

+

**Etec Professor Idio Zucchi**  
**Classe Descentralizada Pitangueiras**  
**Técnico em Administração**

**Josefa Jéssica Furtado Marques**

**Poliana da Silva Santos**

**Plano de Negócio: Abertura de uma loja para venda de  
roupas infantis e acessórios**

**Pitangueiras**

**2021**

**Josefa Jéssica Furtado Marques**

**Poliana da Silva Santos**

**PLANO DE NEGÓCIO: ABERTURA DE UMA LOJA PARA VENDA DE  
ROUPAS INFANTIS E ACESSÓRIOS**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao curso Técnico em Administração da Etec Prof. Idio Zucchi, classe descentralizada Pitangueiras, orientado pela Professora Patrícia Cardoso de Pietro Conde, como requisito parcial para obtenção do título de técnico em Administração.

**Pitangueiras**

**2021**

## DEDICATÓRIA

Aos nossos pais e familiares  
Que foram grandes incentivadores  
e que sempre acreditaram nos nossos sonhos

## **AGRADECIMENTO**

À nossa orientadora, Profa. Patricia Cardoso de Pietro, pelo acompanhamento, orientação e amizade.

Ao Curso Técnico em Administração da Etec Prof. Idio Zucchi classe descentralizada Pitangueira pelo apoio recebido, pela compreensão nos momentos difíceis e por todo suporte oferecido mediante ao ensino remoto.

A todos os Professores que fizeram parte desse percurso, transmitindo seus conhecimentos e ensinamentos.

O agradecimento ao próprio grupo da pesquisa que, estava sempre presente em todo o processo de elaboração deste trabalho, nos bons e maus momentos.

## EPIGRÁFE

*“No meio da dificuldade encontra-se a oportunidade.”*

*(Albert Einstein)*

## RESUMO

O presente plano de negócio visa apresentar informações da futura loja de moda infantil Aiky Kids na cidade de Pitangueiras/SP. Nele serão relatados aspectos pertinentes à criação da empresa como o conceito e apresentação do negócio. O intuito é suprir a necessidade da região com o fornecimento de produtos voltados ao vestuário infantil, uma vez que a infância é um período em que os pais mais precisam investir em roupas. Sabe-se que a disponibilidade de roupas voltadas para este nicho de mercado é alta, entretanto, é possível alcançar uma vantagem competitiva para empresa no fato de que há pouca disponibilidade de produtos com qualidade e preço acessível a todas as classes. Sendo assim, o estudo buscou encontrar respostas para quaisquer questionamentos quanto à oportunidade de negócio a fim de considerar todas as oportunidades de agregar valor e venda ao produto e eliminar os prováveis riscos que a empresa possa estar correndo.

Palavras-Chave: Plano de Negócio, Roupas Infantil, Empreendimento

## **ABSTRACT**

This business plan aims to present information about the future children's fashion store Aiky Kids in the city of Pitangueiras/SP. In it, aspects relevant to the creation of the company will be reported, such as the concept and presentation of the business. The aim is to meet the region's need with the supply of products aimed at children's clothing, since childhood is a period in which parents need to invest most in clothing. It is known that the availability of clothing aimed at this market niche is high, however, it is possible to achieve a competitive advantage for the company in the fact that there is little availability of quality and affordable products for all classes. Therefore, the study sought to find answers to any questions regarding the business opportunity in order to consider all opportunities to add value and sell to the product and eliminate the likely risks that the company may be running.

Keywords: Business Plan, Children's Clothing, Enterprise

<b>Sumário</b>	
<b>1 INTRODUÇÃO</b>	<b>10</b>
1.1 OBJETIVOS	11
1.2 Objetivo Geral	11
1.2.1 Objetivos Específicos	11
1.2.2 JUSTIFICATIVA	11
<b>2 REFERENCIAL TEÓRICO</b>	<b>12</b>
2.1 EMPREENDEDORISMO	12
2.2 O EMPREENDEDOR	14
2.3 PLANO DE NEGÓCIOS	16
<b>3 SUMÁRIO EXECUTIVO</b>	<b>17</b>
3.1 Construção da marca	17
3.1.1 Protótipo	19
3.1.2 Dados de empreendimento	19
3.1.2 NOME DA EMPRESA	19
3.2 CONSTITUIÇÃO LEGAL	19
3.3. PROPRIETÁRIOS DA EMPRESA	20
<b>4 Missão</b>	<b>20</b>
4.1 Visão	20
4.1.2 Valores	20
4.3 Setores de atividades	20
4.4 Forma jurídica (enquadramento tributário)	21
<b>5 PLANO ESTRATÉGICO</b>	<b>22</b>
5.1 ANÁLISE INTERNA DO EMPREENDIMENTO	22
5.1.2 Produção	22
5.2.1 Recursos Humanos	22
5.2.2 Finanças	23
5.3 Marketing	23
5.4 A MATRIZ SWOT	23
5.5 POSICIONAMENTO ESTRATÉGICO	24
5.6 Estratégias de marketing	24
5.6.1 Marketing Social – Aiky Kids Projeto Comunidade:	24
5.6.2 Marketing Verde	25
5.6.3 Fidelização do cliente	25
5.6.4 Canvas	25
5.6.5 Personas	26



<b>6 Descrição dos produtos .....</b>	<b>29</b>
<b>6.1 Análise do mercado consumidor .....</b>	<b>29</b>
<b>6.2 SEGMENTAÇÃO DO MERCADO .....</b>	<b>30</b>
<b>6.3 Fornecedores.....</b>	<b>33</b>
<b>6.4 Análise da Concorrência .....</b>	<b>33</b>
<b>6.6 PLANO FINANCEIRO.....</b>	<b>35</b>
<b>6.6.1 Investimento Inicial .....</b>	<b>35</b>
<b>7 Demonstração do Resultado do Exercício.....</b>	<b>36</b>
<b>7.1 Ponto de equilíbrio .....</b>	<b>36</b>
<b>7.2 Taxa de lucratividade .....</b>	<b>37</b>
<b>8 Trabalho de campo .....</b>	<b>39</b>
<b>9 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>42</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Acompanhar o ritmo de crescimento das crianças não é uma tarefa fácil e os pais precisam se adaptar com esse acelerado desenvolvimento oferecendo educação, amor e vestuário. Identifica-se na necessidade básica de vestir uma oportunidade de negócio, pois a infância é uma fase em que os pais mais precisam comprar roupas novas para seus filhos. Analisar as características do mercado de roupas infantis, a concorrência local, a situação econômica e financeira das famílias, são pontos importantes para identificar a demanda. Pensando nisso para iniciar qualquer empreendimento, seja físico ou virtual, tem que existir planejamento, é ideal que seja feita a elaboração do plano de negócios, onde irá nortear todo o empreendimento e apontar se será viável ou não a abertura e idealização do mesmo e é através dele que será analisado os objetivos, estratégias e ações a serem tomadas para o sucesso da empresa. O trabalho desenvolvido refere-se ao Plano de negócios da loja de roupas Aiky Kids, a loja física está situada em Pitangueiras-SP, e comercializa roupas infantis. A idealização do negócio surgiu com a necessidade de uma loja que acompanhasse as tendências, mas que ao mesmo tempo atendesse o lado financeiro do cliente, uma vez que muitas pessoas não prezam pela marca, mas sim pela qualidade e preço justo. Pensando nisso e sentindo essa forte necessidade do mercado, elaboramos um Plano de Negócios que irá ajudar a estruturar e colocar em prática uma vez que muitas empresas fecham em seu primeiro ano ou até meses de abertura por falta de planejamento, e analisar os pontos negativos e positivos para a possível idealização

## **1.1 OBJETIVOS**

### **1.2 Objetivo Geral**

Verificar a viabilidade da abertura de uma loja de roupas e acessórios infantis no município de Pitangueiras/SP, por meio da elaboração de um plano de negócios.

#### **1.2.1 Objetivos Específicos**

- Realizar análise ambiental, avaliando os ambientes internos e externo à organização;
- Elaborar um plano de marketing, para traçar as estratégias a serem utilizadas ao ofertar os produtos;
- Fazer um planejamento financeiro e orçamentário e verificar a viabilidade do empreendimento.
- Definir o negócio e suas características
- Definir os objetivos e metas

#### **1.2.2 JUSTIFICATIVA**

Esse plano de negócios, busca auxílios teóricos para compreender as reais necessidades para a abertura de uma empresa de vestuário infantil, compreendendo dados através da pesquisa de mercado buscando um parecer final sobre a viabilidade da abertura ou não da mesma, obtendo uma visão do negócio como um todo em vários cenários antes mesmo de colocá-lo em prática.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

Serão apresentados alguns conceitos na qual fundamenta este estudo. Inicialmente irão ser abordados conceitos de empreendedorismo, o perfil do empreendedor e o plano de negócios.

### **2.1 EMPREENDEDORISMO**

O empreendedorismo no Brasil surgiu e tomou forma na década de 90, quando as entidades SEBRAE (Serviços Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas) e SOFTEX (Sociedade Brasileira para exportação de Software) foram criadas.

Outras ações também contribuíram para a prática do empreendedorismo no Brasil, e seriam:

- os programas SOFTEX e GENESIS (Geração de novas Empresas de Software, Informação e Serviços) que apoiavam atividades de empreendedorismo em software;
- O Programa Brasil Empreendedor, do Governo Federal, dirigido à capacitação de mais de 6 milhões de empreendedores em todo o país;
- os programas EMPRETEC e Jovem Empreendedor do SEBRAE, dentre outros.

O empreendedor necessita inovar, buscar novas oportunidades e formas de obter informações que o ajude a constituir uma vantagem competitiva para a sua empresa. De acordo com Dolabela (1999) é necessário difundir a cultura empreendedora como uma grande saída para o desenvolvimento econômico do país.

De acordo com Luecke (2007) o empreendedor necessita aliar análise, planejamento estratégico, capacidade de implementação e controle à sua organização, sendo tais elementos cruciais ao êxito dos inovadores empreendimentos. Nesse sentido, ao iniciar o novo negócio o empreendedor deve estar ciente dos riscos e esforços necessários para o seu sucesso, assumindo

responsabilidades para garantir a manutenção e prosperidade de sua criação, lidando com novos desafios.

Para Dornelas (2008) “empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que, em conjunto, levam a transformação de idéias em oportunidades” enfatiza assim de forma mais geral o real objetivo do empreendedorismo, que é gerar oportunidades.

Apesar do crescimento acentuado do movimento empreendedor, desde então, o índice de mortalidade destas empresas, segundo o SEBRAE, é expressivamente significativo, sendo que o percentual de falência para as empresas criadas no ano de 2000 foi de, aproximadamente, 60% decorrido um período de três anos.

Constata-se que o número de brasileiros que abrem o próprio negócio é cada vez maior. Conforme a pesquisa do Global Entrepreneurship Monitor – GEM, coordenada pela London Business School da Inglaterra e pelo Babson College dos Estados Unidos, dentre uma lista de 34 países, o Brasil está entre os sete que mais empreendem em criação de novas empresas.

Outros dados também são interessantes, segundo a mesma pesquisa. Aproximadamente 17 milhões de empresas do país, 99% caracterizam-se como micro ou pequenas empresas que empregam 35 milhões de pessoas com carteira assinada (GEM 2005).

Tal característica empreendedora é também confirmada por pesquisa do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE (2006), que constata que anualmente, no Brasil, são constituídas em torno de 470 mil novas empresas.

## 2.2 O EMPREENDEDOR

O empreendedor tem como característica básica o espírito criativo e pesquisador. Está constantemente buscando novos caminhos e novas soluções, sempre tendo em vista as necessidades das pessoas. O que torna uma pessoa apta a ser um empreendedor de sucesso são suas características pessoais.

A maioria de nós seres humanos, já nascemos com o instinto empreendedor nato, segundo Reis (2012) todos os seres humanos nascem com as características básicas de um inovador. Durante nossas vidas tais características são ampliadas ou inibidas, de acordo com as nossas experiências, sucessos e fracassos, mas todos, em teoria, podemos nos tornar grandes inovadores.

Para Chiavenato (2004) “o empreendedor é a pessoa que inicia ou opera um negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente”.

Para Dolabela (2006) “O empreendedor é um insatisfeito que transforma seu inconformismo em descobertas e propostas positivas para si mesmo e para os outros. É alguém que prefere seguir caminhos não percorridos, que define a partir do indefinido, acredita que seus atos podem gerar consequências. Em suma, alguém que acredita que pode alterar o mundo. É protagonista e autor de si mesmo e, principalmente, da comunidade em que vive”.

Dolabela (2006) aponta alguns motivos para se estimular a cultura empreendedora:

- O empreendedorismo oferece graus elevados de auto-realização, porque faz com que trabalho, prazer e desafio pessoal andem juntos. A alienação do trabalho, comum nas grandes empresas, não acontece no empreendedorismo.
- Desenvolvimento econômico, uma vez faz a economia crescer em postos de trabalho e assim por diante;

- A pequena empresa atende a necessidades e lacunas de mercado não atendidas pelas grandes empresas;
- A inovação tecnológica é o grande impulsionador econômico desde fins do século XX. Os centros de pesquisa têm alto potencial para criar empreendimentos baseados em conhecimentos altamente especializados, valorizados internacionalmente;
- as relações de trabalho baseadas no emprego e nas grandes empresas se esgotaram. Elas se voltam para as pequenas empresas, formando pessoas com uma nova atitude diante do trabalho e do mundo;
- diminuir a taxa de falência entre MPEs, preparando o novo empreendedor para criar um negócio de sucesso e enfrentar as armadilhas do mercado;
- reorientar o ensino brasileiro para as novas relações de trabalho, não mais voltadas para o emprego. Os colégios técnicos e as universidades precisam preparar profissionais com alto grau de empreendedorismo. Ou seja, capazes de buscar soluções por si mesmos, de definir e perseguir um sonho, se auto-motivar, se adaptar a mudanças e ter um olhar amplo sobre a empresa e o mercado.

O empreendedor não é um ser mágico, é uma pessoa como qualquer outra, porém apresenta algumas características que o diferem dos demais, por exemplo, o senso de oportunidade, a capacidade de lidar com pessoas, a persistência e a criatividade. Isso é muito bom uma vez que todas estas características são passíveis de se adquirir com a vivência.

## 2.3 PLANO DE NEGÓCIOS

O Plano de Negócios é o instrumento ideal para elaborar um reflexo do mercado, do produto ou serviço e das metas do empreendedor. É por meio dele que você terá informações detalhadas do setor em que atua, produtos e serviços, clientes, concorrentes e fornecedores.

Muitas empresas funcionam por um bom tempo, mesmo sem um plano de negócio, porém esta é uma opção limitadora e de alto risco, conforme apresenta Dornelas (2003), pesquisas realizadas nos Estados Unidos indicam que um plano de negócio aumenta em sessenta por cento a probabilidade de sucesso dos negócios. (DORNELAS, 2003; SALIM et al., 2003)

Para Dornelas (2012) o plano serve para descrever o empreendimento e o modelo de negócios que sustentará a empresa. Ao escrever o plano o empreendedor passa por um processo de aprendizagem e autoconhecimento, importante para situar-se melhor no seu ambiente de negócios. As etapas do plano seguem um padrão, para serem facilmente entendidas, e cada seção tem uma finalidade específica.

Reis e Armond (2012, p. 107) acreditam que com o plano de negócio é possível identificar os riscos e propor planos para minimizá-los e até mesmo evitá-los; identificar seus pontos fortes e fracos em relação à concorrência e o ambiente de negócio em que atua; conhecer seu mercado e definir estratégias de marketing para seus produtos e serviços; analisar o desempenho financeiro de seu negócio, avaliar investimentos, retorno sobre o capital investido; enfim, o empreendedor terá um poderoso guia que norteará todas as ações de sua empresa.



### **3 SUMÁRIO EXECUTIVO**

A Aiky Kids Moda Infantil é a idealização e formalização de um negócio. O mix de produtos da empresa é voltado para roupas e acessórios do vestuário infantil. O foco do negócio é a diferenciação, oferecendo uma grande variedade de produtos contando desde a linha simples a superluxo, de boa qualidade, com customização de peças e fornecedores de roupas, com atenção aos detalhes, que ofereçam conforto aos pequenos, e bom atendimento, tudo isso por um preço acessível de acordo com o produto.

#### **3.1 Construção da marca**

A construção de uma marca requer um cuidadoso planejamento e investimentos a longo prazo. Através de uma marca, ou empresa bem-sucedida existe um excelente produtos e serviço, sustentado por um planejamento desenvolvido e executado com precisão. Para construir uma marca, que esteja presente nas lembranças de seus consumidores, é preciso ir além. Não basta oferecer um produto de qualidade, é necessário oferecer uma experiência única, que agrade o consumidor. Nossa marca propõe duas principais razões pelas quais os consumidores adquirem nossos determinados produtos. A primeira por conta das sensações transmitidas para os consumidores se identificarem com elas. A segunda pelo motivo de representar algo que o consumidor se sinta satisfeito e realizado ao obter nossos produtos gerando assim uma aquisição de compra única. A conjunção de fatores, que reunidos formam a empresa.

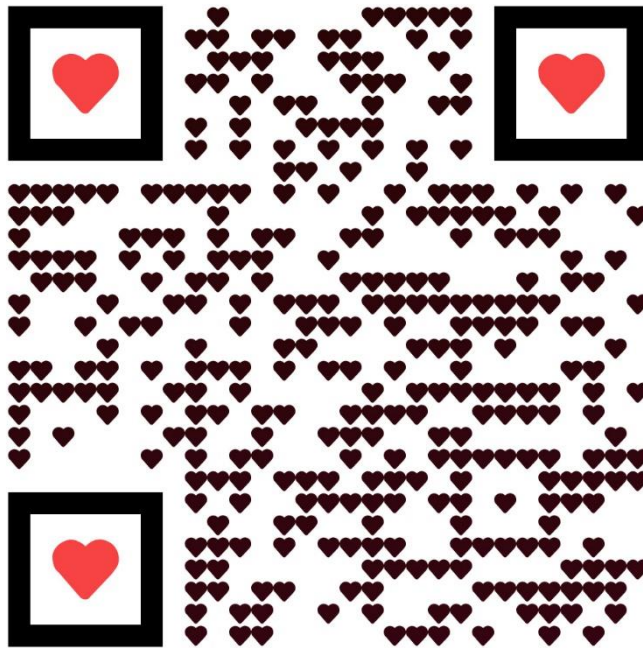
## Logotipo Aiky Kids Moda Infantil



Fonte: Elaborada pela autora (2021)

A loja Aiky Kids vende roupas destinadas a crianças de 0 a 12 anos. As peças, e confecção das roupas são de alta qualidade, e o estilo sofisticado eleva a procura por nossos produtos. A loja fica localizada em Pitangueiras/SP, com ambiente totalmente interativo para crianças.

### 3.1.1 Protótipo



O protótipo abaixo é uma amostra da versão preliminar dos produtos reais. Através do QR CODE será possível verificar alguns desses produtos que serão oferecidos pela loja Aiky Kids.

### 3.1.2 Dados de empreendimento

A loja Aiky Kids fica localizada na Rua São Paulo, nº134, Centro Pitangueiras/SP, no CNPJ: 23.748.481/0001-13 sendo uma microempresa. Nasceu do objetivo de trabalho de TCC, para a abertura de uma loja que acompanhasse as tendências, com ambiente interativo para crianças e produtos de excelência no mercado. Nosso principal produto será o vestuário infantil, e a confecção de personalizados que serão produzidos de acordo com o gosto do cliente.

#### 3.1.2 NOME DA EMPRESA

A empresa tem a Razão Social JPS LTDA, mas o nome fantasia é Aiky Kids.

### 3.2 CONSTITUIÇÃO LEGAL

Trata-se de uma Sociedade, enquadrada como MICROEMPRESA.

### **3.3. PROPRIETÁRIOS DA EMPRESA**

Tem como proprietárias, Poliana da Silva Santos, estudante do curso Técnico em Administração de Empresas, ocupará o cargo de vendedora, participando com R\$ 10.000 do capital; e, Josefa Jéssica Furtado Marques, formada em RH(Gestão de Pessoas), estudante do curso Técnico em Administração de Empresas, ocupará o cargo de compras e gerente da loja, com participação de R\$ 10.000 do capital.

## **4 Missão**

Atender às necessidades dos nossos clientes, com dedicação, carinho e respeito, tornando o seu processo de compra, não somente mais uma obtenção de itens, mas de receptividade à criança e interação em família. Ser referência de mercado no fornecimento de peças personalizadas. Além de oferecer qualidade e conforto através de nossos produtos para bebês e crianças.

### **4.1 Visão**

Sermos reconhecidos por nosso público como o principal fornecedor de roupas, artigos infantis e peças personalizadas, gerando assim total satisfação em sua experiência de compra.

#### **4.1.2 Valores**

- Respeito e Valorização das pessoas
- Inovação e Simplicidade
- Ética e Integridade
- Liderança Responsável
- Sustentabilidade

### **4.3 Setores de atividades**

Trabalhamos com peças simples e mais sofisticadas. a loja conta com um cantinho do cliente para fazer sua própria personalização (peças exclusivas).

Procuramos por mães modernas e estilosas que querem proporcionar o mesmo para seus filhos.

Comércio de loja de roupas infantis AIKY KIDS.

#### **4.4 Forma jurídica (enquadramento tributário)**

- **Microempresa:** Será uma microempresa, de comércio de vestuário infantil.
- **Simples nacional:** A loja é optante pelo regime simplificado de recolhimento de tributos, Simples.

## **5 PLANO ESTRATÉGICO**

A falta de visão a curto, médio e longo prazo pode ser um grande risco para a saúde da empresa e por motivos claros é muito importante fazer um planejamento estratégico. Onde usaremos os recursos disponíveis de forma eficiente, fazendo com que a produtividade da empresa obtenha reflexos positivos.

Para que isso possa se concretizar serão feitas algumas análises da empresa JPS Ltda, como: Análise Interna e Análise Swot.

### **5.1 ANÁLISE INTERNA DO EMPREENDIMENTO**

A Análise do Ambiente Interno da empresa tem como principal objetivo colocar em evidência as deficiências e qualidades da empresa, ou seja, ela define os pontos fortes e pontos fracos e as competências essenciais da organização, assim pode-se definir objetivos e estratégias perante as outras empresas do mesmo setor.

#### **5.1.2 Produção**

As instalações da empresa é uma locação comercial alugada, localizada no centro de Pitangueiras/SP. Foi investido inicialmente na compra de móveis, um computador Dell, e uma impressora fiscal Epson. Os produtos são comprados de alguns fornecedores que vão direto à loja física e outra parte é comprada no Brás, são roupas direcionadas ao público infantil, com qualidade, preço justo e diversificação das peças. As compras são feitas conforme os estoques vão acabando e também com a mudança das estações. Além de sermos optantes do estoque consignado para as peças Super Luxo, que iram ser vendidas no estabelecimento.

#### **5.2.1 Recursos Humanos**

O Trabalho é dividido entre as duas sócias, uma irá cuidar da loja física e a outra dos pedidos feitos no e-commerce. Além de possuímos uma profissional especializada em customização.

### **5.2.2 Finanças**

Será investido inicialmente R\$20.000,00 para a abertura da empresa, fora as compras feitas mensalmente para abastecer a loja. Não foi contratado nenhum empréstimo. Todas as compras serão feitas à vista, não existe nenhum endividamento.

### **5.3 Marketing**

Contam com as mídias sociais como facebook, Instagram, Tiktok, Kawai e Website para divulgação dos produtos e promoções, além de propagandas em rádios e carros de som. Não existe um departamento de Marketing, tudo é feito pelos sócios.

### **5.4 A MATRIZ SWOT**

A análise SWOT serve para usar como base na tomada de decisões no planejamento estratégico, pois ela é capaz de detectar as forças, fraquezas, ameaças e oportunidades dos ambientes internos e externos da empresa. A partir disso, consegue-se um diagnóstico completo sobre a empresa, o que reduz os riscos na hora realizar ações, como explorar novos mercados, lançar um novo produto ou criar estratégias de marketing.

#### **Ambiente Interno**

##### **Pontos fortes:**

- Recursos Financeiros;
- Layout da loja bem formulados;
- Clientes felizes com seus produtos;

##### **Pontos fracos:**

- Custos Fixos alto;
- Imóvel alugado

#### **Ambiente externo**

##### **Oportunidade:**

- Loja voltada para o público infantil, por ser a fase em que as crianças mais precisam de roupas novas.

##### **Ameaças:**

- Crise política que o País enfrenta;

- Empresas concorrentes já renomadas;
- Taxa de juros do cartão muito altas;

## **5.5 POSICIONAMENTO ESTRATÉGICO**

O Posicionamento estratégico reflete na proposta de valor oferecida pela organização para os seus clientes. A vantagem competitiva utilizada será lideranças em custos, tendo como estratégia oferecer produtos de ótima qualidade a um preço justo, podendo assim atender o maior número de clientes que não possuem interesse em comprar roupas de marca com um preço absurdo, não esquecendo também da nossa linha super luxo voltada para o público que opta por peças mais sofisticadas, além de obtermos um ambiente totalmente interativo para crianças, com lousas, banheiros personalizados e educativos, brinquedos, fachada da loja com uma amarelinha, entre outros. Sendo assim ótimas estratégias com o intuito de atrair possíveis clientes interessados na loja e aumentar as vendas e os lucros.

## **5.6 Estratégias de marketing**

### **5.6.1 Marketing Social – Aiky Kids Projeto Comunidade:**

O projeto comunidade tem como foco principal ajudar o comércio local menos favorecidos, o projeto tem como foco principal ajudar a comunidade que estão empreendendo nessa pandemia, mas não sabem como se auto divulgar, criamos um espaço nas nossas redes sociais para ajudar pessoas físicas que fazem sua renda através de vendas (doces, salgadinhos, trufas, cocadas e artesanato de modo geral.

- Nosso projeto junto com parceiros podemos auxiliar no ponta pé inicial para pessoas que querem começar a investir, mas não tem matéria prima inicial.
- Dar espaço nas nossas redes sociais para divulgação dos trabalhos de cada pessoa do projeto.
- Auxiliar na criação e divulgação do Instagram das pessoas envolvidas.





## LOJA SOLIDÁRIA

- 1- Separe as roupas para doação
- 2- Traga até nossa loja e entregue para uma atendente
- 3- Ganhe 5% de desconto na sua próxima compra
- 4- E no final, será tudo doado para instituições de assistência social\*



Fonte: Elaborada pela autora (2021)

### 5.6.2 Marketing Verde

- Sacolas Biodegradáveis.
- Trabalhamos somente com couro ecológico.
- Trabalhar com fornecedores que tenham o mesmo lema que a empresa.
- Projeto social voltado para plantação de árvores frutíferas na cidade.

### 5.6.3 Fidelização do cliente

Será utilizado também um programa de pontos, quanto mais o cliente compra mais pontos ele acumula, cada R\$100,00 em compra ele receberá 1 ponto, quando chegar nos 10 pontos ele poderá escolher um brinde ou utilizar como desconto de 10% em sua próxima compra, isso fará com que fidelize o cliente.

### 5.6.4 Canvas

O desenvolvimento da empresa será beneficiado através da metodologia denominada “Canvas”.

Tal modelo será explicado na imagem abaixo:



Fonte: Sebrae Canvas

O Canvas realmente mostra o caminho para nós empreendedoras da Aiky Kids, facilitando a compreensão do modelo de negócio.

### 5.6.5 Personas

O objetivo da criação das personas é possibilitar uma melhor compreensão sobre quais serão o nosso público.

Nas imagens abaixo estão representadas algumas dessas personas:



Fonte: Pickaface

- Paola tem 28 anos, é casada e mãe de dois filhos, João de 3 anos e Maria com 7 anos, funcionária pública no setor administrativo da prefeitura de Pitangueiras- SP, com um salário de 3 mil.
- Gosta de moda, cheia de estilo, tem a internet como aliada para se manter atualizada.
- Sua maior frustração é morar em um lugar que por mais que seja tranquilo devido ser interior. a ausência de crescimento em relação da economia, as empresas não têm tanto interesse em investir na cidade.



Fonte: Pickaface

- Paulo tem 36 anos, é casado e pai de três filhos, Alex de 11 anos, Ana de 5 anos e Marcela com 7 anos, contador em Pitangueiras- SP, com um salário de 5mil.
- Cheio do bom gosto, se mantém atualizado e segue as tendências dos mais variados estilos.
- Sua maior frustração é a ausência de crescimento em relação da economia, as empresas não têm tanto interesse em investir na cidade.



Fonte: Pickaface

- Clarice tem 60 anos, é casada e avó de 6 crianças entre 6 mês a 10 anos, aposentada e residir em Pitangueiras- SP, com um salário de 2 mil.
- Gosta de presentear seus netos em datas comemorativas.
- Sua maior frustração é não encontrar peças com qualidades e preços acessíveis no comércio local.

## **6 Descrição dos produtos**

Serão comercializados itens de vestuário infantil, como: blusas, calças, saias, shorts, vestidos, casaco, jaquetas e acessórios como laços, faixas, tiaras, cintos, mini bolsas, variando conforme a estação do ano. Esses produtos serão adquiridos em lojas que vendem por atacado no centro de São Paulo, e via fornecedores. As peças serão enviadas pelos correios acomodadas dentro de uma embalagem de papel personalizada com o nome da empresa, para manter a segurança do produto até a entrega ao cliente. Um dos diferenciais será a variedade de preços e peças diversificadas, desde a linha simples, até a linha super luxo. Será utilizado um ambiente interativo para crianças para diferenciação dos concorrentes, garantindo assim a cartela de clientes. A loja também contará com algumas peças customizadas, passando a ter peças exclusivas e de bom gosto. Em se tratando de moda os produtos são muito versáteis, pois a todo momento ela está se reinventando.

### **6.1 Análise do mercado consumidor**

Os clientes são papais e mães com crianças entre 0 a 12 anos, que gostem de moda e estão sempre atentos às tendências.

Mesmo durante a pandemia do coronavírus, o mercado infantil vem crescendo. De acordo com a consultora Tati Ganme, o setor se mostrou como um dos mais resilientes neste momento porque as crianças crescem e perdem roupa com facilidade, e como passaram mais tempo em casa com pais e familiares, tornaram-se o centro das atenções dos adultos.

De acordo com o Sebrae, o mercado infantil movimentou R\$ 16 bilhões ao ano no Brasil. Entre produtos e serviços, os pequenos consumidores movimentam no país um valor ainda mais estratosférico, na faixa de R\$ 50 bilhões anuais, e a tendência é que os números sejam cada vez maiores.

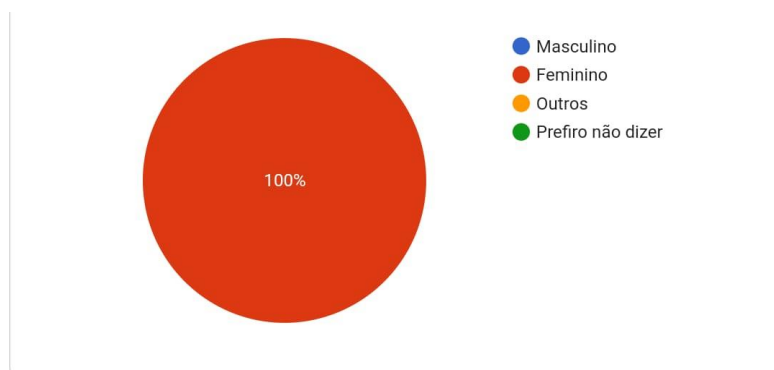
O mercado de roupas infantis cresce em média 6% ao ano, segundo a Associação Brasileira de Indústria Têxtil e de Confecção (Abit).

## 6.2 SEGMENTAÇÃO DO MERCADO

A segmentação de mercado é a divisão de um mercado em grupos de acordo com seus interesses semelhantes, ou seja, os consumidores são agrupados por segmentos, com características, necessidades e preferências homogêneas.

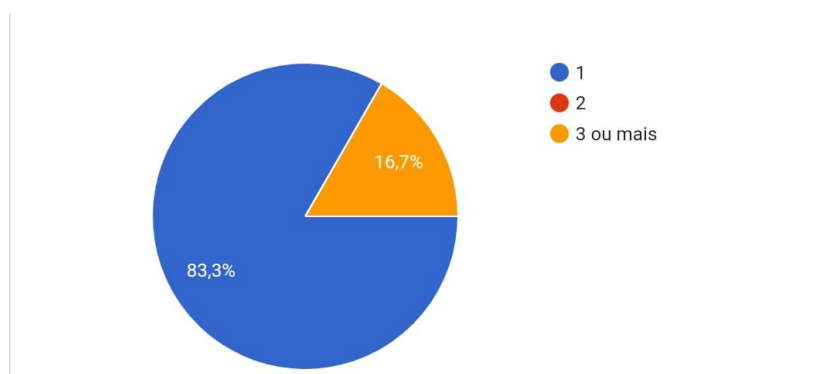
A empresa será voltada para vendas por e-commerce, e loja física para o consumidor final, no setor de vestuário infantil, voltada para todo o território nacional. O público a ser atingido será, crianças entre 0 à 12 anos que gostam de se vestir bem, com preços distintos e diversificação de produtos. Através da pesquisa de empatia, é possível analisar o que o cliente deseja na hora de realizar a sua compra.

### Gênero?



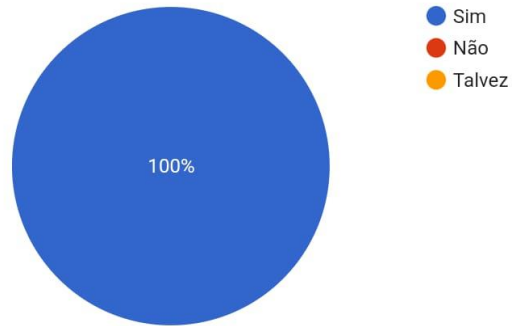
Fonte: Elaborada pela autora (2021)

### Tem filhos?



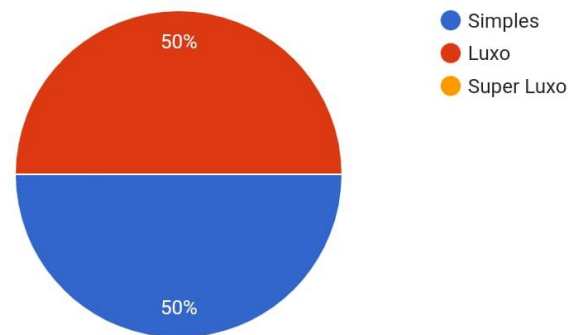
Fonte: Elaborada pela autora (2021)

**Frequentaria uma loja infantil com ambiente interativo voltado para crianças?**



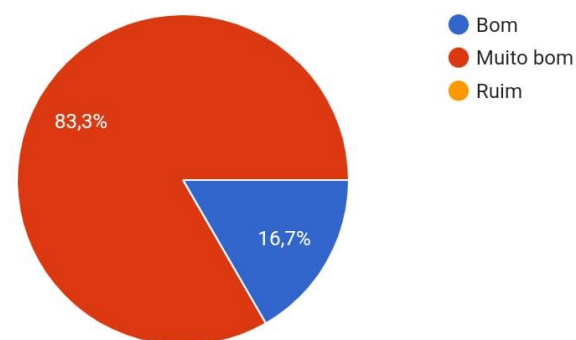
Fonte: Elaborada pela autora (2021)

**Quais estilos mais despertam a sua atenção?**



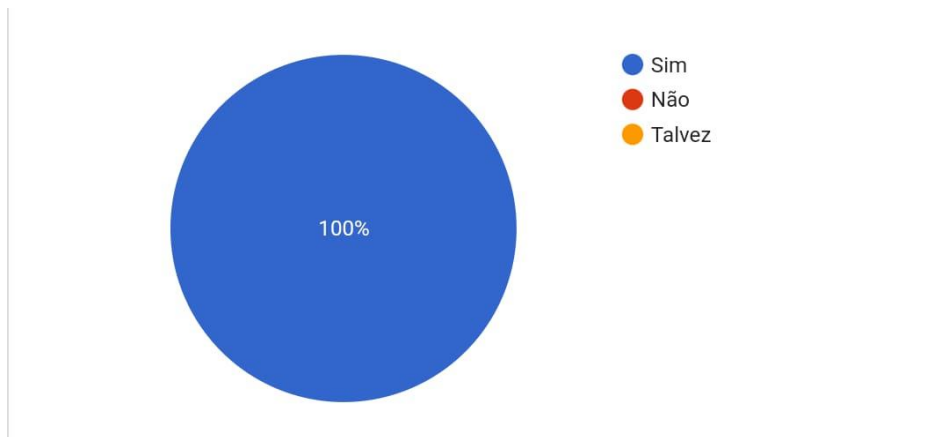
Fonte: Elaborada pela autora (2021)

**O que acha de um ambiente de personalização de peças?**



Fonte: Elaborada pela autora (2021)

**O produto/ serviço ofertado atende às suas necessidades?**



Fonte: Elaborada pela autora (2021)

### **Além das características do produto, O que mais influência a sua decisão de compra?**

Promoções, peças de diversos estilos.

O pessoal, novas tendências, a economia e necessidades.

Qualidade, preço e conforto

Preço, qualidade e atendimento.

O bom atendimento é o essencial

As ofertas, e variedades de peças.



### **6.3 Fornecedores**

Os fornecedores foram escolhidos de acordo com as características especificadas como qualidade, preço justo, disponibilidade do produto/mercadoria, prazo de entrega no momento adequado, prazo de pagamento e bom atendimento.

Abaixo segue a relação de fornecedores que seguem os critérios acima descritos:

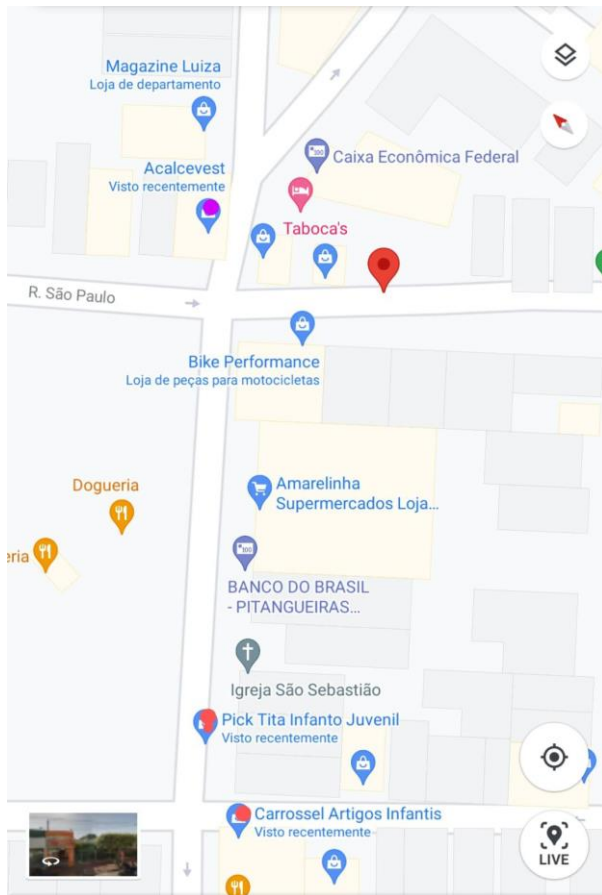
- Paulimar (São Paulo)
- Andrade Moda Infantil (São Paulo)
- Brascol (São Paulo)
- Lr moda consignada (Ribeirão Preto)
- Alegri Kids (Rio do Sul- SC)
- Minore (Gaspar- SC)
- Pequeno Closet Boutique (Maurie-MG)

Todos os fornecedores acima estão localizados em cidades distintas. A Compra da mercadoria será feita através do site.

### **6.4 Análise da Concorrência**

Através de pesquisa da região perto do ponto comercial Aiky Kids, verificou-se que há duas lojas de roupas infantis, porém existe outra empresa que oferece o produto juntamente com roupa feminina ou masculina.

Conforme a imagem apresentada na área com pontos vermelhos, são lojas que trabalham somente com roupas infantis, já marcadas em roxo são vendidas juntamente com roupas masculinas ou femininas.



Fonte: Google Maps

## 6.6 PLANO FINANCEIRO

### 6.6.1 Investimento Inicial

O levantamento do investimento inicial foi através de pesquisa referente aos investimentos fixos e gastos operacionais necessários para iniciar as atividades da empresa e colocá-la em funcionamento. O montante inicial estará representado abaixo.

<b>Móveis e utensílios</b>	<b>Quantidade</b>	<b>Valor Total</b>
Cadeira para o caixa	1	R\$ 206.99
Armários Planejados	1	R\$ 4,100.00
Balcão do caixa	1	R\$ 499.95
Cortina para provador	2	R\$ 156.90
Provador Arco	2	R\$ 105.80
Gancho para provador triplo	2	R\$ 33.80
Espelho	1	R\$ 200.00
Decoração loja		R\$ 669.70
Manequins	4	R\$ 400.00
<b>Eletrônicos</b>	1	
Micro computador Dell	1	R\$ 3,500.00
Impressora Fiscal		R\$ 569.90
<b>Sistema Operacional</b>	1	
Software para loja de roupas infantil		R\$ 1,620.00
<b>Abertura da Empresa</b>	1	
Contador		R\$ 550.00
<b>Investimento inicial</b>		
Capital de Giro		R\$ 20,000.00
<b>Total investimento</b>		<b>R\$ 32,613.04</b>

Fonte: Elaborada pela autora (2021)

O investimento inicial para abertura da loja totaliza o valor de R\$32,613.04, incluindo todos os gastos com móveis, utensílios e eletrônicos, e o capital de giro calculando os valores dos custos fixos mensais.

## 7 Demonstração do Resultado do Exercício

Na tabela abaixo estão representados os valores obtidos através da DRE.

	TEMPO		
	1 ano	2 anos	3 anos
Receitas (R)	R\$ 180,000.00	R\$ 360,000.00	R\$ 720,000.00
Custos Variáveis (CV)	R\$ 13,390.00	R\$ 26,780.00	R\$ 53,560.00
Custos Fixos (CF)	R\$ 70,678.80	R\$ 72,286.68	R\$ 97,483.36
Custos Totais (CT = CV + CF)	R\$ 84,068.80	R\$ 99,066.68	R\$ 151,043.36
Resultado Operacional (RO = R - CT)	R\$ 95,931.20	R\$ 260,933.32	R\$ 568,956.64
Depreciação e Amortização (DA)	R\$ 4,703.89	R\$ 6,693.84	R\$ 12,900.96
Resultado Antes de Impostos (RAI = RO - DA)	R\$ 91,227.31	R\$ 254,239.48	R\$ 556,055.68
Impostos (I)	R\$ 13,339.00	R\$ 47,854.75	R\$ 109,744.63
Resultado Líquido (RL = RAI - I)	R\$ 77,888.31	R\$ 206,384.73	R\$ 446,311.05

Fonte: Elaborada pela autora (2021)

E possível perceber que na demonstração do terceiro ano, os valores se elevam. Isso ocorre pelo fato da idealização de uma possível filial neste período.

### 7.1 Ponto de equilíbrio

O Ponto de Equilíbrio do futuro empreendimento é calculado pela seguinte fórmula:  $PE = CF \times 100 / (RT - CV)$

Onde: PE= Ponto de Equilíbrio

CF= Custo Fixo

RT= Receita Total

CV= Custo Variável

#### 1º Ano

Aplicando a fórmula tem-se:  $PE = CF / (RT - CV) \times 100$   
 $PE = 70.678,60 / (180.000,00 - 13.390,00) \times 100$

$$PE = 70.678,60 \div 166.610 \times 100$$

$$PE = 42,42$$

### **2º Ano**

Aplicando a fórmula tem-se:  $PE = CF/RT-CV \times 100$   $PE = 72.286,68 \div (360.000,00 - 26.780,00) \times 100$

$$PE = 72.286,68 \div 333.220,00 \times 100$$

$$PE = 21,69$$

### **3º Ano**

Aplicando a fórmula tem-se:  $PE = CF/RT-CV \times 100$   $PE = 72.286,68 \div (360.000,00 - 26.780,00) \times 100$

$$PE = 720.000,00 \div 666.440,00 \times 100$$

$$PE = 14,62$$

## **7.2 Taxa de lucratividade**

Para calcular a Taxa de Lucratividade utilizaremos a seguinte fórmula:

$$TL = LL \div RT \times 100$$

Onde: TL= Taxa de Lucratividade

LL= Lucro Líquido

RT= Receita Total

### **1º Ano**

Aplicando a fórmula tem-se:

$$TL = LL \div RT \times 100 = 77.886,31 \div 180.000 \times 100$$

$$TL = 43,27\%$$

### **2º Ano**

Aplicando a fórmula tem-se:

$$TL = LL \div RT \times 100 = 206.384,73 \div 360.000,00 \times 100$$

$$TL = 57,32\%$$

### **3º Ano**

Aplicando a fórmula tem-se:

$$TL = LL \div RT \times 100 = 446.331,05 \div 720.000,00 \times 100$$

$$TL = 61,90\%$$

## **8 Trabalho de campo**

### **Entrevista:**

A seguinte entrevista é referente a um trabalho de campo, onde visa buscar entendimento sobre o comércio na área de vestuário infantil, as dificuldades, oportunidades, entre outros assuntos abordados.



### **Qual o nome do empreendedor entrevistado?**

Samantha Ambrósio

### **Qual a profissão e área de atuação dele?**

Formada em psicologia a 13 anos, mas atuo como empresária na área de vestuário infantil.

### **Qual cargo ele ocupa?**

Atualmente ocupo todos os cargos dentro da loja, pois não possui funcionários

### **Qual o nome da instituição onde ele trabalha?**

Corujinha Baby e Kids

### **Seus pais tiveram condições de te ajudar na sua trajetória empreendedora?**

Sim, meu pai. Com um patrocínio de 10 mil reais.

### **O que você pensava ou sonhava quando era jovem para sua vida adulta?**

Pensava em se formar, e atuar na área da minha formação. Mas o comércio está presente na minha família a anos, desde o meu bisavô.

**Como você ingressou no mundo do trabalho? Conte-nos a respeito de seu primeiro emprego**

O meu primeiro emprego foi com 13 anos como montadora de festas infantis.

**Como e quando você identificou as primeiras e decisivas oportunidades?**

Na minha carreira como psicóloga, ao me esforçar bastante consegui um emprego na prefeitura atuando em uma entidade que prestava serviços a crianças, e adolescentes em situação de vulnerabilidade, conciliando também esse trabalho com a aplicação de testes em algumas empresas da região fazendo processos de seleção.

Com a chegada do meu primeiro filho surgiu a oportunidade de comprar o estabelecimento, e desde então estou atuando nesta área do empreendedorismo.

**Quais foram as ações que você identificou como necessárias para iniciar o seu negócio ou desenvolvimento de sua carreira?**

Com o decorrer do tempo percebi que os meus clientes voltavam a comprar sempre que eram bem atendidos, e tratados da melhor forma possível, então o meu principal foco é o atendimento ao cliente e geralmente todos eles retornam a comprar na loja. E o mais necessário mesmo é a organização, ter equilíbrio e comprar somente os materiais necessários para não haver perda, ou desperdício.

Com a pandemia tive que aprimorar minhas vendas pelo Instagram, o que alavancou mais ainda as vendas.

**Você teve algum exemplo inspirador, alguém que lhe serviu como exemplo de vida? Quem foi essa pessoa? Como isso ocorreu?**

Sim. Meu avô era comerciante, ele foi meu exemplo de perseverança e dedicação.

**O que você reconhece como suas principais forças e fraquezas?**

Força: persistência, dedicação

Fraqueza: desorganização



**Quais foram os momentos mais difíceis vivenciados por você e como os superou?**

Pandemia, tive que inovar nas vendas pelo Instagram.

E no condicional que passei a levar na casa dos meus clientes, isso me ajudou a superar os momentos que tivemos com nossas portas fechadas

**Como foi o caminho percorrido por você para chegar até aqui?**

O caminho não é fácil. Os primeiros 2 anos de loja praticamente pagavam as contas da loja, depois que passei a ter meus lucros.

O que realmente nos mantém é a persistência.

**É fácil empreender?**

Não, muitas mudanças. A moda está sempre em mudança e atrair o cliente não é fácil, precisamos rebolar muito.

**Em sua opinião, saber empreender é um dom ou uma habilidade que pode ser desenvolvida por qualquer pessoa?**

Acredito que o dom ajuda... Mais que se a pessoa possuir habilidade e passar por treinamentos e estudar com dedicação ela pode se desenvolver sim.

**Você ainda tem sonhos a realizar? Qual ou quais?**

Tenho o sonho em abrir outras lojas em outros lugares, outras unidades da Corujinha Baby e Kids

**Que ensinamento ou mensagem você deixa para nós, jovens, que estamos construindo e idealizando o nosso projeto de vida?**

Primeiramente: Pontualidade e disciplina em tudo que fizerem

Segundo: Persistência

E terceiro: Amor! Pois o que é feito com amor é feito por inteiro!

Um abraço: Samantha Ambrósio Metzker

**Você deseja falar ou pontuar algo que não abordamos na entrevista? Caso queira, fique à vontade.**

Não.

## **9 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O presente trabalho visou responder o seguinte problema de pesquisa: “É viável a abertura de um comércio de venda de roupas infantis na cidade de Pitangueiras/SP?”.

Através dos dados levantados e resultados das análises, foi possível identificar que o projeto de investimento da loja de roupa infantil Aiky Kids demonstra ser viável economicamente e financeiramente e atende as expectativas do empreendedor sobre o retorno e lucro do investimento.

## REFERÊNCIAS

HISTÓRIA DA ROUPA INFANTIL: A MODA PARA CRIANÇAS ATÉ O SÉCULO XIX, Mariana Boscariol, Portal Fashion Bubble, 2021. Disponível em: <https://www.fashionbubbles.com/historia-da-moda/historia-da-roupa-infantil-a-moda-para-criancas-ate-o-seculo-xix/267874/>. Acesso em: 04/06/2021.

LOJA DE ROUPAS INFANTIS APOSTA EM VENDAS ONLINE PARA SUPERAR IMPACTOS DA CRISE, Redação, Portal ASN Sebrae, 2020. Disponível em:

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pe/artigos/guia-pratico-para-varejo-de-moda-em-tempos-de-covid-19,bdf653a9a3e91710VgnVCM1000004c00210aRCRD> . Acesso em: 06/06/2021.

INFANTO JUVENIL: MODA INFANTIL ENTRA NO MERCADO DIGITAL COM A PANDEMIA, **Carolina Delboni**, Portal Estadão, 2020. Disponível em: <https://emails.estadao.com.br/blogs/kids/moda-infantil-entra-no-mercado-digital-com-a-pandemia/> . Acesso em: 17/06/2021

TENDÊNCIA: COMO OS VAREJISTAS ESTÃO COLOCANDO SEUS COLABORADORES PARA VENDER VIA REDES SOCIAIS DURANTE PANDEMIA, **Portal InforMoney**, 2020. Disponível em: <https://www.infomoney.com.br/negocios/como-os-varejistas-estao-colocando-seus-funcionarios-para-vender-via-redes-sociais-durante-a-pandemia/> Acesso em: 18/09/2021

MERCADO E VENDA: CONHEÇA AS VANTAGENS DE VENDER SEUS PRODUTOS EM UM E-MARKETPLACE, **Portal Sebrae**, 2021. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/conheca-as-vantagens-do-e-marketplace-para-os-pequenos-negocios,3f6402b5b0d36410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 18/10/2021

SOARES, Jussara. Segmento de roupas infantis cresce junto com as crianças. 2017. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2017/05/1885675-segmento-deroupas-infantis-cresce-junto-com-as-criancas.shtml>>. Acesso em: 20/11/2021

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo: Universidade Feevale, 2013. 277 p. Disponível em: <[http://www.feevale.br/Comum/midias/8807f05a-14d0-4d5b-b1ad-1538f3aef538/E-book Metodologia do Trabalho Cientifico.pdf](http://www.feevale.br/Comum/midias/8807f05a-14d0-4d5b-b1ad-1538f3aef538/E-book%20Metodologia%20do%20Trabalho%20Cientifico.pdf)>. Acesso em: 15/11/2021