

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA  
SOUZA ETEC PROFESSOR ANDRÉ BOGASIAN  
Curso Técnico em Administração**

Jane Maria De Macedo

Renan Soares Barbaes

**Equalize Modas**

**JANDIRA 2024**

**CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA PAULA  
SOUZA ETEC PROFESSOR ANDRÉ BOGASIAN  
Curso Técnico em Administração**

Jane Maria De Macedo

Renan Soares Barbaes

**Equalize Modas**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado ao Curso de Técnico em  
Administração, da ETEC André  
Bogasian - Extensão E.E. Prof.º Vicente  
Themudo Lessa, como requisito parcial  
para obtenção do título de técnico em  
Administração.

Orientador: Prof.ª Lilian De  
Oliveira Torres.

---

Prof. ETEC Prof. André Bogasian

---

Prof. ETEC Prof. André Bogasian

**JANDIRA  
2024**

### **AGRADECIMENTOS**

Em primeiro lugar, agradecemos a Deus, que fez com que nossos objetivos fossem alcançados durante todo este período de curso acadêmico. À nossa família, pais e irmãos, que nos incentivaram nos momentos difíceis e compreenderam a nossa ausência enquanto nos dedicávamos à realização deste trabalho.

Aos professores, pelas correções e ensinamentos que nos permitiram apresentar um melhor desempenho neste processo de formação profissional ao longo do curso, por todos os conselhos, pela ajuda e pela paciência com a qual guiaram o nosso aprendizado.

A todos aqueles que contribuíram, de alguma forma, para a realização deste trabalho. A todos que participaram, direta ou indiretamente, do desenvolvimento deste trabalho de pesquisa, enriquecendo o nosso processo de aprendizado. Às pessoas com quem convivemos ao longo desses semestres, que nos incentivaram e que certamente tiveram impacto na nossa formação acadêmica."

### **EPÍGRAFO**

“A moda nos permite contar histórias sem dizer uma palavra, transmitindo quem somos e como nos sentimos através das cores, estampas, cortes e estilos que escolhemos”.

Rachel Zoel

## RESUMO

Uma loja de roupa física e online oferece uma variedade de vestuário e acessórios para homens, mulheres e crianças. Seu estoque inclui roupas casuais, formais, esportivas e íntimas, além de calçados e complementos. A loja física proporciona uma experiência de compra tangível, com provadores e atendimento personalizado, enquanto a loja online oferece conveniência e acesso 24 horas por dia, permitindo aos clientes comprar de qualquer lugar. Ambas as plataformas geralmente oferecem promoções, descontos e programas de fidelidade para atrair e reter clientes. Além disso, uma loja de roupa física e online pode oferecer serviços como entrega rápida, devoluções fáceis e atendimento ao cliente multicanal para garantir a satisfação do cliente.

**Palavra-chave:** Moda Masculina; Moda Feminina; Moda Infantil.

## ABSTRACT

A physical and online clothing store offers a variety of clothing and accessories for men, women and children. Its stock includes casual, formal, sports and intimate clothing, as well as footwear and accessories. The physical store provides a tangible shopping experience, with fitting rooms and personalized service, while the online store offers convenience and 24-hour access, allowing customers to shop from anywhere.

Both platforms often offer promotions, discounts, and loyalty programs to attract and retain customers. Additionally, a physical and online clothing store can offer services such as fast delivery, easy returns, and multi-channel customer service to ensure customer satisfaction.

Keywords: Men's Fashion; Feminine fashion; Kids Fashion

## SUMÁRIO

<b>1.</b>	<b><u>INTRODUÇÃO</u></b>	<b><u>10</u></b>
<b>1.1.</b>	<b><u>JUSTIFICATIVA</u></b>	<b><u>10</u></b>

<b><u>1.2.</u></b>	<b><u>OBJETIVOS</u></b>	<b><u>11</u></b>
<b><u>1.2.1.</u></b>	<b><u>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</u></b>	<b><u>11</u></b>
<b><u>1.3.</u></b>	<b><u>PROBLEMÁTICA</u></b>	<b><u>12</u></b>
<b><u>1.4.</u></b>	<b><u>HIPÓTESE</u></b>	<b><u>12</u></b>
<b><u>2.</u></b>	<b><u>FUNDAMENTAÇÃO</u></b>	<b><u>13</u></b>
<b><u>2.1</u></b>	<b><u>HISTÓRIA DA MODA</u></b>	<b><u>13</u></b>
<b><u>2.2.1</u></b>	<b><u>PRINCIPAIS APLICAÇÕES DA MODA</u></b>	<b><u>14</u></b>
<b><u>3.</u></b>	<b><u>DESENVOLVIMENTO</u></b>	<b><u>15</u></b>
<b><u>3.1.</u></b>	<b><u>SUMÁRIO EXECUTIVO:</u></b>	<b><u>15</u></b>
<b><u>3.1.1.</u></b>	<b><u>RESUMO DO NEGÓCIOS:</u></b>	<b><u>15</u></b>
<b><u>3.1.2.</u></b>	<b><u>MISSÃO DA EMPRESA</u></b>	<b><u>16</u></b>
<b><u>3.1.3.</u></b>	<b><u>VISÃO</u></b>	<b><u>16</u></b>
<b><u>3.1.4.</u></b>	<b><u>METAS</u></b>	<b><u>16</u></b>
<b><u>3.1.5.</u></b>	<b><u>VALORES:</u></b>	<b><u>17</u></b>
<b><u>3.2.</u></b>	<b><u>ANÁLISE DE MERCADO:</u></b>	<b><u>17</u></b>
<b><u>3.2.1.</u></b>	<b><u>CONCORRENTES:</u></b>	<b><u>19</u></b>
<b><u>3.3.1</u></b>	<b><u>PLANO DE MARKETING:</u></b>	<b><u>19</u></b>
<b><u>3.3.2.</u></b>	<b><u>IDENTIDADE VISUAL:</u></b>	<b><u>20</u></b>
<b><u>3.3.3.</u></b>	<b><u>SIGNIFICADOS DAS CORES DA EMPRESA EQUALIZE MODAS</u></b>	<b><u>21</u></b>
<b><u>3.4.</u></b>	<b><u>ANÁLISE SWOT:</u></b>	<b><u>21</u></b>
<b><u>3.5.</u></b>	<b><u>MODELAGEM DO NEGÓCIO</u></b>	<b><u>23</u></b>
<b><u>3.6.</u></b>	<b><u>OS 4P`S DO MARKETING</u></b>	<b><u>24</u></b>
<b><u>3.7.</u></b>	<b><u>PRODUTOS/SERVIÇOS</u></b>	<b><u>25</u></b>
<b><u>3.7.1.</u></b>	<b><u>COMUNICAÇÃO</u></b>	<b><u>26</u></b>

<b><u>3.8.</u></b>	<b><u>PLANO DE VENDAS:</u></b>	<b><u>30</u></b>
<b><u>3.9.</u></b>	<b><u>PLANO OPERACIONAL:</u></b>	<b><u>32</u></b>
<b><u>3.9.1.</u></b>	<b><u>LOCALIZAÇÃO:</u></b>	<b><u>35</u></b>
<b><u>3.9.2.</u></b>	<b><u>LAYOUT EMPRESA:</u></b>	<b><u>35</u></b>
<b><u>3.9.3.</u></b>	<b><u>PROCESSO DE PRODUÇÃO</u></b>	<b><u>36</u></b>
<b><u>3.9.4.</u></b>	<b><u>FORNECEDORES:</u></b>	<b><u>37</u></b>
<b><u>3.9.5.</u></b>	<b><u>ESTRUTURA ORGANIZACIONAL (ORGANOGRAMA)</u></b>	<b><u>37</u></b>
<b><u>4.</u></b>	<b><u>FINANCEIRO:</u></b>	<b><u>38</u></b>
<b><u>4.1.</u></b>	<b><u>AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA:</u></b>	<b><u>42</u></b>
<b><u>5.1</u></b>	<b><u>CONSIDERAÇÕES FINAIS:</u></b>	<b><u>44</u></b>
<b><u>5.2</u></b>	<b><u>CONCLUSÃO:</u></b>	<b><u>44</u></b>
<b><u>6.</u></b>	<b><u>REFERENCIAS:</u></b>	<b><u>45</u></b>

## **1.INTRODUÇÃO**

Bem-vindo à nossa loja: Equalize Modas. Seja online ou em nossa loja física, estamos aqui para trazer o melhor da moda feminina, masculina e infantil para você e sua família. Explore nossa coleção cuidadosamente selecionada e deixe-se encantar pela diversidade de estilos, tendências e qualidade que oferecemos. Estamos comprometidos em proporcionar uma experiência de compra excepcional, onde o atendimento personalizado e a satisfação do cliente são nossa prioridade. Venha fazer parte da nossa comunidade de moda e descubra o que há de mais atual e inspirador em roupas e acessórios para todas as idades.

### **1.1 Justificativa**

Nossa loja combina o melhor dos dois mundos: uma experiência de compra conveniente e acessível online, juntamente com o toque pessoal e a experiência sensorial que só uma loja física pode oferecer.

Na loja online, os clientes podem explorar nossa vasta seleção de produtos a qualquer hora, em qualquer lugar, com conveniência e facilidade de navegação. Além disso, oferecemos uma ampla gama de tamanhos, estilos e opções de entrega para atender às necessidades individuais de cada cliente.

Já na loja física, proporcionamos um ambiente acolhedor e envolvente,

onde os clientes podem experimentar as peças pessoalmente, sentir a qualidade dos tecidos, receber aconselhamento personalizado dos nossos especialistas em moda e desfrutar de eventos exclusivos e promoções especiais.

Ambas as plataformas são complementares e refletem nosso compromisso em oferecer uma experiência de compra excepcional, onde o conforto, a qualidade e o estilo se encontram em cada interação com a nossa marca.

## 1.2 Objetivos

O objetivo de nossa loja de roupa, tanto online quanto física, é oferecer uma experiência de moda completa e satisfatória para nossos clientes. Queremos ser o destino preferido para quem busca estilo, qualidade e variedade em suas compras de roupas e acessórios.

Além disso, buscamos promover a auto expressão e a confiança através da moda, ajudando nossos clientes a encontrar peças que os façam sentir-se bem consigo mesmos e refletir sua personalidade única.

Ao mesmo tempo, estamos comprometidos em proporcionar um excelente atendimento ao cliente, garantindo que cada pessoa que entra em nossa loja, seja física ou virtualmente, se sinta valorizada, apoiada e inspirada em sua jornada de moda.

Por fim, buscamos também estabelecer uma marca reconhecida pela sua integridade, responsabilidade social e ambiental, contribuindo para um mundo mais consciente e sustentável.

### 1.2.1 Objetivos específicos

**Loja física:** Proporcionar uma experiência sensorial: Criar um ambiente atraente e convidativo que estimule os sentidos dos clientes, incentivando a experimentação e a compra.

**Oferecer atendimento personalizado:** Capacitar os funcionários para fornecer orientação e assistência individualizada aos clientes, garantindo que suas necessidades e preferências sejam atendidas.

**Estabelecer parcerias com marcas e designers:** Curar uma seleção exclusiva de produtos de marcas renomadas e designers emergentes para diferenciar a oferta da concorrência e atrair um público sofisticado.

**Organizar eventos e promoções:** Realizar eventos especiais, como desfiles de moda, lançamentos de coleções e sessões de estilo, para criar engajamento com a comunidade local e gerar buzz em torno da loja.

### Sobre loja online:

Otimizar a experiência do usuário: Garantir que o site seja fácil de navegar, rápido para carregar e responsivo em todos os dispositivos, proporcionando uma experiência de compra online sem complicações.

**Investir em marketing digital:** Utilizar estratégias de marketing digital, como publicidade nas redes sociais, campanhas de e-mail marketing e otimização para mecanismos de busca, para aumentar a visibilidade da loja e atrair tráfego qualificado para o site.

**Maximizar a conversão de vendas:** Implementar técnicas de otimização de conversão, como testes A/B, marketing e upselling/cross-selling, para incentivar os visitantes do site a realizar compras e aumentar o valor médio do pedido.

Garantir a segurança e a confiança do cliente: Proteger os dados dos clientes, oferecer opções de pagamento seguras e fornecer políticas de devolução transparentes para construir confiança e fidelidade com os clientes online.

### 1.3. Problemática

Oferecem produtos para diferentes segmentos, como masculino, feminino e infantil, é a gestão de estoque. Manter um equilíbrio entre a oferta e a demanda para cada categoria pode ser desafiador, especialmente se houver flutuações sazonais ou mudanças nas tendências da moda. Além disso, garantir que o layout da loja seja atrativo para todos os públicos-alvo também pode ser uma preocupação, pois é importante criar uma experiência de compra agradável para homens, mulheres e crianças.

### 1.4 Hipótese

Focar em uma estratégia de marketing segmentada, onde a loja oferece programas de fidelidade ou descontos exclusivos para clientes de cada segmento: masculino, feminino e infantil. Isso poderia incentivar a lealdade do cliente e aumentar as vendas repetidas. Além disso, a implementação de um sistema de recomendação personalizado com base no histórico de compras de cada cliente poderia melhorar a experiência de compra, sugerindo itens relevantes e aumentando as chances de conversão

## 2. FUNDAMENTAÇÃO

Abrange diversos aspectos que sustentam a indústria e o design. Isso inclui a compreensão da história da moda, desde suas origens até as influências contemporâneas. Também envolve o estudo dos princípios de design, como proporção, equilíbrio e harmonia, além da análise de tendências e da interpretação cultural e social da moda. A sustentabilidade na moda também é uma parte importante da fundamentação atual, considerando o impacto ambiental e ético da indústria.

### 2.1. História da Moda

*Moda Masculina;*

1920 - O de gangster: Nos anos 20, os homens adotaram o estilo de gangster, caracterizado por ternos elegantes, gravatas largas e chapéus, inspirados pela cultura dos gângsteres *da época*.

1950 - Estilo greaser: Durante os anos 50, os jovens adotaram o estilo greaser, com jaquetas de couro, calças jeans ajustadas e cabelos penteados para trás com basta traje brilhantina, influenciados pela cultura do rock and. roll.

1980 - Yuppie: Nos anos 80, os jovens profissionais urbanos, conhecidos como "yuppies", usavam ternos bem cortados, camisas de colarinho largo e acessórios elegantes para refletir seu status social e sucesso profissional.

*Moda Feminina;*

1920 - Era do jazz: As mulheres nos anos 20 usavam vestidos curtos estilo frappé, com franjas, contas e cortes retos, refletindo a liberdade e a independência da era do jazz.



1960 – Minissaia e psicodélica: Nos anos 60, a moda feminina foi revolucionada com o surgimento da minissaia, juntamente com estampas psicodélicas e cores vibrantes, influenciadas pela cultura pop e o movimento hippie.

*1990 - Grunge: Nos anos 90, o estilo grunge influenciou a moda feminina, com roupas largas, camisas xadrez amarradas na cintura, jeans rasgados e botas pesadas, refletindo uma estética despojada.*

#### *Moda Infantil:*

1950 - Roupas formais: Nas décadas de 1950 e 1960, as roupas infantis eram mais formais, com meninos usando ternos e meninas usando vestidos delicados e laços, refletindo os valores tradicionais da época.

1980 - Moda infantil colorida: Nos anos 80, a moda infantil era marcada por cores vibrantes, estampas chamativas e roupas inspiradas em personagens de desenhos animados e filmes, refletindo a cultura pop da época.

Atualidade – Moda consciente: Hoje em dia, há uma crescente preocupação com a moda infantil sustentável e ética, com marcas produzindo roupas feitas de materiais orgânicos e práticas de produção responsáveis, além de uma ênfase em designs confortáveis e versáteis para as crianças.

### **2.2.1. Principais Aplicações da Moda**

**Expressão pessoal:** A moda é uma forma de expressar a identidade, estilo e personalidade de uma pessoa. As roupas que escolhemos usar muitas vezes refletem nossos gostos, valores e até mesmo nosso humor.

**Indústria:** A moda é uma indústria global multibilionária que abrange design, fabricação, marketing, varejo e muito mais. Ela emprega milhões de pessoas em todo o mundo e contribui significativamente para a economia global.

**Cultura e identidade:** A moda desempenha um papel importante na cultura e na identidade de diferentes sociedades e grupos. Ela reflete tradições, valores e estilos de vida específicos de uma determinada região ou comunidade.

**Autoconfiança e autoestima:** O uso de roupas que nos fazem sentir bem pode aumentar nossa autoconfiança e autoestima. Vestir-se bem pode impactar positivamente nossa atitude e comportamento.

**Inovação e criatividade:** A moda é um campo que está sempre evoluindo e se reinventando. Os designers estão constantemente inovando e explorando novas técnicas, materiais e estilos, o que estimula a criatividade e a experimentação.

**Comunicação não verbal:** As roupas que escolhemos usar comunicam mensagens não verbais sobre quem somos e como queremos ser percebidos pelos outros. A moda pode transmitir status social, profissionalismo, afiliação a grupos e muito mais.

Essas são apenas algumas das muitas aplicações da moda em nossa sociedade. Ela desempenha um papel significativo em diversos aspectos de nossas vidas, desde a forma como nos apresentamos ao mundo até sua influência na economia global.

### **3. Desenvolvimento;**

Equalize modas é uma loja de roupas que oferece uma ampla variedade de produtos para homens, mulheres e crianças. Nosso foco está em fornecer moda

acessível e de qualidade, desde peças básicas do dia a dia até itens mais elegantes para ocasiões especiais. Nosso compromisso com o excelente atendimento ao cliente e a criação de uma experiência de compra única nos diferencia, enquanto buscamos constantemente inovação e adaptação às necessidades e preferências dos nossos clientes

### **3.1. Sumário Executivo**

**Nome da Empresa:** Moda & Estilo

**Localização:** Av. dos Vessoni, 35 - Centro, Jandira - SP, 06600-040

**Proprietário:** Renan Soares Barbaes

Jane Maria De Macedo

**Tipo de Empresa:** Vestuário

**Forma Jurídica:** Equalize Modas (LTDA)

#### **3.1.1 Resumo do Negócio**

Equalize Modas é uma empresa que atua no setor de moda e vestuário, oferecendo uma ampla variedade de produtos que incluem roupas, calçados e acessórios. Seu modelo de negócios é baseado na oferta de itens que seguem as últimas tendências da moda, visando atender um público diversificado com diferentes estilos e preferências.

A empresa se diferencia pela qualidade dos produtos, atendimento ao cliente e preços competitivos. Além disso, a Equalize Modas investe em marketing digital e em uma presença ativa nas redes sociais para alcançar e engajar seus clientes. A marca também pode estar presente em plataformas de e-commerce, facilitando o acesso aos seus produtos de forma conveniente e rápida.

Outro ponto forte da Equalize Modas é a inovação constante em suas coleções, buscando sempre trazer novidades e atender às demandas do mercado de moda. A empresa pode também envolver-se em práticas sustentáveis e éticas na fabricação de seus produtos, promovendo a responsabilidade social e ambiental.

Em resumo, a Equalize Modas é uma empresa dinâmica no setor de moda, com foco em qualidade, inovação e satisfação do cliente, visando consolidar sua presença no mercado e expandir seu alcance.

#### **3.1.2 Missão da empresa**

Oferecer moda acessível e de alta qualidade para todos os estilos e tamanhos, enquanto proporcionamos um serviço excepcional e criamos uma comunidade de clientes satisfeitos e fiéis.

#### **3.1.3. Visão**

Ser a principal referência em moda acessível em Jandira e região, reconhecida pela qualidade de nossos produtos e pelo atendimento ao cliente.

#### **3.1.4. Metas**

Atrair novos clientes e fidelizar os existentes através de estratégias de marketing eficazes e um serviço excepcional ao cliente.

Oferecer uma variedade de produtos que atendam às necessidades e preferências dos clientes locais e turistas, incluindo uma mistura de moda atual.

Implementar práticas eficientes de gestão de estoque, vendas e atendimento ao cliente para maximizar a produtividade e minimizar os custos operacionais. Expandir a presença online da loja através de um website atraente, mídias sociais e outras plataformas digitais para alcançar um público mais amplo e aumentar as vendas.

Estabelecer parcerias com outras empresas locais, e de viagens, para promover a loja e atrair clientes adicionais.

Realizar análises periódicas de desempenho e feedback dos clientes para identificar áreas de melhoria e fazer ajustes conforme necessário para alcançar as metas estabelecidas.

### **3.1.5. Valores:**

Profissionalismo;  
Inovação;  
Credibilidade;  
Sustentabilidade;  
Reconhecimento.

## **3.2. Análise De Mercado**

### **Análise do Setor:**

O setor de moda no Brasil é um dos mais dinâmicos e diversificados, com uma grande variedade de segmentos que vão desde o luxo até o popular. A região de Jandira, SP, apresenta um mercado em crescimento, com uma população jovem e adulta que valoriza as tendências de moda e busca produtos acessíveis e de qualidade.

### **Público-Alvo:**

**Demografia:** Mulheres e homens de 18 a 45 anos.

**Localização:** Moradores de Jandira e arredores.

**Preferências:** Buscam por roupas e acessórios modernos, de boa qualidade e a preços acessíveis. Valorizam o atendimento personalizado e a conveniência das compras online.

### **Concorrência:**

**Lojas Físicas Locais:** Existem diversas lojas de roupas em Jandira que competem diretamente com a Equalize Modas, oferecendo produtos similares. A competição pode ser intensificada durante períodos de promoção.

**Lojas de E-commerce:** O crescimento do e-commerce significa concorrência adicional de lojas online nacionais e internacionais. Equalize Modas precisa destacar-se com um serviço personalizado e entrega rápida para ganhar vantagem.

**Tendências de Mercado:** Moda Sustentável: A crescente preocupação com a sustentabilidade está impulsionando a demanda por produtos de moda ecológicos e éticos.

**Personalização:** Consumidores estão cada vez mais procurando por experiências de compra personalizadas.

**E-commerce:** A pandemia acelerou a tendência de compras online, e isso deve continuar, com consumidores valorizando a conveniência e segurança das compras digitais.

### **Oportunidades:**

**Expansão Online:** Desenvolver um e-commerce robusto pode capturar uma parte significativa do mercado que prefere compras online.

**Marketing Digital:** Utilizar redes sociais e influenciadores locais pode aumentar a visibilidade da marca e atrair mais clientes.

**Programas de Fidelidade:** Implementar programas de fidelidade para aumentar a retenção de clientes e incentivar compras repetidas.

#### **Ameaças:**

**Concorrência Intensa:** Tanto de lojas físicas quanto online, que podem oferecer produtos similares a preços competitivos.

**Mudanças Econômicas:** Flutuações econômicas podem afetar o poder de compra dos consumidores, reduzindo o gasto com moda.

**Mudanças nas Preferências do Consumidor:** O mercado da moda é altamente volátil e depende das tendências, que mudam rapidamente.

#### **Estratégias de Diferenciação:**

**Atendimento Personalizado:** Treinar a equipe para oferecer um atendimento excepcional, ajudando os clientes a encontrar produtos que atendam às suas necessidades.

**Promoções e Parcerias Locais:** Realizar eventos e parcerias com influenciadores e organizações locais para aumentar a visibilidade.

**Variedade e Qualidade:** Manter um estoque variado que reflete as últimas tendências de moda, garantindo qualidade e preços acessíveis.

Com uma análise de mercado sólida, a Equalize Modas pode posicionar-se estrategicamente para atender às demandas do público-alvo e superar a concorrência, garantindo crescimento sustentável e sucesso a longo prazo.

### **Mercado-Alvo**

**Segmento de Mercado:** Consumidores de moda de classe média e alta, masculina entre 15 e 50 anos, feminino entre 15 e 50 anos e infantil entre 4 a 12 anos residentes na cidade de São Paulo.

Tamanho do Mercado: Aproximadamente 1 milhão de consumidores na região metropolitana de São Paulo.

Necessidades do Cliente: Produtos de moda de qualidade, com bom custo-benefício, e uma experiência de compra agradável.

#### **3.2.1 Análise de Concorrência**

##### **Principais Concorrentes:**

**Loja A:** Foco em moda feminina com preços mais elevados.

**Loja B:** Moda masculina e feminina com maior foco em descontos e promoções.

**Loja C:** Vendas exclusivamente online com um amplo catálogo de produtos.

##### **Diferenciais Competitivos:**

- Atendimento personalizado e consultoria de moda
- Produtos exclusivos e de alta qualidade
- Experiência de compra diferenciada na loja física e online

### 3.3.1 Estratégia de Marketing

**Posicionamento:** Loja de moda que oferece produtos de alta qualidade com um atendimento excepcional.

**Canais de Venda:** Loja física, e-commerce, redes sociais.

#### **Promoção e Publicidade:**

- Campanhas de marketing digital (Google Ads, Facebook Ads)
- Promoções sazonais e descontos para clientes fiéis
- Parcerias com influenciadores digitais de moda

### 3.3.2. Identidade Visual:

Logo da nossa loja:



Fonte: Elaborado pelos Autores

### 3.3.3. Significados das cores da empresa Equalize Modas.

Marrom: Seriedade, Resiliência, Elegância

Branca: Competência, Pureza, Frescor (ambiente arejado)

Laranja: Criatividade, Alegria e Confiança.

### 3.4. Análise SWOT:

Análise SWOT:

#### Forças

**Variedade de Produtos:** A "Equalize Modas" pode oferecer uma ampla gama de roupas e acessórios, atendendo a diferentes públicos (feminino, masculino, infantil) e estilos,

**Atendimento ao Cliente:** Um forte diferencial pode ser o excelente atendimento ao cliente, com uma equipe preparada para ajudar e oferecer uma experiência de compra positiva.

**Localização Estratégica:** Estar localizada em Jandira pode proporcionar acesso a um público diverso e crescente, com fácil acesso e visibilidade.

**Preço Competitivo:** Oferecer produtos a preços competitivos pode atrair um público que busca bom custo-benefício, essencial para se destacar em um mercado concorrente.

#### Fraquezas

**Presença Digital:** Caso a presença online da "Equalize Modas" não seja forte, isso pode limitar seu alcance e competitividade no mercado digital

**Recursos Limitados para Expansão:** Se houver limitações financeiras ou de infraestrutura, pode ser desafiador expandir ou atualizar frequentemente o mix de produtos.

**Dependência de Fornecedores Locais:** Uma dependência excessiva de fornecedores locais pode limitar a variedade e a inovação dos produtos oferecidos.

#### Oportunidades

**Expansão Online:** Investir em um e-commerce e em estratégias de marketing digital pode aumentar significativamente o alcance da loja e atrair novos clientes

**Pesquisa de Concorrência:** Como fazer uma análise de mercado e destacar o seu Negócio de Moda.

**Tendências de Sustentabilidade:** Adotar práticas sustentáveis e produtos eco-friendly pode atrair um público consciente e diferenciar a marca no mercado

**Customização e Personalização:** Oferecer opções de customização e personalização de roupas pode aumentar a fidelização dos clientes e agregar valor aos produtos.

**Varejo de moda:** dados, tendências e dicas para lucrar

**Parcerias Locais:** Estabelecer parcerias com outros negócios locais para eventos conjuntos, promoções e campanhas de marketing pode aumentar a visibilidade e atratividade da loja.

## Ameaças

**Concorrência Local Intensa:** A presença de outras lojas bem estabelecidas em Jandira, como a JRB Modas, representa uma ameaça competitiva significativa RB Modas - Loja de Roupas Mudanças no

**Comportamento do Consumidor:** A rápida mudança nas preferências dos consumidores e a demanda por novas tendências podem ser desafiadoras de acompanhar.

**Pressão de Preço:** A competição baseada em preço pode diminuir as margens de lucro e tornar difícil manter a qualidade dos produtos.

**Fatores Econômicos:** Situações econômicas adversas, como recessões ou inflação, podem afetar o poder de compra dos consumidores e reduzir as vendas.

A Equalize Modas tem uma boa base para se destacar no mercado de Jandira, com pontos fortes como variedade de produtos e atendimento ao cliente. No entanto, precisa enfrentar desafios como a melhoria de sua presença digital e a adaptação às mudanças nas preferências dos consumidores. Investir em tendências de sustentabilidade e personalização, assim como explorar oportunidades de expansão online e parcerias locais, pode fortalecer a posição da loja no mercado.



### 3.5. Modelagem do Negócio

O modelo de negócio da Equalize Modas é projetado para ser flexível e adaptável, permitindo que a loja se destaque no competitivo mercado de moda de Jandira - Sp. Combinando uma variedade de produtos de qualidade, preços competitivos, excelente atendimento ao cliente e uma forte presença online, a Equalize Modas está posicionada para atrair e reter uma ampla base de clientes.



### 3.6. Os 4P'S do Marketing

**Produto:** Variedade e qualidade de roupas e acessórios, seguindo as tendências de moda.

**Preço:** Preços competitivos com estratégias de descontos e opções para atacado e varejo.

**Praça Distribuição:** Localização estratégica Em Jandira e presença online através de e-commerce.

#### Promoção:

Uso de redes sociais, parcerias com influenciadores, publicidade online e promoções especiais.

Esse mix de marketing visa atrair e fidelizar clientes, aproveitando a localização e as tendências de moda para se destacar no mercado.

### 3.7. Produtos/Serviços

#### Produtos:

##### Roupas Femininas:

Vestidos: Casuais, formais, de festa, e de verão.

Blusas e Camisetas: Manga curta, manga longa, regatas .

Calças Jeans, sociais e de moletom.

Saias Curtas, mídi, longas e justas.

##### Roupas Masculinas:

Camisetas e Polos básicos, estampadas e polos. Camisas: Sociais e Casuais.

Calças: Jeans, de sarja, sociais e de moletom.

Bermudas e Shorts: Casuais, esportivos e de praia.



## **Roupas Infantis:**

Roupas para Meninas: Vestidos, blusas, calças, saias e conjuntos.  
Roupas para Meninos\*: Camisetas, calças, bermudas e conjuntos.  
Roupas de Bebê: Macacões, conjuntos e acessórios.

## **Acessórios:**

Bolsas e Mochilas: Diversos modelos e tamanhos.  
Cintos e Chapéus: Para complementar os looks.  
Bijuterias: Brincos, colares, pulseiras e anéis.  
Lenços e Cachecóis: Para todas as estações.

## **Nossos Serviços:**

### **Vendas no Atacado e Varejo**

**Atacado:** Ofertas especiais para revendedores e pequenos lojistas com preços diferenciados para compras em grandes quantidades.

**Varejo:** Venda direta ao consumidor final na loja física e online.

**Loja Online:** Plataforma fácil de usar com opções de pagamento seguras e diversas, oferecendo entrega para todo o Brasil.

**Catálogo Virtual:** Acesso ao catálogo completo de produtos, com detalhes e fotos de alta qualidade.

## **Atendimento Personalizado:**

**Consultoria de Estilo:** Auxílio para clientes na escolha de peças que combinam com seu estilo pessoal.

**Serviço de Atendimento ao Cliente:** Suporte via telefone, e-mail e redes sociais para responder dúvidas e resolver problemas.

## **Promoções e Descontos:**

**Programas de Fidelidade:** Descontos e vantagens exclusivas para clientes frequentes.

**Promoções Sazonais:** Descontos especiais durante datas comemorativas e eventos promocionais.

## **Política de Troca e Devolução**

**Facilidade de Troca:** Política clara e justa para trocas e devoluções, visando a satisfação do cliente.

**Workshops de Moda:** Sessões educativas sobre tendências, combinação de peças e cuidados com roupas.

A Equalize Modas oferece uma ampla gama de produtos de moda para toda a família e uma série de serviços voltados para proporcionar uma excelente experiência de compra. Com foco em qualidade, variedade e atendimento

personalizado, a loja se posiciona como uma opção atraente para consumidores e revendedores no competitivo mercado.

### **3.7.1 Comunicação:**

A comunicação é um aspecto crucial para o sucesso da Equalize Modas, tanto internamente quanto externamente. Abaixo está um plano abrangente de comunicação para a Equalize Modas.

## **Plano de Comunicação da Equalize Modas**

### **Comunicação Interna**

**Reuniões Semanais:** Reuniões regulares com os gerentes de cada departamento para discutir metas, desempenho, desafios e novas iniciativas.

**E-mails Corporativos:** Utilização de e-mails para a disseminação de informações importantes, atualizações e anúncios internos.

**Intranet Corporativa:** Plataforma online onde funcionários podem acessar notícias da empresa, recursos, políticas e procedimentos.

**Quadros de Avisos:** Utilização de quadros de avisos nas áreas comuns para comunicação de informações relevantes e anúncios.

**Aplicativos de Mensagens:** Uso de aplicativos como WhatsApp ou Slack para comunicação rápida e eficaz entre os membros da equipe.

### **Estratégias de Comunicação**

**Reuniões de Feedback:** Sessões periódicas onde funcionários podem compartilhar suas opiniões e sugestões.

**Boletins Informativos Internos:** Envio regular de boletins informativos destacando conquistas, novidades e eventos futuros.

**Treinamentos e Workshops:** Programas de capacitação contínua para melhorar habilidades e manter a equipe atualizada sobre as tendências do setor.

**Cultura Organizacional:** Promover uma cultura de comunicação aberta e transparente onde todos se sintam à vontade para expressar suas ideias e preocupações.

### **Comunicação Externa**

#### **Canais de Comunicação**

**Site da Empresa:** Atualizações regulares no site com informações sobre produtos, promoções e notícias.

**Redes Social:** Uso ativo de plataformas como Instagram, Facebook, Twitter e TikTok para engajar com os clientes, compartilhar conteúdos e promover produtos.

**E-mail Marketing:** Envio de newsletters e e-mails promocionais para manter os clientes informados sobre novidades e ofertas especiais.

**Publicidade Online e Offline:** Campanhas publicitárias em mídias

digitais e tradicionais, como anúncios em revistas, jornais e outdoors.

**Loja Online:** Plataforma de e-commerce eficiente para facilitar compras online e atendimento ao cliente.

## **Estratégias de Comunicação**

**Marketing de Conteúdo:** Criação de conteúdos valiosos e relevantes, como blog posts, vídeos e infográficos para atrair e engajar clientes.

**Promoções e Ofertas:** Comunicação de promoções e descontos através de todos os canais disponíveis para atrair novos clientes e reter os atuais.

**Eventos e Parcerias:** Participação em eventos do setor e parcerias com influenciadores e outras marcas para aumentar a visibilidade.

**Atendimento ao Cliente:** Serviço de atendimento ao cliente eficiente, disponível por telefone, e-mail e chat online, para resolver dúvidas e problemas rapidamente.

## **Comunicação de Crises**

### **Plano de Gestão de Crises**

**Identificação de Riscos:** Mapeamento de potenciais crises e desenvolvimento de planos de contingência.

**Equipe de Crise:** Formação de uma equipe dedicada à gestão de crises, incluindo porta-vozes treinados.

**Protocolos de Comunicação:** Estabelecimento de procedimentos claros para a comunicação durante uma crise, garantindo rapidez e precisão nas informações divulgadas.

**Transparência e Honestidade:** Comunicação aberta e honesta com todas as partes interessadas durante uma crise para manter a confiança e a reputação da marca.

### **Implementação e Avaliação**

**Implementação Gradual:** Introduzir os diferentes aspectos do plano de comunicação de maneira gradual, priorizando os mais críticos.

**Monitoramento e Avaliação:** Avaliar regularmente a eficácia das estratégias de comunicação através de feedbacks, pesquisas e análise de métricas.

**Ajustes Contínuos:** Ajustar e melhorar continuamente as estratégias com base nos resultados e nas mudanças do mercado.

Adotar esse plano de comunicação ajudará a Equalize Modas a manter uma comunicação eficiente e eficaz, fortalecendo o relacionamento com os funcionários e clientes e assegurando o crescimento sustentável da empresa.



### 3.8. Plano de vendas

**Aumento de Vendas Mensais:** Atingir um crescimento de 15% nas vendas mensais nos próximos seis meses.

**Fidelização de Clientes:** Criar um programa de fidelidade para aumentar a retenção de clientes em 20% no próximo ano.

**Expansão do Alcance Online:** Aumentar as vendas online em 25% nos próximos seis meses.

**Demográfico:** Jovens adultos e crianças com idade entre 14 a 50 anos e crianças entre 6 e 12 anos as famílias residentes locais. Pessoas interessadas em moda acessível e sustentável, preocupadas com estilo e qualidade.

### Estratégias de Venda

#### Marketing Digital:

Utilizar redes sociais (Instagram, Facebook) para promoções e lançamentos. Investir em anúncio Google.

#### Promoções e Descontos:

Oferecer descontos sazonais e promoções especiais em datas comemorativas.

Implementar um programa de fidelidade com pontos que podem ser trocados por descontos.

#### Parcerias:

Colaborar com influenciadores locais para promover a marca.

Parcerias com designers locais para coleções exclusivas Canais de Venda

**Loja Física:**

Melhoria no layout e experiência do cliente.  
Atendimento personalizado e consultoria de moda.

**Loja Online:**

Otimização do site para uma experiência de compra fluida.  
Implementação de chatbots para atendimento imediato.  
Market places:

**Atividades de Marketing****Conteúdo e Engajamento:**

Postagens regulares em redes sociais com fotos de produtos, vídeos e stories.  
Criação de um blog no site com dicas de moda e estilo.

**E-mail Marketing:**

Envio de newsletters semanais com novidades, promoções e dicas de moda.  
Campanhas de e-mail segmentadas para diferentes grupos de clientes.

**Eventos:**

Realização de eventos na loja, como lançamentos de coleções e workshops de moda.

Participação em feiras e eventos locais para aumentar a visibilidade.

**Métricas de Desempenho:**

KPIs; Indicadores-Chave de Desempenho.  
Taxa de conversão (loja física e online).  
Número de novos clientes versus clientes recorrentes.  
Receita média por cliente.  
Engajamento nas redes sociais (curtidas, comentários, compartilhamentos).  
Taxa de abandono do carrinho na loja online.

**Recursos Necessários****Equipe:**

Treinamento contínuo da equipe de vendas e atendimento ao cliente.

**Tecnologia:**

Plataforma de e-commerce robusta.  
Ferramentas de marketing digital (Hootsuite, Mailchimp).

**Orçamento:**

Alocação de recursos para campanhas de marketing, promoções e eventos.

**Conclusão**

Este plano de vendas para a "Equalize Modas" visa não apenas aumentar as vendas, mas também melhorar a experiência do cliente e fortalecer a marca no mercado local e online. Com uma abordagem integrada de marketing e vendas, a loja pode alcançar seus objetivos de crescimento e fidelização de clientes.

**3.9. Plano Operacional**

O plano operacional da Equalize Modas detalha como a empresa gerencia suas operações diárias para alcançar seus objetivos de negócios. A seguir, está uma estrutura para um plano operacional abrangente:

**Visão Geral das Operações**

**Objetivo:** Garantir a entrega eficiente de produtos de alta qualidade, seguindo as tendências de moda, para um público diversificado.

**Escopo:** Inclui design, produção, gerenciamento de estoque, vendas, marketing, atendimento ao cliente e logística.

## Produção

**Design e Desenvolvimento:** Equipe de designers trabalha em novas coleções baseadas em pesquisas de mercado e tendências de moda.

**Fornecedores:** Estabelecimento de parcerias com fornecedores de tecidos, materiais e acessórios de alta qualidade.

**Fabricação:** Produção terceirizada em fábricas que atendam aos padrões de qualidade e responsabilidade social da empresa.

**Controle de Qualidade:** Implementação de um rigoroso processo de controle de qualidade para garantir que todos os produtos atendam aos padrões da marca.

## Gestão de Estoque

**Armazenamento:** Utilização de um sistema de gerenciamento de estoque automatizado para monitorar níveis de estoque em tempo real.

**Reabastecimento:** Processos definidos para reabastecimento contínuo com base na demanda, evitando excessos e faltas de estoque.

**Logística:** Parcerias com empresas de logística para garantir a entrega eficiente e pontual dos produtos aos clientes.

## Vendas e Distribuição

**Canais de Vendas:** Venda através de lojas físicas, e-commerce próprio e marketplaces.

**Atendimento ao Cliente:** Equipe de atendimento ao cliente treinada para oferecer suporte antes, durante e após a compra, garantindo a satisfação do cliente.

**Política de Devoluções e Trocas:** Procedimentos claros e amigáveis para devoluções e trocas, aumentando a confiança do cliente na marca.

## Marketing e Promoção

**Marketing Digital:** Campanhas de marketing digital em redes sociais, e-mail marketing e SEO para aumentar a visibilidade da marca e atrair clientes.

**Promoções e Descontos:** Estratégias promocionais, como descontos sazonais e programas de fidelidade para incentivar compras repetidas.

**Parcerias e Colaborações:** Colaborações com influenciadores e outras marcas para ampliar o alcance e a visibilidade.

## Gestão de Recursos Humanos

**Recrutamento e Treinamento:** Processo contínuo de recrutamento e treinamento para garantir uma equipe capacitada e motivada.

**Cultura Organizacional:** Fomento de uma cultura organizacional positiva que valorize a inovação, colaboração e satisfação dos funcionários.

**Avaliação de Desempenho:** Sistemas de avaliação de desempenho e feedback contínuo para melhorar a eficiência e a produtividade da equipe.

## Sustentabilidade

**Práticas Sustentáveis:** Implementação de práticas sustentáveis na produção e operações diárias, incluindo o uso de materiais recicláveis e redução de desperdício.

**Responsabilidade Social:** Envolvimento em iniciativas de responsabilidade social, como apoio a comunidades locais e projetos ambientais.

### **Análise e Melhoria Contínua**

KPIs: Definição e monitoramento de indicadores-chave de desempenho (KPIs) para avaliar a eficácia das operações.

**Feedback do Cliente:** Coleta e análise de feedback dos clientes para identificar áreas de melhoria.

**Inovação:** Investimento contínuo em inovação para manter a competitividade no mercado.

Este plano operacional visa garantir que a Equalize Modas opere de forma eficiente, sustentável e alinhada com as expectativas dos clientes, permitindo um crescimento contínuo e sustentável da empresa.

#### **3.9.1. Localização:**

Equalize Modas fica localizada

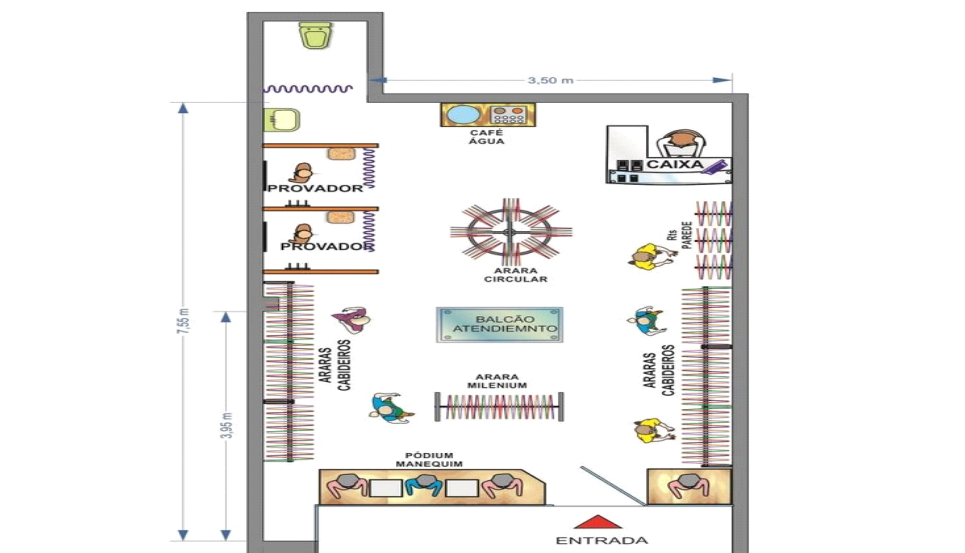
Av. dos Vessoni, 75 Centro, Jandira - SP, 06600-040



Av. dos Vessoni, 75 - Centro  
Jandira - SP, 06600-040



### 3.9.2. Layout Empresa



### 3.9.3 Processo de Produção:

**Pesquisa de Mercado e Tendências:** A primeira etapa envolve a análise das tendências de moda, comportamento do consumidor e concorrência. Este processo é fundamental para coletar inspirações e definir as direções estilísticas da nova coleção.

#### Logística e Armazenagem:

**Embalagem:** Embalagem das roupas para transporte e armazenamento.

**Estoque:** Organização do estoque, garantindo que as peças estejam prontas para serem distribuídas conforme a demanda.

#### Distribuição e Vendas:

**Distribuição:** Envio das roupas para a loja física e para o e-commerce.

**Exposição:** Disposição das peças na loja de maneira atraente para os clientes.

**Marketing e Promoção:** Campanhas de marketing para promover as novas



coleções, tanto online quanto offline.

#### **Vendas e Atendimento ao Cliente:**

**Venda Física:** Atendimento aos clientes na loja, ajudando-os a encontrar o que precisam.

**Venda Online :** Gerenciamento das vendas pelo site, incluindo processamento de pedidos e atendimento ao cliente.

#### **Feedback e Ajustes:**

**Feedback dos Clientes:** Coleta de feedback sobre as peças e a experiência de compra.

**Ajustes na Produção:** Fazer ajustes baseados no feedback para melhorar futuras coleções e processos.

Este resumo sintetiza as etapas essenciais do processo de produção da "Equalize Modas", abordando a criação e oferta de roupas masculinas, femininas e infantis, garantindo a qualidade e a satisfação do cliente.

### **3.9.4 Fornecedores:**

**Portal do Brás:** Um portal com uma vasta gama de fornecedores de roupas e nichos de mercado.

**Destake:** Especializada em roupas femininas, a Destake vende no atacado e entrega em todo o Brasil.

(<https://ecommercenapratica.com/como-encontrar-bons-fornecedores-de-roupas> **HYPERLINK** "<https://ecommercenapratica.com/como-encontrar-bons-fornecedores-de-roupas/>").

**Rovitex:** Conhecida pela qualidade e seriedade, a Rovitex oferece uma ampla gama de peças de vestuário desde a matéria-prima até o produto final.

<https://ecommercenapratica.com/como-encontrar-bons-fornecedores-de-roupas>

**O Rei da Liganete :** Localizada em Caruaru (PE), esta fábrica é especializada em roupas populares vendidas em pacotes a partir de R\$5,70 por unidade. Uma ótima opção para quem busca preços baixos e compra em grandes quantidades.

<https://roupasimportadas.net/roupas-para-loja-de-dez-reais/>

Esses fornecedores oferecem uma variedade de produtos que podem atender diferentes necessidades de estoque para sua loja. Avalie as opções disponíveis, considerando fatores como preço, qualidade e facilidade de compra e entrega.

### **3.9.5. Estrutura Organizacional**

**Proprietário:** Renan Soares Barbaes , Jane Maria De Macedo

#### **Equipe:**

**Gerente de Loja:** Renan Soares Barbaes

**Vendedores:** Carla Luz Da Silva , Beatriz Silva Alcantara

**Consultores de Moda:** Renan Soares Barbaes , Jane Maria De Macedo

**Assistente de Marketing:** Beatriz Silva Alcantara

**Responsável pelo E-commerce:** Renan Soares Barbaes , Jane Maria De Machado

#### **4.Plano Financeiro**

**Investimento Inicial: 180.000,00**

Reforma e decoração da loja: **R\$ 9.000,00**

Estoque inicial de produtos: **R\$ 26.130,00**

Equipamentos e mobília: **R\$ 9.760,00**

Marketing e publicidade: **R\$ 5.000,00**

Custos operacionais iniciais (3 meses): **R\$ 61.000,00**

Fundo Emergencial: **R\$ 30.000,00**

#### **Fontes de Financiamento:**

Capital próprio: **R\$ 100.000,00**

Empréstimo bancário: **R\$ 80.000,00**

#### **Projeção de Receita Anual:**

Vendas anuais estimadas: **R\$ 372.388,00**

Custo dos produtos vendidos: **R\$ 137.220,00**

Despesas operacionais: **R\$ 178.994,77**

Lucro bruto anual: **R\$ 56.137,23**

#### **Análise de Viabilidade**

**Ponto de Equilíbrio:** Espera-se que a loja atinja o ponto de equilíbrio em 18 meses, considerando um crescimento mensal constante nas vendas.

#### **Riscos e Mitigações:**

**Risco:** Mudança nas tendências de moda.

**Mitigação:** Monitoramento constante das tendências e adaptação rápida do estoque.

**Risco:** Concorrência intensa.

**Mitigação:** Diferenciação pelo atendimento personalizado e exclusividade dos produtos.

**Conclusão:** Moda & Estilo possui um plano sólido para estabelecer-se no mercado de moda de São Paulo, oferecendo produtos de qualidade e um atendimento diferenciado. A expectativa é de crescimento sustentável e lucrativo ao longo dos próximos anos.

#### **Plano Financeiro:**

Foi executado uma pesquisa de preço de todos os equipamentos, matéria prima, mão de obra, moveis e capital de giro. Como investimento inicial para a abertura da nossa empresa o valor de cento e oitenta mil reais R\$180.000,00. Sendo uma cota de cinquenta mil reais R\$50.000,00 de cada sócio e oitenta mil reais R\$80.000,00 como empréstimo.

CONTROLE FINANCEIRO EQUALIZE					
CAIXA INICIAL	R\$	150.000	CAIXA EMERGENCIAL	R\$	30.000,00
RETORNO DO INVESTIMENTO	VALOR LÍQUIDO REAL			INVESTIMENTO	R\$ 180.000,00
ESTIMATIVA EM 3 ANOS	R\$ 372.388,00			VALOR BRUTO REAL	R\$ 56.173,23
ANUALMENTE					
DEP	QNTD PRODUTOS	DEP	VALORES	DISPESA ANUAL	\$
ACESSÓRIOS	720	ACESSÓRIOS	R\$ 52.920,00	DESPESAS FIXAS	-R\$ 26.400,00
BERMUDAS	144	BERMUDAS	R\$ 4.536,00	COLABORADORES FREELANCE	-R\$ 12.000,00
CALÇADO	450	CALÇADO	R\$ 21.788,00	MATERIAS GERAIS	-R\$ 5.160,00
CAMISARIA	672	CAMISARIA	R\$ 18.456,00	FUNCIONARIOS	-R\$ 90.000,00
MODA DE INVERNO	366	MODA DE INVERNO	R\$ 32.460,00	PATRIMONIO	-R\$ 9.760,00
MODA INTIMA	408	MODA INTIMA	R\$ 7.080,00	IMPOSTOS	-R\$ 35.674,77
<b>TOTAL</b>	<b>2.760</b>	<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 137.220,00</b>	<b>TOTAL</b>	<b>-R\$ 178.994,77</b>
CUSTO DE COMPRAS		PREÇO DE VENDAS		DIF ▲	
-R\$ 137.220,00		R\$ 372.388,00		R\$ 235.168,00	

## CAPITAL DE GIRO

O total do capital de giro é cento e oitenta mil reais R\$180.000,00 Sendo valores de investimento inicial e pré-operacionais.

## PRÉ-OPERACIONAIS

A despesa pré-operacional será de quinze mil oitocentos e sessenta reais R\$ 15.860,00 valor gasto para despesas de legalização, manutenção do local que será alugado.

PATRIMONIO	Quantidade	Valor Unitário R\$	Total
Ventilador	2	R\$ 200,00	R\$ 400,00
balcão	2	R\$ 150,00	R\$ 300,00
Puf's	3	R\$ 100,00	R\$ 300,00
Cabideiro	6	R\$ 150,00	R\$ 900,00
Cabides	200	R\$ 1,50	R\$ 300,00
Vitrine	2	R\$ 900,00	R\$ 1.800,00
Notbook	1	R\$ 1.600,00	R\$ 1.600,00
Maquina De Etiquetas	1	R\$ 200,00	R\$ 200,00
Impressora	1	R\$ 450,00	R\$ 450,00
Cafeteira	1	R\$ 150,00	R\$ 150,00
Purificador De Agua (Bebedor)	1	R\$ 300,00	R\$ 300,00
Expositor De Tenis	2	R\$ 400,00	R\$ 800,00
Conjunto de mesas e cadeiras	1	R\$ 1.100,00	R\$ 1.100,00
Prateleiras	1	R\$ 60,00	R\$ 60,00
Manequins	5	R\$ 120,00	R\$ 600,00
Armarios	1	R\$ 500,00	R\$ 500,00
<b>Subtotal</b>	<b>230</b>	<b>R\$ 6.381,50</b>	<b>R\$ 9.760,00</b>
DESPESAS FIXAS	SUBTOTAL		
ÁGUA		R\$	150,00
ALUGUEL DO IMÓVEL		R\$	1.500,00
ENERGIA		R\$	300,00
INTERNET		R\$	100,00
SEGURANÇA 24HRS		R\$	150,00
<b>CUSTO TOTAL</b>		<b>R\$</b>	<b>2.200,00</b>
		<b>R\$</b>	<b>26.400,00</b>

## INVESTIMENTOS

A necessidade de investimento de cento e oitenta mil reais R\$180.000,00





limitadas.

**Qualidade:** Manter e melhorar a qualidade dos produtos, incorporar feedback dos clientes.

### **Estratégias de Preço**

Competitiva: Comparar preços com concorrentes e ajustar conforme necessário.

Promoções: Oferecer descontos sazonais, programas de fidelidade, cupons de desconto.

### **Estratégias de Distribuição**

E-commerce: Otimizar a plataforma de vendas online, melhorar a logística de entrega e políticas de devolução.

Parcerias: Estabelecer parcerias com marketplaces e outras lojas.

### **Estratégias de Recursos Humanos**

Treinamento e Desenvolvimento: Capacitação contínua da equipe, foco no atendimento ao cliente.

Cultura Organizacional: Incentivar uma cultura de inovação, colaboração e excelência.

## **5.1 CONSIDERAÇÕES FINAIS:**

A elaboração deste trabalho permitiu uma análise detalhada do empreendimento Equalize Modas, destacando os principais aspectos que contribuem para seu sucesso e sustentabilidade no mercado de moda. Através de uma pesquisa abrangente, foram identificados fatores cruciais como a importância de uma gestão eficiente, estratégias de marketing direcionadas e a adaptação às tendências do setor.

A Equalize Modas mostrou-se uma empresa com grande potencial de crescimento, evidenciado pela sua capacidade de inovar e atender às demandas dos consumidores de maneira eficaz. A implementação de práticas sustentáveis e o investimento em tecnologia também foram destacados como diferenciais competitivos.

Concluímos que, para manter-se competitiva e continuar expandindo, a Equalize Modas deve focar em estratégias de fidelização de clientes, diversificação de produtos e expansão de sua presença online. Além disso, é fundamental continuar investindo em pesquisa de mercado e capacitação de funcionários, garantindo assim um serviço de alta qualidade e a satisfação contínua dos clientes.

Este estudo reforça a importância de um planejamento estratégico bem estruturado e de uma gestão adaptável às mudanças do mercado, sendo esses elementos essenciais para o crescimento e longevidade da Equalize Modas no competitivo setor da moda.

## **5.2 Conclusão:**

Em conclusão, o desenvolvimento deste TCC permitiu uma compreensão profunda do mercado e das necessidades dos consumidores, possibilitando a criação de um modelo de negócio robusto e alinhado com as tendências contemporâneas de sustentabilidade e inovação. Equalize Modas está posicionada para se tornar uma marca reconhecida pela qualidade de seus produtos e pelo compromisso com a responsabilidade social e ambiental, pronta

para crescer e se destacar no competitivo mercado de moda.

## 6. REFERENCIAIS:

- Ferrell, O. C., & Hartline, Michael. (2013). Marketing Strategy.
- Gillespie, Kate; Jeannet, Jean-Pierre; Hennessey, H. David. (2011). Global Marketing.
- Kim, W. Chan & Mauborgne, Renée. (2005). A Estratégia do Oceano Azul.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2012). Administração de Marketing. Kotler, Philip; Kartajaya, Hermawan & Setiawan, Iwan. (2017). Marketing 4.0: Do Tradicional ao Digital.
- Lovelock, Christopher & Wright, Lauren. (2001). Serviços de Marketing e Gestão.
- Osterwalder, Alexander & Pigneur, Yves. (2010). Business Model Generation.
- Porter, Michael E. (2008). Estratégia Competitiva: Técnicas para Análise de Indústrias e da Concorrência.
- Siqueira, José Maurício de. (2005). Gestão de Marketing e Comunicação: Avanços e Aplicações.

E o link de referência:

- <https://ecommercenapratica.com/como-encontrar-bons-fornecedores-de-roupas>