

Loja de artigos para bebês



EXPEDIENTE

Presidente do Conselho Deliberativo

José Zeferino Pedrozo

Diretor Presidente

Décio Lima

Diretor Técnico

Bruno Quick

Diretor de Administração e Finanças

Margarete Coelho

Gerente

Eduardo Curado Matta

Gerente-Adjunta

Anna Patrícia Teixeira Barbosa

Gestor Nacional

Luciana Macedo de Almeida

Autor

Sebrae

Coordenação do Projeto Gráfico

Renata Aspin

Projeto Gráfico

Nikolas Furquim Zalewski

ÍNDICE

Apresentação de Negócio.....	1
Mercado.....	1
Localização.....	4
Exigências Legais e Específicas.....	4
Estrutura.....	6
Pessoal.....	7
Equipamentos.....	8
Matéria Prima/Mercadoria.....	9
Organização do Processo Produtivo.....	10
Automação.....	11
Canais de Distribuição.....	12
Investimentos.....	13
Capital de Giro.....	15
Custos.....	15
Diversificação/Agregação de Valor.....	16
Divulgação.....	18
Informações Fiscais e Tributárias.....	18
Eventos.....	21
Entidades em Geral.....	22
Normas Técnicas.....	23
Glossário.....	26
Dicas de Negócio.....	27
Características Específicas do Empreendedor.....	28
Bibliografia Complementar.....	29
Fonte de Recurso.....	30
Planejamento Financeiro.....	30
Produtos e Serviços - Sebrae.....	31
Sites Úteis.....	32

1. Apresentação de Negócio

Uma loja de artigos para bebês, é um ramo de atividade comercial que visa a venda de uma grande variedade de itens para recém-nascidos e bebês, desde o enfeite da porta da maternidade até fraldas, móveis musicais e acessórios para o berço, bichinhos de pelúcia, roupas variadas, sapatinhos, mantas, lençóis, cobertores, edredons e travesseiros, materiais de higiene, produtos de puericultura leve (chupetas, conjuntos de escovas e pente, mordedores, mamadeiras, jogos de prato e talheres, etc.), de puericultura pesada (carrinhos, andadores, banheiras, cadeirinhas para automóvel) e até acessórios para auxiliar a mãe na amamentação.

Nesse universo moderno do mercado para bebês, onde as mulheres ocupam um espaço especial, encontra-se também um valiosíssimo segmento para os produtos de conveniência, que se propõe a atenuar os problemas e desafios enfrentados pelos pais para equilibrar a rotina diária. Serviços de delivery, compras pela internet, entre outros, são produtos e serviços que têm conquistado cada vez mais adeptos, especialmente as mulheres com jornada dupla: mãe e trabalho fora do lar.

Uma grande novidade nesse mercado é a locação de artigos para bebês. Hoje se aluga uma infinidade de aparelhos e acessórios, desde carrinhos até bombas especiais para a retirada do leite. Uma das vantagens da locação é a economia, os pais não precisam mais gastar comprando todos os acessórios, podem alugar os equipamentos apenas pelo tempo necessário, evitando problemas de adaptação dos bebês, até espaço físico para guardá-los em casa. Há a possibilidade de alugar diversos itens, desde produtos como cercadinhos, poltronas de automóvel, berços portáteis, bebês conforto e até brinquedos.

Este conteúdo se baseia em um negócio de comercialização de artigos para bebês para venda no varejo.

Nesta "Ideia de Negócio" serão apresentadas informações importantes para o empreendedor que tem intenção de investir em uma Loja de artigos para bebês. Entretanto, este documento não substitui o Plano de Negócios, que é imprescindível para iniciar um empreendimento com alta probabilidade de sucesso. Para a elaboração do Plano de Negócio, deve ser consultado o SEBRAE mais próximo.

2. Mercado

Tendências do mercado

De acordo com a Organização das Nações Unidas (ONU), em 2018 a cada segundo nasceram três novas pessoas no mundo, e segundo pesquisa de Estatísticas do Registro Civil, divulgada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE –, aponta que nasceram 2.847.466 bebês no Brasil em 2017, e para cada um deles, uma família de classe média desembolsa cerca de cinco mil reais na aquisição do enxoval que irá acompanhá-lo no primeiro ano de vida. O que mostra a necessidade e o quanto é importante à atividade de artigos de bebês para suprir a necessidade desse público.

Para se ter uma dimensão do setor, segundo a IEMI Inteligência de Mercado – entidade especializada em estudos de mercado de vestuário – relatam que o vestuário infantil que incluem o vestuários dos bebês movimentou em cerca de R\$ 53 bilhões em 2018.

Os gastos dos pais com os filhos no primeiro ano de vida são os que mais movimentam o mercado infantil. Os empresários investem na venda de enxovais e móveis para bebês e também faturam com confecção de lembrancinhas para maternidade. O comércio de produtos para bebês cresce a cada dia no Brasil e a faixa etária de zero a seis meses é o mais promissor. Alguns lojistas sustentam que faz parte do orçamento familiar a compra permanente de artigos para bebês, pois a cada fase de vida do bebê e da criança, ela exige produtos diferentes. Por exemplo, quando aparecem os dentinhos, é preciso comprar mordedores; quando começam a andar, os pais compram andadores; entre outros. Diante disso, os pais frequentemente têm gastos.

O mercado para bebês é muito amplo e tem crescido continuamente. Uma das novas vertentes que este mercado apresenta são os produtos ecologicamente corretos. A preocupação com o meio-ambiente tem aumentado no Brasil e com isso a tendência em se adquirir produtos que se enquadrem nessa categoria. O empreendedor que deseja construir um diferencial nesse mercado pode oferecer uma gama de ecológicos certificados por instituições responsáveis. Entre tais tipo de produtos podemos destacar: colchas e almofadas produzidas a partir de tecidos de algodão bio, objetos de decoração recicláveis, móveis elaborados a partir de madeira bio, etc.

Existem diversos tipos de artigos para bebês disponíveis no mercado, com diferentes características para atender às mais diversas necessidades. Cabe ao empreendedor diversificar o leque de produtos oferecidos em sua loja para garantir o alcance de uma clientela maior.

Mercado consumidor

A fim de dimensionar esse mercado, o empreendedor deverá pesquisar os indicadores econômicos e sociais da região em que pretende abrir a loja. É essencial que se analisem alguns índices como: tamanho da população, população economicamente ativa, índice de potencial do consumo, índice de desenvolvimento humano, etc.

Sugere-se que essas informações sejam pesquisadas periodicamente nos sites do IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada -; do IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística -; do PNUD - Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento - e da Fundação Getúlio Vargas.

O estudo dos clientes é uma das etapas mais importantes na estruturação do empreendimento. O empreendedor deverá identificar e conhecer melhor seu cliente. Por isso, de uma maneira simples, o empreendedor necessita saber:

- As características gerais dos clientes: idade, sexo, profissão, salário, endereço;
- Quais são os interesses e o comportamento da clientela: a quantidade produtos e de serviços que compram e com que frequência o fazem, que preço pagam ou estão dispostos a pagar pelos produtos;
 - O que motiva as pessoas a fazer uma compra de roupa e/ou acessório para bebê: o preço, a qualidade, a marca, as formas de pagamento, o atendimento;
 - Onde estão os clientes: o tamanho do mercado em que irá atuar - será apenas no bairro, na cidade, no estado inteiro? Os clientes encontrarão a loja com facilidade?

Mercado concorrente

Para conhecer o concorrente, é necessário identificar as empresas que trabalham com produtos semelhantes no raio de atuação onde será aberta a nova loja. A partir daí, realizam-se visitas e examinam-se os pontos fortes e fracos dessas lojas em relação a:

- Qualidade das peças comercializadas;
- Preço praticado para cada peça;
- Localização da loja;
- Condições de pagamento: prazos, descontos, etc.;
- Qualidade do atendimento prestado;
- Serviços adicionais: serviço de ajuste, garantias oferecidas, horários de funcionamento, etc.

Após essa análise, devem-se realizar comparações e visualizar se a nova empresa poderá competir com as analisadas, se há espaço para mais um empreendimento do mesmo ramo, e o que a nova loja terá de diferencial para que os clientes deixem de ir comprar no concorrente, etc.

O investidor não pode deixar de levar em consideração os *sites* que comercializam os mesmos produtos pela internet. Esses também são considerados concorrentes para a loja física.

Uma ameaça do ramo é concorrência acirrada das grandes empresas. Esse fator pode ameaçar um pequeno empreendimento que trabalha com a venda de artigos para bebês. Atualmente, no Brasil, as lojas de grande porte costumam dar ao cliente uma vantagem com relação ao pagamento realizando financiamentos (pagamentos a prazo) bem estendidos. Essa vantagem faz com que, muitas vezes, o cliente compre em lojas de grande porte. A fim de superar esse problema, o pequeno empreendedor deve ter um controle de caixa e um capital de giro que o permitam oferecer pagamentos a prazo aos seus clientes.

Certamente, o pequeno empreendedor não poderá oferecer exatamente os mesmos prazos das grandes lojas, então, nesse caso é importante mostrar um diferencial em termos de qualidade do produto oferecido e serviços prestados (garantia, produtos diferenciados, atendimento com hora marcada, consultoria especializada, personalização de artigos, etc.).

É necessário muita criatividade e diversificação! É importante que o empreendedor busque novas informações em feiras e eventos e com profissionais especialistas nesse segmento de mercado.

Mercado fornecedor

Identificar e selecionar os fornecedores das peças comercializadas é de fundamental importância para o bom desempenho da loja, pois a qualidade dos produtos, o preço, as condições de pagamento e os prazos de entrega impactarão os resultados das vendas, o controle do estoque e a gestão financeira do empreendimento.

O empreendedor deverá avaliar:

- Qualidade dos produtos;
- Preço;

- Condições de pagamento;
- Prazos para entrega.

Por todo o país é riquíssima a quantidade e diversidade de indústrias de confecções e demais produtos para bebês. Caberá ao investidor definir o *mix* de produtos da loja e buscar aqueles fornecedores que mais contribuirão para o desenvolvimento da empresa.

Devido ao risco intrínseco ao negócio, recomenda-se a realização de ações de pesquisa de mercado para avaliar a demanda e a concorrência.

3. Localização

A localização da loja de artigos para bebês é fator muito importante para o sucesso do negócio. A loja deve estar localizada preferencialmente em ruas de grande fluxo de pessoas e veículos, como grandes avenidas e cruzamentos, para onde fluem pessoas de diversas regiões da cidade. É necessário identificar os "polos geradores de público", tais como: faculdades e universidades, academias, *shopping centers*, centros de entretenimento em geral (clubes, parques, cinemas, teatros, etc.), agências bancárias, instituições de serviço público municipal, estadual e federal, terminais de ônibus e/ou metrô, hospitais, maternidades e grandes centros médicos. Todos estes pólos atraem pessoas que podem ser clientes da loja de artigos para bebês.

Para os clientes que utilizam veículo próprio, recomenda-se local com acesso seguro, amplo, bem sinalizado, com estacionamento e iluminado encoraja o cliente.

Alguns detalhes devem ser observados na escolha do imóvel:

- Se o imóvel atende às necessidades operacionais referentes à localização, capacidade de instalação do negócio, possibilidade de expansão, características da vizinhança e disponibilidade dos serviços de água, luz, esgoto, telefone e internet;
- O ponto deve ser de fácil acesso e possuir estacionamento para veículos, local para carga e descarga de mercadorias e contar com serviços de transporte coletivo nas redondezas;
- Verificar se o local está sujeito a inundações ou próximo à zonas de risco;
- O imóvel deve estar legalizado e regularizado junto aos órgãos públicos municipais;
- A planta do imóvel deverá estar aprovada pela Prefeitura;
- Observar se houve alguma obra posterior, aumentando, modificando ou diminuindo a área primitiva;
- Verificar se as atividades a serem desenvolvidas no local respeitam a Lei de Zoneamento ou o Plano Diretor do Município;
- Conferir se os pagamentos do IPTU, referente ao imóvel, encontram-se em dia;
- Observar se a legislação local permite o licenciamento de placas de sinalização;
- Exigências da legislação local e do Corpo de Bombeiros Militar.

Em relação aos custos, na tomada de decisão para localização do negócio, analise fatores tais como custo de adaptação do imóvel para a atividade, aluguel, manutenção, necessidade de vale-transporte para os empregados, entre outros itens.

4. Exigências Legais e Específicas

Para abrir uma empresa, o empreendedor poderá ter seu registro de forma individual ou em

um dos enquadramentos jurídicos de sociedade. Ele deverá avaliar as opções que melhor atendem suas expectativas e o perfil do negócio pretendido. Leia mais sobre este assunto no capítulo 'Informações Fiscais e Tributárias'.

O contador, profissional legalmente habilitado para elaborar os atos constitutivos da empresa e conhecedor da legislação tributária, poderá auxiliar o empreendedor neste processo.

Para abertura e registro da empresa é necessário realizar os seguintes procedimentos:

- Registro na Junta Comercial;
- Registro na Secretaria da Receita Federal (CNPJ);
- Registro na Fazenda Estadual;
- Registro na prefeitura municipal, para obter o alvará de funcionamento;
- Cadastramento junto à Caixa Econômica Federal no sistema "Conectividade Social – INSS/FGTS";
- Registro no Corpo de Bombeiros Militar: órgão que verifica se a empresa atende as exigências mínimas de segurança e de proteção contra incêndio, para que seja concedido o "Habite -se" pela prefeitura.
- Contribuição Sindical - A Lei 13.467, de 13 de julho de 2017, denominada Reforma Trabalhista, altera o art. 579 da CLT – Consolidação das Leis do Trabalho – e a contribuição sindical passa a ser facultativa a partir de janeiro de 2018. Isso vale tanto para sindicatos patronais quanto para os trabalhadores (funcionários).

Importante:

- Para a instalação do negócio é necessário realizar consulta prévia de endereço na Prefeitura Municipal/Administração Regional, sobre a Lei de Zoneamento.
- A Lei 123/2006 (Estatuto da Micro e Pequena Empresa) e suas alterações estabelecem o tratamento diferenciado e simplificado para micro e pequenas empresas. Isso confere vantagens aos empreendedores, inclusive quanto à redução ou isenção das taxas de registros, licenças etc.
- Realizar uma busca de nome e marca - Verificar se existe alguma empresa registrada com o nome pretendido e a marca que será utilizada. Órgão responsável: Junta Comercial ou Cartório (no caso de Sociedade Simples) e Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (INPI).
- Arquivamento do contrato social/Declaração de Empresa Individual - Este passo consiste no registro do contrato social. Verifica-se também, os antecedentes dos sócios ou empresário junto à Receita Federal, por meio de pesquisas do CPF.

Órgão responsável: Junta Comercial ou Cartório (no caso de Sociedade Simples).

As empresas que fornecem serviços e produtos no mercado de consumo devem observar as regras de proteção ao consumidor, estabelecidas pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC). O CDC foi instituído pela Lei n. 8.078, em 11 de setembro de 1990, com o objetivo de regular a relação de consumo em todo o território brasileiro, na busca do reequilíbrio na relação entre consumidor e fornecedor, seja reforçando a posição do primeiro, seja limitando certas práticas abusivas impostas pelo segundo.

É importante que o empreendedor saiba que o CDC somente se aplica às operações comerciais em que estiver presente a relação de consumo, isto é, nos casos em que uma pessoa (física ou jurídica) adquire produtos ou serviços como destinatário final.

A fim de cumprir as metas definidas pelo CDC, o empreendedor deverá conhecer bem algumas regras que sua empresa deverá atender, tais como: forma adequada de oferta e exposição dos produtos destinados à venda, fornecimento de orçamento prévio dos serviços a serem prestados, cláusulas contratuais consideradas abusivas, responsabilidade dos defeitos ou vícios dos produtos e serviços, os prazos mínimos de garantia, cautelas ao fazer cobranças de dívidas.

5. Estrutura

Para uma estrutura estima-se ser necessária uma área de entre 50m² a 120m², com flexibilidade para ampliação conforme o desenvolvimento do negócio. A estrutura de uma loja para a venda de artigos para bebês é bastante simples, composta basicamente por um *show room* para exposição dos artigos colocados à venda, balcão para atendimento dos pedidos e caixa, área para acesso e circulação de clientes, estoque, além de um pequeno escritório para a administração.

É importante que as vitrines externas permitam a maior transparência para o interior da loja e que exponham, de forma organizada, uma boa variedade de produtos. Em cidades grandes e em locais pouco seguros, a fachada deve ter dispositivos adicionais de segurança como alarmes, câmeras de vigilância e grades de ferro.

A loja deve ser projetada para receber os pais na companhia do seu bebê com o máximo de conforto, para tanto, os corredores devem ter largura para passagem de carrinhos de bebês. O empreendedor pode oferecer de maneira opcional sala de amamentação, fraldário e carrinhos de bebê como cortesia para melhor acomodar o bebê durante visita à loja.

O escritório destina-se a algum atendimento especial e fornecedores, além de funcionar como local de trabalho do proprietário. Deve ser composto por uma mesa de trabalho, cadeiras e microcomputador.

Todo o ambiente deve ser limpo e organizado. O piso, a parede e o teto devem estar conservados e sem rachaduras, goteiras, infiltrações, mofos e descascamentos. O piso deve ser de alta resistência e durabilidade, além de fácil manutenção. Cerâmicas e ladrilhos coloridos proporcionam um toque especial, enquanto granito e porcelanato oferecem luxo e sofisticação ao ambiente.

As paredes devem ser pintadas com tinta acrílica. Tons claros são adequados para ambientes pequenos, pois proporcionam a sensação de amplitude. Texturas e tintas especiais na fachada externa personalizam e valorizam o ponto.

A utilização de forros de gesso proporciona a criação de diferentes efeitos de iluminação. Sancas com lâmpadas embutidas podem iluminar indiretamente o ambiente, ao mesmo tempo em que focos direcionados a vitrines e prateleiras destacam os produtos. Sempre que possível, deve-se aproveitar a luz natural. No final do mês, a economia da conta de luz compensa o investimento. Quanto às artificiais, a preferência é pelas lâmpadas fluorescentes.

Profissionais qualificados (arquitetos, engenheiros, decoradores) poderão ajudar a definir as alterações a serem feitas no imóvel escolhido para funcionamento da loja, orientando em questões sobre ergometria, fluxo de operação, *design* dos móveis, iluminação, ventilação, etc.

Estrutura tendência: sustentável

A popularização dos termos “orgânico”, “consciência ecológica” e “sustentabilidade” já se faz também presente nas estruturas das lojas mais modernas, principalmente no mercado internacional. Nesse sentido, uma opção de estrutura em consonância com essas tendências alia espaços agradáveis e ao mesmo tempo ecologicamente corretos.

Para tanto, a planta arquitetônica da loja de artigos para bebês deve ser desenvolvida estrategicamente buscando minimizar o impacto ambiental, e especialmente:

- a. Maximizar a utilização da luz solar, reduzindo a necessidade de energia;
- b. Promover adequado e fácil acesso às áreas e processos de reciclagem de materiais;
- c. Facilitar uma possível expansão física do espaço quando do crescimento da operação da loja, evitando obras desnecessárias e utilização excessiva de materiais de construção.

6. Pessoal

A quantidade de profissionais está relacionada ao porte do empreendimento. Este negócio pode ser exercido por MEI (Microempreendedor Individual) realizando todas as atividades da empresa.

Para uma loja de venda de artigos para bebês de pequeno porte recomenda-se começar com três atendentes ou vendedores.

A atividade de caixa poderá ser exercida pelo empresário ou por um dos atendentes.

De maneira geral as atribuições são:

- Empreendedor: responsável pelas atividades administrativas, financeiras, de controle de estoque e da comercialização. Deve ter conhecimento da gestão do negócio, do processo produtivo e do mercado. Precisa manter contato com os fabricantes de artigos para bebês e acompanhar as últimas tendências do setor;

- Vendedor: responsável pelo atendimento aos clientes e venda dos produtos. Suas principais qualidades devem ser:

- Conhecer em profundidade os produtos oferecidos;
- Entender as necessidades dos clientes;
- Conhecer a cultura e o funcionamento da empresa;
- Conhecer as tendências do mercado;
- Desenvolver relacionamentos duradouros com os clientes;
- Transmitir confiabilidade e carisma;
- Atualizar-se sobre as novidades do segmento;
- Zelar pelo bom atendimento após a compra.

O treinamento dos funcionários deve ter como objetivo o desenvolvimento das seguintes competências:

- Capacidade de percepção para entender as expectativas dos clientes;
- Desenvolvimento do conhecimento da atividade desempenhada;
- Aprender a vender benefícios dos produtos comercializados;
- Entender os princípios do atendimento qualificado;
- Organização da loja.

O empreendedor deverá participar de seminários, congressos e cursos direcionados ao seu ramo de negócio, para manter-se atualizado e sintonizado com as tendências do setor. Deve-se, também, estar atento para a Convenção Coletiva do Sindicato dos Trabalhadores no Comércio, utilizando-a como balizadora dos salários e orientadora das relações trabalhistas, evitando, assim, consequências desagradáveis.

O Sebrae da localidade poderá ser consultado para aprofundar as orientações sobre o perfil do pessoal e o treinamento adequado.

7. Equipamentos

Os equipamentos necessários dependerão da estrutura que vai ser montada variando de acordo com o processo e mecanismo de trabalho adotado e com os produtos que serão ofertados. Um projeto básico para uma loja de 50m² certamente contará com:

Área de Vendas:

- Balcões
- Computador,
- Impressora Fiscal,
- Vitrines,
- Manequins,
- Prateleiras,
- Gôndolas,
- Telefone,

Espaço Administrativo:

- Computador,
- Impressora,
- Mesa,
- Cadeiras,
- Armário;
- Prateleiras para o estoque

8. Matéria Prima/Mercadoria

A gestão de estoques no varejo é a procura do constante equilíbrio entre a oferta e a demanda. Esse equilíbrio deve ser sistematicamente verificado por meio de indicadores de desempenho. Entre vários indicadores chamamos atenção especial para os três seguintes:

Giro dos estoques: o giro dos estoques é um indicador do número de vezes em que o capital investido em estoques é recuperado através das vendas. Usualmente é medido em base anual e tem a característica de representar o que aconteceu no passado.

Obs.: Quanto maior for a frequência de entregas dos fornecedores, logicamente em menores lotes, maior será o índice de giro dos estoques, também chamado de índice de rotação de estoques.

Cobertura dos estoques: o índice de cobertura dos estoques é a indicação do período de tempo que o estoque, em determinado momento, consegue cobrir as vendas futuras, sem que haja suprimento.

Nível de serviço ao cliente: o indicador de nível de serviço ao cliente para o ambiente do varejo de pronta entrega, isto é, aquele segmento de negócio em que o cliente quer receber a mercadoria, ou serviço, imediatamente após a escolha; demonstra o número de oportunidades de venda que podem ter sido perdidas, pelo fato de não existir a mercadoria em estoque ou não se poder executar o serviço com prontidão.

Portanto, o estoque dos produtos deve ser mínimo, visando gerar o menor impacto na alocação de capital de giro. O estoque mínimo deve ser calculado levando-se em conta o número de dias entre o pedido de compra e a entrega dos produtos na sede da empresa.

A mercadoria utilizada para a loja de artigos para bebês compõe-se dos diversos artigos que serão ofertados à clientela, como: enfeite da porta da maternidade, fraldas, móveis musicais e acessórios para o berço, bichinhos de pelúcia, roupas variadas, sapatinhos, mantas, lençóis, cobertores, edredons e travesseiros, materiais de higiene, produtos de puericultura leve (chupetas, conjuntos de escovas e pente, mordedores, mamadeiras, jogos de prato e talheres, etc.), de puericultura pesada (carrinhos, andadores, banheiras, cadeirinhas para automóvel) e até acessórios para auxiliar a mãe na amamentação, entre outros.

Para a definição do *mix* de produtos a serem oferecidos o empresário deverá levar em consideração o perfil do público-alvo, visitar concorrentes, ouvir permanentemente seus clientes e ir fazendo adaptações ao longo do tempo.

A obtenção dos produtos para a Loja são fatores fundamentais para a garantia do sucesso do empreendimento. Ao instalar o negócio, é importante que o empreendedor saiba onde

buscar essas mercadorias, se em seu estado, município ou cidade ou em outras regiões do país. Deve-se ainda verificar se há oferta permanente em quantidade e na qualidade necessárias e qual o custo para obtenção desses insumos.

Cabe ao empreendedor identificar quantas empresas estão situadas em sua área de atuação, para saber se o volume de produtos que estas possuem são o suficiente para suprir a demanda para o negócio (a loja). Caso contrário, para buscar os insumos necessários fora de seu estado, haverá uma elevação dos custos com a matéria-prima, maior demora (e risco) para sua reposição, resultando num maior custo com manutenção do estoque. E sabe-se que quanto maior for o volume em estoque, maior a perda com recursos financeiros parados em prateleiras.

9. Organização do Processo Produtivo

Os processos produtivos de uma loja de artigos para bebês são divididos em:

Atendimento ao cliente – Etapa na qual é realizado o primeiro contato com o cliente e geralmente se dá na visita à loja, por telefone, e-mail ou através de preenchimento de cadastro no site da loja. O atendimento é fator fundamental, pois nesse ramo as pessoas exigem muita atenção, interesse por parte dos vendedores e competência para sugerir os diversos produtos existentes na loja.

Administração – Destina-se às atividades de relacionamento com fornecedores, controle de contas a pagar, atividades de recursos humanos, controle financeiro e de contas bancárias, acompanhamento do desempenho do negócio e outras que o empreendedor julgar necessárias para o bom andamento do empreendimento.

Estoque para reposição – Será necessário manter um nível de estoque para garantir a reposição de produtos na loja. O empreendedor deverá tomar o máximo de cuidado para não manter altos níveis de estoque e evitar encalhe.

Ainda é importante lembrar que um bom serviço de pós-venda pode garantir a longevidade do negócio. Estar sempre em contato com seus clientes garante que a empresa sempre será lembrada e recomendada.

Os procedimentos rotineiros de uma loja devem ser seguidos no intuito de manter uma organização e padronização constante.

- Processos antes da abertura da loja:
 - Verificar os níveis do estoque das peças de roupas;
 - Limpar a loja;
 - Preparar o caixa.

- Processos durante o dia de atendimento:
 - Abrir no horário estipulado para atendimento;

- Atender aos clientes;
 - Manter limpas as instalações;
 - Abastecer araras e vitrines;
 - Realizar a cobrança e entregar ao cliente o cartão de visitas;
 - Observar sempre as reações dos clientes;
 - Atender representantes.
- No fechamento da loja:
 - Fechar e conferir o caixa;
 - Deixar a loja organizada;
 - Fechar a loja.

No final do mês deve-se fazer o relatório físico e financeiro: levantar quantas vendas foram realizadas, qual resultado financeiro obtido e encaminhar para o escritório de contabilidade que presta o serviço de contabilidade à loja.

Na gestão administrativa e financeira do empreendimento devem-se realizar controle de caixa, controle das contas a pagar e a receber, realizar compra dos insumos, realizar manutenção geral da loja, etc.

Dicas para um bom atendimento:

- Observar a loja todos os dias e analisar as alterações nos produtos que são expostos: identificar o que foi vendido, olhar os novos produtos expostos e memorizar os preços;
- Deixar o cliente à vontade. Ao vê-lo entrar na loja, apenas cumprimenta-lo, informar seu nome e ficar atento, discretamente. Procurar fazer alguma atividade como ajeitar um manequim, dobrar roupas, arrumar uma arara enquanto o cliente observa os produtos.

10. Automação

A automação das atividades comerciais é um dos principais requisitos para uma participação mais competitiva de uma empresa no mercado nacional. Nesse sentido, é necessário manter sob controle e decisão um número crescente de aspectos relacionados com a produção e a venda, inclusive aqueles que estejam vinculados com as áreas: comercial, suprimento, estocagem, manutenção e logística.

Atualmente, existem diversos sistemas informatizados (*softwares*) que podem auxiliar o empreendedor na gestão de uma loja de artigos para bebês. Esses podem ser encontrados facilmente por meio de uma pesquisa na internet ou indicação de profissionais que já atuam no ramo.

Antes de se decidir pelo sistema a ser utilizado, o empreendedor deve avaliar o preço cobrado, o serviço de manutenção, a conformidade em relação à legislação fiscal municipal e estadual, a facilidade de suporte e as atualizações oferecidas pelo fornecedor, verificando ainda se o sistema possui funcionalidades, tais como:

- Controle de mercadorias;
- Controle de taxa de serviço;
- Controle dos dados sobre faturamento/vendas, gestão de caixa e bancos (conta corrente);
- Emissão de pedidos;
- Lista de espera;
- Organização de compras e contas a pagar;
- Relatórios e gráficos gerenciais para análise real do faturamento da loja.

Seguem algumas opções de software pagos e gratuitos que podem auxiliar na gestão do negócio:

- Avante – Sistema de Controle de Loja;
- AZ Comércio;
- Loja Fácil – Easystore;
- LojaSoft;
- OnBIT S2 Loja;
- GestãoClick;
- REPTecno Loja Plus;
- SisGEF – Loja Comercial;
- Empresarial Master Plus;
- Market UP;
- YetiForce;
- Empresarial Master Sênior;
- Sistema LojaFacil Automação Comercial.

11. Canais de Distribuição

Os canais de distribuição são os meios utilizados pelas empresas para escoar sua produção e ofertar seus serviços. A importância dos canais de distribuição é fundamental e seu custo pode representar uma parcela considerável do preço final do produto vendido ao consumidor; os canais não só satisfazem a demanda através de produtos e serviços no local, em quantidade, qualidade e preço corretos, mas, também, têm papel fundamental no estímulo à demanda, através das atividades promocionais dos componentes ou equipamentos atacadistas, varejistas, representantes ou outros.

O canal de distribuição é a própria Loja de Artigos para Bebês.

A loja pode ampliar os canais de distribuição por meio de representantes comerciais, venda

pela internet ou por telefone. Aplicativos de comunicação instantânea também aproximam vendedores e compradores, enviando imagens de itens disponíveis na loja para potenciais clientes, assim como o uso das redes sociais para vendas diretas de produtos.

A participação em feiras e eventos locais também podem representar uma boa estratégia para identificação de novos canais de distribuição.

O desenvolvimento de um *site* na internet proporciona a oportunidade de divulgação dos itens colocados à venda, fotografia de roupas, acessórios, carrinhos, pequenos artigos relatando os cuidados com a segurança e preservação da integridade física dos bebês e espaço para depoimento e relatos de clientes. A internet é uma opção de contato com o cliente muito importante nos dias atuais e pode ser um canal vigoroso de vendas, desde que possua uma boa estrutura e *design* adequados.

12. Investimentos

Investimento compreende todo o capital empregado para iniciar e viabilizar o negócio até o momento de sua autossustentação. Pode ser caracterizado como:

- Investimento fixo: compreende o capital empregado na compra de imóveis, equipamentos, móveis, utensílios, instalações, reformas, etc.;
- Investimentos pré-operacionais: são todos os gastos ou despesas realizadas com projetos, pesquisas de mercado, registro da empresa, projeto de decoração, honorários profissionais e outros;
- Capital de giro: é o capital necessário para suportar todos os gastos e despesas iniciais, geradas pela atividade produtiva da empresa. Destina-se a viabilizar as compras iniciais, pagamento de salários nos primeiros meses de funcionamento, impostos, taxas, honorários de contador, despesas de manutenção e outros.

Para abrir uma loja de artigos para bebês de cerca de 50m², o empreendedor deverá dispor de, aproximadamente, R\$ 48.000,00 para fazer frente aos seguintes itens de investimento:

Área Administrativa

- 1 Computador
R\$ 1.500,00
- 1 Impressora
R\$ 700,00
- 1 Telefone
R\$ 100,00
- 1 Mesa
R\$ 500,00
- 1 Cadeira Giratória
R\$ 350,00
- 2 Cadeiras atendimento
R\$ 330,00
- 1 Armário
R\$ 500,00
- 2 Prateleira para estoque

R\$ 250,00

Moveis e Equipamentos Área de Vendas

1 Balcão Caixa

R\$ 600,00

6m de Gôndolas de parede com ganchos

R\$ 1.000,00

3m de Vitrines

R\$ 600,00

Prateleiras

R\$ 1.800,00

1 computador

R\$ 1.500,00

1 Balcão de atendimento tipo colmeia

R\$ 400,00

1 Balcão de atendimento tipo com arara

R\$ 300,00

1 Impressora fiscal

R\$ 400,00

2 Manequins bebês

R\$ 250,00

1 telefone

R\$ 100,00

Estoque inicial, Despesas Pré-operacionais, Reformas e Capital de Giro

Estoque inicial

R\$ 20.000,00

Construção e reforma de instalações

R\$ 8.000,00

Despesas de registro da empresa, honorários Contábeis e taxas

R\$ 2.000,00

Capital de giro para suportar o negócio nos primeiros meses de atividade

R\$ 7.000,00

TOTAL DO INVESTIMENTO

R\$ 48.180,00

Obs.: vale ressaltar que estes números são estimados, não devendo, portanto, dispensar uma pesquisa detalhada para cada projeto alinhada à elaboração de um Plano de Negócio.

A previsão de faturamento de uma Loja de Artigos Para Bebê nesse padrão gira em torno de R\$ 25.000,00 mês.

Antes de montar a empresa, é fundamental que o empreendedor elabore um Plano de Negócios, onde os valores necessários à estruturação da empresa podem ser mais detalhados, em função dos objetivos estabelecidos de retorno e alcance de mercado. O capital de giro necessário para os primeiros meses de funcionamento do negócio também deve ser considerado neste planejamento.

Nessa etapa, é indicado que o empreendedor procure o Sebrae para consultoria adequada ao seu negócio, levando em conta suas particularidades. O empreendedor também poderá basear-se nas orientações propostas por metodologias de modelagem de negócios, em que é possível analisar o mercado no qual estará inserido, mapeando o segmento de clientes, os atores com quem se relacionará, as atividades chave, as parcerias necessárias, sua estrutura

de custos e fontes de receita.

Por meio da internet o empreendedor poderá adquirir e cotar os preços de quase todos os equipamentos e móveis necessários. Contudo, a depender do volume de compras, o futuro empresário poderá, de posse dessas cotações, ir conversar diretamente com algum fornecedor de sua região, a fim de analisar a realidade de valores do mercado.

13. Capital de Giro

Capital de giro é o montante de recursos financeiros que a empresa precisa manter para garantir fluidez dos ciclos de caixa. O capital de giro funciona com uma quantia imobilizada no caixa (inclusive banco) da empresa para suportar as oscilações de caixa.

Quanto maior o prazo concedido aos clientes para pagamento e quanto maior o prazo de estocagem, maior será a necessidade de capital de giro do negócio.

Portanto, manter estoques mínimos regulados e saber o limite de prazo a conceder ao cliente pode amenizar a necessidade de imobilização de dinheiro em caixa. Prazos médios recebidos de fornecedores também devem ser considerados nesse cálculo: quanto maiores os prazos, menor será a necessidade de capital de giro.

O empreendedor deverá ter um controle orçamentário rígido, de forma a não consumir recursos sem previsão, inclusive valores além do pró-labore. No início, todo o recurso que entrar na empresa nela deverá permanecer, possibilitando o crescimento e a expansão do negócio. O ideal é preservar recursos próprios para capital de giro e deixar financiamentos (se houver) para máquinas e equipamentos.

Um fluxo de caixa, com previsão de saldos futuros de caixa deve ser implantado na empresa para a gestão competente da necessidade de capital de giro. Só assim as variações nas vendas e nos prazos praticados no mercado poderão ser geridas com precisão.

O caso de uma venda de artigos para bebês, o empresário deve reservar em torno de 30% do total do investimento inicial para o capital de giro.

O desafio da gestão do capital de giro está, principalmente, na ocorrência dos fatores a seguir:

- Variação dos diversos custos absorvidos pela empresa;
- Perda no estoque dos produtos;
- Encalhe de estoque por alterações nas tendências da moda.

14. Custos

Os custos dentro de um negócio são empregados tanto na elaboração dos serviços ou produtos quanto na manutenção do pleno funcionamento da empresa. Entre essas despesas, estão o que chamamos de custos fixos e custos variáveis.

Custos variáveis

São aqueles que variam diretamente com a quantidade produzida ou vendida, na mesma proporção.

Custos fixos

São os gastos que permanecem constantes, independente de aumentos ou diminuições na quantidade produzida e vendida. Os custos fixos fazem parte da estrutura do negócio.

Esses gastos, realizados na produção de um bem ou serviço, serão incorporados posteriormente ao preço dos produtos ou serviços prestados. Esses custos podem ser com: aluguel, água, luz, salários, honorários profissionais, despesas de vendas, matérias-primas e insumos consumidos no processo de comercialização.

Os gastos realizados para operar uma Loja de Artigos para Bebês devem ser estimados considerando:

Custos Fixos

Salários, encargos

R\$ 4.500,00

Água, Luz, telefone e acesso à internet

R\$ 650,00

Impostos 4% da Receita

R\$ 1.000,00

Contador

R\$ 950,00

Higiene, manutenção e segurança

R\$ 500,00

Propaganda / Marketing

R\$ 500,00

Aluguel

R\$ 1.500,00

Total

R\$ 8.700,00

Lembramos que esses custos são baseados em estimativas para uma empresa de pequeno porte. Aconselhamos ao empresário que queira abrir um negócio dessa natureza a elaboração de um plano de negócio com a ajuda do Sebrae do seu estado no sentido de estimar os custos exatos do seu empreendimento conforme o porte e os produtos oferecidos.

O cuidado na administração e redução de todos os custos envolvidos na compra, produção e venda de produtos ou serviços que compõem o negócio, indica que o empreendedor poderá ter sucesso ou insucesso, na medida em que encarar como ponto fundamental a redução de desperdícios, a compra pelo melhor preço e o controle de todas as despesas internas.

Quanto menores os custos, maior a chance de ganhar no resultado final do negócio.

15. Diversificação/Aggregação de Valor

A diversificação se dá pela oferta dos mais variados itens que possibilitam um atendimento

às expectativas e necessidades do cliente. A diversificação é fator importante nesse negócio.

Agregar valor é dar um salto de qualidade em uma ou mais características do produto ou serviço, que de fato são relevantes para a escolha do consumidor. Não basta possuir algo que os concorrentes não oferecem. É necessário que esse algo a mais seja reconhecido pelo cliente como uma vantagem competitiva e aumente o seu nível de satisfação com o produto ou serviço prestado. Além disso, para agregar valor, não basta reduzir custos, é preciso conhecer bem o mercado no qual a empresa atua, bem como as preferências dos clientes.

A formação do *mix* de produtos é muito importante na definição dos itens a serem ofertados. Algumas sugestões de itens que podem ser agregados ao negócio de comércio de artigos para bebês:

- Serviços de locação de carrinhos e acessórios para bebês: cadeira para carro, brinquedos para crianças até 5 anos, babá eletrônica, berço e bomba para tirar leite;
- Serviços de higienização de artigos para bebês (carrinhos, berços portáteis, poltronas de automóvel, bichinhos de pelúcia, etc.;
- Assistência técnica de carrinhos e outros equipamentos.

É fundamental oferecer uma grande diversidade de artigos, para manter em alta o volume de vendas durante todo o ano e evitar a sazonalidade. Uma estratégia que permite ampliar o volume de vendas é a oferta de artigos para crianças com faixa etária maior, até oito ou dez anos de idade.

É importante realizar visitas nos concorrentes para conhecer os produtos e serviços que estão sendo comercializados e desenvolver opções específicas com o objetivo de proporcionar ao cliente opções diferenciadas. Além disso, conversar com os clientes atuais para identificar suas expectativas é muito importante para o desenvolvimento de novos serviços ou produtos personalizados, o que amplia as possibilidades de fidelizar os atuais clientes, além de cativar novos.

Um outro nicho de mercado bem aceito nos últimos anos, e que pode agregar valor, é o da venda produtos ecologicamente corretos. Já existem grandes produtores nacionais trabalhando dentro dessa tendência e confeccionando artigos ecológicos para bebês, a partir de material reciclável, algodão orgânico e pigmentos vegetais. Sua loja também pode seguir esta tendência!

Além disso, produtos customizados e artesanais têm apresentado uma demanda crescente nesse mercado, tais como: enxovais temáticos, toalhas bordadas, quadros personalizados, lembrancinhas para maternidade, etc.

A venda de produtos para gestantes (roupas, lingerie, bolsas, acessórios, etc.) também pode ser uma boa alternativa de diversificação para uma loja de artigos para bebês, mas requer cuidados para não descaracterizar o negócio principal.

Além disso, a loja pode oferecer ambientes especiais, como sala para amamentação e fraldário.

O empreendedor deve manter-se sempre atualizado com as novas tendências, novas

técnicas, novos métodos, por meio de leitura de colunas de jornais e revistas especializadas, programas de televisão ou da Internet.

16. Divulgação

Os meios para divulgação de loja de artigos para bebês variam de acordo com o porte e o perfil socioeconômico do público-alvo escolhido.

Para um empreendimento de pequeno porte, pode ser usada a distribuição de folhetos e *folders* junto aos clientes que procuram a empresa, divulgando os serviços e produtos que são ofertados.

Outras formas de propaganda são os anúncios em jornais de bairro, revistas locais e propaganda em rádio. A mala direta é um sistema barato e simples, no qual pode ser utilizado o cadastro de clientes, obtido de forma rápida e sem maiores custos, por meio do banco de dados dos frequentadores.

O telefone é um meio de contato muito importante para realizar vendas, oferecer promoções e produtos especiais para datas comemorativas e em períodos de baixa comercialização.

A promoção de vendas é uma estratégia bastante utilizada pelos empresários, incluindo: descontos, brindes, estímulos para a compra de quantidades maiores, etc.

A divulgação por meio de *site* na internet e redes sociais (*facebook*, *instagram* etc) deve ser explorada, pois trata-se de ferramentas eficientes e tem, de modo geral, custo zero.

Na medida do interesse e das possibilidades do empreendedor, poderão ser utilizados anúncios em jornais de grande circulação, revistas e *outdoor*. Se for possível a contratação de um profissional de marketing e comunicação, esse poderá desenvolver uma campanha específica para a loja.

No entanto, lembre-se sempre que a mídia mais adequada é aquela que tem linguagem adequada ao público-alvo, se enquadra no orçamento do empresário e tem maior penetração e credibilidade junto ao cliente.

Ainda é importante lembrar que o empreendedor deve sempre entregar o que foi prometido e, se possível, superar as expectativas do cliente. No final, a melhor propaganda será feita pelos clientes satisfeitos e bem atendidos.

Outra estratégia interessante para um empreendimento de Loja de Artigos para bebês é a participação em feiras e eventos relacionados ao setor.

17. Informações Fiscais e Tributárias

O segmento de Loja de Artigos para Bebês, assim entendido pela CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas), sob o número 4781-4/00, como a atividade de exploração de comércio varejista de artigos do vestuário novos de qualquer material, confecção masculina, feminina ou infantil, poderá optar pelo SIMPLES Nacional - Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas Microempresas e Empresas de Pequeno Porte - Instituído pela Lei Complementar nº

pela Lei Complementar 155, de 2016. Iniciando a vigência a partir de janeiro de 2018 - desde que a receita bruta anual de sua atividade não ultrapasse a R\$ 900.000,00 (novecentos mil reais) para microempresa e R\$ 4.800.000,00 (quatro milhões e oitocentos mil reais) para empresa de pequeno porte e respeitando os demais requisitos previstos na Lei.

Nesse regime, o empreendedor poderá recolher os seguintes tributos e contribuições, por meio de apenas um documento fiscal – o DAS (Documento de Arrecadação do Simples Nacional), que é gerado no Portal do SIMPLES Nacional (<http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/>):

- IRPJ (imposto de renda da pessoa jurídica);
- CSLL (contribuição social sobre o lucro);
- PIS (programa de integração social);
- COFINS (contribuição para o financiamento da seguridade social);
- ICMS (imposto sobre circulação de mercadorias e serviços);
- ISSQN (imposto sobre serviços de qualquer natureza);
- INSS (contribuição para a Seguridade Social).

Conforme a Lei Complementar nº 123/2006, alterada pela LC 155, de 2016, as alíquotas do SIMPLES Nacional, para esse ramo de atividade, variam de 4% a 19,5%, dependendo da receita bruta auferida pelo negócio.

Se o Estado em que o empreendedor estiver exercendo a atividade conceder benefícios tributários para o ICMS (desde que a atividade seja tributada por esse imposto), a alíquota poderá ser reduzida conforme o caso. Na esfera Federal poderá ocorrer redução quando se tratar de PIS e/ou COFINS.

Se a receita bruta anual não ultrapassar a R\$ 81.000,00 (oitenta e um mil reais), o empreendedor, desde que não possua e não seja sócio de outra empresa, poderá optar pelo regime denominado de MEI (Microempreendedor Individual). Para se enquadrar no MEI o CNAE de sua atividade deve constar e ser tributado conforme a tabela da Resolução CGSN nº 94/2011 – Alterada pela Resolução CGSN Nº 135, de 22 de agosto de 2017. Para mais informações sobre essa modalidade consulte o site do portal do empreendedor: <http://www.portaldoempreendedor.gov.br/>.

Importante consultar a Resolução CGSN nº 133/2017 (foi publicada no Diário Oficial da União (DOU) de 16/06/2017), alterando e revogando diversos dispositivos da Resolução CGSN nº 94/2011, que dispõe sobre o Simples Nacional.

Outros regimes de tributação

Para os empreendedores que preferem não optar pelo Simples Nacional, há os regimes de tributação abaixo:

Lucro Presumido: É o lucro que se presume através da receita bruta de vendas de mercadorias e/ou prestação de serviços. Trata-se de uma forma de tributação simplificada utilizada para determinar a base de cálculo dos tributos das pessoas jurídicas que não estiverem obrigadas à apuração pelo Lucro Real. Nesse regime, a apuração dos impostos é feita trimestralmente.

A base de cálculo para determinação do valor presumido varia de acordo com a atividade da empresa. Sobre o resultado da equação: Receita Bruta x % (percentual da atividade), aplica-se as alíquotas de:

- **IRPJ - 15%.** Poderá haver um adicional de 10% para a parcela do lucro que exceder o valor de R\$ 20 mil, no mês, ou R\$ 60 mil, no trimestre, uma vez que o imposto é apurado trimestralmente;
- **CSLL - 9%.** Não há adicional de imposto.
- **PIS - 1,65%** - sobre a receita bruta total, compensável;
- **COFINS - 7,65%** - sobre a receita bruta total, compensável.

Incidem também sobre a receita bruta os impostos estaduais e municipais:

- **ICMS** - Em regra geral, as alíquotas variam conforme o estado, entre 17 e 19%. Alguns produtos ou serviços possuem alíquotas reduzidas ou diferenciadas.
- **ISS** - Calculado sobre a receita de prestação de serviços, varia conforme o município onde a empresa estiver sediada, entre 2 e 5%.

Além dos impostos citados acima, sobre a folha de pagamento incidem as contribuições previdenciárias e encargos sociais (tanto para o lucro real quanto para o lucro presumido):

- **INSS - Valor devido pela Empresa** - 20% sobre a folha de pagamento de salários, pró-labore e autônomos;
- **INSS - Autônomos** - A empresa deverá descontar na fonte e recolher entre 11% da remuneração paga ou creditada a qualquer título no decorrer do mês a autônomos, observado o limite máximo do salário de contribuição (o recolhimento do INSS será feito através da Guia de Previdência Social - GPS).
- **FGTS** - Fundo de Garantia por tempo de serviço, incide sobre o valor da folha de salários a alíquota de 8%.

Lucro Real: É o lucro líquido do período de apuração ajustado pelas adições, exclusões ou compensações estabelecidas em nossa legislação tributária. Este sistema é o mais complexo, que deverá ser bem avaliado por um contador. As alíquotas para este tipo de tributação são:

- **IRPJ - 15%** sobre a base de cálculo (lucro líquido). Haverá um adicional de 10% para a parcela do lucro que exceder o valor de R\$ 20 mil, multiplicado pelo número de meses do período. O imposto poderá ser determinado trimestralmente ou anualmente;

- **CSLL - 9%**, determinada nas mesmas condições do IRPJ;
- **PIS - 1,65%** - sobre a receita bruta total, compensável;
- **COFINS - 7,65%** - sobre a receita bruta total, compensável.

Incidem também sobre a receita bruta os impostos estaduais e municipais:

- **ICMS** - Em regra geral, as alíquotas variam conforme o estado, entre 17 e 19%. Alguns produtos ou serviços possuem alíquotas reduzidas ou diferenciadas.
- **ISS** - Calculado sobre a receita de prestação de serviços, varia conforme o município onde a empresa estiver sediada, entre 2 e 5%.

Além dos impostos citados acima, sobre a folha de pagamento incidem as contribuições previdenciárias e encargos sociais (tanto para o lucro real quanto para o lucro presumido):

- **INSS - Valor devido pela Empresa** - 20% sobre a folha de pagamento de salários, pró-labore e autônomos;
- **INSS - Autônomos** - A empresa deverá descontar na fonte e recolher entre 11% da remuneração paga ou creditada a qualquer título no decorrer do mês a autônomos, observado o limite máximo do salário de contribuição (o recolhimento do INSS será feito através da Guia de Previdência Social - GPS).
- **FGTS** - Fundo de Garantia por tempo de serviço, incide sobre o valor da folha de salários a alíquota de 8%.

Recomendamos que o empreendedor consulte sempre um contador, para que ele o oriente sobre o enquadramento jurídico e o regime de tributação mais adequado ao seu caso.

18. Eventos

O empreendedor deve estar sempre em contato com as entidades e associações da área para obter informações sobre os eventos que irão ocorrer. Eventos como feiras, rodada de negócios, congressos, etc., são muito importantes para o empresário ficar por dentro das tendências de mercado, conhecer novos produtos e tecnologias, realizar parcerias e fazer bons negócios.

Onde procurar: www.ubrafe.org.br; www.expofeiras.gov.br e ainda no Catálogo Brasileiro de Exposições e Feiras, disponível na internet.

Alguns eventos importantes:

Expo Bebê & Gestante

www.feiradebebe.com.br

PUERI EXPO - Feira Internacional de Negócios em Puericultura

Linhas de Produtos e/ou Serviços: puericultura leve e pesada, carrinhos de bebê, cadeirinhas, andadores, cuidados para o bebê, móveis infantis, brinquedos, higiene e cosméticos.

<http://www.pueriexpo.com.br>

FIT - Feira Internacional do Setor Infante-Juvenil e Bebê

Acessórios de moda, calçados, artigos de puericultura, cama e banho, artigos de higiene pessoal, móveis, decoração, equipamentos para lojas, publicações técnicas e serviços, etc.

<http://www.fit016.com.br>.

Mega Gestante bebê

Eventos locais

<https://megagestante.com.br/>

19. Entidades em Geral

Aqui estão listadas algumas instituições as quais o empreendedor necessitará se relacionar em algum momento da execução da sua atividade.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

Para descobrir a unidade do SEBRAE mais próxima acesse:

<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/Contato> ou Tel.:0800 570 0800

Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas – CNDL

Tel.: (61) 3213 200

E-mail: cndl@cndl.org.br

<http://site.cndl.org.br/#>

ABRINQ- Associação Brasileira dos Fabricantes de Brinquedos

E-mail: abrinq1@abrinq.com.br

www.abrinq.com.br

ABIT - Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção

<http://www.abit.org.br>

Abravest – Associação Brasileira do Vestuário

<http://www.abravest.org.br>

ABRAPUR- Associação Brasileira de Produtos Infantis

Tel.: (11) 3238 1950

E-mail: abrapur1@abrapur.com.br

www.abrapur.com.br

20. Normas Técnicas

Norma técnica é um documento, estabelecido por consenso e aprovado por um organismo reconhecido que fornece para um uso comum e repetitivo regras, diretrizes ou características para atividades ou seus resultados, visando a obtenção de um grau ótimo de ordenação em um dado contexto. (ABNT NBR ISO/IEC Guia 2). Participam da elaboração de uma norma técnica a sociedade, em geral, representada por: fabricantes, consumidores e organismos neutros (governo, instituto de pesquisa, universidade e pessoa física).

Toda norma técnica é publicada exclusivamente pela ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas, por ser o foro único de normalização do País.

1. Normas específicas para uma Loja de artigos para bebês:

ABNT NBR 13793:2012 - Segurança de mamadeiras e bicos de mamadeiras.

Esta Norma estabelece os requisitos mínimos para fabricação e comercialização de mamadeiras e de bicos de mamadeiras, incluindo recomendações de uso.

ABNT NBR 10334:2003 - Segurança de chupetas.

Esta Norma fixa os requisitos exigíveis para fabricação de chupetas, incluindo formas de embalagem e recomendações de uso, em função da segurança, com exceção das chupetas para uso terapêutico, tais como as que contêm termômetros, as que se destinam a aplicar medicamentos, entre outras.

ABNT NBR 15260:2005 - Artigos de puericultura - Prendedor de chupeta - Requisitos de segurança e métodos de ensaio.

Esta Norma especifica os requisitos de segurança relativos aos materiais, construção, desempenho, embalagem e rotulagem dos prendedores de chupeta.

ABNT NBR 14389:2010 - Segurança de carrinhos para crianças.

Esta Norma especifica os requisitos de segurança e os métodos de ensaio para carrinhos destinados ao transporte de uma ou mais crianças.

ABNT NBR 14400:2009 - Veículos rodoviários automotores - Dispositivos de retenção para crianças - Requisitos de segurança

Esta Norma estabelece os requisitos de segurança para projeto, construção e instalação de dispositivos de retenção para crianças em veículos rodoviários com três ou mais rodas, com

objetivo de reduzir os riscos de lesões corporais em casos de colisão do veículo.

ABNT NBR 16177:2013 - Cadeira plástica monobloco de uso infantil — Requisitos e métodos de ensaio.

Esta Norma especifica os métodos de ensaio e os requisitos exigíveis para aceitação das cadeiras plásticas monobloco de uso infantil.

ABNT NBR 16067-1:2012 - Móveis - Berços, berços de balanço ou pendular de até 900 mm para uso doméstico - Parte 1: Requisitos de segurança.

Esta parte da ABNT NBR 16067 estabelece requisitos de segurança para berços, berços de balanço ou de movimento pendular medindo internamente até 900 mm, visando à prevenção de acidentes com crianças e bebês.

ABNT NBR 16067-2:2012 - Móveis – Berços, berços de balanço ou pendular de até 900 mm para uso doméstico - Parte 2: Métodos de ensaio.

Esta parte da ABNT NBR 16067 descreve os métodos de ensaio que avaliam a segurança de berços, berços de balanço ou pendular medindo internamente até 900 mm para uso doméstico.

ABNT NBR 15860-1:2010 - Móveis – Berços e berços dobráveis infantis tipo doméstico - Parte 1: Requisitos de segurança.

Esta Norma especifica os requisitos de segurança de berços infantis para uso doméstico com um comprimento interno superior a 900 mm, porém não superior a 1 400 mm.

ABNT NBR 15860-2:2010 - Móveis – Berços e berços dobráveis infantis tipo doméstico - Parte 2: Métodos de ensaio.

Esta parte da ABNT NBR 160 especifica os métodos de ensaio para avaliação da segurança de berços e berços dobráveis infantis para uso doméstico.

ABNT NBR 15800:2009 - Vestuário – Referenciais de medidas do corpo humano – Vestibilidade de roupas para bebê e infante-juvenil.

Esta Norma estabelece a forma de indicação de tamanhos que indique, de maneira direta e fácil de entender, as medidas corporais de bebês, crianças e adolescentes às quais está destinado o vestuário.

ABNT NBR NM 300-1:200 Versão corrigida:2011 - Segurança de brinquedos Parte 1: Propriedades gerais, mecânicas e físicas.

Os requisitos desta parte da norma se aplicam a todos os brinquedos, isto é, qualquer produto ou material projetado ou claramente destinado para uso em brinquedos para crianças menores de 14 anos. Estes requisitos são aplicados aos brinquedos novos no estado em que serão recebidos pelo consumidor.

ABNT NBR NM 300-2:24 - Segurança de brinquedos Parte 2: Inflamabilidade.

Esta parte desta Norma estabelece as categorias de materiais inflamáveis que são proibidos em todos os brinquedos e os requisitos relativos à inflamabilidade de determinados brinquedo quando submetidos a uma pequena fonte de calor.

ABNT NBR NM 300-3004 Versão corrigida: 2011 - Segurança de brinquedos Parte 3: Migração de certos elementos.

Esta parte da Norma estabelece os requisitos e os métodos de ensaio para a migração dos materiais de brinquedos e de partes de brinquedos, exceto dos materiais não acessíveis (ver a Parte 1 desta Norma), dos seguintes elementos: antimônio, arsênio, bário, cádmio, cromo, chumbo, mercúrio e selênio.

ABNT NBR NM 3002004 - Segurança de brinquedos Parte 4: Jogos de experimentos químicos e atividades relacionadas.

Esta parte da norma estabelece os requisitos relativos a quantidade máxima de certas substâncias e preparados utilizados em jogos de experimentos químicos e atividades relacionadas.

ABNT NBR NM 3-5:2004 - Segurança de brinquedos Parte 5: Jogos químicos distintos de jogos de experimentos.

Esta parte da Norma estabelece os requisitos para as substâncias e os materiais que são utilizados nos jogos químicos que não sejam jogos de experimentos.

ABNT NBR NM00-6:2004 - Segurança de brinquedos Parte 6: Segurança de brinquedos elétricos.

Esta parte da Norma considera a segurança de brinquedos elétricos. Se aplica também aos brinquedos de construção elétricos e aos brinquedos funcionais elétricos, e deve ser aplicada com a parte 1 desta Norma.

2. Normas aplicáveis na execução de uma Loja de artigos para bebês

ABNT NBR5842:2010 - Qualidade de serviço para pequeno comércio – Requisitos gerais.

Esta Norma estabelece os requisitos de qualidade para as atividades de venda e serviços adicionais nos estabelecimentos de pequeno comércio, que permitam satisfazer as expectativas do cliente.

ABNT NBR12693:2010 – Sistemas de proteção por extintores de incêndio.

Esta norma estabelece os requisitos exigíveis para projeto, seleção e instalação de extintores de incêndio portáteis e sobre rodas, em edificações e áreas de risco, para combate a princípio de incêndio.

ABNT NBR ISO/CIE 8995-1:2013 - Iluminação de ambientes de trabalho - Parte 1: Interior.

Esta Norma especifica os requisitos de iluminação para locais de trabalho internos e os requisitos para que as pessoas desempenhem tarefas visuais de maneira eficiente, com conforto e segurança durante todo o período de trabalho.

ABNT NBR IEC 60839-1-1:2010 - Sistemas de alarme - Parte 1: Requisitos gerais - Seção 1: Geral.

Esta Norma especifica os requisitos gerais para o projeto, instalação, comissionamento (controle após instalação), operação, ensaio de manutenção e registros de sistemas de alarme manual e automático empregados para a proteção de pessoas, de propriedade e do ambiente.

ABNT NBR 9050:2004 Versão Corrigida:2005 - Acessibilidade a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos.

Esta Norma estabelece critérios e parâmetros técnicos a serem observados quando do projeto, construção, instalação e adaptação de edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos às condições de acessibilidade.

21. Glossário

Segue a definição de alguns artigos relacionados ao mercado para bebês. Lembramos que essa lista é não exaustiva.

Babá Eletrônica : nome que se dá a um aparelho que opera como um *walkie talkie*, ou seja, ele transmite remotamente ruídos de um lugar para outro, funcionando como um rádio. O objetivo desse rádio especial é ser uma forma dos pais monitorarem como as coisas estão no quarto de seus filhos, o que geralmente é bastante necessário quando se tem filho pequenos.

Berço: cama destinada a bebês, equipada com barras ou algum outro tipo de barreira para impedir que estes escapem delas e se machuquem.

Body: em inglês traduz-se corpo. Tipo de *collant* ajustado ao corpo, modelando-o por completo.

Cueiro: tecido de flanela que serve para enrolar a criança. Mais comum nos enxovais de antigamente. Hoje em dia, as mantas de diversos tecidos (algodão, plush, lã) cumprem a função.

Enxoval: roupa e objetos necessários para um bebê ou para a casa.

Fraldas de boca: como diz o nome, são usadas para limpar a boquinha do bebê.

Mijãozinho: calça comprida com ou sem pezinhos.

Kit de higiene: conjunto com potes e garrafa térmica para guardar água, algodão, pomadas etc. Protetor de berço: amparo de espuma encapada, colocado nas laterais do berço para evitar que o bebê se machuque.

Saco para bebê : saco de soft, tipo um cobertor, que o bebê fica apenas com os bracinhos e cabecinha para fora.

Pagãozinhos: são conjuntinhos que já vem o mijãzinho, uma blusinha sem manga por dentro, uma blusinha com manga por fora, um par de luvinhas e um par de meias.

Toalhas-fralda: feitas do tecido da fralda, são colocadas entre o bebê e a toalha para protegê-lo após o banho.

Puericultura: é uma especialidade da pediatria, que se dedica ao estudo dos cuidados com o ser humano em desenvolvimento, mas especificamente com o acompanhamento do desenvolvimento da criança. Envolve ações pré-natais e mesmo anteriores à concepção dedicadas à prevenção de doenças que se desenvolvem no feto e afetam a vida futura do recém-nascido.

22. Dicas de Negócio

É fundamental investir na qualidade global do atendimento ao cliente, ou seja: qualidade do serviço, ambiente agradável, profissionais atenciosos, respeitosos e interessados pelo cliente, além de comodidades adicionais como é o caso de estacionamento e espaço para crianças, como um fraldário, por exemplo.

Outras dicas importantes:

- Criar a fidelidade dos clientes: Pode ser feito através da criação de uma carta fidelidade que poderá ser revertida em reduções e descontos depois de utilizada um certo número de vezes. Também poderão ser realizadas algumas ações de pós-venda, como: remessa de cartões de aniversário, comunicação de novos serviços e novos produtos ofertados, contato telefônico lembrando eventos e promoções;
- Oferecer um ambiente elegante, mas sem exageros para que os clientes se sintam à vontade, acolhidos;
- Oferecer um serviço cordial e hospitaleiro;
- Ter um responsável ou estar presente diariamente no empreendimento;
- Relacionar-se bem com a vizinhança.

Para o empreendedor que está começando uma dica para diminuir os custos é investir em alguns móveis e equipamentos usados.

O empreendedor deve estar sintonizado com a evolução do setor, pois esse é um negócio que requer inovação e adaptação constantes, em face das novas tendências que surgem dia a dia.

O empreendedor pode optar por abrir franquias de lojas de artigos para bebês. Essa modalidade de negócio reduz o risco do empreendimento, pois o franqueador já fornece todas as instruções para a abertura da empresa como a necessidade de capital, padronização visual de letreiros, treinamento de funcionários e manual de organização e métodos. Porém, não há flexibilidade para determinação de preços, oferta de produtos de outras marcas e lançamento de campanhas publicitárias próprias.

Lembramos ainda que um bom acompanhamento de mercado, com monitoramento dos concorrentes, das tendências do setor, das inovações de produtos e a participação em feiras e eventos, podem ser ferramentas valiosas para a determinação de estratégias competitivas para o negócio.

23. Características Específicas do Empreendedor

O empreendedor envolvido com atividades relacionadas à venda de artigos para bebês precisa adequar-se a um perfil que o mantenha na vanguarda do setor. É aconselhável uma autoanálise para verificar qual a situação do futuro empreendedor frente a esse conjunto de características e identificar oportunidades de desenvolvimento.

A seguir, algumas características desejáveis ao empresário desse ramo:

- Ter paixão pela atividade e conhecer bem o ramo de negócio;
- Pesquisar e observar permanentemente o mercado onde está instalado, promovendo ajustes e adaptações no negócio;
- Ter atitude e iniciativa para promover as mudanças necessárias;
- Acompanhar o desempenho dos concorrentes;
- Saber administrar todas as áreas internas da empresa;
- Saber negociar, vender benefícios e manter clientes satisfeitos;
- Ter visão clara de onde quer chegar;
- Planejar e acompanhar o desempenho da empresa;
- Ser persistente e não desistir dos seus objetivos;
- Manter o foco definido para a atividade empresarial;
- Ter coragem para assumir riscos calculados;
- Estar sempre disposto a inovar e promover mudanças;
- Ter grande capacidade para perceber novas oportunidades e agir rapidamente para aproveitá-las;
- Ter habilidade para liderar a equipe de profissionais da Loja;
- Enxergar oportunidade, aonde outras pessoas só vêem ameaças;
- Aprender com os erros dos outros empresários, evitando assim perdas de tempo e dinheiro.

Além disso, é importante que o empreendedor tenha aptidão para o negócio e vontade de

aprender buscando informações em centros tecnológicos, cursos, livros e revistas especializadas ou com pessoas que atuam na área.

É importante ressaltar que pesquisando e observando seus concorrentes, conhecendo bem o gosto dos clientes, o empreendedor conseguirá desenvolver novos projetos e novos produtos para aumentar o seu mercado consumidor.

24. Bibliografia Complementar

AIUB, George Wilson et al. Plano de Negócios: serviços. 2. ed. Porto Alegre: Sebrae, 2000.

BARBOSA, Mônica de Barros; LIMA, Carlos Eduardo de. A Cartilha do Ponto Comercial: Como escolher o lugar certo para o sucesso do seu negócio. São Paulo: Clio Editora, 2004.

BIRLEY, Sue; MUZYKA, Daniel F. Dominando os Desafios do Empreendedor. São Paulo: Pearson/Prentice Hall, 2004.

A CADA 20 segundos nasce um bebê no Brasil. Disponível em: <<http://www.midiamax.com.br/cotidiano/cada-20-segundos-nasce-bebe-brasil-descubra-quanto-tempo-demora-ms-313889>>. Acesso em: 07 dezembro 2017

COSTA, Nelson Pereira. Marketing para Empreendedores: um guia para montar e manter um negócio. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2003.

DAUD, Miguel; RABELLO, Walter. Marketing de Varejo: Como incrementar resultados com a prestação de Serviços. São Paulo: Artmed Editora, 2006.

DOLABELA, Fernando. O Segredo de Luisa. 14. ed. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

IBARDI, Margareth. Profissão Modelo - Em busca da fama. São Paulo: Ed SENAC, 2008.

FLORENCE, Susan Squellati. A Magia dos Bebês. Editora Vergara e Riba, 2001.

Loja de artigos para bebês. Disponível em: <<http://www.sebrae-sc.com.br/ideais/default.asp?vcdtexto=3845>>. Acesso em 08 de outubro de 2013.

KOTLER, Philip. Administração de Marketing: a edição do novo milênio. 10. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

Produtos para bebês movimentam o mercado infantil. Disponível em: <<http://crc-se.jusbrasil.com.br/noticias/100442807/produtos-para-bebes-movimentam>

-o-mercado-infantil>. Acesso em 10 de outubro de 2013.

O PREÇO de um bebê. Família Cristã. Edições Paulinas. Disponível em: <<https://www.paulinas.org.br/familia-crista/pt-br/?system=news&action=read&id=13845&page=2>>. Acesso em: 28 outubro 2017.

SEBRAE. *Como elaborar um plano de negócios*. Brasília, 2013. 159p.

SILVA, José Pereira. Análise Financeira das Empresas. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

Vender para as mães exige especialização. Disponível em:

<<http://pme.estadao.com.br/noticias/noticias,vender-para-as-mamaes-exige-especializacao-confira-as-oportunidades-no-mercado-para-bebes,2642,0.htm>>. Acesso em 05 de outubro de 2013.

Vocabulário. Disponível em: <<http://malumaedopedro.com/compras/enriquecendo-o-vocabulario/>>. Acesso em 14 de outubro de 2013.

www.portaldoempreendedor.gov.br. Acesso em: 28 outubro 2017.

http://www.agenciadanoticia.com.br/noticias/exibir.asp?id=59435¬icia=quantas_pessoas_morrem_e_nascem_no_mundo. Acesso em 21 de novembro de 2019.

<http://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2018-10/pesquisa-diz-que-registros-de-nascimento-crescem-26-em-dois-anos>. Acesso em 21 de novembro de 2019.

<http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional>: Acesso em 22 novembro/2019.

<https://www.suafranquia.com/noticias/vestuario/2019/05/franquia-de-roupas-infantis-estimativas-mostram-resultados-positivos-para-o-mercado/>. Acesso em 22 novembro / 2019.

<https://economia.estadao.com.br/blogs/sua-oportunidade/mercado-infantil-exige-diferencial-e-foco/>. Acesso em 22 novembro / 2019.

<https://www.iemi.com.br/fit-016-ocorre-em-momento-de-alta-no-varejo-e-industria-de-moda-infantil-aponta-iemi/>. Acesso em 23 novembro / 2019.

25. Fonte de Recurso

O empreendedor pode buscar junto às agências de fomento linhas de crédito que possam ser utilizadas para ajudá-lo no início do negócio. Algumas instituições financeiras também possuem linhas de crédito voltadas para o pequeno negócio e que são lastreadas pelo Fundo de Aval às Micro e Pequenas Empresas (Fampe), em que o Sebrae pode ser avalista complementar de financiamentos para pequenos negócios, desde que atendidas alguns requisitos preliminares. Maiores informações podem ser obtidas na página do Sebrae na web:

<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/fundo-de-aval-do-sebrae-oferece-garantia-para-ospequenos-negocios,ac58742e7e294410VgnVCM2000003c74010aRCRD..>

26. Planejamento Financeiro

Ao empreendedor não basta vocação e força de vontade para que o negócio seja um sucesso. Independentemente do segmento ou tamanho da empresa, necessário que haja um

controle financeiro adequado que permita a mitigação de riscos de insolvência em razão do descasamento contínuo de entradas e saídas de recursos. Abaixo, estão listadas algumas sugestões que auxiliarão na gestão financeira do negócio

FLUXO DE CAIXA O controle ideal sobre as despesas da empresa é realizado por meio do acompanhamento contínuo da entrada e da saída de dinheiro através do fluxo de caixa. Esse controle permite ao empreendedor visão ampla da situação financeira do negócio, facilitando a contabilização dos ganhos e gestão da movimentação financeira. A medida que a empresa for crescendo, dificultando o controle manual do fluxo de caixa, tornando difícil o acompanhamento de todas as movimentações financeiras, o empreendedor poderá investir na aquisição de softwares de gerenciamento.

PRINCÍPIO DA ENTIDADE O patrimônio da empresa não se mistura com o de seu proprietário. Portanto, jamais se deve confundir a conta pessoal com a conta empresarial, isso seria uma falha de gestão gravíssima que pode levar o negócio à bancarrota. Ao não separar as duas contas, a lucratividade do negócio tende a não ser atingida, sendo ainda mais difícil reinvestir os recursos, gerados pela própria operação. É o caminho certo para o fracasso empresarial.

DESPESAS O empreendedor deve estar sempre atento para as despesas de rotina como água, luz, material de escritório, internet, produtos de limpeza e manutenção de equipamentos. Embora pequenas, o seu controle é essencial para que não reduzam a lucratividade do negócio.

RESERVAS/PROVISÕES Esse recurso funcionará como um fundo de reserva, o qual será composto por um percentual do lucro mensal - sempre que for auferido. Para o fundo de reserva em questão, poderá ser estabelecido um teto máximo. Quando atingido, não haverá necessidade de novas alocações de recursos, voltando a fazê-las apenas no caso de recomposição da reserva utilizada. Esse recurso provisionado poderá ser usado para cobrir eventuais desembolsos que ocorram ao longo do ano.

EMPRÉSTIMOS Poderão ocorrer situações em que o empresário necessitará de recursos para alavancar os negócios. No entanto, não deverá optar pela primeira proposta, mas estar atento ao que o mercado oferece, pesquisando todas as opções disponíveis. Deve ter cuidado especialmente com as condições de pagamento, juros e taxas de administração. A palavra-chave é renegociação, de forma a evitar maior incidência de juros.

OBJETIVOS Definidos os objetivos, deve-se elaborar e implementar os planos de ação, visando amenizar erros ou definir ajustes que facilitem a consecução dos objetivos financeiros estabelecidos.

UTILIZAÇÃO DE SOFTWARES As novas tecnologias são de grande valia para a realização das atividades de gerenciamento, pois possibilitam um controle rápido e eficaz. O empreendedor poderá consultar no mercado as mais variadas ferramentas e escolher a que mais adequada for a suas necessidades.

27. Produtos e Serviços - Sebrae

Aproveite as ferramentas de gestão e conhecimento criadas para ajudar a impulsionar o seu negócio. Para consultar a programação disponível em seu estado, entre em contato pelo

telefone 0800 570 0800

Confira as principais opções de orientação empresarial e capacitações oferecidas pelo Sebrae:

Cursos online e gratuitos - <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosonline>

Para desenvolver o comportamento empreendedor.

Empretec - Metodologia da Organização das Nações Unidas (ONU) que proporciona o amadurecimento de características empreendedoras, aumentando a competitividade e as chances de permanência no mercado: <http://goo.gl/SD5GQ9>

Para quem quer começar o próprio negócio

As soluções abaixo são úteis para quem quer iniciar um negócio. Pessoas que não possuem negócio próprio, mas que querem estruturar uma empresa. Ou pessoas que tem experiência em trabalhar por conta própria e querem se formalizar.

Plano de Negócios - O plano irá orientá-lo na busca de informações detalhadas sobre o ramo, os produtos e os serviços a serem oferecidos, além de clientes, concorrentes, fornecedores e pontos fortes e fracos, construindo a viabilidade da ideia e na gestão da empresa: <http://goo.gl/odLojT>

Para quem quer inovar

Ferramenta Canvas online e gratuita - A metodologia Canvas ajuda o empreendedor a identificar como pode se diferenciar e inovar no mercado: <https://www.sebraecanvas.com/#/>

Sebraetec - O Programa Sebraetec oferece serviços especializados e customizados para implantar soluções em sete áreas de inovação: <http://goo.gl/kO3Wiy>

ALI - O Programa Agentes Locais de Inovação (ALI) é um acordo de cooperação técnica com o CNPq, com o objetivo de promover a prática continuada de ações de inovação nas empresas de pequeno porte: <http://goo.gl/3kMRUh>.

28. Sites Úteis

<http://www.sebrae.com.br>

www.abrinq.com.br

<http://www.abit.org.br>

<http://www.abraviest.org.br>

