

COMÉRCIO DE ROUPAS INFANTIS: UM MERCADO EM EXPANSÃO





© 2018. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Bahia – Sebrae/BA

Todos os direitos reservados. A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610/1998).

INFORMAÇÕES E CONTATO

Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Bahia – SEBRAE/BA

Unidade de Gestão do Portfólio – UGEP

Rua Horácio César, 64 – Bairro Dois de Julho

CEP: 40.060-350 – Salvador / BA

Tel.: (71) 3320-4436

Presidente do Conselho Deliberativo Estadual

Antônio Ricardo Alvarez Alban

Diretor Superintendente

Jorge Khoury

Diretor Técnico

Franklin Santana Santos

Diretor Administrativo e Financeiro

José Cabral Ferreira

Unidade de Gestão do Portfólio (UGEP)

Gerente

Norma Lúcia Oliveira da Silva

Gerente Adjunto

Leandro de Oliveira Barreto

Analista

Viviane Canna Brasil Sousa Cedraz

Analista

André Gustavo de Araújo Barbosa

Projeto Gráfico, editoração e revisão ortográfica

Yayá Comunicação Integrada

www.ba.sebrae.com.br **0800 570 0800**



SebraeBahia

SUMÁRIO

Vestuário infantil: uma aposta segura para microempresários	4
Como me diferenciar dos concorrentes no comércio de Roupas	5
Qual a estrutura mínima de que preciso?	8
Quais são as exigências legais para abrir o meu negócio?	10
Devo criar uma loja virtual para meu negócio?	13
Dicas para investir em aplicativos e redes sociais	16
Mandamentos das vendas virtuais	18
Conclusão	20

VESTUÁRIO INFANTIL: UMA APOSTA SEGURA PARA MICROEMPRESÁRIOS

Em constante crescimento, o comércio de vestuário infantil é uma aposta certa para pequenos empresários que desejam dar seus primeiros voos no mercado de moda.

- Segundo dados do IEMI – Inteligência de Mercado, divulgados pela Abravest (Associação Brasileira do Vestuário) em 2017, a previsão é que o setor continue crescendo em média 7,8%;
- Serão movimentados cerca de 24 bilhões de reais.

O avanço das vendas de peças de moda infantil se deve ao fato de ser essa uma produção têxtil ligada à necessidade de compra: famílias com filhos irão, obrigatoriamente, comprar roupas para as crianças. O consumo de vestuário infantil é, ainda, perene, já que a infância compreende diversas faixas etárias, com demandas variadas de vestimenta. Uma vez que se começa a comprar roupas para crianças, demora-se até deixar de investir nesse tipo de produto.

Ainda de acordo com o IEMI, uma vez que a demanda não para de crescer, os novos empresários do ramo precisam apostar na inovação para se diferenciar dos concorrentes e tornar uma compra necessária algo que gere desejo de consumo.

Alcançar esse diferencial é o grande desafio dos microempresários que desejam investir no comércio de roupas infantis. Vários elementos podem ajudar o seu negócio a surpreender o consumidor e atrair o seu ímpeto de compra. Descubra quais são eles e faça da sua marca um dos destaques do mercado.



COMO ME DIFERENCIAR DOS CONCORRENTES NO COMÉRCIO DE ROUPAS

Todo cuidado é pouco: cada decisão em relação ao seu comércio será crucial para destacá-lo no disputado – porém frutífero – mercado de vestuário infantil. Considere as vantagens e desvantagens de cada opção e customize o seu negócio de acordo com as suas necessidades e as demandas do seu público.



Localização

O local onde você abrirá a sua loja será um fator direto de influência nas vendas finais. Espaços com grande circulação de pessoas, de preferência family friendly, como shoppings, galerias e locais próximos a parques, são ideais para inserir o seu negócio.

Se possível, estabeleça seu ponto de venda exatamente ao lado de estabelecimentos que favorecem a concentração do público infantil, como sorveterias e lojas de brinquedos. Lembre-se de facilitar a vida do seu comprador: caso a loja esteja na rua e não em um estabelecimento fechado, prefira colocá-la próxima a locais que permitem estacionamento, fluxo de pedestres e, de preferência, que sejam próximas a pontos de transporte coletivo, ainda que seu público-alvo seja A-B;

Ambiente

A ambientação da sua loja tem duas funções: atrair os pais e mães e interessar as crianças. Aposte em uma decoração com elementos divertidos e/ou lúdicos, como manequins em formato infantil, cores, itens que enfeitam mas também parecem brinquedos, iluminação adequada e espaços confortáveis, como poltronas e tapetes de EVA.

Como crianças não costumam ter independência para provar roupas sozinhas, ofereça provadores que sejam capazes de abrigar o pequeno cliente e o seu adulto acompanhante. Preocupe-se também com a acessibilidade, permitindo o acesso de pessoas com necessidades especiais.

Uma ideia interessante é montar o seu espaço de maneira sustentável e ecologicamente correta, associando sua marca aos ideais de proteção ao meio ambiente, que podem coadunar os valores dos seus clientes.



Variedade de faixas etárias

A faixa etária de 0 a 3 anos é considerada a mais rentável do público infantil, de acordo com a Abravest. Porém, quanto mais categorias a sua loja incluir, maior será o seu faturamento. Considere as diferenças de comportamento dos intervalos etários e ofereça variedade de opções, incluindo peças para pré-adolescentes. A transição entre a infância e a adolescência é um nicho delicado, que se bem explorado, pode ser muito rentável.

Contudo, caso decida assumir somente um nicho de faixa etária para a sua loja, explore-o ao máximo para potencializar os ganhos e se diferenciar a partir da segmentação de produtos.

Adaptação às tendências de moda

A escolha das peças de vestuário infantil não pertence mais somente aos pais, mas também à própria criança. Hoje, a informação de moda está disponível através da mídia e do fácil acesso à internet; ademais, as crianças adquirem cada vez mais protagonismo nas suas decisões como um todo, sendo estimuladas para se expressarem através de roupas e acessórios.

Aposte em peças que adaptam as tendências de moda ao público infantil e associe essas novidades aos personagens favoritos das crianças. Outra opção válida é trazer conceitos contemporâneos que dialogam com interesses dos pais, como empoderamento feminino, temas geeks e memes da internet.

As modalidades de vestimenta mãe e filha, ou pai e filho, também são exemplos de tendências que conquistaram os consumidores e geram renda garantida.



Campanhas

O cuidado com o desenvolvimento das campanhas da sua marca também é um importante fator de diferenciação e será determinante para garantir ou não a identificação dos pais com a sua empresa. Transmita os valores da marca nas propagandas, dentro e fora das redes sociais: conceitos como diversidade, sustentabilidade, inclusão e empoderamento feminino devem ser considerados.

QUAL A ESTRUTURA MÍNIMA DE QUE PRECISO?

Não é preciso um grande espaço para lançar a sua loja infantil, porém, é preciso que essa área esteja bem estruturada. Para compor sua estrutura, considere:



Equipe

Conte com, pelo menos, um vendedor e um responsável pelo caixa.

Banheiro

Se sua loja estiver em um shopping ou galeria, você poderá contar com o banheiro do próprio empreendimento. Porém, caso esteja numa rua, é importante oferecer um pequeno espaço de banheiro e fraldário para o seu cliente. Lembre-se de que as necessidades das crianças, ao contrário dos adultos, são imprevisíveis, e não ter como lidar com elas caso seja necessário pode impedir o seu cliente de efetivar uma compra.

Itens

Os itens para abertura da loja infantil serão os mesmos de outro tipo de comércio: araras, espelhos, cortinas, assentos, balcões, manequins, provadores, impressora, máquinas de crédito e débito, um computador. Se possível, opte por tapetes em que crianças menores possam engatinhar sem desconforto, como os modelos em EVA, que além de macios são fáceis de higienizar.

Estoque

Uma vez que seu negócio estará conectado às novidades e tendências do setor de vestuário infantil, naturalmente a rotatividade das peças será alta, e seu estoque rapidamente vai se esgotar. Preveja um estoque pequeno, gerando menor impacto na alocação do capital de giro da empresa e permitindo a reserva de um local restrito para acondicionar as peças.



QUAIS SÃO AS EXIGÊNCIAS LEGAIS PARA ABRIR O MEU NEGÓCIO?

O primeiro passo para organizar a documentação e o registro legal da sua empresa é contratar um contador. Esse profissional é legalmente habilitado a elaborar os atos construtivos do negócio, ajudá-lo a escolher a forma jurídica mais adequada à sua empresa e preencher os formulários legais necessários para dar continuidade à abertura.

Uma vez associado a um contador, você deverá procurar os órgãos necessários para realizar as devidas inscrições. As exigências legais mudam de acordo com o caso em questão. Confira:



Abertura de uma loja física ou virtual

Para que sua loja esteja devidamente legalizada, você deverá registrá-la nos seguintes órgãos:

- Junta Comercial;
- Secretaria da Receita Federal (CNPJ);
- Secretaria Estadual da Fazenda;
- Caixa Econômica Federal (INSS/FGTS);
- Corpo de Bombeiros Militar;
- Arcar com a Contribuição Sindical Patronal, de caráter anual

Dicas extras

As informações oficiais da loja, seja ela física ou virtual, devem estar facilmente visíveis aos clientes. CNPJ, endereço, telefone, e-mail e SAC, se houver, precisam estar disponíveis para o consumidor.

No caso das lojas online, lembre-se de que a Lei do Arrependimento prevê que, em caso de se arrepender da compra em até 7 dias após o recebimento, o consumidor poderá enviar o produto de volta e ter seu custo ressarcido.

Registro de uma marca

Se você está criando uma marca, como a de uma loja ou de uma nova indústria de roupas, e deseja registrá-la, é preciso garantir o seu direito a propriedade. Você deverá acessar o site do Instituto Nacional da Propriedade Industrial, onde poderá conferir no Manual de Marcas os tipos de marca disponíveis, instruções para finalizar o seu registro e acompanhamento de processos.



Com o que devo me preocupar?

- No manual, você poderá descobrir se o nome da sua marca é inédito. Certifique-se de que não há outras empresas registradas da mesma forma que a sua;
- Crie uma logo modelo para a sua loja, que possa ser classificada como nominativa, mista, tridimensional e figurativa;
- Pagar a guia de recolhimento para efetivar o registro, seguindo as instruções para tal.

Após realizar o pagamento da guia, cadastre-se no Sistema e-Marcas, do INPI, anexando a documentação do seu registro. Após essa etapa, a sua marca existirá oficialmente.

Equipe de vendedores: como montar?

Caso você deseje abrir uma loja de roupas infantis, ao selecionar a equipe de vendedores, deve prestar atenção ao perfil da vaga. Afinal, não são todos os candidatos que têm perfil para comercializar peças para esse público.

Prefira pessoas extrovertidas, que tenham apreço por crianças e famílias em geral. Vendedores bem-humorados, que compreendem o tema moda infantil e são ágeis o suficiente para lidar com situações inesperadas – comuns quando se está lidando com crianças – são as melhores escolhas.



DEVO CRIAR UMA LOJA VIRTUAL PARA MEU NEGÓCIO?

Há duas opções de investimento em e-commerce para um comércio de roupas infantis: a criação de uma loja unicamente online, em que os produtos estarão disponíveis somente nesse espaço, sem a existência de um ponto físico de vendas; e a loja virtual, que configura um desdobramento de um comércio já existente em um local físico.

Caso você já possua uma loja física e deseje inserir sua presença no ambiente virtual, atente-se para os seguintes detalhes:

- O site de vendas deverá ter a identidade da sua marca. É importante que o consumidor da loja se identifique com o espaço virtual, da mesma maneira como se conecta com a loja física;
- Lojas virtuais têm logística diferente das suas versões físicas. Questões logísticas como entrega, opções de frete, formas de pagamento e manutenção de estoque devem ser tratadas de maneira específica;
- Ambientes de venda virtual são naturalmente mais fáceis de capilarizar do que uma loja física, por isso, tenha em mente que você atingirá novos consumidores. Entender como esses compradores se comunicam e quais são as suas demandas específicas será importante para criar uma verdadeira conexão entre marca e cliente.



Por outro lado, criar uma loja virtual tem vantagens indiscutíveis para a sua marca. Entre elas:

Facilidade de criar promoções

Para divulgar uma promoção em uma loja física, você precisa, além de arcar com a diminuição do preço, custear o material que vai publicizar aquela oferta, como folhetos, folders, outdoors. No caso de uma loja virtual, você poderá divulgar suas promoções no próprio site, gratuitamente, e disseminar a novidade com ferramentas de custo baixo, como e-mail marketing e postagem em redes sociais;



Vendas 24h

Sua loja física não fica aberta 24h, mas a versão virtual, sim! Ter a possibilidade de atender a clientes em qualquer momento, inclusive em diferentes fusos horários, é um excelente benefício, facilmente convertido em aumento das vendas;

Custos reduzidos

Ter uma loja virtual é consideravelmente mais barato do que abrir uma nova filial da sua loja física, uma vez que você não precisará se preocupar com elementos como ponto de aluguel, impostos de localização, pagamento de vendedores, infraestrutura para recebimento de clientes, entre outros. Por isso, pode valer mais a pena desdobrar seu negócio com uma versão online do que abrir uma nova loja física;

Acompanhamento do comportamento do consumidor

Uma vantagem do ambiente digital é o monitoramento do comportamento dos seus clientes, que lhe permitirá analisar dados como gênero dos principais visitantes do site, período de acesso, horários preferidos para visitar a loja, ticket médio, entre outros. Com essas informações, você poderá ajustar frequentemente o seu plano de negócio, adequando-o às suas necessidades e tornando a sua loja cada vez mais rentável;



Portabilidade

Com a presença digital, o seu cliente poderá levar a loja para qualquer lugar: bastará acessar o celular para realizar novas compras. Essa facilidade pode e deve ser divulgada, seduzindo o comprador a partir da praticidade.

DICAS PARA INVESTIR EM APLICATIVOS E REDES SOCIAIS

Entre os canais de marketing mais usados atualmente, aqueles inseridos nos ambientes virtuais oferecem experiências combinadas. Neles é possível navegar pelos e-commerces, analisar ofertas nos ambientes online e offline, acessar redes sociais e aplicativos e, principalmente, se identificar com as marcas e não apenas com os produtos. Assim, para vender mais, é preciso ir além: estar presente em todos os canais possíveis (e adequados), acompanhar de perto o comportamento do cliente e compreender os seus desejos.

Conheça dicas para investir em aplicativos e redes sociais:



Aplicativos

Além das lojas virtuais propriamente ditas, em sites, a contemporaneidade lhe dá outra opção online de se conectar com os clientes: os aplicativos.

Criar um aplicativo é a oportunidade de estar em constante contato com o consumidor, inserindo a sua marca diretamente no *feed* de aplicações utilizadas diariamente por ele. Por isso, é especialmente rentável no caso de marcas já existentes, que possuem uma relação prévia que será fortalecida a partir da existência do *app*.

Se você possui uma confecção de peças infantis, considere criar um aplicativo para lojistas, em que eles tenham sua compra facilitada e possam mais facilmente renovar estoques e controlar a entrada e saída de peças.

Vendas no Facebook e Instagram

As redes sociais também configuram uma oportunidade de compra rápida que deve ser aproveitada. No caso do Facebook, é possível criar uma loja diretamente hospedada na rede, em que todo o processo de compra será realizado diretamente na aba de venda.

Já o Instagram permite facilidade de anunciar as peças à venda, informando, na própria imagem, o preço de cada peça e direcionando o consumidor para o seu site.

Ambos os recursos são excelentes para dinamizar o processo de venda e estimular o comprador ao consumo rápido.



Publicidade com influenciadores digitais

Outra ótima maneira de aproveitar o ambiente virtual para impulsionar suas vendas é apostar na parceria com influenciadores digitais: criadores de conteúdo relacionados com o seu setor, que têm um público composto por possíveis consumidores do seu produto.

Além de blogueiros e jornalistas adultos dedicados a tratar do tema maternidade/paternidade, as redes sociais também possuem diversos mini-influenciadores, que são crianças com perfis gerenciados pela família e que atingem diretamente tanto os pais quanto os pequenos consumidores. Nesse caso, você deverá entrar em contato com os responsáveis da criança para descobrir como anunciar.

MANDAMENTOS DAS VENDAS VIRTUAIS

Conheça os mandamentos das vendas virtuais:

Facilitarás a compra do usuário

Quanto mais descomplicado for o sistema, maior a chance de retenção do cliente;

Promoverás uma experiência

Lojas virtuais concorrem, na aba do navegador do computador ou do celular, com inúmeros outros estímulos disponíveis ao usuário. Um ambiente dinâmico, simples de utilizar e intuitivo fará com que seu consumidor fique interessado no conteúdo, diminuindo as taxas de rejeição e aumentando o tempo dele no site;

Estarás conectado às preferências do consumidor

Se seus compradores são pais de crianças, é preciso lembrar que o consumo das peças infantis envolve não apenas a necessidade, mas o aspecto lúdico. Trabalhar isso no seu ambiente virtual garantirá uma maior conexão entre marca e cliente;



Realizarás promoções

Aproveite a facilidade de reduzir preços nas lojas online e utilize esse recurso para aumentar o número de vendas e dar ao seu comprador a sensação de vantagem;

Oferecerás boas opções de pagamento

Quanto mais possibilidades de pagamento o usuário tiver, menor a chance de que ele abandone a compra por não ter condições de arcar com a opção disponível. Permita que os produtos sejam adquiridos em crédito, parcelamento, débito em conta ou boleto bancário.



CONCLUSÃO



O comércio de roupas infantis é um dos mais rentáveis do Brasil e investir em uma confecção de roupas para crianças ou em uma loja que comercialize esses produtos é uma aposta certa de ganhos rápidos.

Antes de abrir a sua empresa, considere responder algumas perguntas importantes para a definição e o sucesso do negócio:

- Você domina e compreende o setor de vestuário infantil?
- Você entende as necessidades do seu público-alvo, composto por pais e crianças?
- A sua empresa será uma confecção ou uma loja?
- Qual nicho etário você escolherá?
- A sua loja será virtual e/ou física?
- No caso de uma loja física, você terá condições de abri-la em um local com bastante fluxo de clientes?
- No caso de uma loja física, você dispõe da estrutura necessária para tal?
- Quais serão os elementos de diferenciação da sua marca em relação às demais?

Se você é capaz de responder a essas perguntas com tranquilidade, isso significa que a sua empresa está pronta para ser lançada. Lembre-se de que quanto mais tempo for investido previamente no detalhamento do negócio e na criação de um plano para seu lançamento, maiores são as chances de garantir vendas e estabelecer a sua empresa no mercado.

Aposte nas orientações do Sebrae para fazer do seu comércio de roupas infantis um sucesso desde o princípio. Conte com as nossas dicas e diferencie-se diante dos concorrentes!



Quer saber mais?
Acesse o site do Sebrae e conheça outros conteúdos.

www.ba.sebrae.com.br **0800 570 0800**



SebraeBahia