

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE  
DEPARTAMENTO DE EMPREENDEDORISMO E GESTÃO  
GRADUAÇÃO TECNOLÓGICA EM PROCESSOS GERENCIAIS COM ÊNFASE EM  
EMPREENDEDORISMO

THAIS CAMPINHO CACILIAS

**AMIGUCHÊ**

Orientador: Prof. Gabriel Marcuzzo do Canto Cavalheiro, Ph.D.

Niterói

2018

## SUMÁRIO

1. CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA .....	3
1.1 Apresentação da empresa e do seu foco de atuação .....	3
1.2 Perfil dos empreendedores .....	3
1.3 Descrição legal .....	4
1.4 Organização e Governança.....	6
1.5 Descrição da estrutura física e layout .....	7
2. ANÁLISE DO MERCADO .....	7
2.1 Panorama e dimensionamento do mercado .....	7
2.2 Barreiras à entrada de novos competidores.....	9
2.3 Descrição do público-alvo.....	9
2.4 Estratégias de segmentação de mercado .....	9
2.5 Análise da concorrência .....	10
2.6 Descrição dos possíveis fornecedores.....	11
3. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	12

## **1. CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA**

### **1.1 Apresentação da empresa e do seu foco de atuação**

O *Amiguchê* foi idealizada para levar aconchego e felicidade através de um bonequinho de crochê. A empresa utiliza a modalidade de amigurumi que é uma técnica japonesa que surgiu nos anos 80. Originalmente os amigurumis eram bonecos feitos de crochê com no máximo 15cm, eles não tinham feição nenhuma ou, tinham apenas olhos, eram um tipo de brinquedo onde as crianças deveriam criar identificação e imaginar rostinhos felizes ou tristes sem serem induzidas pelos rostos já pintados das bonecas tradicionais.

A empresa tem o foco de criar o amigurumi para bebês e crianças já que é nessa fase da vida que desenvolvemos nossa personalidade interagindo com algo ou alguém. No caso das crianças o mais comum é que tenham essa interação com seus brinquedos e é nesse ponto que nosso amigurumi é tão importante, pois ajuda a deixar as crianças calmas, trazendo o sentimento de ternura e afeto. O amigurumi é excelente para o desenvolvimento da parte sentimental e consegue transmitir o aconchego que a criança tanto precisa. Além disso, a fofura e a maciez de cada bichinho passam para criança a sensação de colo da mãe e essa associação é vista com frequência entre as crianças trazendo o sentimento de segurança.

A empresa funcionará como loja online que de acordo com a pesquisa encomendada pelo Google junto à empresa Forrester Research indicou que as vendas pela internet no Brasil irão dobrar até 2021 e que o crescimento das compras pela internet, mesmo com o contexto de crise, é viabilizado pela possibilidade de comparação rápida de preços e ofertas aos consumidores. Com a correria da rotina de trabalho, as pessoas tendem a procurar os itens para comprar em seu smartphone e desfrutar da facilidade e agilidade que a venda online proporciona. Um site com boas fotos que traduzem a realidade do produto gera uma confiança por parte do comprador e conseqüentemente a realização da compra.

O nome escolhido – *Amiguchê* – tem referência à técnica de amigurumi “*amigu*” com a utilização da técnica de crochê. “*chê*”. A cor escolhida foi laranja por significar alegria e confiança, questões importantes que queremos passar para o adulto que irá comprar um bonequinho e terá a certeza que o bebê poderá brincar e dormir com o bichinho que não terá perigo de machucar ou dar alergia.

### **1.2 Perfil dos empreendedores**

Thais Campinho Cacilias (Fundadora e Diretora Executiva)

Nascida em uma família com 21 primos, a convivência com crianças e o amor por artigos de bebê sempre foram seus interesses. Desde pequena sempre foi muito criativa e tinha muita vontade de aprender como eram feitas as coisas, tinha interesse em fazer ela mesma suas bolsas, suas bonecas, seus brincos e pulseiras. Aprendeu com sua mãe a técnica de crochê que foi desenvolvendo ao longo dos anos. Na adolescência, participou do Projeto Empreendedor do Futuro onde conseguiu através de um show de talentos de crianças uma arrecadação em dinheiro e latas de leite em pó para uma creche sem recursos.

Formou-se no curso de Análise e Desenvolvimento de Sistemas, onde conseguiu vivenciar seu encantamento pela tecnologia. Não quis seguir a linha de programação aprendida na faculdade, mas quis juntar sua facilidade na usabilidade do computador com sua criatividade, o que levou a fazer um curso de designer gráfico e trabalhar como designer em uma estamperia de roupas.

Com seu noivo abriu uma empresa de peças automotivas onde realizava a venda pela internet através de um site criado por ela, criou toda a parte gráfica da empresa e mantinha o contato com os clientes e pós-venda, além de realizar as questões administrativas da empresa como controle de estoque, emissão de notas fiscais, controle de despesas e ser responsável pelo setor de compras.

Com o objetivo de ampliar sua empresa e adquirir novos conhecimentos ingressou no curso de Processos Gerenciais com ênfase em Empreendedorismo (UFF). Durante o curso surgiu novamente à vontade de criar uma nova empresa, dessa vez com o modelo de negócios dentro da área que mais tinha interesse: crianças.

Com toda sua experiência formal adquirida como contato com cliente, criação de anúncio, criação de site, controle administrativo e também sua experiência informal com crianças, Thais busca unir sua criatividade, habilidade manual e sua experiência tecnológica para criar uma marca de venda online de bonecos de crochê para crianças. Assim conseguindo através de seus amigurumis o desenvolvimento, a alegria e o aconchego que as crianças merecem.

Dentro do seu negócio as suas responsabilidades seriam o trabalho manual envolvendo crochê para a fabricação dos amigurumis, o designer do site, da marca e da arte visual de papelaria, administradora, finanças, marketing e propaganda da marca.

### **1.3 Descrição legal**

O *Amiguchê* trata-se de uma empresa que comercializa amigurumis em crochê levando alegria, aconchego e afeto para os bebês e crianças. O funcionamento da empresa exige um CNPJ e a regulamentação da empresa.

A empresa começará como Microempreendedor Individual (MEI), possibilitando assim a emissão de nota fiscal, taxa fixa de tributos mensais e preços reduzidos dos produtos comprados com os fornecedores. Como MEI é permitida a contratação de um funcionário ganhando até um salário mínimo ou o piso salarial da categoria, sendo o custo da contratação 11% sobre o salário a ser pago. Portanto, nossa empresa enquanto for MEI terá uma funcionária.

Após atingirmos o faturamento máximo de R\$ 81 mil, nossa empresa passará para Micro Empresa onde teremos dois sócios e um quadro com quatro funcionários.

- Nome Fantasia: Amiguchê
- Razão Social: Amiguchê Bonecos em Crochê
- Tipo de empresa e enquadramento: Micro Empresa – Sociedade Empresarial Limitada
- Enquadramento tributário: Simples Nacional

O *Amiguchê* será classificada como Sociedade Empresarial Limitada que é a sociedade em que a responsabilidade dos sócios é limitada ao montante das quotas subscritas por cada um. A empresa terá dois sócios.

Assim que a empresa for enquadrada no Simples Nacional, ela terá como atividade principal o CNAE 3299-0/99 – Fabricação de Produtos Diversos não especificados anteriormente.

- Pesquisa sobre a marca no site do INPI - Instituto Nacional da Propriedade Intelectual. ([https://gru.inpi.gov.br/pePI/jsp/marcas/Pesquisa\\_classe\\_basica.jsp](https://gru.inpi.gov.br/pePI/jsp/marcas/Pesquisa_classe_basica.jsp))

The screenshot shows the INPI website interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'Acesso à informação', 'Participe', 'Serviços', 'Legislação', and 'Canais'. Below this is the header for 'Instituto Nacional da Propriedade Industrial' and 'Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior'. The main content area displays the search results for 'amiguchê', indicating that no results were found. It includes a 'VOLTAR' button and an 'AVISO' regarding the registration process. The footer contains contact information and the 'Fale Conosco' logo.

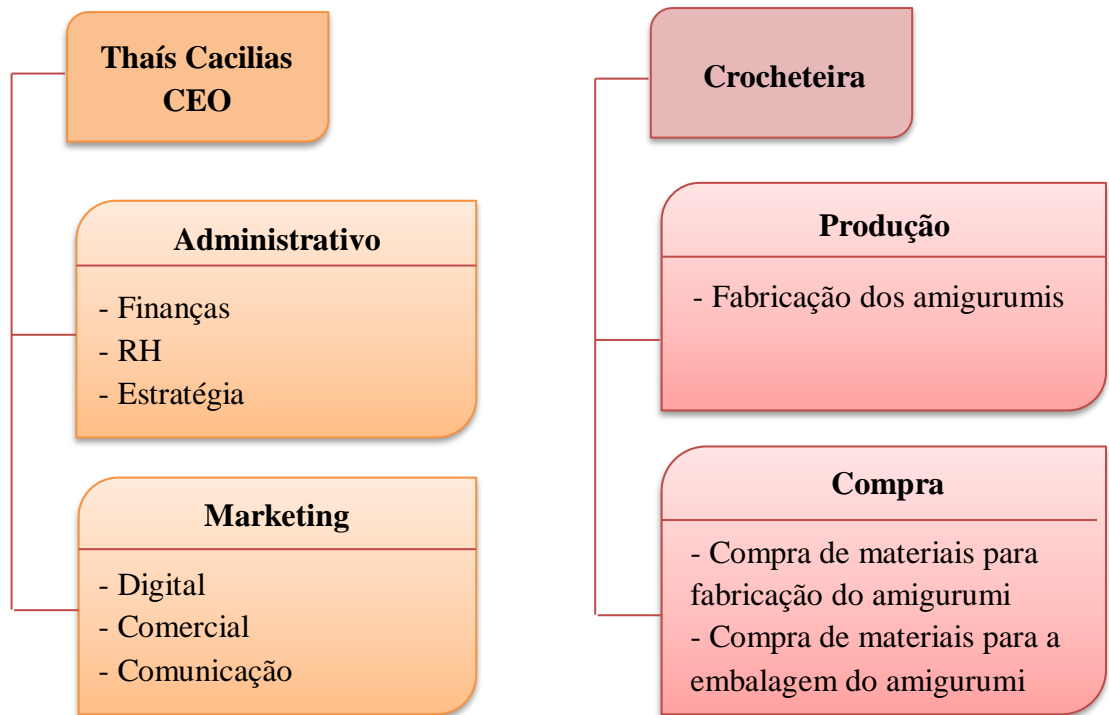
- Pesquisa sobre o domínio no site GoDaddy. (<https://br.godaddy.com/>)

The screenshot shows the GoDaddy website interface. At the top, there is a navigation bar with links for 'Domínios', 'Sites', 'Hospedagem', 'Segurança na Web', 'Marketing Online', and 'Email & Office'. Below this is a search bar with the text 'amiguche' and a search button. The main content area displays the domain 'amiguche.com' as available, with a price of R\$ 8,99\* (discounted from R\$ 49,99\*). There is also an option to add the domain to the cart. Below this, there are other domain options like 'amiguche.net', 'amiguche.org', and 'amiguche.info' with a 60% discount.

## 1.4 Organização e Governança

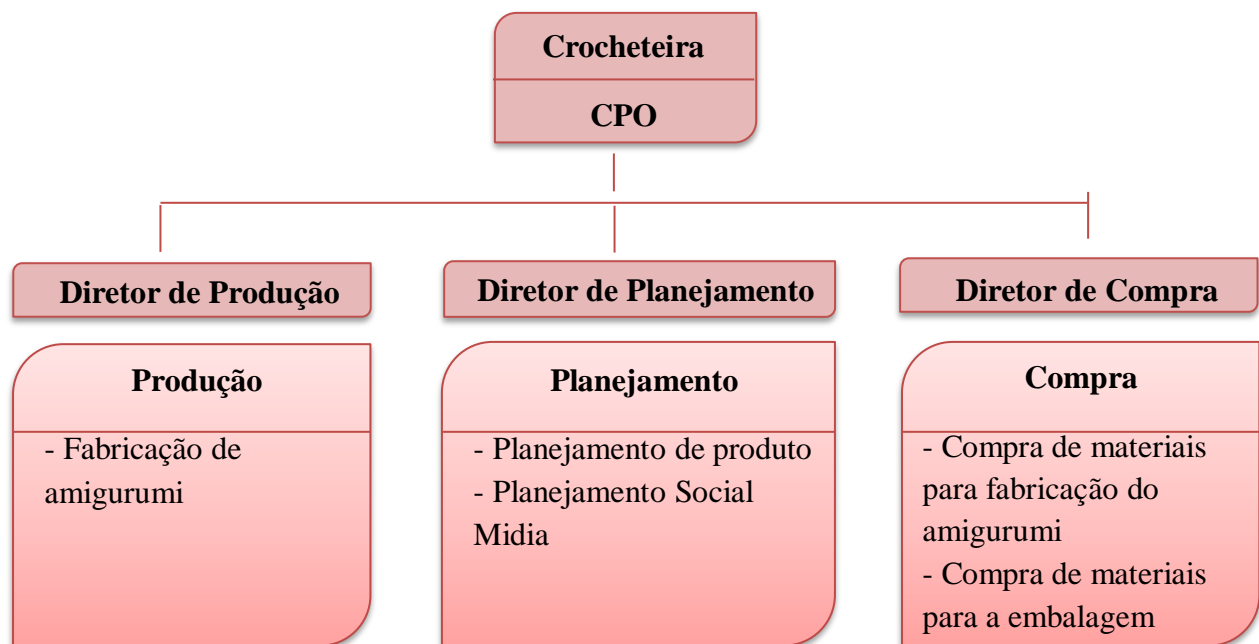
A empresa começará sendo MEI e terá uma equipe pequena com dois membros, um CEO e uma crocheteira. O CEO terá a função de criação, comunicação e implementação da visão geral da organização, formulação de um plano estratégico que guia o negócio, tomada de decisões administrativas e de marketing. A crocheteira ficará responsável pela elaboração e produção manual dos amigurumis.

- Organograma Funcional da Empresa



Após atingirmos o faturamento máximo de MEI, nossa empresa passará para Micro Empresa onde teremos dois sócios e um quadro com quatro funcionários. Assim, teremos a necessidade de alterar nossa estrutura governamental.





### 1.5 Descrição da estrutura física e layout

No início do negócio será necessária uma configuração física bem compacta, já que a fabricação dos amigurumis é feita por uma pessoa com um novelo de linha e a agulha, não tem nenhum maquinário e o estoque de novelos de linha é possível ficar em um ambiente pequeno. A equipe inicialmente começará com duas pessoas.

Futuramente, nosso layout deve se expandir para um ambiente onde haja um local da fabricação dos amigurumis e um local onde haverá o treinamento para outras artesãs sobre as técnicas utilizadas na fabricação do amigurumi.

## 2. ANÁLISE DO MERCADO

### 2.1 Panorama e dimensionamento do mercado

Segundo pesquisa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), cerca de 320 crianças nascem por hora no Brasil e a ida da mulher para o mercado de trabalho contribuiu para o aumento da compra de artigos voltados para bebês e crianças. Esse dado é muito relevante para nossa empresa, uma vez que as mulheres são a maioria entre os consumidores de artigos infantis e essas mulheres estando com um maior poder aquisitivo resulta em um aumento nas vendas para esse setor.

Segundo a pesquisa realizada pelo SEBRAE em parceria com o E-commerce Brasil, do total de empresas que vendem exclusivamente pela internet 90% são de pequenos negócios. Também constataram que nos últimos três anos houve um aumento considerável no número de pessoas que resolveram vender produtos ou serviços pela internet. O

levantamento também detectou que 53% das empresas que vendem online não possuem uma loja física e que uma em cada quatro empresas possui apenas um funcionário e 40% entre dois e quatro funcionários. Podemos constatar através dessa pesquisa que pequenos negócios também têm espaço no mundo online, é possível competir com empresas grandes em meio à internet. O crescente número de empresas entrando para o mundo virtual demonstra que é um mercado em expansão e com muitas possibilidades para todos os tipos e tamanhos de negócios.

De acordo com a pesquisa “Vendas Online no Brasil: Uma análise do perfil dos usuários e da oferta pelo setor de comércio”, realizada pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), consumidores com maior escolaridade e classe econômica são a maior proporção de usuários de comércio eletrônico. A classe A concentra 59% desses consumidores, seguida pelas classes B (33%), C (13%) e D/E (5%). Os consumidores – especialmente de cidades menores - têm muito a ganhar com o comércio eletrônico. Podem comparar preços de diferentes fornecedores, sem a necessidade de ligações telefônicas ou deslocamento físico. Eventualmente, têm a possibilidade de conseguir o frete gratuitamente.

Segundo a Pesquisa Nacional Por Amostra de Domicílios (PNAD) divulgada pelo Instituto Brasileira de Geografia e Estatística (IBGE), os smartphones ultrapassaram os computadores e se tornaram os aparelhos preferidos do brasileiro para se conectar a internet. Os dados indicam ainda que a internet chegou a mais da metade das casas brasileiras. 29,6 milhões das 36,8 milhões de casas conectadas dispõem de um telefone móvel para se conectar o que representa 80,4% do total. Outros dados obtidos pela pesquisa são de que as mulheres ultrapassaram os homens em uso do aparelho. 69,5% das pesquisadas é dona de um celular; nos homens, a taxa é de 68,7%; O uso de celular cresce com a idade, sendo que a faixa etária mais comum é entre 30 e 34 anos. A PNAD obteve dados também sobre a internet no Brasil. Para começar, 46,5% das pessoas com dez ou mais anos de idade acessaram a rede em 2011, confirmando que o número de internautas cresceu em 45,8 milhões. No ano passado, o percentual de pessoas que acessaram a internet alcançou 57,5% da população de 10 anos ou mais de idade, o que corresponde a 102,1 milhões de pessoas. Em todos os grupos compreendidos na faixa de 10 a 49 anos de idade, o uso da internet ultrapassou 50%, mostra a pesquisa.

Os números são do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), mas referentes a uma amostragem feita até o final de 2016, exibindo aumento de mais de 7% no total de cidadãos online. Os dados também confirmam tendências mundiais, como a onipresença dos celulares como dispositivo preferido para acesso à rede, sendo citado por 94,6% dos entrevistados. Segundo o IBGE, 64,7% da população brasileira acima dos 10 anos de idade, com uma prevalência dos jovens adultos – 85% das pessoas entre 18 e 24 anos de idade – têm acesso à internet. 65,5% das mulheres entrevistadas possuem alguma forma de acessar a rede, contra 63,8% dos homens entrevistados.

De acordo com a pesquisa realizada pelo SPC (Serviço de Proteção ao Crédito) Brasil, o mercado de consumo virtual de produtos infantis é formado por homens e mulheres de



todas as idades, classes sociais e nível de escolaridade. O segmento é composto por brinquedos e artigos para bebês e crianças, com ticket médio de R\$ 257,00 na última compra e aquisições feitas, principalmente, em sites nacionais. O índice de satisfação dos consumidores continua alto com 91%, sendo que 10% das compras geraram algum problema. Os brinquedos receberam o maior número de citações no segmento com 20% dos consumidores virtuais tendo feito ao menos uma compra. A maior parte das compras é feita em sites nacionais 76% e 91% de satisfação. Entre os 10% que relataram problemas, o caso mais comum é a entrega fora do prazo.

Sendo assim, nosso dimensionamento total de mercado estaria voltado para os consumidores de loja online com faixa etária de 25 a 65 anos, homens e mulheres com interesse em comprar presente para bebês e crianças. O dimensionamento potencial seriam mulheres que realizam compras online e buscam comprar os amigurumis para seus próprios filhos ou para dar de presente para outras crianças. E o nosso dimensionamento disponível jovens mulheres que realizam compras online, possuam admiração por produtos feitos à mão e tenham paixão por artesanato.

## **2.2 Barreiras à entrada de novos competidores**

Criar um site e conseguir um estoque considerável para atender a demanda do Brasil, uma vez que nossos amigurumis são feitos um a um artesanalmente. O que dificulta um pouco a entrada de competidores diretos, sendo esta então a primeira barreira.

Outra barreira encontrada é a necessidade de grandes parcerias com influenciadores digitais que nos ajudariam a divulgar nosso negócio para seus seguidores, esse tipo de ação nos auxiliará na consolidação da nossa marca.

## **2.3 Descrição do público-alvo**

O nosso público-alvo principal são os bebês e crianças, entretanto como as crianças não possuem poder aquisitivo para obter os amigurumis, nosso público-alvo principal tornam-se homens e mulheres com idades entre 25 a 65 anos que querem dar um amigurumi de presente para algum bebê ou criança.

Além desse grupo principal, nosso público-alvo secundário são pessoas de todas as idades que tem admiração e gostam de amigurumis, produtos feitos artesanalmente e querem comprar para elas mesmas.

## **2.4 Estratégias de segmentação de mercado**

Nosso negócio trabalhará com quatro segmentos diferentes e para cada um deles haverá uma estratégia a fim de aumentar a atratividade de cada segmento em nosso produto. Abaixo é citado cada segmento com suas características e também as estratégias criadas para cada um deles:

1. Bebês (0-2 anos)

São os adultos que irão adquirir os produtos e como se tratam de bebês as pessoas têm uma preocupação muito grande na escolha dos presentes e gostam de pesquisar antes de comprar. Podemos alcançá-los através de parcerias com blogs destinados a bebês com dicas e produtos, como o blog *Cheguei ao Mundo* (<http://chegueiaomundo.com.br/fornecedores/>) que inclusive possui uma sessão onde eles indicam empresas de produtos e serviços. Há também todas as redes sociais associadas ao blog.

2. Crianças (3-10 anos)

São os adultos que irão adquirir os produtos e com tantas opções disponíveis no mercado há uma preocupação sobre o que o presente trará para o desenvolvimento da criança. Uma forma de alcançá-los seria levar uma amostra para parques e praças onde haveria o contato direto das crianças com os amigurumis e assim seria visível ao adulto que está acompanhando a criança de como o amigurumi é capaz de estimular a criatividade, as emoções e a segurança que a criança precisa. Além de alcançá-los através de publicações patrocinadas nas redes sociais.

3. Adolescentes (11-17 anos)

Os adolescentes gostam de produtos que os incluem em algum grupo na sociedade e levam muito em consideração o que é a moda do momento. Podemos alcançá-los através de influenciadores digitais que são muito relevantes nas vidas dos adolescentes que querem seguir o que é dito nas redes sociais. Os amigurumis podem ser criados para os adolescentes como emojis, estrelas e corações para decorar o quarto, podem também ter amigurumis de bonecos de filmes como Star Wars, tartaruga ninja e de super-heróis.

4. Adultos

Os adultos levam muito em consideração e dão um valor agregado a trabalhos feitos artesanalmente. Esse segmento pode ser alcançado através de blogs de decoração e artesanato, além de redes sociais com páginas destinadas a adultos.

## 2.5 Análise da concorrência

- *Amigurso*
  - Origem: São Paulo – loja Online
  - Produto: Amigurumi de bichinhos e bonecas
  - Diferencial:
    - Cria nome aos amigurumis criados.
    - Envia os amigurumis de presente para pessoas famosas para obter mais visibilidade.
    - Cobra por cada item separado que compõe o amigurumi como gravata, lacinho, saia...

- *Brincar de Crochê*
  - Origem: São Paulo – loja Online
  - Produto: Amigurumi de bichinhos
  - Diferencial:
    - Realiza sorteios dos amigurumis.
    - Coloca foto do amigurumi com a criança que o recebeu de presente.
    - Não informa o preço do amigurumi para estimular ao interessado a entrar em contato
  
- The Little Amigurumi
  - Origem: Rio de Janeiro – loja Online
  - Produto: Amigurumi de bichinhos e bonecas
  - Diferencial:
    - Coloca vídeo dos amigurumis
    - Mostra os amigurumis nas decorações de festas infantis e fotos de recém-nascidos
    - Faz enquetes para os seguidores sobre as cores e itens que compõe os amigurumis

Em busca de um foco para o negócio, a solução foi trazer a lógica da estratégia do oceano azul, onde somos levados a refletir sobre o que é o negócio e o que o diferencia dos demais substitutos já existentes.

#### **Eliminar**

- Mau acabamento no arremate do amigurumi
- Demora na entrega para o cliente
- Não satisfação dos clientes
- Amigurumi sujo ou com poeira

#### **Elevar**

- Resposta rápida ao pedido do cliente
- Boas fotos para os anúncios
- Amigurumi com bom acabamento
- Embalagem que mantém o produto limpo, seco e sem odor

#### **Reduzir**

- Custo
- Linhas de má qualidade
- Enchimento que não seja de fibra acrílica

#### **Criar**

- Amigurumi dedicado a épocas do ano como Páscoa, Natal, Dia das Crianças, Halloween...
- Fazer anúncio semanal dos amigurumis em pontos turísticos do Rio

O fornecedor crucial para o nosso negócio é a empresa *Crema* que já atua no mercado desde 1936 e comercializa linhas 100% algodão mercerizado como *linha amigurumi* e

*linha Anne* para crochê, agulhas de todos os tamanhos necessários, olhos de plástico com trava e todos os materiais necessários para a fabricação dos amigurumis.

Outro fornecedor é a empresa *Tinta no Pano* que é responsável pela impressão da logo *Amiguchê* na etiqueta de algodão que vai costurada no amigurumi para identificação da marca.

Temos como fornecedor a *distribuidora M&B Embalagens Descartáveis* onde compramos todo material necessário para realizar a embalagem do amigurumi e enviar para os compradores como celofane transparente, fita de cetim colorida, sacola com alça e etiquetas colantes, papeis para cartão de visita.

### **3. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

<http://vilamulher.uol.com.br/familia/filhos/a-importancia-dos-bichos-de-pelucia-na-infancia-19857.html>

<https://exame.abril.com.br/marketing/infografico-mostra-o-poder-das-cores-no-marketing-e-no-dia-a-dia/>

<http://g1.globo.com/economia/noticia/2016/10/vendas-pela-internet-devem-dobrar-ate-2021-diz-pesquisa-do-google.html>

<http://g1.globo.com/economia/noticia/2016/10/vendas-pela-internet-devem-dobrar-ate-2021-diz-pesquisa-do-google.html>

<https://www.nibo.com.br/blog/o-que-e-razao-social-e-o-que-e-nome-fantasia/>

<http://www.portaltributario.com.br/guia/mei.html>

<https://www.mundodomarketing.com.br/reportagens/mercado/31227/mercado-de-artigos-para-bebes-cresce-e-atrai-novos-negocios.html>

<https://istoe.com.br/compra-regular-na-internet-e-feita-por-quase-7-a-cada-10-brasileiros-diz-pwc/>

<https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/78-dos-consumidores-online-consideram-seguro-comprar-pela-internet-diz-pesquisa/>

<https://oglobo.globo.com/economia/brasileiros-ja-compram-mais-pela-internet-do-que-em-lojas-fisicas-18781081>

[https://www.spcbrasil.org.br/uploads/st\\_imprensa/analise\\_consumo\\_online\\_de\\_produtos\\_infantis.pdf](https://www.spcbrasil.org.br/uploads/st_imprensa/analise_consumo_online_de_produtos_infantis.pdf)

<http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2016/10/1823568-vendas-na-internet-devem-dobrar-ate-2021-indica-google.shtml>

<https://revistapegn.globo.com/Administracao-de-empresas/noticia/2016/07/pequenos-negocios-dominam-vendas-na-internet-no-brasil.html>

[http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/comunicado/110602\\_comunicadoipea95.pdf](http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/comunicado/110602_comunicadoipea95.pdf)

<https://cidadeverde.com/noticias/78655/ipea-consumidores-de-35-a-44-anos-lideram-as-compras-pela-internet>

<https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/varejo-online-cresce-290-desde-2007-mostra-ibge/>

<https://www.tecmundo.com.br/brasil/39797-ibge-uso-de-celular-e-internet-cresceu-mais-de-100-no-brasil-em-seis-anos.htm>

<http://chegueiaomundo.com.br/fornecedores/>

[http://www.contabeis.com.br/termos-contabeis/sociedade\\_limitada](http://www.contabeis.com.br/termos-contabeis/sociedade_limitada)

<http://emalta.com.br/entenda-o-que-um-ceo-faz-e-suas-responsabilidades/>