

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA  
SOUZA  
ETEC IRMÃ AGOSTINA - CLASSE DESCENTRALIZADA CÉU VILA  
RUBI  
Técnico em Administração**

**Danielle Sthefani Dias Gonçalves**

**Geisa Oliveira Dos Reis**

**Isabela Da Silva Pereira**

**Nadiele Teixeira**

**Pedro Henrique De Souza Paes**

**Sara Gonçalves Rocha**

**PLANO DE NEGÓCIOS: Winx Moda Feminina**

**SÃO PAULO**

**2022**

**Danielle Sthefani Dias Gonçalves**

**Geisa Oliveira Dos Reis**

**Isabela Da Silva Pereira**

**Nadiele Teixeira**

**Pedro Henrique De Souza Paes**

**Sara Gonçalves Rocha**

## **PLANO DE NEGÓCIOS: Winx Moda Feminina**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Técnico em Administração da Etec Irmã Agostina – Classe Descentralizada Céu Vila Rubi orientado pela Prof.<sup>a</sup> Talita Paula Miranda de Souza, como requisito parcial para obtenção do título de técnico em Administração.

**SÃO PAULO**

**2022**

## **DEDICATÓRIA**

Dedicamos esse trabalho as nossas famílias e aos amigos pela compreensão nos momentos de ausência.

## **AGRADECIMENTOS**

Gostaríamos de agradecer primeiramente a Deus por estar sempre nos acompanhando em nossa jornada. Aos professores e orientadores que nos ajudaram a concluir este trabalho da melhor forma possível.

Aos nossos familiares que estiveram conosco nos apoiando, a todos os colegas que nos ajudaram no processo do trabalho. E a todos que colaboraram diretamente e indiretamente para o término desse trabalho de conclusão de curso.

“O insucesso é apenas uma oportunidade para recomeçar de novo com mais inteligência.”

**Henry Ford**

## RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo apresentar o plano de negócio da empresa Winx Moda Feminina, que é um e-commerce que está inserido no ramo da moda feminina, com o objetivo de enaltecer a individualidade de todas as mulheres do país. Durante o desenvolvimento do plano foi utilizado o método de pesquisa descritiva com uma abordagem e qualitativa, além de pesquisa documental e pesquisa de mercado para levantamento de dados e informações econômico-financeiras e mercadológicas. A pesquisa de mercado objetivou identificar possíveis concorrentes, consumidores e descobrir quais os fornecedores do mercado mais ativos na região. Projeções financeiras foram elaboradas, para identificar se o empreendimento é viável, desenvolvendo para tanto demonstrações financeiras para três anos de funcionamento, além de análise de indicadores pertinentes que possibilitem visualizar a futura e possível situação da empresa. Conclui-se que o presente projeto atingiu todos os objetivos esperados para a abertura da Winx Moda Feminina que se mostra viável e rentável.

**Palavras-Chaves:** Moda Feminina. E-commerce. Empreendimento.

## **ABSTRACT**

This work aims to present the business plan of the company Winx Moda Women, which is an e-commerce that is inserted in the women's fashion business, with the objective of extolling the individuality of all women in the country. During the development of the plan, the descriptive research method was used with a qualitative approach, in addition to documentary research and market research for data collection and economic-financial and marketing information. The market research aimed to identify potential competitors, consumers and find out which market suppliers are most active in the region. Financial projections were elaborated to identify whether the enterprise is viable, developing for both financial statements for three years of operation, in addition to analysis of relevant indicators that allow to visualize the future and possible situation of the company. It is concluded that this project has achieved all the expected objectives for the opening of Winx Moda Women that proves to be viable and profitable.

**Keywords:** Women's Fashion. E-commerce. Enterprise.

## SUMÁRIO

<b>1.</b>	<b>SUMÁRIO EXECUTIVO.....</b>	<b>09</b>
<b>2.</b>	<b>O NEGÓCIO.....</b>	<b>10</b>
2.1.	Identificação do Negócio.....	10
2.2.	Objetivo.....	10
2.3.	Vantagem Competitiva.....	11
2.4.	Localização.....	11
2.5.	Exigências Legais.....	12
2.6.	Estrutura Organizacional.....	15
2.7.	Missão.....	25
2.8.	Visão.....	25
2.9.	Valores.....	26
2.10.	Fluxograma.....	26
<b>3.</b>	<b>PRODUTO.....</b>	<b>37</b>
3.1.	Produtos.....	37
3.2.	Tecnologia e Processo.....	27
3.3.	Benefícios e Vantagem Competitiva.....	28
3.4.	Preço.....	29
<b>4.</b>	<b>MERCADO.....</b>	<b>31</b>
4.1.	Setor.....	31
4.2.	Público-Alvo.....	42
4.3.	Fornecedores.....	32
4.4.	Concorrentes.....	34
<b>5.</b>	<b>PLANO DE MARKETING.....</b>	<b>35</b>
5.1.	Produto.....	35
5.2.	Análise do Mercado.....	36

5.3.	Análise Swot.....	37
5.4.	Definição das estratégias de Marketing.....	38
5.5.	Distribuição (Logística).....	38
5.6.	Promoção.....	39
5.7.	Redes Sociais.....	40
5.8.	Implementação do Plano de Marketing.....	40
5.9.	Avaliação e Controle.....	41
5.10.	Controles de Marketing.....	41
5.11.	Provedor Virtual.....	42
<b>6.</b>	<b>PLANO OPERACIONAL.....</b>	<b>44</b>
6.1.	Plano de Produção.....	44
6.2.	Plano de Vendas.....	47
<b>7.</b>	<b>PLANO FINANCEIRO.....</b>	<b>52</b>
7.1.	Investimentos.....	53
7.2.	Usos e Fontes.....	55
7.3.	Demonstração de Resultados.....	56
7.4.	Fluxo de Caixa.....	56
7.5.	Capital de Giro.....	57
7.6.	Indicadores Econômicos (PayBack).....	58
7.6.1.	Indicadores Econômicos (Ponto de Equilíbrio).....	58
<b>8.</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>60</b>
	<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>61</b>

## 1. SUMÁRIO EXECUTIVO

Ao realizar nosso plano de negócio conseguimos identificar a sua importância para o progresso da empresa, pois um breve planejamento de como funcionará a empresa e cada setor garante uma maior chance de sucesso, sem contar uma visão de futuro possível para o empreendimento.

A atividade principal é a comercialização de roupas com ênfase no setor feminino, estamos localizados em São Paulo, sendo utilizado como escritório e estoque. Nossa gestão é formada por 7 (sete) sócios e cada um fica responsável pelas atividades de cada departamento, com participação acionária de 14,29%

Nosso negócio é de pequeno porte, pois se encontra em desenvolvimento, e não tem características suficientes para se adequar a outro tipo de porte, mesmo tendo o mercado de atuação grande. Nosso negócio é no modelo de e-commerce no qual procuramos oferecer uma grande diversidade de modelos, tamanhos e cores.

Para darmos início ao nosso empreendimento será necessário um capital inicial de R\$ 203.000,00 (duzentos e três mil reais), realizando o início do payback no segundo ano de funcionamento da loja, com o prazo de 3 (três) anos para a quitação do investimento inicial.

## **2. O NEGÓCIO**

Somos muito além de uma loja de roupa, o nosso negócio é voltado para a moda feminina na qual nos preocupamos com a diversidade de todas as mulheres, desde aquelas que usam uma numeração pequena até as necessitam de uma numeração maior que o GG. Por isso, nossa maior premissa é fazer com que as mulheres se sintam bem com qualquer peça fazendo o seu próprio estilo.

### **2.1. Identificação do Negócio**

A nossa empresa chama-se Winx Moda Feminina fica localizada no endereço:  
Rua Joaquim Floriano, 397 – Itaim Bibi, São Paulo – SP

Os números das inscrições: CNPJ – 08.847.252/0001-62

Inscrição Estadual: Isento

Inscrição Municipal: Em processo

Classificação do Negócio: Empresa de Pequeno Porte

A empresa é formada por 7 (sete) sócios com participação de entrada de capital de R\$ 29.000,00 cada, somando assim um montante de R\$ 203.000,00 de capital inicial. A sócia participação na constituição da empresa nos setores de administração, marketing, financeiro, logística, comercial, jurídico e recursos humanos (RH). A responsabilidade de assinaturas e revisão de contratos é do Departamento Jurídico, após apresentar as propostas aos demais setores. O Departamento Jurídico da empresa vai funcionar de forma interna, tendo como sócio e funcionário o responsável por este setor.

### **2.2. Objetivo**

A empresa Winx Moda Feminina surgiu no ano de 2022, somos uma loja de varejo e identificamos uma oportunidade após identificarmos problemas vistos como “comuns” pelas lojas de roupas. Temos como objetivo, além de proporcionar produtos de qualidade, variedades e modelos atuais com preços acessíveis, fazer com que nossas clientes se sintam bem ao usar qualquer um de nossos produtos.

Nossa empresa está apostando muito na Moda Plus Size por serem roupas difíceis de encontrar e com preços elevadíssimos, nosso objetivo é trazer diversos modelos com preços igualitários aos dos demais produtos, além de dar espaço para as clientes personalizarem as medidas das suas roupas para evitar transtornos com insatisfação.

### **2.3. Vantagem Competitiva**

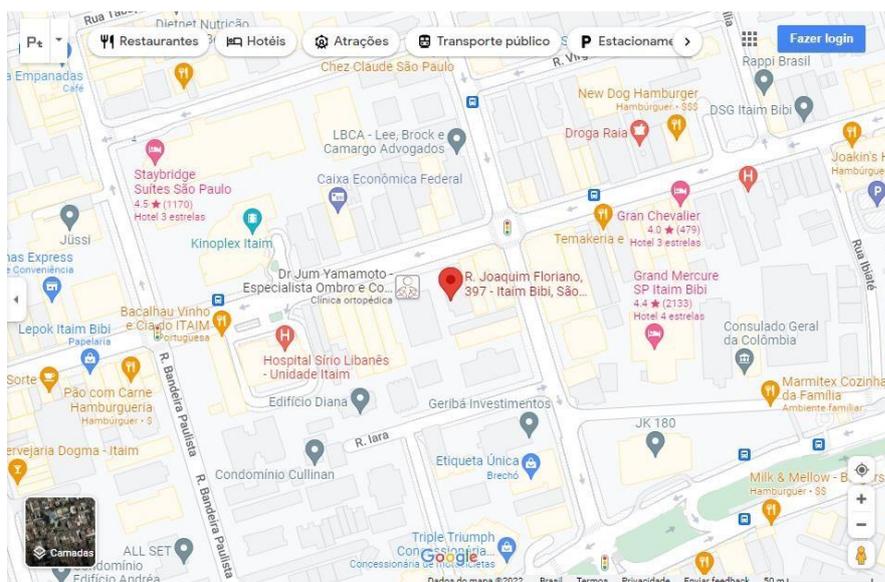
As condições de competitividade da empresa Winx Moda Feminina estão presentes na qualidade dos tecidos escolhidos e nos preocupamos muito com o acabamento e o caimento das peças, pretendendo trabalhar com roupas que façam nosso público-alvo se sentir bonito e confortável. Com essa visão procuramos fornecedores que pudessem oferecer o melhor para nossas clientes, dentre eles algumas marcas bem conhecidas no mercado têxtil brasileiro.

No quesito de inovação e personalização pretendemos entrar com a parte de ajustes personalizados que acreditamos ser um novo marco no mercado da moda de acesso mais popular e ao mesmo tempo fazendo com que nossas clientes tenham um bom nível de satisfação com nossos produtos, já que geralmente esses ajustes de medidas são mais oferecidos em lojas de grifes de alta costura, sendo que é possível oferecer esse serviço para qualquer classe de público.

As embalagens de envio da Winx são todas confeccionadas em tamanhos variados e com materiais recicláveis e biodegradáveis evitando assim a poluição do meio ambiente.

### **2.4. Localização**

Localizada em São Paulo na Rua Joaquim Floriano, no número 397 o e-commerce Winx conta com uma sala comercial de 210m<sup>2</sup>, sendo utilizado como escritório e estoque com aluguel mensal de R\$ 5.000,00. Uma ótima localização, trazendo facilidade para trajeto de nossos colaboradores e trazendo mais rapidez e agilidade nas nossas entregas.



Fonte: Google Maps, 2022

## 2.5. Exigências Legais

Por ser uma empresa de pequeno porte, ela é uma LTDA onde é formada por mais de dois sócios, onde cada sócio é responsável por sua quota, enquanto responder pelo seu capital total. As obrigações específicas para uma empresa LTDA estar em funcionamento são:

- Viabilidade do Nome e Localização;
- Contrato Social, onde serão acordados:
  - a) Os interesses dos sócios
  - b) Objetivo da empresa
  - c) Descrição do aspecto societário
  - d) Integralização das quotas
- Arquivamento do Contrato Social na Junta Comercial, onde os documentos necessários são:
  - a) Contrato social da empresa (e algumas cópias)
  - b) RG e CPF dos sócios
  - c) Comprovante de endereço
  - d) Se casado, a certidão de casamento
  - e) Cópia do IPTU ou documento que conste a inscrição imobiliária onde a empresa será instalada
- Obter CNPJ

- Escolha da atividade na CNAE deverá escolher sua atividade na seguinte ordem:
  1. Seção
  2. Divisão
  3. Grupo
  4. Classe
- Alvará de Funcionamento, documentos necessários:
  - a) Formulário próprio da prefeitura
  - b) Consultar a previa da prefeitura
  - c) Consultar a previa de endereço aprovada
  - d) Cópia do CNPJ
  - e) Cópia do contrato social
  - f) Dos órgãos de vistoria [quando necessário]
- Cadastro na Previdência Social

Entre as exigências legais citas acima, a nossa empresa já possui:

### Cartão CNPJ

REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL			
CADASTRO NACIONAL DA PESSOA JURÍDICA			
NUMERO DE INSCRIÇÃO 08.847.252/0001-62 MATRIZ	COMPROVANTE DE INSCRIÇÃO E DE SITUAÇÃO CADASTRAL		DATA DE ABERTURA 06/02/2022
NOME EMPRESARIAL Winx Moda Feminina			
TÍTULO DO ESTABELECIMENTO (NOME DE FANTASIA) Winx Moda Feminina			PORTE EPP
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA ATIVIDADE ECONÔMICA PRINCIPAL 4781400 - Comércio Varejista de Artigos do Vestuário e Acessórios			
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES ECONÔMICAS SECUNDÁRIAS *****			
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA NATUREZA JURÍDICA 206-2 - Sociedade Empresaria Limitada			
LOGRADOURO Rua Joaquim Floriano	NUMERO 397	COMPLEMENTO *****	
CEP 04534-011	BAIRRO/DISTRITO Itaim Bibi	MUNICIPIO SAO PAULO	UF SP
ENDEREÇO ELETRÔNICO winx@contato.com		TELEFONE (11) 98972-3566	
ENTE FEDERATIVO RESPONSÁVEL (EFR) *****			
SITUAÇÃO CADASTRAL ATIVA		DATA DA SITUAÇÃO CADASTRAL 19/02/2022	
MOTIVO DE SITUAÇÃO CADASTRAL			
SITUAÇÃO ESPECIAL *****		DATA DA SITUAÇÃO ESPECIAL *****	

Aprovado pela Instrução Normativa RFB nº 1.863, de 27 de dezembro de 2018.

Emitido no dia 06/02/2022 às 15:23:15 (data e hora de Brasília).

Página: 1/1

## Alvará de Funcionamento




**POLÍCIA MILITAR DO ESTADO DE SÃO PAULO**

**CORPO DE BOMBEIROS**

**AUTO DE VISTORIA DO CORPO DE BOMBEIROS**

**AVCB Nº 25161501810**

O CORPO DE BOMBEIROS EXPEDE O PRESENTE AUTO DE VISTORIA, POR MEIO DO SISTEMA ELETRÔNICO VIA FÁCIL BOMBEIROS, PARA A EDIFICAÇÃO OU ÁREA DE RISCO ABAIXO, NOS TERMOS DO REGULAMENTO DE SEGURANÇA CONTRA INCÊNDIO DO ESTADO DE SÃO PAULO.

Projeto Nº 785657490  
 Endereço: Rua Joaquim Floriano - 397  
 Complemento: Itaim Bibi – CEP: 04534-011  
 Município: São Paulo - Sp  
 Ocupação: Comércio Varejista do Vestuário e Acessórios.  
 Proprietário: Winx Moda Feminina  
 Responsável pelo Uso: Pedro Henrique de Souza  
 Responsável Técnico: Fernando José Vilares  
 CREA/CAU: 01254896/12      ART/RRT:  
 Área Total (m²): 210m²      Área Aprovada (m²): 210m²  
 Validade: 15/02/2023  
 Vistoriador: 1. SGT PM  
 Homologação:  
 OBSERVAÇÕES: NÃO FAZ USO DE GLP.

NOTAS: 1) O AVCB deve ser afixado na entrada principal da edificação, em local visível ao público. 2) Compete ao proprietário ou responsável pelo uso da edificação a responsabilidade de renovar o AVCB e de manter as medidas de segurança contra incêndio em condições de utilização, providenciando a sua adequada manutenção, sob pena de cassação do AVCB, independente das responsabilidades civis e criminais.

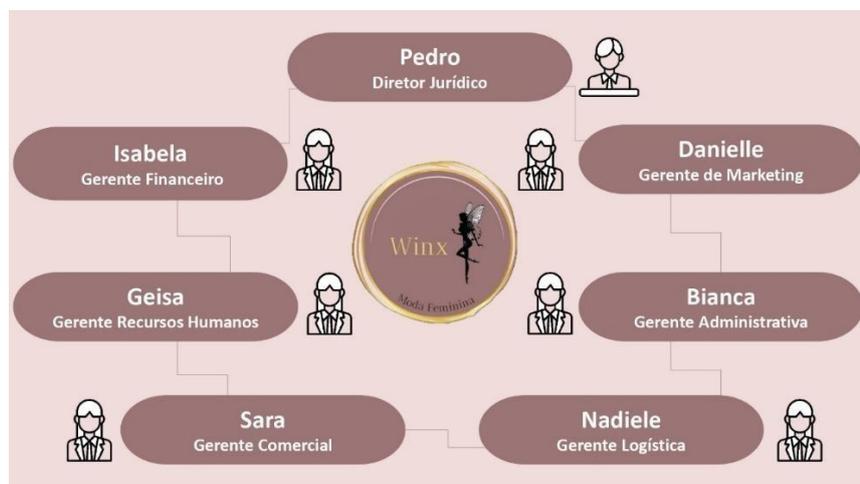
São Paulo, 15/02/2022.



Documento emitido eletronicamente pelo Sistema Via Fácil Bombeiros. Para verificar sua autenticidade acesse a página do Corpo de Bombeiros [www.corpodebombeiros.sp.gov.br](http://www.corpodebombeiros.sp.gov.br), ou utilize o aplicativo para dispositivos móveis "Bombeiros SP".

- Viabilidade do nome e localização
- Os demais documentos estão em processo.

## 2.6. Estrutura Organizacional



### Formação e Função dos Sócios

#### **Pedro** – Diretor Jurídico

Qualificação: Formado e pós-graduado em Direito.

Função: Gerenciar os processos jurídicos da área e monitorar toda a documentação da empresa.

#### **Isabela** – Gerente Financeira

Qualificação: Formada e pós-graduada em Administração Financeira

Função: Gerenciar o controle financeiro da empresa.

#### **Geisa** – Gerente de Recursos Humanos

Qualificação: Formada e pós-graduada em Recursos Humanos

Função: Gerenciar todo o processo de Recursos Humanos da área.

#### **Sara** – Gerente Comercial

Qualificação: Formada e pós-graduada em Gestão Comercial

Função: Gerenciar toda a parte comercial da empresa.

#### **Danielle** – Gerente de Marketing

Qualificação: Formada e pós-graduada em Marketing

Função: Gerenciar a parte de marketing em publicidade e propaganda.

**Bianca – Gerente Administrativa**

Qualificação: Formada e pós-graduada em Administração

Função: Gerenciar a parte administrativa da empresa com ênfase em Marketing

**Nadiele – Gerente de Logística**

Qualificação: Formada e pós-graduada em Logística

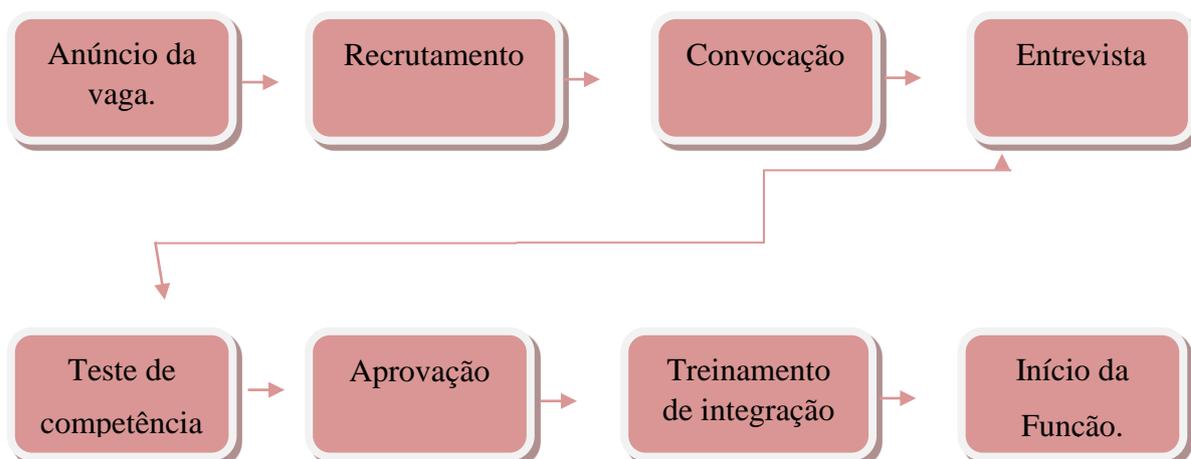
Função: Gerenciar toda a parte de logística da empresa.

**Recursos Humanos**

O setor de Recursos Humanos da Winx moda feminina será responsável pela administração e cuidados com os colaboradores. Vamos atuar na captação de pessoas, seleção e avaliação de desempenho de serviços prestados.

Este setor administra o cadastro e a folha de pagamento de todos os colaboradores com informações como: Admissão, atualização de cadastro, demissão, licença maternidade, afastamentos, férias e demais necessidades de acordo com as leis trabalhistas em vigor.

De início contamos com oito colaboradores internos, incluindo administrativo e operacional. Futuramente, quando estivermos estabilizados no mercado pretendemos aumentar o número de colaboradores, abaixo segue nosso método de captação de funcionários:



**Processo de anúncio de vagas:** nossas vagas serão anunciadas em redes sociais. Jornada e Benefícios

**Benefícios oferecidos inicialmente:** são vale refeição 200,00 mensais com desconto em folha de 5%, sendo teto máximo de desconto de até 20% sobre o salário base.

**Vale transporte:** 01 passagem de ônibus + Metro R\$9,24x2= R\$18,48 por dia. Serão descontados 5% sendo teto máximo de até 6% sobre o salário base.

**Jornada mensal** de 220horas. O horário definido de funcionamento será de Segunda a Sexta-feira com início às 07h00minh da manhã com término as 18h00minh. 1h diária de intervalo definido para 12h00minh as 13h00minh. Folgas: Finais de semana e feriado.

### Folha pró-labore

Pensando em uma maneira da empresa, diminuir gastos desnecessários nesse primeiro momento, nossa equipe decidiu abdicar de seu direito de um salário mensal fixo, e receber um valor adequado por mês sendo ele flexível, de uma forma que a empresa possa gerar melhores lucros.

Somando um gasto anual de R\$180.848,61 com o pró-labore Dos sócios que prestam serviços para a empresa.

Tabela 1 – Salário dos colaboradores Jan/2022

Mês de referência	Jan./22	
Carga Horaria Mensal	220	
Dias Úteis (CLT/DSR)	30	
Fins de Semanas e Feriados	5	
Colaborador	Cargo	Pró-labore
Bianca Mendes Cirino	Administrativo	1.801,54
Danielle Stefani	Ger. Marketing	1.801,54
Geisa Reis	Gerente R.H	1.801,54
Isabela da Silva Pereira	Ger. Financeiro	1.801,54
Nadiele Teixeira	Ger. Logística	1.801,54

Pedro Henrique de Souza	Dir. Jurídico	1.801,54
Sara Gonçalves Rocha	Ger. Comercial	1.801,54
<b>Total</b>		<b>12.610,78</b>

Fonte: Elaborado pelos autores, 2022

Tabela 2 – Salário dos colaboradores Fev/2022

Mês de referência	Fev./22	
Carga Horaria Mensal	220	
Dias Úteis (CLT/DSR)	30	
Fins de Semanas e Feriados	5	
Colaborador	Cargo	Pró-labore
Bianca Mendes Cirino	Administrativo	1.801,54
Danielle Stefani	Ger. Marketing	1.801,54
Geisa Reis	Gerente R.H	1.801,54
Isabela da Silva Pereira	Ger. Financeiro	1.801,54
Nadiele Teixeira	Ger. Logística	1.801,54
Pedro Henrique de Souza	Dir. Jurídico	1.801,54
Sara Gonçalves Rocha	Ger. Comercial	1.801,54
<b>Total</b>		<b>12.610,78</b>

Fonte: Elaborado pelos autores, 2022

Tabela 3 – Salário dos colaboradores Mar/2022

Mês de referência	Mar./22	
Carga Horaria Mensal	220	
Dias Úteis (CLT/DSR)	30	
Fins de Semanas e Feriados	5	
Colaborador	Cargo	Pró-labore
Bianca Mendes Cirino	Administrativo	1.801,54
Danielle Stefani	Ger. Marketing	1.801,54
Geisa Reis	Gerente R.H	1.801,54
Isabela da Silva Pereira	Ger. Financeiro	1.801,54
Nadiele Teixeira	Ger. Logística	1.801,54
Pedro Henrique de Souza	Dir. Jurídico	1.801,54
Sara Gonçalves Rocha	Ger. Comercial	1.801,54
	<b>Total</b>	<b>12.610,78</b>

Fonte: Elaborado pelos autores, 2022

Tabela 4 – Salário dos colaboradores Abr/2022

Mês de referência	Abr./22	
Carga Horaria Mensal	220	
Dias Úteis (CLT/DSR)	30	
Fins de Semanas e Feriados	4	
Colaborador	Cargo	Salário Bruto
Bianca Mendes Cirino	Administrativo	2.113,36
Danielle Stefani	Ger. Marketing	2.113,36

Geisa Reis	Gerente R.H	2.113,36
Isabela da Silva Pereira	Ger. Financeiro	2.113,36
Nadiele Teixeira	Ger. Logística	2.113,36
Pedro Henrique de Souza	Dir. Jurídico	2.236,11
Sara Gonçalves Rocha	Ger. Comercial	2.113,36
Total		14.916,27

Fonte: Elaborado pelos autores, 2022.

Tabela 5 – Salário dos colaboradores Mai/2022

Mês de referência	Mai./22	
Carga Horaria Mensal	220	
Dias Úteis (CLT/DSR)	30	
Fins de Semanas e Feriados	4	
Colaborador	Cargo	Salário Bruto
Bianca Mendes Cirino	Administrativo	2.225,00
Danielle Stefani	Ger. Marketing	2.225,00
Geisa Reis	Gerente R.H	2.225,00
Isabela da Silva Pereira	Ger. Financeiro	2.225,00
Nadiele Teixeira	Ger. Logística	2.225,00
Pedro Henrique de Souza	Dir. Jurídico	2.225,00
Sara Gonçalves Rocha	Ger. Comercial	2.225,00
Total		15.575,00

Fonte: Elaborado pelos autores, 2022

Tabela 6 – Salário dos colaboradores Jun/2022

Mês de referência	Jun./22	
Carga Horaria Mensal	220	
Dias Úteis (CLT/DSR)	30	
Fins de Semanas e Feriados	5	
Colaborador	Cargo	Salário Bruto
Bianca Mendes Cirino	Administrativo	2.225,00
Danielle Stefani	Ger. Marketing	2.225,00
Geisa Reis	Gerente R.H	2.225,00
Isabela da Silva Pereira	Ger. Financeiro	2.225,00
Nadiele Teixeira	Ger. Logística	2.225,00
Pedro Henrique de Souza	Dir. Jurídico	2.225,00
Sara Gonçalves Rocha	Ger. Comercial	2.225,00
	Total	15.575,00

Fonte: Elaborado pelos autores, 2022

Tabela 7 – Salário dos colaboradores Jul/2022

Mês de referência	Jul./22	
Carga Horaria Mensal	220	
Dias Úteis (CLT/DSR)	30	
Fins de Semanas e Feriados	4	
Colaborador	Cargo	Salário Bruto
Bianca Mendes Cirino	Administrativo	2.225,00

Danielle Stefani	Ger. Marketing	2.225,00
Geisa Reis	Gerente R.H	2.225,00
Isabela da Silva Pereira	Ger. Financeiro	2.225,00
Nadiele Teixeira	Ger. Logística	2.225,00
Pedro Henrique de Souza	Dir. Jurídico	2.225,00
Sara Gonçalves Rocha	Ger. Comercial	2.225,00
	Total	15.575,00

Fonte: Elaborado pelos autores, 2022

Tabela 8 – Salário dos colaboradores Ago/2022

Mês de referência	Ago./22	
Carga Horaria Mensal	220	
Dias Úteis (CLT/DSR)	30	
Fins de Semanas e Feriados	4	
Colaborador	Cargo	Salário Bruto
Bianca Mendes Cirino	Administrativo	2.225,00
Danielle Stefani	Ger. Marketing	2.225,00
Geisa Reis	Gerente R.H	2.225,00
Isabela da Silva Pereira	Ger. Financeiro	2.225,00
Nadiele Teixeira	Ger. Logística	2.225,00
Pedro Henrique de Souza	Dir. Jurídico	2.225,00
Sara Gonçalves Rocha	Ger. Comercial	2.225,00
	Total	15.575,00

Fonte: Elaborado pelos autores, 2022

Tabela 9 – Salário dos colaboradores Set/2022

Mês de referência	Set./22	
Carga Horaria Mensal	220	
Dias Úteis (CLT/DSR)	30	
Fins de Semanas e Feriados	5	
Colaborador	Cargo	Salário Bruto
Bianca Mendes Cirino	Administrativo	2.350,00
Danielle Stefani	Ger. Marketing	2.350,00
Geisa Reis	Gerente R.H	2.350,00
Isabela da Silva Pereira	Ger. Financeiro	2.350,00
Nadiele Teixeira	Ger. Logística	2.350,00
Pedro Henrique de Souza	Dir. Jurídico	2.350,00
Sara Gonçalves Rocha	Ger. Comercial	2.350,00
	Total	16.450,00

Fonte: Elaborado pelos autores, 2022.

Tabela 10 – Salário dos colaboradores Out/2022

Mês de referência	Out./22	
Carga Horaria Mensal	220	
Dias Úteis (CLT/DSR)	30	
Fins de Semanas e Feriados	6	
Colaborador	Cargo	Salário Bruto
Bianca Mendes Cirino	Administrativo	2.350,00
Danielle Stefani	Ger. Marketing	2.350,00

Geisa Reis	Gerente R.H	2.350,00
Isabela da Silva Pereira	Ger. Financeiro	2.350,00
Nadiele Teixeira	Ger. Logística	2.350,00
Pedro Henrique de Souza	Dir. Jurídico	2.350,00
Sara Gonçalves Rocha	Ger. Comercial	2.350,00
	Total	16.450,00

Fonte: Elaborado pelos autores, 2022

Tabela 11 – Salário dos colaboradores Nov/2022

Mês de referência	Nov./22	
Carga Horaria Mensal	220	
Dias Úteis (CLT/DSR)	30	
Fins de Semanas e Feriados	6	
Colaborador	Cargo	Salário Bruto
Bianca Mendes Cirino	Administrativo	2.350,00
Danielle Stefani	Ger. Marketing	2.350,00
Geisa Reis	Gerente R.H	2.350,00
Isabela da Silva Pereira	Ger. Financeiro	2.350,00
Nadiele Teixeira	Ger. Logística	2.350,00
Pedro Henrique de Souza	Dir. Jurídico	2.350,00
Sara Gonçalves Rocha	Ger. Comercial	2.350,00
	Total	16.450,00

Fonte: Elaborado pelos autores, 2022.

Tabela 12 – Salário dos colaboradores Dez/2022

Mês de referência	Dez./22	
Carga Horaria Mensal	220	
Dias Úteis (CLT/DSR)	30	
Fins de Semanas e Feriados	6	
Colaborador	Cargo	Salário Bruto
Bianca Mendes Cirino	Administrativo	2.350,00
Danielle Stefani	Ger. Marketing	2.350,00
Geisa Reis	Gerente R.H	2.350,00
Isabela da Silva Pereira	Ger. Financeiro	2.350,00
Nadiele Teixeira	Ger. Logística	2.350,00
Pedro Henrique de Souza	Dir. Jurídico	2.350,00
Sara Gonçalves Rocha	Ger. Comercial	2.350,00
	Total	16.450,00

Fonte: Elaborado pelos autores, 2022.

## 2.7. Missão

Vestir o público feminino adulto com as últimas tendências da Moda, oferecendo produtos de qualidade com preços acessíveis.

## 2.8. Visão

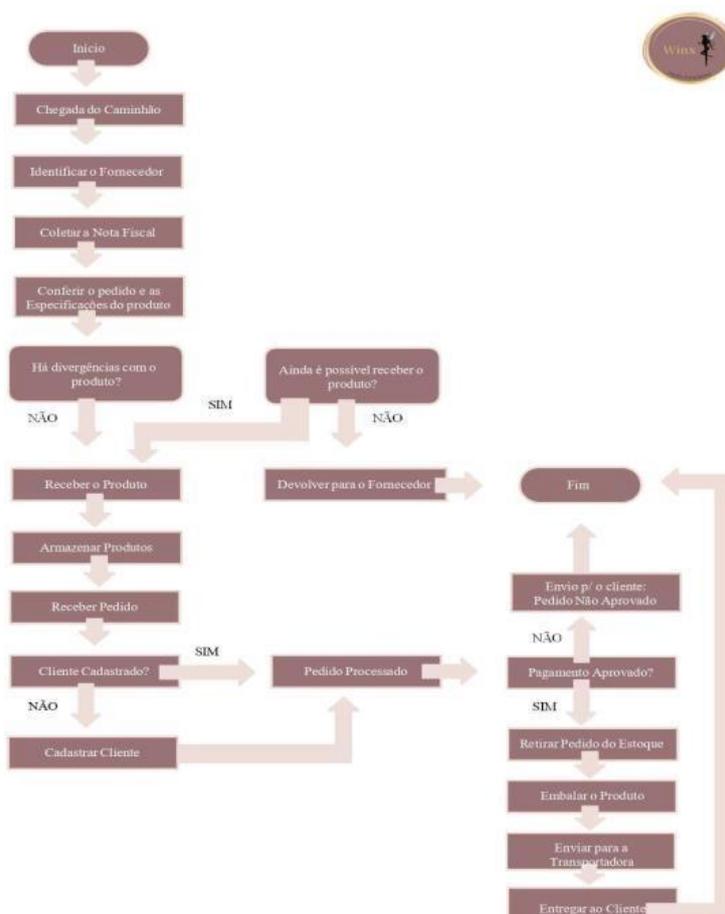
Ser referência no mercado da moda pela seriedade, agilidade e qualidade de nossos produtos, e conquistar o reconhecimento de nossos clientes em toda a capital de São Paulo.

## 2.9. Valores

Os valores da Winx Moda Feminina são:

- Ética
- Transparência
- Resiliência
- Confiança
- Humildade
- Paixão pelo que fazemos

## 2.10. Fluxograma



Fonte: Elaborador pelos autores, 2022.

### 3. PRODUTO

Somos uma loja de vestuário voltada para o público feminino, pensando na diversidade de todas as mulheres.

#### 3.1. Produtos

A empresa procura oferecer uma grande diversidade de modelos, tamanhos e cores. Alguns dos produtos que iremos oferecer as nossas clientes:

- Camisas
- Camisetas
- Malhas
- Moletom
- Roupas esportivas
- Tricô
- Alfaiataria
- Jaquetas
- Blusas
- Jeans

**Características:** Tecidos confortáveis e de ótima qualidade atendendo a todos os tamanhos, com diversidade de cores pensando na individualidade de cada mulher.

Em nosso site damos o suporte necessário ao cliente contando com uma tabela de medidas personalizadas e um provador virtual.

#### 3.2. Tecnologia e Processo

A Winx Moda Feminina teve grandes investimentos na tecnologia o nosso e-commerce conta com os melhores tecidos, como linho, seda, algodão, tencel, viscose, dry fit e tecidos com elastano, poliamida e poliéster os três últimos tecidos são bastantes presentes em peças do mundo fitness, são peças que não costumam amassar com facilidade e já podem poupar você de passar horas com o ferro de passar roupas na mão.

Já a principal característica das peças dry fit, é evaporar o suor rapidamente, elas contam com fibras sintéticas e longas, conhecidas como microfibras.

A moda feminina winx, investiu também na tecnologia digital, temos o provador virtual que utiliza uma avançada tecnologia de tabelas de medidas, que é diferente do que estamos acostumadas, utilizamos ferramentas inteligentes que recomenda o tamanho ideal para a cliente, ele preenche uma tabela de medidas peso e idade, e nosso sistema faz o cálculo, e em tempo real recebe o seu tamanho que fica perfeito para aquele tipo de corpo, até mesmo se a peça irá ficar mais folgada e mais justa.

Temos o site, aplicativo e anúncios que estão dentro de diversas plataformas, como Instagram, YouTube, Facebook, Google etc. com uma forma rápida fácil e segura de pagamento, o nosso cliente consegue ter diversas opções de pagamento na hora de efetuar a compra, pagamentos como:

- Pix
- Cartão de Crédito
- Cartão de Débito
- Boleto

E ganha 10% de desconto se efetuar as três primeiras compras com o cartão da nossa própria loja que pode ser solicitado através do nosso site ou na central de atendimento.

Todo esse processo tecnológico conta com uns softwares contratados pela nossa empresa são programas e desenvolvedores que possam garantir a melhor experiência os nossos clientes.

### **3.3. Benefícios e Vantagem Competitiva**

A vantagem competitiva da Winx Moda Feminina está no fato de oferecermos ao cliente a oportunidade de ter uma peça com suas medidas aproximadas para melhor caimento sem cobrar a mais por isso.

Este é o nosso diferencial tendo em vista que a concorrência não oferece esse tipo de serviço. Quando uma cliente adquire um produto, se a peça ficar muito folgada ou muito comprida em comparação as suas medidas, inclusive, a ponto de

não poder ser usada até que ela consiga levar em algum lugar para consertar, a roupa ficará sem uso até que ela consiga o devido serviço.

Quando falamos em medidas aproximadas nos referimos ao fato de uma cliente com coxas mais grossas e parte inferior das pernas mais fina, por exemplo, tenha uma calça com um caimento melhor para ela.

Mediante a essa adaptação já efetuada a peça adquirida, acreditamos que teremos a preferência do público feminino porque a cliente não vai precisar se preocupar em procurar alguém que faça esse serviço para ela.

Como benefício nossas clientes não precisarão pesquisar local ou buscar indicação de costureiras já ganhando tempo para executar suas tarefas do dia a dia sem correr o risco de levar em um prestador de serviço do meio, que pode ainda por cima danificar a peça, e já terá em suas mãos um produto pronto para uso imediato.

### **3.4. Preço**

Nós da Winx Moda Feminina precificamos nossas peças avaliando alguns pontos de forma a não levarmos prejuízos e nem perdêssemos nossa identidade que é oferecer um bom produto, para qualquer tipo de corpo a preço acessível.

A definição dos preços é feita com base no preço de mercado e de acordo com o preço cobrado pelos fornecedores, pois não podemos fugir muito do preço real, até para obtermos melhores resultados.

Nossa porcentagem de lucro foi calculada de forma a não recebermos prejuízos caso a peça volte para nós, ou precise ser feito algum tipo de ajuste, ressaltando que os ajustes necessários nas peças não são cobrados do cliente.

Estipulamos uma margem de lucro de 60% em cima de cada peça, variando obviamente o lucro real de acordo com o valor de cada peça, que vai variar de acordo com o tecido dela.

Caso a compra seja realizada e o pagamento não seja autorizado ou efetuado dentro de 24hrs, o cliente receberá um e-mail da nossa empresa comunicando o ocorrido para que ele possa realizar o pagamento o mais breve possível, para ser liberado o seu pedido, deixando claro no e-mail que a peça só fica reservada

durante 24hrs, após o prazo a peça volta para o sistema como liberada e possa ser vendida. Segue uma tabela de preços referente aos nossos produtos:

Tabela de Preços Winx Moda Feminina	
Camiseta Básica	R\$ 47,99
Camisa Estampada	R\$ 74,99
Camisa Esportiva	R\$ 69,99
Camisa alfaiataria	R\$ 119,90
Blusa Moletom	R\$ 134,99
Blusa Esportiva	R\$ 109,99
Jaqueta Jeans	R\$ 179,99
Jaqueta de Couro	R\$ 199,99
Jaqueta Esportiva	R\$ 139,99
Suéter Tricot	R\$ 149,99
Suéter Linho	R\$ 99,99
Suéter Básico	R\$ 79,99
Cardigan	R\$ 119,99
Calça Jeans	R\$ 99,99
Calça Moletom	R\$ 89,99
Shorts Jeans	R\$ 79,99
Shorts	R\$ 59,99
Saias	R\$ 59,99
Vestidos	R\$ 119,99

Fonte: Elaborado pelos autores, 2022.

## **4. MERCADO**

Nosso projeto é voltado para o mercado de vestuário, o mercado de atuação é de grande porte, porém nosso projeto é de pequeno porte por se tratar de uma loja jovem que está em constante desenvolvimento e crescimento.

Se considerarmos o valor de seu comprometimento às necessidades de seus clientes, seu público-alvo amplo, suas estratégias de preços e qualidade, à uma probabilidade muito grande de que em pouco tempo se torne uma empresa de grande porte.

Nosso setor é e-commerce onde a internet pode gerar maiores lucros e diminuir gastos, o mercado virtual é o mais concorrido, porém de maior sucesso e retorno financeiro.

Apesar no nosso público-alvo ser vasto para todos os tipos de corpos femininos, o plus size e a moda para mulheres com nanismo se destaca devido à escassez da concorrência. Infelizmente nos tempos de hoje, mulheres com esses modelos de corpos tendem a ter dificuldade em encontrar marcas fornecedoras de roupas que supram suas necessidades e estejam na moda com um preço que caiba no bolso. Tendo em vista este estudo de mercado vimos que existe lacunas no setor de vestuário, onde investimos nosso projeto para obter sucesso e preencher esse espaço.

Nossos fornecedores foram escolhidos com cautela afim de oferecermos roupas de qualidade, confortáveis e modernas. Sempre visando um preço justo sem cobranças em possíveis ajustes.

### **4.1. Setor**

A Winx Moda Feminina é uma empresa de segmentação demográfica que atende 100% online estando inserida no ramo de vestuário feminino adulto, pensando na individualidade de cada mulher. Com isso nossa empresa visa proporcionar as melhores experiências para nossas clientes.

Analizamos o mercado e percebemos que existia uma carência no ramo da moda feminina, pois muitas mulheres se sentiam desvalorizadas pela padronização de tamanhos impostos pela sociedade, tendo essa visão, proporcionamos modelos

de todos os tamanhos incluindo Plus Size para que nenhuma mulher seja desvalorizada em nossa loja, além de termos a opção de ajustes personalizados caso seja necessário, tendo vínculo com um ateliê de costura.

Atendemos digitalmente em nosso site e aplicativo, para que nossas clientes façam suas compras no conforto de suas casas. Utilizamos materiais sustentáveis e biodegradáveis em nossas embalagens para não prejudicar o meio ambiente visando uma melhora global.

#### **4.2. Público-Alvo**

O nosso público-alvo são mulheres de 15 a 50 anos, que tem interesse em comprar roupas online de boa qualidade e com entrega rápido sendo para trabalho, passeio ou para prática de esportes.

Por sermos uma empresa e-commerce atendemos residentes não só na cidade de São Paulo, como também em outras cidades, temos produtos para todas as classes sociais, idades e estilos.

#### **4.3. Fornecedores**

A escolha dos nossos fornecedores foi feita de forma cautelosa, a fim de oferecer as nossas clientes o melhor produto possível.

Os fornecedores oferecem preços acessíveis, e um bom produto, assim dando uma vantagem para repassarmos os produtos a um valor não tão alto.

Teremos mais de um fornecedor para cada tipo de tecido que iremos trabalhar, além da diversidade de preços, modelos e cores, é uma forma de evitarmos ficar sem produtos para vender e conseguirmos trabalhar com todo tipo de roupa desejada.

Todos os nossos fornecedores estão localizados em São Paulo e próximos do local onde será o nosso estoque, isso facilitara a entrega dos produtos, diminuindo o prazo de entrega.

O prazo de entrega das mercadorias irá variar de acordo com o fornecedor, podendo ser de 7 a 15 dias úteis, tudo dependerá do que for acordado no momento de fechar a compra dos produtos.

Segue abaixo os fornecedores escolhidos para trabalhar conosco:

- **U100 Jeans:** quando você quer ter a melhor aparência e se sentir melhor, precisa do jeans perfeito. Estes jeans são projetados para se ajustar ao seu corpo e torná-lo incrível.
- **Sawary Jeans:** é uma das maiores indústrias têxtil de pronta entrega do Brasil e a mais desejada pelo público feminino.
- **Biótipo Jeans:** últimas tendências de moda, conforto, caimento perfeito e tecido Premium.
- **Darlook Jeans:** especializada em calças jeans para mulheres, a loja oferece diversos estilos contemporâneos de marca própria.
- **Mariaatricot & Marilu tricot atacadista:** Trabalha com alto padrão, qualidade e modelagem de produtos.
- **eShop moda tricot & moda praia atacado:** traz principalmente produtos de qualidade com preços direto da fábrica em moda feminina.
- **Malharia Romano:** malharia Romano lojas online e físicas especializadas em malhas, uniformes, tricô e confecções sazonais de inverno em São Paulo.
- **Malharia Tropical:** Está há mais de 70 anos confeccionando roupas de acordo com a sua solicitação. Temos instalados departamentos de corte, costura personalização e expedição.
- **Uniex:** fundado em 2011, a Uniex é uma loja localizada em SP com o foco de tornar várzea cada vez melhor por meio de artigos esportivos personalizados.
- **J & G fitness:** é uma empresa que conta com anos de experiência na indústria da moda nacional. Somos especializados em moda fitness, casual e acessórios.
- **Groovy Forever:** comércio de roupas femininas da estação com linha descontraída do dia a dia e fitness, mais peças de balada.

#### 4.4. Concorrentes

Por sermos uma empresa de vestuário 100% digital temos bastante concorrentes, pois esse mercado está em ascensão hoje em dia. Sendo eles todos o tipo de loja de vestuário que forneça o mesmo produto que o nosso. Dentre eles temos os concorrentes Direto e Indireto.

##### Concorrentes Diretos

- **Lojas Marisa:** a marca “Marisa”, associada ao reconhecido slogan “De Mulher para Mulher”, possui forte reputação com o público feminino e uma identificação com os desejos e necessidades de seu público-alvo, que a Companhia acredita ser única no mercado brasileiro. A Marisa é nacionalmente conhecida como uma marca feminina e moderna.
- **Sal e Pimenta:** nasceram de um sonho de sua fundadora Lili Gama, que acreditou que poderia vender roupas femininas de alta qualidade, com estilo jovem e preço justo. Somos uma marca com 9 anos de mercado atacadista, com uma variedade de produtos que abrange todos os seguimentos de vestuário.
- **SHEIN:** em 2012, o fundador da marca, Chris Xu, reinventou a plataforma para aumentar a oferta de peças para roupas femininas no geral. Em 2015, a marca se tornou oficialmente Shein e passou a produzir designs próprios, sendo uma empresa online.

##### Concorrentes Indiretos

- **C&A:** é uma cadeia internacional de lojas de vestuário. No Brasil, é uma das maiores redes de lojas de departamento do país e a décima segunda maior empresa varejista, segundo ranking do Ibevar em 2012.
- **Riachuelo:** empresa do ramo varejista foi adquirida em abril de 1979 com o objetivo de promover a integração entre o varejo e a produção. Propõe a facilitar o acesso à moda, levando-a ao consumidor com agilidade e qualidade, por um valor justo.
- **Lojas Renner:** é uma varejista brasileira do mercado de moda e utilidades domésticas. Atua com três marcas, sendo uma delas a própria Renner, de moda em geral. Outra marca da companhia é a Camicado, voltada para casa e decoração.

## 5. PLANO DE MARKETING

A Winx moda feminina é uma e-commerce, que está a pouco tempo no mercado, tem como objetivo, proporcionar o diferencial aos nossos clientes. A atual situação da empresa exigiu que o sócio da empresa realizasse um plano de marketing, uma detalhada análise de mercado, estratégias estudos de tendências e oportunidades para o nosso negócio dentro de uma nova perspectiva.

### 5.1. Produto

A Winx Moda Feminina pretende trabalhar com peças de qualidade e tecidos confortáveis tais como:

- a) Jeans:** camisas, calças, jaquetas, saias, shorts, em sua maioria e para maior conforto com a presença de elastano na sua composição que contribuiu para o ajuste da peça no corpo, porém trabalharemos também com Jeans sem stretch por questões de preferência de alguns clientes. Teremos peças em versão PP, P M, G, GG, EXG, G1, G2, G3, G4, G5, G6, G7.
- b) Malhas:** no setor de malharias teremos macacões, blusas, casacos, shorts, vestidos, calças. A malha é constituída por fios têxteis, que são tramados sempre na horizontal e na mesma direção. Por esse motivo, a elasticidade da malha é superior em comparação a outros tecidos, seu uso se concentra sempre em peças confortáveis e despojadas. Teremos peças em versão PP, P M, G, GG, EXG, G1, G2, G3, G4, G5, G6, G7
- c) Tricô:** já no tricô que tem uma ótima “elasticidade” trabalharemos com moda praia, biquínis, maios, saída de praia. Na moda de meia estação entram peças como blusas manga curtas, blusas de alça, vestidos. Na moda inverno o tricô já vem em formas mais elegantes e que aquecem bem o corpo com blusas de mangas longas, t-shirts, casacos encorpados, vestidos de gola rulê e mangas 7/8. Teremos peças em versão PP, P M, G, GG, EXG, G1, G2, G3, G4, G5, G6, G7
- d) Roupas Esportivas:** na parte de roupas esportivas escolhemos o tecido dry fit que é um tecido sintético com um misto de poliéster, poliamida e elastano. A combinação desses fios permite que o tecido seja mais flexível, leve, confortável e adequado para facilitar a respiração da pele. O Tactel tem como

principais características a alta resistência, fácil lavagem, resistência ao abarrotamento, baixa absorção de umidade, o toque agradável e a secagem rápida. Ou seja, ambos os tecidos são o ideal para serem utilizados nas práticas esportivas. Teremos camisetas, regata costas nadador, agasalhos completos. Teremos peças em versão PP, P M, G, GG, EXG, G1, G2, G3, G4, G5, G6, G7.

**e) Alfaiataria:** no setor de alfaiataria, que engloba tecidos mais pesados e encorpados entram como Oxford, Jacquard, Crepe de alfaiataria, Zibeline, Linho, Lã fria, Gabardine, Cambraia, Veludo e algodão. Neste setor teremos camisas, calças, coletes, shorts, bermudas, macacões, casacos e blazers. Teremos peças em versão PP, P M, G, GG, EXG, G1, G2, G3, G4, G5, G6, G7.

**f) Moletom:** na parte de moletoms entraremos também com o moletinho que possui fios mais finos e delicados que acabam sendo mais leves do que o moletom tradicional mais pesado. Teremos blusões com bolsos canguru, agasalho college, agasalho de zíper e calças. Teremos peças em versão PP, P M, G, GG, EXG, G1, G2, G3, G4, G5, G6, G7

Escolhemos esses tecidos para oferecer o melhor para nossos clientes em quesitos de qualidade, conforto, praticidade, elegância, modernidade e estilo com designers arrojados.

O nosso diferencial em relação a concorrência que são os ajustes personalizados, serão feitos por um ateliê que prestara serviços ao nosso e-commerce. Esses ajustes serão efetuados em até três dias úteis após a confirmação do pagamento.

## **5.2. Análise do Mercado**

O ambiente externo e interno da empresa envolve influência de maneira positiva ou negativa e é composto pelos concorrentes, consumidores, fatores políticos, econômicos, sociais, culturais, legais e tecnológicos, Quando analisamos esses fatores, estamos analisando as ameaças e oportunidades do negócio, também deve ser levado em consideração na análise, aspectos fundamentais sobre o seu bom ou mau funcionamento, como os equipamentos disponíveis, a tecnologia,

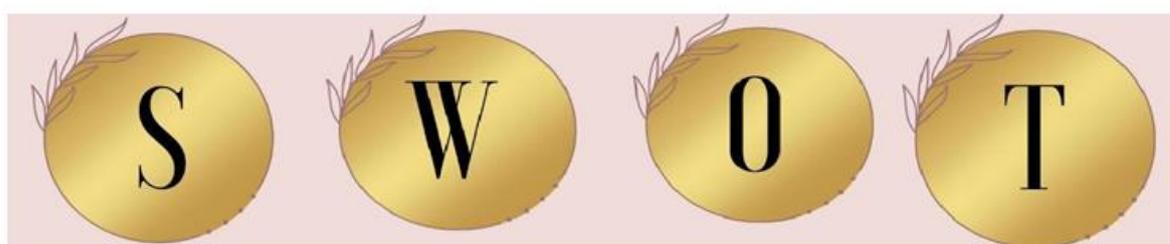
os recursos financeiros e humanos utilizados, os valores e objetivos que norteiam as suas ações. A partir daí, consegue-se ter uma visão maior das forças e fraquezas que também poderão afetar positivamente ou negativamente o desempenho da nossa empresa.

**Fatores econômicos:** segundo pesquisas o Brasil é o 1 no ranking mundial no crescimento de compras on-line. Com isso a moda winx, tem como estratégia, a praticidade das entregas, a qualidade das peças e o preço acessível ao público.

**Fatores socioculturais:** O público plus size é carente e peças acessíveis ou tamanhos proporcionais ao seu corpo, então criamos peças igualitárias a cada tipo de corpo, o nosso foco é a inclusão social, então, resolvemos fazer a adaptação das peças de acordo com cada corpo, o cliente só precisará colocar as suas médias em nosso site, que faremos os ajustes no modelo desejado pela cliente, para que fique perfeito em seu corpo.

**Concorrências:** Mesmo em meio a tantas concorrências, como C&A, SHEIN, Renner etc. Nenhuma delas adotou estratégias para a inclusão de todos os tipos de corpos como a winx moda feminina, o que acaba dando um crescimento significativo as nossas vendas, e fidelizando o nosso público.

### 5.3. Análise Swot



Forças	Fraquezas	Oportunidades	Ameaças
Produtos de alta qualidade Preços Boa presença online	Concorrência composta por médio e grande porte Desconhecimento do mercado	Formação de parcerias Alta demanda	Concorrência Falta de investimento Insegurança nas compras online por parte dos consumidores.

#### **5.4. Definição das estratégias de Marketing**

A estratégia de marketing irá permitir que a nossa empresa atinja seus objetivos e metas, e gerenciará seus relacionamentos com o mercado de maneira que obtenha vantagens sobre a concorrência. Ela consiste nas decisões necessárias para determinar, os cinco principais elementos de marketing que são os 4Ps (Produto, Preço, Praça e Promoção)

Objetivos:

Ser referência para todos os tipos de mulheres, focando principalmente na moda plus-size, com a finalidade de trazer uma solução para este problema social que é a exclusão dessas mulheres, procurando sempre se aprimorar e utilizar tecnologias de alta qualidade para oferecer um melhor atendimento e trazer praticidade para nossas clientes.

Obter reconhecimento da empresa através de u bom serviço prestado como oferecer produtos de qualidade, com preços acessíveis, e um ótimo atendimento, além de campanhas de divulgação com diversas parcerias.

#### **5.5. Distribuição (Logística)**

A nossa empresa avaliou diversos tipos de logística para trabalharmos, e chegamos à conclusão de que a logística reversa seria a melhor das opções, pois facilitaria caso aja imprevistos e o cliente precise devolver o produto para nós.

A logística reversa faz o processo de maneira inversa, ou seja, do consumidor final (cliente) a empresa, neste método o custo é todo do vendedor, a única obrigação do cliente é cumprir os requisitos acordados no momento da compra, que são eles:

- Fazer a devolução em até 7 (sete) dias úteis
- Não fazer a utilização da peça, e relatar o problema com a peça.
- Informar o tipo de logística que deseja para fazer a devolução das peças compradas

O prazo de entrega das mercadorias varia de 7 a 20 dias úteis, dependendo do local da entrega final.

## 5.6. Promoção

A promoção de vendas cria uma necessidade de compra imediata, enquanto a publicidade é concebida mais para influenciar favoravelmente as expectativas e atitudes dos clientes em longo prazo. Com isso iremos adotar algumas medidas de promoção e publicidade.

**Método Remarketing:** Segundo algumas pesquisas realizadas, encontramos o método remarketing, que nada mais é do que mostrar diversos anúncios, promoções da nossa empresa para toda pessoa que já teve acesso ao nosso site ou App, com o objetivo de chamar sua atenção e promover novas vendas.

**Marketing de patrocínio:** Após vermos o crescimento das redes sociais e principalmente dos influenciadores digitais, apostamos que patrocinar algumas influenciadoras, geraria um ótimo retorno para empresa.

Estes patrocínios funcionariam da seguinte maneira: Após fazermos a seleção das influenciadoras, entraríamos em contato, para fechar um acordo para ocorrer estas publicidades das nossas roupas, fazendo juntamente com a divulgação das peças a auto explicação do nosso projeto de inclusão de todas as mulheres e corpos na sociedade, com o objetivo além de obter mais vendas, conscientizar as pessoas, sobre o preconceito que ocorre ainda neste meio.

**Política de fidelização:** É mais lucrativo manter relacionamentos com os clientes já conquistados do que buscar continuamente novos clientes. A fidelização é uma importante ferramenta promocional para o nosso negócio, pois um cliente satisfeito poderá ser o nosso melhor vendedor. Com isso, ao realizar a venda, é necessário que esse cliente não seja esquecido, para isso acontecer teremos um banco de dados, para armazenar informações sobre estes clientes.

O banco de dados poderá conter informações como nome, endereço, telefone, e-mail, data de aniversário, profissão, hobby, produtos que geralmente compra volume de compra, frequência de compra, entre outros aspectos relevantes. Isso permitirá que conheçamos melhor os nossos clientes e possamos oferecer promoções mais adequadas aos seus interesses e monitorar o seu grau de fidelidade. É importante que se faça uma política de fidelização pelo menos com os principais clientes, isto é, aqueles que são responsáveis por um percentual significativo da nossa receita. Realizar envio de cartões e promoções em datas

comemorativas, convite para lançamentos de novos produtos e bonificações são algumas das ações a ser inserida, para que o cliente se sinta reconhecido pela empresa.

Para gerar valor ao nosso negócio é imprescindível que a comunicação de marketing seja integrada, para sua maior abrangência e eficácia. Essa comunicação integrada nos permitirá expandir nossa imagem e torná-la mais forte e vista neste ramo.

### **5.7. Redes Sociais**

A Winx moda feminina tem como redes sociais o Facebook, Instagram e WhatsApp. Em nossas redes sociais mostramos a imagem da nossa empresa enaltecendo nossas características individuais, tendo diversas modalidades de anúncio atualizando nossos clientes e parceiros sobre as novidades da empresa. Com isso podemos investir, tanto no crescimento da nossa fanpage quanto investir nos anúncios dos nossos produtos. Em nosso Instagram e Facebook temos uma segmentação detalhada do público que desejamos atingir, sendo assim nossas campanhas serão exibidas para perfis parecidos com os de outras pessoas que já interagiram com nossos anúncios e publicações na rede social. Já nosso WhatsApp é utilizado em caso de dúvidas ou caso os clientes queiram entrar em contato.

Dentro de seu site e aplicativo a Winx moda feminina conta com diversas ferramentas para facilitar a compra do cliente, tem como diferencial entre elas seu provador virtual, onde ele ajuda o cliente a encontrar as peças de acordo com seu manequim. Dentro dessa função ele expõe as medidas das peças através de uma tabela e dá a opção de ajustes caso seja necessário.

### **5.8. Implementação do Plano de Marketing**

Plano de ação a partir das estratégias definidas por ordem de prioridade e orçamentos. Abaixo segue uma média dos gastos das estratégias que iremos iniciar no nosso e-commerce:

### Simulação de gastos no marketing da empresa

<b>Ações</b>	<b>Responsável</b>	<b>Custo estimado</b>
Plataforma	Danielle	R\$ 1.000,00
Remarketing		
Site e App	Danielle	R\$ 25.000,00
Campanhas de publicação/ Google, Facebook, Instagram.	Danielle	R\$ 570,00

Fonte: Elaborado pelos autores, 2022.

#### 5.9. Avaliação e Controle

A avaliação e o controle de um Plano de Marketing permitem reduzir a diferença entre o desempenho esperado e o desempenho real, garantindo sua eficácia. Por isso, devem ser realizados antes, durante e após a implementação do Plano. Os Controles de Marketing geralmente utilizados são compostos por ações corretivas e preventivas, a nossa ideia é direcionar nossos esforços para se trabalhar com controles preventivos, pois garantem maior satisfação do cliente e menos investimento.

#### 5.10. Controles de Marketing

Ações tomadas antes da implementação do Plano de Marketing: treinamento e seleção de funcionários, gastos em instalações e equipamentos necessários, alocação de recursos humanos e financeiros.

Ações tomadas durante a implementação do plano: avaliação e remuneração dos funcionários, boa comunicação interna, comprometimento da equipe.

Ações tomadas para assegurar que os resultados das ações de marketing estejam alinhados aos resultados previstos a partir de padrões de desempenho baseados nos objetivos de marketing: vendas, lucros ou custos, número de reclamações de clientes, pesquisas antes, durante e depois de ações específicas.

Abaixo listamos os padrões de desempenho:

- Avaliação mensal do desempenho da equipe
- Pesquisa do nível de satisfação de clientes (pesquisa trimestral)
- Controle estimado dos custos
- Desempenho dos influencers nas divulgações
- Avaliação mensal das plataformas de anúncio e propaganda
- Faturamento projetado x realizado.

### 5.11. Proveedor Virtual

Proveedor Virtual é uma inteligência artificial onde as pessoas conseguem visualizar como ficariam com uma determinada peça, antes de realizar a compra.

A nossa equipe optou por utilizar este método, pois segundo uma pesquisa realizada pelo grupo, identificamos que cerca de 37% das pessoas não finalizam a compra por dúvidas quanto ao modelo, tecido, e caimento em seu corpo, com isso resolvemos incluir isto no nosso trabalho com a finalidade de aumentar nossas vendas e passar mais segurança para nossas clientes.

#### Como funciona o Proveedor Virtual?

O cliente após escolher o modelo da roupa, irá informar suas medidas, e caso não saiba como fazer isso, ao lado haverá um passo a passo de como fazer isto, para que fique mais fácil o processo, após isso o próximo passo é ir adaptando as roupas ao seu corpo e selecionando novos modelos até encontrar o desejado.



Fonte: Imagem extraída do site da Hering, 2022

As medidas colocadas pelas clientes ficam armazenadas em sua conta, assim facilitando quando for ocorrer uma nova compra, com a opção de reajustar as medidas sempre que necessário.

### **Como ter o Proveedor Virtual em sua empresa?**

Para você ter este método é muito simples, caso você não tenha recursos para desenvolver sua própria inteligência artificial, o mais certo é contratar uma empresa especializada que possa te oferecer este serviço, a empresa escolhida para nos prestar este serviço é a **Sizebay**.

**Sizebay** é uma empresa que fornece este serviço de proveedor virtual de roupa e sapatos e já tem parcerias com diversas empresas grandes, dentro deste serviço disponibilizado já está incluso a ferramenta de ajustes de medidas, opções de personalização de peças e comparações de peças já provadas antes, para te ajudar a tomar a decisão final, cada uma destas ferramentas tem um nome correto e formal, que são:

- a) **Size Charts**: tabela interativa de medidas para cada produto, que ensina o cliente a medir cada parte do corpo.
- b) **Size Onpage**: personalização imediata do produto.
- c) **Size Reports**: relatórios comparativos dos produtos dos quais existem provas antes.

## 6. PLANO OPERACIONAL

Haverá uma projeção do nosso estoque e de vendas dentro de um ano, com o objetivo de deixar claro como está o andamento da empresa, e se está gerando bons resultados.

### 6.1. Plano de Produção

A nossa empresa faz o controle de estoque trimestralmente, facilitando assim o controle e conseguindo identificar qual tipo de fornecedor mais oferece produtos para nós, e qual o gosto da nossa clientela.

É importante deixar claro que o dinheiro retirado para comprar as mercadorias do primeiro mês de funcionamento foi do capital inicial, já os demais meses são retirados uma parte do caixa e o restante da própria venda das mercadorias.

A compra de mercadoria é feita a cada 15 dias, sendo comprado somente àquilo que já foi vendido ou alguma novidade oferecida pelos fornecedores. Segue abaixo a demonstração da compra de mercadorias dos trimestres, somando assim um gasto anual de R\$ 306.632,00.

#### Compra de mercadoria referente ao 1º Trimestre

2022	Janeiro		Fevereiro		Março	
	Qntd.	Total \$	Qntd.	Total \$	Qntd.	Total \$
U100 Jeans	10	R\$ 600,00	5	R\$ 300,00	15	R\$ 900,00
Biotipo Jeans	20	R\$ 1.200,00	10	R\$ 600,00	25	R\$ 1.500,00
Sawary Jeans	15	R\$ 900,00	10	R\$ 600,00	25	R\$ 1.500,00
Maraatricot & Marilu Tricot	20	R\$ 500,00	15	R\$ 375,00	30	R\$ 750,00
eShop moda tricot & moda praia	30	R\$ 900,00	15	R\$ 450,00	25	R\$ 750,00
Malharia Romano	25	R\$ 750,00	20	R\$ 600,00	30	R\$ 900,00
Malharia Tropical	30	R\$ 600,00	10	R\$ 200,00	20	R\$ 400,00

Uniex	25	R\$ 750,00	15	R\$ 450,00	20	R\$ 600,00
J & G fitness	25	R\$ 850,00	10	R\$ 340,00	15	R\$ 510,00
Groovy Forever	30	R\$ 1.500,00	20	R\$ 1.000,00	25	R\$ 1.250,00
FR Moletom	35	R\$ 1.650,00	15	R\$ 707,00	30	R\$ 1.410,00
Darlook Jeans	40	R\$ 2.400,00	20	R\$ 1.200,00	35	R\$ 2.100,00
		<b>R\$ 12.600,00</b>		<b>R\$ 6.822,00</b>		<b>R\$ 12.570,00</b>

Fonte: Elaborado pelos autores, 2022

### Compra de mercadoria referente ao 2º Trimestre

2022	Abril		Maio		Junho	
	Qntd.	Total \$	Qntd.	Total \$	Qntd.	Total \$
U100 Jeans	20	R\$ 1.200,00	25	R\$ 1.500,00	30	R\$ 1.800,00
Biotipo Jeans	30	R\$ 1.800,00	35	R\$ 2.100,00	40	R\$ 2.400,00
Sawary Jeans	30	R\$ 1.800,00	35	R\$ 2.100,00	45	R\$ 2.700,00
Maraatricot & Marilu Tricot	35	R\$ 875,00	40	R\$ 1.000,00	40	R\$ 1.050,00
eShop moda tricot & moda praia	30	R\$ 900,00	40	R\$ 1.200,00	50	R\$ 1.500,00
Malharia Romano	35	R\$ 1.050,00	45	R\$ 1.350,00	55	R\$ 1.650,00
Malharia Tropical	35	R\$ 700,00	35	R\$ 700,00	30	R\$ 600,00
Uniex	30	R\$ 900,00	35	R\$ 1.050,00	30	R\$ 900,00
J & G fitness	25	R\$ 850,00	35	R\$ 1.190,00	45	R\$ 1.530,00
Groovy Forever	30	R\$ 1.500,00	35	R\$ 1.750,00	40	R\$ 2.000,00
FR Moletom	35	R\$ 1.645,00	40	R\$ 1.880,00	35	R\$ 1.645,00
Darlook Jeans	40	R\$ 2.400,00	45	R\$ 2.700,00	55	R\$ 3.300,00
		<b>R\$ 15.620,00</b>		<b>R\$ 18.520,00</b>		<b>R\$ 21.075,00</b>

Fonte: Elaborado pelos autores, 2022

### Compra de mercadoria referente ao 3º Trimestre

2022	Julho		Agosto		Setembro	
	Fornecedores	Qntd.	Total \$	Qntd.	Total \$	Qntd.
U100 Jeans	45	R\$ 2.700,00	60	R\$ 3.600,00	70	R\$ 4.200,00
Biotipo Jeans	55	R\$ 3.300,00	60	R\$ 36.000,00	65	R\$ 3.900,00
Sawary Jeans	50	R\$ 3.000,00	40	R\$ 2.400,00	45	R\$ 2.700,00
Maraatricot & Marilu Tricot	50	R\$ 1.250,00	55	R\$ 1.375,00	60	R\$ 1.500,00
eShop moda tricot & moda praia	60	R\$ 1.800,00	70	R\$ 2.100,00	65	R\$ 1.950,00
Malharia Romano	50	R\$ 1.500,00	60	R\$ 1.800,00	55	R\$ 1.650,00
Malharia Tropical	40	R\$ 800,00	55	R\$ 1.100,00	60	R\$ 1.200,00
Uniex	45	R\$ 900,00	55	R\$ 1.650,00	65	R\$ 1.950,00
J & G fitness	50	R\$ 1.700,00	60	R\$ 2.040,00	70	R\$ 2.380,00
Groovy Forever	55	R\$ 2.750,00	60	R\$ 3.000,00	65	R\$ 3.250,00
FR Moletom	45	R\$ 2.115,00	55	R\$ 2.585,00	70	R\$ 3.290,00
Darlook Jeans	65	R\$ 3.900,00	70	R\$ 4.200,00	50	R\$ 3.000,00
		<b>R\$ 25.715,00</b>		<b>R\$ 61.850,00</b>		<b>R\$ 30.970,00</b>

Fonte: Elaborado pelos autores, 2022

### Compra de mercadoria referente ao 4º Trimestre

2022	Outubro		Novembro		Dezembro	
	Fornecedores	Qntd.	Total \$	Qntd.	Total \$	Qntd.
U100 Jeans	80	R\$ 4.800,00	70	R\$ 4.200,00	75	R\$ 4.500,00
Biotipo Jeans	70	R\$ 4.200,00	75	R\$ 4.500,00	80	R\$ 4.800,00

Sawary Jeans	50	R\$ 3.000,00	60	R\$ 3.600,00	65	R\$ 3.900,00
Maraatricot & Marilu Tricot	50	R\$ 1.250,00	60	R\$ 1.500,00	70	R\$ 1.750,00
eShop moda tricot & moda praia	50	R\$ 1.500,00	55	R\$ 1.650,00	60	R\$ 1.800,00
Malharia Romano	65	R\$ 1.950,00	80	R\$ 2.400,00	85	R\$ 2.550,00
Malharia Tropical	45	R\$ 900,00	65	R\$ 1.300,00	70	R\$ 1.400,00
Uniex	50	R\$ 1.500,00	70	R\$ 2.100,00	75	R\$ 2.250,00
J & G fitness	60	R\$ 2.040,00	85	R\$ 2.890,00	90	R\$ 3.060,00
Groovy Forever	80	R\$ 400,00	90	R\$ 4.500,00	85	R\$ 4.250,00
FR Moletom	85	R\$ 3.995,00	95	R\$ 4.465,00	70	R\$ 3.290,00
Darlook Jeans	40	R\$ 2.400,00	50	R\$ 3.000,00	55	R\$ 3.300,00
		<b>R\$ 27.935,00</b>		<b>R\$ 36.105,00</b>		<b>R\$ 36.850,00</b>

Fonte: Elaborado pelos autores, 2022

## 6.2. Plano de Vendas

A projeção de vendas é feita e cima das estações do ano, e conhecendo o gosto de nossas clientes e o que elas desejam através de pesquisas de campo, enquetes, com o objetivo de obtermos os resultados projetados, ou até melhores.

Está projeção é feita trimestralmente assim como todo o controle da empresa, pois facilita não haver perdas de prazos, e principalmente a perda de controle entre gastos e lucros.

Os produtos são precificados em cima do valor comprado pelos fornecedores, mudando de acordo com a demanda, para que conseguimos alcançar resultados positivos é importante não sair dos preços de mercado, e não fugir da margem de lucro estipulado por nossa equipe, para que não tenhamos prejuízos. Neste primeiro ano o valor anual de vendas foi de R\$ 719.327,03.

## Vendas de mercadoria referente ao 1º Trimestre

	2022	Janeiro		Fevereiro		Março	
Produtos	Valor Unit.	Qtd. Mês	Total	Qtd. Mês	Total	Qtd. Mês	Total
Camiseta Básica	R\$ 47,99	20	R\$ 959,80	25	R\$ 1.199,75	30	R\$ 1.439,70
Camisa Estampada	R\$ 74,99	25	R\$ 1.874,75	30	R\$ 2.249,70	30	R\$ 2.249,70
Camisa Esportiva	R\$ 69,99	15	R\$ 1.049,85	20	R\$ 1.399,80	20	R\$ 1.399,80
Camisa alfaiataria	R\$ 119,90	15	R\$ 1.798,50	20	R\$ 2.398,00	15	R\$ 1.798,50
Blusa Moletom	R\$ 134,99	3	R\$ 404,97	5	R\$ 674,95	6	R\$ 809,94
Blusa Esportiva	R\$ 109,99	4	R\$ 439,96	7	R\$ 769,93	9	R\$ 989,91
Jaqueta Jeans	R\$ 179,99	5	R\$ 899,95	9	R\$ 1.619,91	13	R\$ 2.339,87
Jaqueta de Couro	R\$ 199,99	2	R\$ 399,98	4	R\$ 799,96	8	R\$ 1.599,92
Jaqueta Esportiva	R\$ 139,99	4	R\$ 559,96	6	R\$ 839,94	10	R\$ 1.399,90
Suéter Tricot	R\$ 149,99	5	R\$ 749,95	4	R\$ 599,96	8	R\$ 1.199,92
Suéter Linho	R\$ 99,99	5	R\$ 499,95	5	R\$ 499,95	7	R\$ 699,93
Suéter Básico	R\$ 79,99	5	R\$ 399,95	7	R\$ 559,93	12	R\$ 959,88
Cardigan	R\$ 119,99	4	R\$ 479,96	5	R\$ 599,95	8	R\$ 959,92
Calça Jeans	R\$ 99,99	20	R\$ 1.999,80	25	R\$ 2.499,75	34	R\$ 3.399,66
Calça Moletom	R\$ 89,99	8	R\$ 719,92	10	R\$ 899,90	13	R\$ 1.169,87
Shorts Jeans	R\$ 79,99	40	R\$ 3.199,60	43	R\$ 3.439,57	35	R\$ 2.799,65
Shorts	R\$ 59,99	30	R\$ 1.799,70	34	R\$ 2.039,66	28	R\$ 1.679,72
Saias	R\$ 59,99	30	R\$ 1.799,70	30	R\$ 1.799,70	25	R\$ 1.499,75
Vestidos	R\$ 119,99	45	R\$ 5.399,55	30	R\$ 3.599,70	27	R\$ 3.239,73
			<b>R\$ 25.435,80</b>		<b>R\$ 28.490,01</b>		<b>R\$ 31.635,27</b>

Fonte: Elaborado pelos autores, 2022

### Vendas de mercadoria referente ao 2º Trimestre

	2022	Abril		Maio		Junho	
Produtos	Valor Unit.	Qtd. Mês	Total	Qtd. Mês	Total	Qtd. Mês	Total
Camiseta Básica	R\$ 47,99	30	R\$ 1.439,70	35	R\$ 1.679,65	35	R\$ 1.679,65
Camisa Estampada	R\$ 74,99	35	R\$ 2.624,65	25	R\$ 1.874,75	20	R\$ 1.499,80
Camisa Esportiva	R\$ 69,99	20	R\$ 1.399,80	25	R\$ 1.749,75	30	R\$ 2.099,70
Camisa alfaiataria	R\$ 119,90	25	R\$ 2.997,50	28	R\$ 3.357,20	33	R\$ 3.956,70
Blusa Moletom	R\$ 134,99	40	R\$ 5.399,60	45	R\$ 6.074,55	55	R\$ 7.424,45
Blusa Esportiva	R\$ 109,99	26	R\$ 2.859,74	33	R\$ 3.629,67	27	R\$ 2.969,73
Jaqueta Jeans	R\$ 179,99	25	R\$ 4.499,75	34	R\$ 6.119,66	40	R\$ 7.199,60
Jaqueta de Couro	R\$ 199,99	24	R\$ 4.799,76	30	R\$ 5.999,70	35	R\$ 6.999,65
Jaqueta Esportiva	R\$ 139,99	20	R\$ 2.799,80	27	R\$ 3.779,73	30	R\$ 4.199,70
Suéter Tricot	R\$ 149,99	27	R\$ 4.049,73	33	R\$ 4.949,67	39	R\$ 5.849,61
Suéter Linho	R\$ 99,99	12	R\$ 1.199,88	25	R\$ 2.499,75	28	R\$ 2.799,72
Suéter Básico	R\$ 79,99	15	R\$ 1.199,85	20	R\$ 1.599,80	23	R\$ 1.839,77
Cardigan	R\$ 119,99	19	R\$ 2.279,81	15	R\$ 1.799,85	20	R\$ 2.399,80
Calça Jeans	R\$ 99,99	40	R\$ 3.999,60	45	R\$ 4.499,55	50	R\$ 4.999,50
Calça Moletom	R\$ 89,99	25	R\$ 2.249,75	30	R\$ 2.699,70	35	R\$ 3.149,65
Shorts Jeans	R\$ 79,99	20	R\$ 1.599,80	15	R\$ 1.199,85	10	R\$ 799,90
Shorts	R\$ 59,99	20	R\$ 1.199,80	15	R\$ 899,85	10	R\$ 599,90
Saias	R\$ 59,99	13	R\$ 779,87	15	R\$ 899,85	10	R\$ 599,90
Vestidos	R\$ 119,99	27	R\$ 3.239,73	20	R\$ 2.399,80	15	R\$ 1.799,85
			<b>R\$ 50.618,12</b>		<b>R\$ 57.712,33</b>		<b>R\$ 62.866,58</b>

Fonte: Elaborado pelos autores, 2022

## Vendas de mercadoria referente ao 3º Trimestre

	2022	Julho		Agosto		Setembro	
Produtos	Valor Unit.	Qtd. Mês	Total	Qtd. Mês	Total	Qtd. Mês	Total
Camiseta Básica	R\$ 47,99	40	R\$ 1.919,60	44	R\$ 2.111,56	50	R\$ 2.399,50
Camisa Estampada	R\$ 74,99	28	R\$ 2.099,72	33	R\$ 2.474,67	38	R\$ 2.849,62
Camisa Esportiva	R\$ 69,99	33	R\$ 2.309,67	40	R\$ 2.799,60	42	R\$ 2.939,58
Camisa alfaiataria	R\$ 119,90	39	R\$ 4.676,10	47	R\$ 5.635,30	35	R\$ 4.196,50
Blusa Moletom	R\$ 134,99	47	R\$ 6.344,53	50	R\$ 6.749,50	40	R\$ 5.399,60
Blusa Esportiva	R\$ 109,99	30	R\$ 3.299,70	35	R\$ 3.849,65	30	R\$ 3.299,70
Jaqueta Jeans	R\$ 179,99	37	R\$ 6.659,63	40	R\$ 7.199,60	43	R\$ 7.739,57
Jaqueta de Couro	R\$ 199,99	30	R\$ 5.999,70	35	R\$ 6.999,65	40	R\$ 7.999,60
Jaqueta Esportiva	R\$ 139,99	35	R\$ 4.899,65	40	R\$ 5.599,60	43	R\$ 6.019,57
Suéter Tricot	R\$ 149,99	40	R\$ 5.999,60	45	R\$ 6.749,55	48	R\$ 7.199,52
Suéter Linho	R\$ 99,99	30	R\$ 2.999,70	35	R\$ 3.499,65	40	R\$ 3.999,60
Suéter Básico	R\$ 79,99	33	R\$ 2.639,67	41	R\$ 3.279,59	45	R\$ 3.599,55
Cardigan	R\$ 119,99	25	R\$ 2.999,75	30	R\$ 3.599,70	35	R\$ 4.199,65
Calça Jeans	R\$ 99,99	57	R\$ 5.699,43	60	R\$ 5.999,40	67	R\$ 6.699,33
Calça Moletom	R\$ 89,99	40	R\$ 3.599,60	47	R\$ 4.229,53	50	R\$ 4.499,50
Shorts Jeans	R\$ 79,99	14	R\$ 1.119,86	20	R\$ 1.599,80	25	R\$ 1.999,75
Shorts	R\$ 59,99	15	R\$ 899,85	20	R\$ 1.199,80	24	R\$ 1.439,76
Saias	R\$ 59,99	15	R\$ 899,85	20	R\$ 1.199,80	27	R\$ 1.619,73
Vestidos	R\$ 119,99	16	R\$ 1.919,84	22	R\$ 2.639,78	33	R\$ 3.959,67
			<b>R\$ 66.985,45</b>		<b>R\$ 77.415,73</b>		<b>R\$ 82.059,30</b>

Fonte: Elaborado pelos autores, 2022

### Vendas de mercadoria referente ao 4º Trimestre

	2022	Outubro		Novembro		Dezembro	
Produtos	Valor Unit.	Qtd. Mês	Total	Qtd. Mês	Total	Qtd. Mês	Total
Camiseta Básica	R\$ 47,99	55	R\$ 2.639,45	60	R\$ 2.879,40	63	R\$ 3.023,37
Camisa Estampada	R\$ 74,99	40	R\$ 2.999,60	46	R\$ 3.449,54	50	R\$ 3.749,50
Camisa Esportiva	R\$ 69,99	47	R\$ 3.289,53	50	R\$ 3.499,50	55	R\$ 3.849,45
Camisa alfaiataria	R\$ 119,90	40	R\$ 4.796,00	46	R\$ 5.515,40	52	R\$ 6.234,80
Blusa Moletom	R\$ 134,99	45	R\$ 6.074,55	33	R\$ 4.454,67	30	R\$ 4.049,70
Blusa Esportiva	R\$ 109,99	30	R\$ 3.299,70	33	R\$ 3.629,67	37	R\$ 4.069,63
Jaqueta Jeans	R\$ 179,99	40	R\$ 7.199,60	35	R\$ 6.299,65	30	R\$ 5.399,70
Jaqueta de Couro	R\$ 199,99	30	R\$ 5.999,70	25	R\$ 4.999,75	23	R\$ 4.599,77
Jaqueta Esportiva	R\$ 139,99	40	R\$ 5.599,60	35	R\$ 4.899,65	30	R\$ 4.199,70
Suéter Tricot	R\$ 149,99	35	R\$ 5.249,65	30	R\$ 4.499,70	27	R\$ 4.049,73
Suéter Linho	R\$ 99,99	33	R\$ 3.299,67	30	R\$ 2.999,70	25	R\$ 2.499,75
Suéter Básico	R\$ 79,99	30	R\$ 2.399,70	25	R\$ 1.999,75	20	R\$ 1.599,80
Cardigan	R\$ 119,99	30	R\$ 3.599,70	33	R\$ 3.959,67	25	R\$ 2.999,75
Calça Jeans	R\$ 99,99	70	R\$ 6.999,30	73	R\$ 7.299,27	75	R\$ 7.499,25
Calça Moletom	R\$ 89,99	45	R\$ 4.049,55	40	R\$ 3.599,60	33	R\$ 2.969,67
Shorts Jeans	R\$ 79,99	40	R\$ 3.199,60	45	R\$ 3.599,55	52	R\$ 4.159,48
Shorts	R\$ 59,99	37	R\$ 2.219,63	43	R\$ 2.579,57	50	R\$ 2.999,50
Saias	R\$ 59,99	35	R\$ 2.099,65	40	R\$ 2.399,60	43	R\$ 2.579,57
Vestidos	R\$ 119,99	45	R\$ 5.399,55	50	R\$ 5.999,50	55	R\$ 6.599,45
			<b>R\$ 80.413,73</b>		<b>R\$ 78.563,14</b>		<b>R\$ 77.131,57</b>

Fonte: Elaborado pelos autores, 2022

## 7. Plano Financeiro

Nós temos ciência que sem uma boa administração dos recursos financeiros de uma empresa a mesma está mais apta a falir.

Um bom controle desses recursos passa a nossa empresa uma tranquilidade, e confiança para decidir como será utilizado o dinheiro disponível para alavancar a empresa.

Para início cada sócio entrou com sua colaboração, e foi decidido qual o melhor meio de se utilizar esse dinheiro investido, com o objetivo de gerar bons resultados dentro de 1 ano, já que a empresa não terá dívidas parceladas. Segue uma demonstração do nosso capital inicial:

<b>CAPITAL SOCIAL</b>		<b>Em R\$</b>	
<b>SÓCIO (S)</b>	<b>FUNÇÃO QUE DESEMPENHARÁ NO NOVO NEGÓCIO</b>	<b>CAPITAL APORTADO</b>	<b>PARTICIPAÇÃO %</b>
Pedro Paes	Diretor Jurídico	29.000,00	14,29%
Isabela da Silva	Gerente Financeiro	29.000,00	14,29%
Geisa Reis	Gerente de R.H.	29.000,00	14,29%
Danielle	Gerente de Marketing	29.000,00	14,29%
Sara Rocha	G. Comercial	29.000,00	14,29%
Nadiele Teixeira	G. Logística	29.000,00	14,29%
Bianca Mendes	G. Administrativa	29.000,00	14,29%
<b>TOTAL DO CAPITAL SOCIAL</b>		<b>203.000,00</b>	<b>100,00%</b>

Fonte: Elaborado pelos autores, 2022

## 7.1. Investimentos

### Despesas Pré-Operacionais

Após fazermos uma pesquisa de mercado, e encontrarmos o ambiente onde será o escritório e estoque da nossa empresa, conseguimos ter uma visão melhor do que precisaríamos comprar para equipar toda a nossa equipe, e darmos início as nossas vendas.

Os gastos realizados com a propaganda da nossa empresa, meio de transporte realizado nas entregas, processos jurídicos necessários para que nossa empresa funcione, compras de mercadorias, gastos com embalagens e, depósitos do local alugado, reforma para tornar o lugar apto, são despesas que teremos antes da empresa passar a funcionar

<b>Produto/Serviço</b>	<b>Valor</b>
Computadores	R\$ 28.000,00
Impressora	R\$ 1.800,00
Mesas/Cadeiras	R\$ 2.730,00
Micro-ondas	R\$ 700,00
Geladeira	R\$ 2.000,00
Cafeteira	R\$ 150,00
Papelaria em geral	R\$ 300,00
Mercadorias	R\$ 15.000,00
Telefone	R\$ 140,00
Aluguel	R\$ 5.000,00
Reforma	R\$ 8.000,00
Documentação	R\$ 2.000,00
Marketing	R\$ 45.000,00
Logística	R\$ 2.000,00
Capital de giro	R\$ 48.680,00

Água	R\$ 110,00
Luz	R\$ 170,00
Condomínio	R\$ 1.000,00
Utensílios de copa	R\$ 150,00
Produtos de limpeza	R\$ 200,00
Internet	R\$ 200,00
Prateleiras/Estantes	R\$ 1.453,26
RH	R\$ 15.000,00
Caixa	R\$ 23.216,74
<b>Total</b>	<b>R\$ 203.000,00</b>

Fonte: Elaborado pelos autores, 2022

### Investimentos Fixos

Analizamos e notamos que para início é melhor evitarmos investimentos fixos muito altos, já que não temos uma estabilidade no mercado por sermos uma empresa nova. Investimos em coisas menores, mas que trarão estabilidade para nosso negócio funcionar, já que somos uma empresa 100% e-commerce e de pequeno porte.

Todo material necessário será comprado a vista pela empresa nesse primeiro momento, para que a única dívida da empresa seja a devolução do capital, e o aluguel do espaço escolhido.

<b>Produto/Serviço</b>	<b>Valor</b>
Computador	R\$ 28.000,00
Micro-ondas	R\$ 700,00
Mesas/Cadeiras	R\$ 2.730,00
Cafeteira	R\$ 150,00
Geladeira	R\$ 2.000,00

Impressora	R\$ 1.800,00
Telefone	R\$ 140,00
Utensílios da copa	R\$ 150,00
Total	R\$ 35.670,00

Fonte: Elaborado pelos autores, 2022.

## 7.2. Usos e Fontes

Ao abriremos uma empresa, vimos à necessidade de comprar alguns produtos que são necessários e imediatos para seu funcionamento iniciamos com o capital de R\$ 203.000,00 e para os produtos pagamos R\$ 56.170,00 optamos por pagamentos a vista para que não fique dívidas acumuladas e pagamentos pendentes para os meses seguintes caso a empresa não alavanque, e não seja necessário o uso do nosso capital de giro para suprir essas dívidas impulsivas do início do negócio.

Descrição	Total	Situação	Fonte
Computadores	R\$ 28.000,00	Comprado	Sócios
Impressora	R\$ 1.800,00	Comprado	Sócios
Mesas/Cadeiras	R\$ 2.730,00	Comprado	Sócios
Micro-ondas	R\$ 700,00	Comprado	Sócios
Geladeira	R\$ 2.000,00	Comprado	Sócios
Cafeteira	R\$ 150,00	Comprado	Sócios
Papelaria em geral	R\$ 300,00	Comprado	Sócios
Mercadorias	R\$ 20.000,00	Comprado	Sócios
Telefones	R\$ 140,00	Comprado	Sócios
Utensílios de copa	R\$ 150,00	Comprado	Sócios
Produtos de limpeza	R\$ 200,00	Comprado	Sócios
	R\$ 56.170,00		
<b>Total Líquido</b>	<b>R\$ 140.830,00</b>		

Fonte: Elaborado pelos autores, 2022

### 7.3. Demonstração de Resultados

Demonstração de Resultados (DRE), nada mais é do que mostrar se a empresa obteve um lucro, ou se apresentou resultados negativos. A Winx por ser uma empresa nova no mercado e ter investido muito logo de início apresentou um resultado positivo no primeiro mês de funcionamento como nosso planejamento previa.

O lucro obtido no ano foi pouco, mas o suficiente para compreendermos que estamos indo bem e que somos novos no mercado, ou seja, não temos reconhecimento algum, por isso a devolução do capital se inicia somente no ano seguinte. Segue a demonstração da DRE referente ao primeiro ano de funcionamento da loja:

<b>Total do Ano</b>	
<b>DRE</b>	<b>R\$</b>
(+) Receita Operacional	R\$ 900.175,64
(-) Impostos sobre a venda	R\$ 471.740,20
(=) Receita líquida	R\$ 428.435,44
(-) Custo das mercadorias vendidas	R\$ 306.632,00
(=) Lucro bruto	R\$ 593.543,64
(-) Despesas operacionais	R\$ 100.000,00
(-) Despesas com venda	R\$ 300.000,00
(-) Despesas financeiras	R\$ 105.000,00
(+) Receita financeira	R\$ 0,00
(-) Despesas gerais e adm	R\$ 15.000,00
<b>(=) Lucro Líquido</b>	<b>R\$ 73.543,64</b>

Fonte: Elaborado pelos autores, 2022

#### 7.4. Fluxo de Caixa

O Fluxo de Caixa serve para mostrar como funcionou o controle do dinheiro que entrou na empresa, e para onde foi o dinheiro que saiu do caixa dentro de um determinado período, com a finalidade de mostrar se está havendo um bom controle e ou resultados. Nossa empresa trabalha com a demonstração dentro de 1 ano, para assim manter um melhor controle.

PERÍODO DA PROJEÇÃO: 2022 a 2023

FLUXO DE CAIXA DA EMPRESA PROJETADO (EM R\$)							MÉDIA DO PERÍODO PROJETADO	ANÁLISE VERTICAL
FLUXO DE CAIXA DO NEGÓCIO	2022	2023	2024	2025	2026	TOTAL		
RECEITA LÍQUIDA DE VENDAS	1.694.533	1.732.829	1.771.991	1.812.038	1.852.990	8.864.381	2.954.794	100,00%
LUCRO OPERACIONAL LÍQUIDO DO NEGÓCIO	422.561	432.111	441.877	451.863	462.075	2.210.487	736.829	24,94%
(+) Depreciação	374	383	391	400	409	1.957	652	0,02%
FLUXO DE CAIXA OPERACIONAL (EBITDA)	422.935	432.494	442.268	452.263	462.484	2.212.444	737.481	24,96%
MARGEM EBITDA (%)	24,96%	24,96%	24,96%	24,96%	24,96%	24,96%	24,96%	

Fonte: Elaborado pelos autores, 2022

#### 7.5. Capital de Giro

O Capital de Giro acumulado durante um ano pela empresa foi de um valor significativo considerando que precisamos utilizá-lo nos três primeiros meses de funcionamento da empresa para cobrir as dívidas pendentes.

O capital de giro é somente utilizado para emergências quando a empresa não é capaz de pagar suas próprias contas. Segue uma demonstração do nosso capital de giro referente ao primeiro ano de funcionamento da empresa:

<b>Total do Ano</b>	
<b>Capital de Giro</b>	
<b>Uso (Necessidade de Giro)</b>	
Caixas e Bancos	R\$ 383.202,70
Vendas a Prazo	R\$ 359.663,51
Estoques	R\$ 310.890,78
<b>Fontes (Cobertura de Giro)</b>	
Fornecedores	R\$ 223.632,13

Impostos	R\$ 471.740,20
Salários	R\$ 180.846,61
<b>Necessidade de Capital de Giro</b>	
<b>Total</b>	<b>R\$ 177.538,05</b>

Fonte: Elaborado pelos autores, 2022.

## 7.6. Indicadores Econômicos (PayBack)

É importante que todo dinheiro investido pelos sócios retorne para eles dentro de um determinado período estipulado pelo plano financeiro feito inicialmente, este prazo será cumprido de acordo com o andamento da empresa, levando em conta que o primeiro ano será o mais crítico, a devolução do capital se iniciara no segundo ano de funcionamento da empresa, com um prazo de três anos para a devolução total do capital.

<b>PayBack</b>		
<b>R\$ 5.639,00</b>	<b>36 meses</b>	<b>3 anos</b>

Fonte: Elaborado pelos autores, 2022

### 7.6.1. Indicadores Econômicos (Ponto de Equilíbrio)

O ponto de equilíbrio serve para mostrar a empresa se a receita total se iguala ao total de custos e despesas financeiras, se não houver equilíbrio significa que a empresa não terá recursos financeiros em caixa para pagar suas despesas.

O ponto de equilíbrio da Winx, mostra que teremos dinheiro em caixa para suprir nossas despesas, já que a receita total se iguala aos nossos custos e despesas.

<b>Custos Fixos Ano</b>		<b>Custos Variáveis Ano</b>	
Aluguel	R\$ 60.000,00	Mercadoria	R\$ 306.632,00
Internet	R\$ 2.400,00	Papelaria	R\$ 3.600,00
Água	R\$ 1.320,00	Marketing	R\$ 105.000,00
Luz	R\$ 2.040,00	RH	R\$ 180.848,61
<b>Total</b>	<b>R\$ 65.760,00</b>	<b>Totais Custos Variáveis Ano</b>	<b>R\$ 596.080,61</b>
	<b>Receita Total</b>	<b>Margem de contribuição</b>	
	<b>R\$ 661.840,61</b>	<b>R\$ 65.760,00</b>	
	<b>Ponto de Equilíbrio</b>	<b>100</b>	

Fonte: Elaborado pelos autores, 2022.

## **8. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Ao observar o cenário atual do ramo de vestuário voltado para a moda feminina, conseguimos compreender a importância de um novo empreendimento com uma inovação, que traga satisfação as nossas clientes. Verificamos que por meio de pesquisas foi possível notar que existem lacunas a serem preenchidas, e montar um bom plano de negócio para alavancar o empreendimento, e obter bons resultados dentro do menor tempo possível.

No entanto, com as informações mencionadas, conseguimos concluir com os dados financeiros que o empreendimento é viável, tendo certa margem de lucro significativa, e conseguindo fazer a devolução de capital dentro de 3 anos, obtendo lucros líquidos de mais de 50% anuais após o segundo ano de funcionamento da empresa, obtendo um bom retorno de nossas clientes no quesito satisfação de atendimento, inovação e segurança na hora da compra.

Ao efetuar o trabalho, trouxemos inovações e padrões diferentes para o mercado atual da moda, dando ênfase à inclusão social, e entendendo a sua importância nos dias de hoje, o desenvolvimento da empresa, possibilitou que os integrantes colocassem em prática os aprendizados que obteve durante o curso, atendendo as expectativas e gerando resultados satisfatórios.

## REFERÊNCIAS

ROSA, Claudio Afrânio. **Como Elaborar um Plano de Negócios**. Brasília: SEBRAE, 2013.

UASF – Unidade de Acesso a Serviços Financeiros, 2022. Apostila Plano de Negócios – SEBRAE. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pe/sebraeaz/acesso-a-servicos-financeiros,780c091ffd20e410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em 10/11/2022.

AVCB e CLCB – Significados, 2022. Disponível em: <https://nmartino.com.br/avcb-e-clcb-significado>. Acesso em 10/11/2022

COMO criar tabelas de medidas para e-commerce de moda, 2022. Disponível em: <https://sizebay.com/pt/blog/como-criar-tabelas-de-medidas-para-e-commerce-de-moda/>, Acesso em 10/11/2022.

SALA Comercial e 3 banheiros para alugar, 210 m<sup>2</sup> por R\$ 5.000/Mês viva real. Imobiliária Viva real, 2022. Disponível em <https://www.vivareal.com.br/imovel/sala-comercial-itaim-bibi-zona-sul-sao-paulo-com-garagem-210m2-aluguel-RS5000-id-2567501032/> Acesso em 10/11/2022.