Agora**. Disponível em: <https://www.forbes.com/sites/forbesbusinesscouncil/2018/04/11/5-subscription-box-companies-to-watch-right-now/>. Acesso em: 11 mar. 2024.

MCKINSEY & COMPANY. **O Estado da Moda 2019**: Um ano de despertar. Disponível em: <https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/industries/retail/our-insights/the-state-of-fashion-2019-a-year-of-awakening/the-state-of-fashion-2019-vf.ashx>. Acesso em: 11 mar. 2024.

RECEITA FEDERAL DO BRASIL. **Simples Nacional**. Disponível em: <http://www8.receita.fazenda.gov.br>. Acesso em: 06 abr. 2018.

Ambiente Econômico:

CORREIO BRASILIENSE. **Economia circular gira com brechós que devem a crescer de 15 a 20% até 2030**. Disponível em: <https://www.correiobraziliense.com.br/economia/2024/01/6790252-economia-circular-gira-com-brechos-que-devem-a-crescer-de-15-a-20-ate-2030.html>. Acesso em: 11 mar. 2024.

PORTAL ÚNICO. **A economia da moda**. Disponível em: <https://portalunico.com/a-economia-da-moda/>. Acesso em: 11 mar. 2024.

UOL. **Varejo de moda pode liderar recuperação do setor na bolsa, dizem analistas**. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2024/01/varejo-de-moda-pode-liderar-recuperacao-do-setor-na-bolsa-dizem-analistas.shtml>. Acesso em: 11 mar. 2024.

Enquadramento Tributário:

Como saber qual o enquadramento tributário para minha empresa? Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ap/artigos/como-saber-qual-o-enquadramento-tributario-para-minha-empresa,2ae2ace85e4ef510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em: 11 mar. 2024.

Enquadramento no Simples Nacional: Guia completo para microempresas. Disponível em: <https://confirp.com.br/enquadramento-no-simples-nacional-guia-completo-para-microempresas/>. Acesso em: 11 mar. 2024.

O que é Simples Nacional?. Disponível em: <https://conube.com.br/blog/o-que-e-simples-nacional/>. Acesso em: 11 mar. 2024.

Simples Nacional. Disponível em: <https://www8.receita.fazenda.gov.br/simplesnacional/documentos/pagina.aspx?id=3>. Acesso em: 11 mar. 2024.

Simples Nacional MEI. Disponível em: <https://blog.bling.com.br/simples-nacional-mei/>. Acesso em: 11 mar. 2024.

Anexos:

COSTA, Gustavo. **5 erros do Contrato de Compra e Venda de Roupas**. Disponível em: <https://cartoriolocal.com.br/artigos/contrato-de-compra-e-venda-de-roupa>. Acesso em: 11 mar. 2024.

ANEXO 1

Elaboração de um contrato

Descrição do objeto a ser negociado

No ato da compra e venda de um bem, como roupas, é de extrema necessidade o reconhecimento do estado de conservação das peças a serem negociadas.

Esse reconhecimento garante que nem a parte Vendedora e a parte Compradora tenham futuras dores de cabeças sobre a negociação.

Entretanto, para entender um pouco mais sobre o que é a descrição do objeto de negócio, e porque ele não pode faltar em seu contrato, é preciso direcionar a atenção as principais características que devem ser encontradas no documento:

- Informações do estado de conservação da(s) peça(s) a serem negociadas;
- Quantidade de peças que serão passadas da parte vendedora a parte compradora;
- Detalhamento do tipo de roupas que estão sendo negociadas (se for trajes de gala, vestido de noiva, vestido de dama de honra, ternos, blusas, calças, roupa infantil, etc).

Reconhecimento Judicial do Contrato de Compra e Venda de Roupas

A validação efetiva e jurídica do documento proporciona uma segurança e eficácia maior, caso aconteça alguma inconveniência durante a negociação.

Pois bem, algumas dúvidas podem materializar-se no questionamento como: Por que deve ser feito o reconhecimento do documento em um órgão de registro extrajudicial?

Esse reconhecimento é uma validação de compra. Os indivíduos que participam do contrato têm obrigações a serem cumpridas mediante as cláusulas estipuladas durante a elaboração do documento.

Por isso, a ciência das cláusulas assegura e reafirma todas as responsabilidades, e sua efetivação é de extrema importância.

Informações sobre o pagamento das roupas

Durante a confecção de um contrato é necessário a explicação minuciosa de como será o pagamento do negócio em andamento.

O pagamento normalmente será feito pela parte COMPRADORA do bem, que deverá estar ciente quanto a estipulação dos prazos feitos pela parte VENDEDORA. Além disso, deve ser informado a forma como será feito o pagamento, se a vista ou parcelado, se mediante depósito ou entrega do dinheiro em mãos, entre outras formas possíveis.

Ainda assim, o pagamento pode ser a respeito da quantia completa, com prazos estabelecidos para a não ocorrência de atrasos. O mesmo acontece para o pagamento de maneira parcelada.

Deve-se ter atenção também ao caso da venda das roupas por consignação, onde será realizado o pagamento de uma forma diferente, já que o comprador primeiro revende a roupa, para só depois prestar contas ao vendedor das roupas que revendeu, podendo devolver ao mesmo as demais que ainda tiver.

O prazo das parcelas a serem quitadas deve estar totalmente disposto no contrato. Esta tem o dever de atender as obrigações firmadas no documento jurídico, e o surgimento de possíveis atrasos pode acarretar multas a serem prestadas à parte prejudicada.

Para saber mais sobre o que acontece se houver atrasos no pagamento da negociação, a seguir temos um tópico específico para discorrer acerca dessa situação e o que pode ser acordado como solução do problema.

A elaboração de um contrato válido é fundamental, para garantir o exercício e veracidade das cláusulas firmadas entre as partes durante a relação contratual.

Cláusulas de atraso de pagamento

Essa situação de atraso no pagamento das compras parceladas, ou até mesmo da quantia total, pode acontecer com você em algum momento. Sendo assim, você deve saber o que fazer, caso isso aconteça durante uma negociação.

A parte prejudicada (vendedora) pela inadimplência do comprador pode pedir a indenização de perdas ou danos decorrentes do descumprimento do pagamento, tomando qualquer medida judicial ou extrajudicial cabível à situação em questão, além de aplicação de juros pelo período de atraso.

Lembrando que, de acordo com o Art. 52 do Código de Defesa do Consumidor, as multas “não poderão ser superiores a dois por cento (2%) do valor da prestação”.

Sendo assim, é indicado fazer seu documento com um advogado ou um órgão de registro extrajudicial, que sabe exatamente quais são as cláusulas obrigatórias que ele deve conter.

Penalidades ou multas na quebra contratual

Como visto anteriormente, sobre como proceder caso haja atrasos nos pagamentos por parte do comprador, neste tópico veremos o que acontece na situação de quebra contratual por qualquer das partes do contrato.

Às vezes, a quebra de alguma cláusula acontece por determinadas situações, como:

- o vendedor não entregar devidamente o bem desejado pelo comprador;
- o comprador se arrepender dos produtos/peças compradas;
- as obrigações estabelecidas não serem seguidas por alguma das partes;
- entre outros fatores.

É nesse momento que talvez surja uma dor de cabeça e algumas dúvidas de como proceder com essa situação.

Será que é necessário tomar ações judiciais cabíveis? Ou será que conersando com a outra parte pode-se chegar em um consenso?

As respostas dessas perguntas irão depender do que foi estabelecido dentro do contrato, pois valores devem ser anulados caso o valor da quebra seja substancial, de acordo com o art. 51 da Lei nº 8.078, de 11 de setembro de 1990, do Código de Defesa do Consumidor (CDC).

E além disso, de acordo com a Lei de Usura (22626/33) é abusivo que o valor da multa supere 10% do valor presente no contrato, sendo cabível mover ações contra a outra parte da negociação.

ANEXO 2 – CONTRATO SOCIAL



Componentes do grupo:

LEOMAR FERREIRA MACHADO

MARIA MISLENE PEREIRA LAGES

WALKIRIA MORAIS NASCIMENTO

CONTRATO SOCIAL DE SOCIEDADE LIMITADA



- LEOMAR FERREIRA MACHADO, BRASILEIRO, SOLTEIRO, ADMINISTRADOR DE EMPRESAS nascido em 11/11/1999, SÃO PAULO - SP, residente e domiciliado na RUA MANHÃ DE SETEMBRO, 38, JD VELOSO/ OSASCO, CEP 06152-510, portador da Cédula de Identidade nº. 58582084-3 expedida pela OSASCO - SP e inscrito no CPF/MF sob nº 483.270.498-28;
- MARIA MISLENE PEREIRA LAGES, BRASILEIRA, CASADA, DIRETORA DE MARKETING E CURADORA, nascido em 30/12/1999, SÃO PAULO, residente e domiciliado na RUA ASSUM PRETO, 184, JAGUARÉ, CEP 05333-050, portador da Cédula de Identidade nº. 39386887-4 expedida pela SÃO PAULO-SP e inscrito no CPF/MF sob nº 497.267.978-61
- WALKIRIA MORAIS NASCIMENTO, BRASILEIRA, SOLTEIRA, DIRETORA EXECUTIVA E FINANCEIRA, nascido em 04/10/1993, SÃO PAULO, residente e domiciliado na RUA KINKITI SHIMOMOTO, 1100, T267, JD BOA VISTA, CEP 05583-000, portador da Cédula de Identidade nº. 37.119.379-5 expedida pela SÃO PAULO- SP e inscrito no CPF/MF sob nº 412.384.658.-03

Resolvem por este instrumento de Contrato Social, constituir uma Sociedade Limitada, sob as cláusulas e condições seguintes:

CLÁUSULA PRIMEIRA - NOME EMPRESARIAL E SEDE

A sociedade girará sob o nome empresarial **ROYAL STYLIST**, terá sede e domicílio na Rua Cardeal Arcoverde, 1234, em Pinheiros, São Paulo – SP CEP 05408-000, SÃO PAULO / SP.

CLÁUSULA SEGUNDA - OBJETO SOCIAL

A Empresa tem por OBJETO SOCIAL as seguintes atividades:

- Exploração do ramo de comércio varejista de vestuário, especializando-se na produção, distribuição e comercialização de roupas semiformais e casuais, com foco na oferta de assinaturas mensais de box de roupas para mulheres executivas. A empresa também poderá oferecer serviços de consultoria de moda e estilo, promovendo a personalização e adaptação das peças às preferências e necessidades individuais das clientes, bem como a realização de eventos, cursos e palestras relacionados à moda semiformal e casual, visando orientar e capacitar as mulheres executivas na escolha de seu vestuário para diversas ocasiões.

CLÁUSULA TERCEIRA - CAPITAL SOCIAL E COTAS

O capital social será de R\$ 88.607,31 (oitenta e oito mil, seiscentos e sete reais e trinta e um centavos) divididos em 3 TRÊS cotas, no valor nominal de VINTE E NOVE MIL, QUINHENTOS E TRINTA E CINCO REAIS E SETENTA E SETE CENTAVOS Cada, integralizadas e distribuídas da seguinte forma:

- 100% integralizam neste ato em moeda corrente nacional.

- **CLÁUSULA QUARTA - RESPONSABILIDADE LIMITADA**

Que a responsabilidade de cada sócio é restrita ao valor de suas cotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social, conforme art. 1.052 CC/2002, não havendo responsabilidade solidária pelas obrigações sociais.

CLÁUSULA QUINTA - ADMINISTRAÇÃO

A Administração da sociedade será exercida pelos sócios **LEOMAR FERREIRA MACHADO, MARIA MISLENE PEREIRA LAGES E WALKIRIA MORAIS NASCIMENTO** representando-a ativa e passivamente, judicial e extrajudicialmente, podendo praticar todos os atos compreendidos no objeto social, sempre no interesse da sociedade, ficando vedado, entretanto, o uso do nome empresarial em negócios estranhos aos fins sociais, bem como onerar bens imóveis da sociedade, sem autorização dos outros sócios.

CLÁUSULA SEXTA - INÍCIO DAS ATIVIDADES

O início das atividades ocorreu em 2024.

CLÁUSULA SÉTIMA - DURAÇÃO DA SOCIEDADE

O prazo de duração da sociedade será por tempo indeterminado.

CLÁUSULA OITAVA - TRANSFERÊNCIA DE COTAS

As cotas sociais são indivisíveis e não poderão ser cedidas ou transferidas no todo ou em parte a terceiros sem expresse consentimento do(s) outro(s) sócio(s), a quem fica assegurado, em igualdade de condições e preço direito de preferência para sua aquisição se postas à venda, formalizando, se realizada a cessão delas, a alteração contratual pertinente.

CLÁUSULA NONA - DAS FILIAIS

Que a empresa poderá a qualquer momento, abrir ou fechar filiais, em qualquer parte do país, se assim, decidirem os sócios em conjunto, mediante alteração contratual assinada por todos os sócios.

CLÁUSULA DÉCIMA - DISTRIBUIÇÃO DE LUCROS

Que a empresa poderá levantar balanços ou balancetes em períodos inferiores a um ano, e o lucro apurado nessas demonstrações intermediárias, poderão ser distribuídos aos sócios cotistas, a título de antecipação de lucros, proporcionalmente às cotas de capital de cada um.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - PRÓ-LABORE

Os sócios poderão de comum acordo, fixar uma retirada mensal, a título de pró-labore, cujo valor e forma de atualização serão estabelecidos pelos cotistas, observadas as disposições regulamentares pertinentes.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - EXERCÍCIO SOCIAL

Que o exercício social coincidirá com o ano civil. Ao término de cada exercício, o administrador prestará contas justificadas de sua administração, procedendo à elaboração das demonstrações financeiras, cabendo aos sócios, na proporção de suas cotas os lucros ou perdas apuradas.

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA - CONSELHO FISCAL

Fica estabelecido que a sociedade não terá conselho fiscal.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - ALTERAÇÕES CONTRATUAIS

Os sócios poderão efetuar alterações contratuais sem a necessidade de formalizar por reunião dos sócios, quando tomadas e assim assinadas por todos os sócios, que tenham por objeto matérias a seguir indicadas:

- cessão e transferência total ou parcial de cotas;
- denominação, objeto, sede e prazo da sociedade;

- capital social podendo compreender qualquer espécie de bens, suscetíveis de avaliação pecuniária;
- a cota de cada sócio no capital social e o modo de realizá-la;
- substituição dos administradores e seus poderes e atribuições;
- a participação de cada sócio nos lucros e nas perdas;
- a responsabilidade dos sócios pelas obrigações sociais.

Parágrafo Único - As demais deliberações serão acordo com o estabelecido pela legislação vigente, formalizadas em ata de reunião de sócios.

CLÁUSULA DÉCIMA QUINTA - PLANEJAMENTO SUCESSÓRIO

Falecendo ou interditado qualquer sócio, a sociedade continuará suas atividades com os herdeiros, sucessores e o incapaz. Não sendo possível ou inexistindo interesse destes ou dos sócios remanescentes, o valor de seus haveres será apurado e liquidado com base na situação patrimonial da sociedade, à data da resolução, verificada em balanço especialmente levantado.

Parágrafo Único - Nos casos de impossibilidades ou inexistência de interesse dos herdeiros de continuarem na sociedade, os sócios remanescentes terão direito de preferência na aquisição das cotas sociais.

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - LEGISLAÇÃO APLICÁVEL E CASOS OMISSOS

Serão regidas pelas disposições do Código Civil (Lei nº 10.406/2002), aplicáveis à matéria, tanto a retirada de sócio quanto a dissolução e a liquidação da sociedade. Os casos omissos neste contrato serão resolvidos com observância dos preceitos do Código Civil (Lei nº 10.406/2002) e de outros dispositivos legais aplicáveis.

CLÁUSULA DÉCIMA SÉTIMA - AUSÊNCIA DE FATOS IMPEDITIVOS

Os sócios, declaram, sob as penas da lei, que não estão impedidos de exercer a administração de sociedade, nem por decorrência de lei especial, nem em virtude de condenação nas hipóteses mencionadas no art. 1.011, § 1º do Código Civil (Lei nº 10.406/2002).

CLÁUSULA DÉCIMA OITAVA - DISSOLUÇÃO DA SOCIEDADE

A sociedade será dissolvida nos casos dos Arts. 1.033 a 1.038 do CC, podendo ainda ser dissolvida judicialmente nos casos de falta grave, tais como: POR FALECIMENTO, VIOLAÇÃO DE CONTRATO, INCAPACIDADE E SAÍDA VOLUNTÁRIA. Em caso de saída pode ser estabelecida critérios para a reavaliação e aquisição das participações societárias.

CLÁUSULA DÉCIMA NONA - COMARCA

Fica eleito o foro desta Comarca para qualquer ação fundada neste contrato, com exclusão expressa de qualquer outro, por mais privilegiado que seja.

CLÁUSULA VIGÉSIMA - ELEIÇÃO DE FORO DE MEDIAÇÃO E ARBITRAGEM

As controvérsias originadas com o presente contrato, sua execução ou liquidação, serão resolvidas por Conciliação, Mediação e/ou Arbitragem, de forma definitiva, nos termos do que dispõe o regulamento da ROYAL STYLIST LTDA, entidade eleita pelas partes para administrar a conciliação, mediação e/ou o procedimento arbitral, por um ou mais conciliadores, mediadores ou árbitros nomeados conforme o disposto no referido regulamento.

A conciliação, mediação e/ou arbitragem terá como sede a ROYAL STYLIST LTDA, situada na Rua Cardeal Arcoverde, 1234, em Pinheiros, São Paulo – SP CEP 05408-000, SÃO PAULO / SP.

podendo esta indicar qualquer outra área de sua abrangência regional.

E, por estarem assim justos e contratados, assinam o presente instrumento em 02 (duas) vias.

SÃO PAULO, 14 DE NOVEMBRO DE 2023.

TESTEMUNHAS:

ASS: _____
MANUELLA MORAIS LOPES
CPF: 563.546.748-25

ASS: _____
MELISSA MORAIS LOPES
CPF: 563.547.108-05

SÓCIOS:

ASS: _____
LEOMAR FERREIRA MACHADO
CPF: 483.270.498 - 28

ASS: _____
MARIA MISLENE PEREIRA LAGES
CPF:

ASS: _____
WALKIRIA MORAIS NASCIMENTO
CPF: 412.384.658 - 03

Visto do Advogado: _____
MICHELE BONILHA DA CONCEICAO ANDRADE