


Plano de Negócios	
LIRA	



Este plano de negócios foi desenvolvido por	
Autores	Data
Heloisa Scorsin Jacoboski	08/12/2025

SUMARIO EXECUTIVO

A Lira Bags Design é uma marca de bolsas artesanais produzidas à mão, localizada em Guarapuava-PR. O negócio tem como propósito unir design exclusivo, personalização e sustentabilidade, oferecendo produtos feitos com cuidado, detalhamento e identidade própria. A produção é totalmente artesanal, utilizando materiais como fio de malha, miçangas e aviamentos, com atenção especial à durabilidade e qualidade.

O público-alvo da marca é composto principalmente por mulheres de 18 a 25 anos, que valorizam autenticidade, moda consciente e produtos personalizados. Esse perfil foi validado por meio de uma pesquisa aplicada com 69 participantes, permitindo definir a persona "Ana Clara", jovem conectada às tendências de moda e apreciadora de peças únicas.

A empresa será formalizada como SLU e funcionará no endereço residencial da proprietária, reduzindo custos e permitindo um ambiente seguro e funcional de produção. A equipe inicial conta com a proprietária, responsável pela gestão, vendas e atendimento, e duas artesãs encarregadas da produção.

Do ponto de vista estratégico, a análise SWOT evidencia a força da marca na exclusividade, no trabalho manual e no baixo custo de operação, mas também ressalta desafios como produção limitada, pouca visibilidade inicial e concorrência crescente no ambiente digital. A matriz PESTEL demonstra um cenário favorável, com maior valorização do consumo consciente e crescimento das vendas online.

A Lira Bags adotará estratégias de marketing voltadas principalmente ao digital, com Instagram e WhatsApp como canais principais de divulgação, atendimento e vendas. Conteúdos visuais, bastidores da produção e parcerias com influenciadoras locais serão essenciais para fortalecer o reconhecimento da marca. Além disso, a empresa participará de feiras e bazares regionais, ampliando a visibilidade e o contato direto com o público.

As vendas ocorrerão de forma multicanal: redes sociais, marketplaces, feiras artesanais e parcerias com lojas locais. Os preços variam entre R\$ 80,00 e R\$ 600,00, conforme tamanho, materiais e nível de personalização.

No primeiro ano, estima-se uma produção mensal entre 20 e 30 bolsas, alcançando de 240 a 360 unidades anuais. A projeção de faturamento varia de R\$ 5.000,00 a R\$ 9.000,00 por mês, com crescimento proporcional à expansão digital e alianças comerciais. As metas incluem consolidar presença online, aumentar parcerias locais e desenvolver um showroom para atendimento personalizado no futuro.

A estrutura de investimentos compreende equipamentos, materiais e capital de giro, refletindo um modelo enxuto e de baixo custo. A conclusão financeira demonstra que o negócio é viável, desde que mantenha controle de custos, qualidade constante e um marketing eficiente.

A Lira Bags Design nasce com forte identidade, proposta de valor clara e grande potencial de crescimento no mercado de bolsas artesanais, destacando-se pela exclusividade, personalização e conexão afetiva com suas clientes.

SUMÁRIO

1 O CONCEITO DO NEGÓCIO	7
1.1 O QUE SUA EMPRESA VENDE	7
1.2 PARA QUEM SUA EMPRESA VENDE	7
1.2.1 PERSONA	8
1.2.2 MAPA DA EMPATIA	8
1.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES	9
1.4 ORGANOGRAMA	10
1.4.1 ESTRUTURA LEGAL E REQUISITOS PARA O FUNCIONAMENTO	10
1.4.2 COMPOSIÇÃO SOCIETÁRIA	11
1.4.3 LICENÇAS E ALVARÁS	11
1.5 LOCALIZAÇÃO	12
1.6 PARCERIAS CHAVES	12
1.7 EQUIPE DE GESTÃO	13
1.7.1 DADOS DO EMPREENDEDOR	13
1.7.2 EQUIPE	13
2 MERCADO E COMPETIDORES	14
2.1 TAMANHO DE MERCADO	14
2.1.1 SEGMENTAÇÃO	15
2.2 ANÁLISE DO AMBIENTE EXTERNO – PESTEL	16
2.3 MATRIZ SWOT	17
2.4 ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA	19
2.4.1 CONCORRENTES DIRETOS	19
2.4.2 CONCORRENTES INDIRETOS	20
2.4.3 MAPA DE POSICIONAMENTO	22
2.4.4 5 FORÇAS DE PORTER	23
3 PRODUTOS E SERVIÇOS	25
3.1 DIFERENCIAIS COMPETITIVOS	26
3.2 PROPOSTA DE VALOR	26
3.2.1 QUALIDADE E GARANTIAS	27
3.3 FICHA DE PRODUTO	27
3.4 LAYOUT E INFRAESTRUTURA DA EMPRESA	28
3.4.1 INFRAESTRUTURA	29
3.5 EQUIPAMENTOS E MAQUINAS NECESSÁRIAS	30
3.5.1 TABELA MAQUINAS E EQUIPAMENTOS	30
3.5.2 TABELA MATERIAIS E INSUMOS	31

3.6 PROCESSOS – CHAVE	32
3.7 SELEÇÃO E GESTÃO DE FORNECEDORES.....	33
3.8 TECNOLOGIAS UTILIZADAS.....	34
4. MARKETING E VENDAS	35
4.1 DESCRIÇÃO CLARA DO PÚBLICO- ALVO	35
4.2 ESTRATÉGIAS DE MARKETING.....	36
4.3 CANAIS DE VENDAS	38
4.4 PLANO DE COMUNICAÇÃO.....	39
4.5 DEFINIÇÃO DE PREÇOS E POLITICA COMERCIAL.....	41
4.6 ESTRUTURA DE VENDAS.....	42
4.7 METAS DE VENDAS	44
4.8 PÚBLICO ALVO E SEGMENTAÇÃO.....	45
4.9 PROPOSTA DE VALOR	46
4.10 POSICIONAMENTO	46
4.11 MIX DE MARKETING (4PS)	47
4.11.1 PRODUTO/SERVIÇO.....	47
4.11.2 PREÇO	47
4.11.3 PRAÇA (DISTRIBUIÇÃO).....	47
4.11.4 PROMOÇÃO (COMUNICAÇÃO E DIVULGAÇÃO)	48
4.12 EVOLUÇÃO DOS 4PS PARA OS 7PS	48
4.12.1 PESSOAS.....	48
4.12.2 PROCESSOS	48
4.12.3 EVIDÊNCIAS FÍSICAS (OU PROVAS FÍSICAS).....	49
4.12.4 IMPACTO NA EMPRESA	49
4.13 ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO E DIVULGAÇÃO	49
4.13.1 COMUNICAÇÃO DIGITAL.....	49
4.13.2 MARKETING DE CONTEÚDO	50
4.13.3 PROMOÇÕES E EVENTOS.....	50
4.13.4 COMUNICAÇÃO PESSOAL E RELACIONAMENTO	50
4.13.5 RESULTADOS ESPERADOS	50
4.14 PROCESSO DE VENDA	50
4.14.1 COMO O CLIENTE COMPRA	50
4.14.2 FUNIL DE VENDAS.....	51
4.14.3 CANAIS DE CONTATO	51
4.14.4 OBJETIVOS DO PROCESSO DE VENDAS	52
4.15 METAS E INDICADORES.....	52
4.16 RISCOS CRITICOS DO NEGÓCIO	54

4.16.1 RISCOS OPERACIONAIS	54
4.16.2 RISCOS FINANCEIROS.....	54
4.16.3 RISCOS DE MERCADO	55
4.16.4 RISCOS TECNOLÓGICOS	55
5. FINANÇAS.....	56
5.1 ESTRUTURA DO INVESTIMENTO INICIAL.....	56
5.1.1 INVESTIMENTO EM TERRA (ESTRUTURA FÍSICA).....	56
5.1.2 INVESTIMENTO EM CAPITAL (EQUIPAMENTOS E TECNOLOGIAS).....	56
5.1.3 INVESTIMENTO EM CAPITAL DE GIRO (INÍCIO DAS OPERAÇÕES).....	57
5.1.4 RESUMO GERAL DOS INVESTIMENTOS	57
5.2 CONCLUSÃO	58
REFERÊNCIAS.....	60
ANEXOS	61

1 O CONCEITO DO NEGÓCIO

Uma empresa especializada na confecção e vendas de bolsas e carteiras artesanais, produzidas a mão com materiais como fio de malha e miçangas. A proposta é unir o artesanato de qualidade com estilo e autenticidade, atendendo ao público que valoriza originalidade, o consumo consciente, sustentabilidade e responsabilidade Social. O diferencial da marca está na caracterização: cada cliente poderá escolher o modelo, cor, tamanho e detalhes específicos do seu item, tornando cada peça única e exclusiva, caso não queira personalizar, poderá também, escolher algum modelo do nosso estoque. As peças serão produzidas sob encomenda, o que permite um atendimento personalizado e que garante um menor desperdício de material.

1.1 O QUE SUA EMPRESA VENDE

A empresa trabalha com acessórios de moda, com foco em bolsas e carteiras artesanais exclusivas. Mais do que mercadorias, oferece peças personalizadas que combinam estilo, identidade e originalidade, satisfazendo preferências individuais de cada cliente. A finalidade é oferecer não apenas um acessório funcional, mas uma experiência personalizada e artesanal.

A sugestão de negócio é unir o design exclusivo, feito à mão, com autenticidade e o cuidado de mulheres que valorizam cada detalhe. Cada peça é desenvolvida com atenção, permitindo que o consumidor se sinta satisfeito e contente ao adquirir um produto que retrata sua personalidade e princípios.

Por ser um item artesanal, a produção é feita em pequena escala, o que limita o volume de entrega, podendo gerar uma dificuldade em demandas crescentes. Contudo, isso também reforça o caráter exclusivo e personalizado de cada produto, aumentando o valor da marca e propiciando uma conexão mais profunda com os consumidores.

1.2 PARA QUEM SUA EMPRESA VENDE

Esse negócio tem como público-alvo principal, mulheres de 18 a 25 anos, residentes em Guarapuava-PR, que apreciam estilo, autenticidade e produtos artesanais personalizados. Esse alinhamento foi confirmado por meio de uma pesquisa realizada, que contou com 69 respostas e forneceu dados significativos

para a definição da persona. Tratando-se de clientes jovens, ligadas às tendências de moda e que buscam acessórios únicos, que expressem sua identidade pessoal.

1.2.1 PERSONA

Nome: Ana Clara Souza

Idade: 22 anos

Cidade: Guarapuava – PR

Profissão: Estudante universitária de Design de Moda e vendedora em meio período em uma loja de roupas

Renda mensal: R\$ 2.000,00 a R\$ 4.800,00

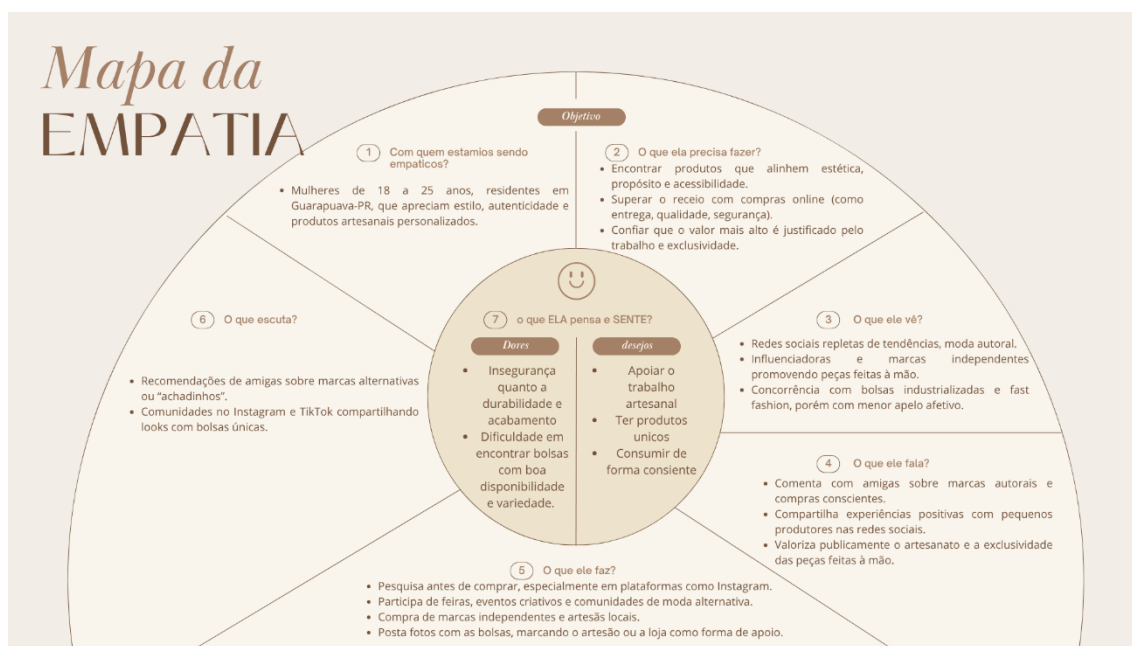
Hobbies: Gosta de montar looks criativos, acompanhar tendências de moda no Instagram e Pinterest, visitar feiras de arte e produtos locais, assistir tutoriais de DIY e cuidar de suas redes sociais.

Comportamento de compra: Valoriza produtos que expressem sua identidade e que não sejam industrializados ou "comuns". Prefere comprar de marcas pequenas e artesanais, mesmo que o preço seja um pouco mais elevado, desde que sinta que está adquirindo algo único. Costuma buscar referências online antes de decidir uma compra e gosta de ter opções de personalização.

1.2.2 MAPA DA EMPATIA

Para compreender melhor as necessidades, desejos e comportamentos do público-alvo, utilizamos o mapa da empatia, uma ferramenta que concede uma visão mais detalhada do cliente ideal.

Figura 1 - Mapa da Empatia



Fonte: Elaborado pela aluna 2025

O que pensa e sente? Valoriza a exclusividade, sustentabilidade, e deseja peças que expressem sua identidade única.

- O que vê? Observa a predominância de produtos industrializados e busca algo com alma e autenticidade.
- O que ouve? Recebe recomendações de influenciadoras digitais e amigos sobre moda consciente e artesanal.
- O que fala e faz? Compartilha nas redes sociais suas descobertas, e prefere marcas que permitam personalização.
- Dores: Dificuldade em encontrar peças exclusivas, preço elevado e pouca transparência na origem.
- Ganhos: Ter um produto único que reflita seu estilo, sentir-se parte de um movimento sustentável, e receber elogios pelo bom gosto.

1.3 MISSÃO, VISÃO E VALORES

Missão

Oferecer bolsas e carteiras artesanais de design único, feito à mão com cuidado e autenticidade, propiciando uma experiência específica que valoriza o estilo individual e o consumo consciente.

Visão

Ser marca reconhecida como referência em bolsas artesanais no Brasil, distinguindo-se por originalidade, qualidade e conexão afetiva com os clientes, expandindo de forma sustentável para novos negócios.

Valores

Qualidade: Garantia de produtos duráveis e exclusivos;

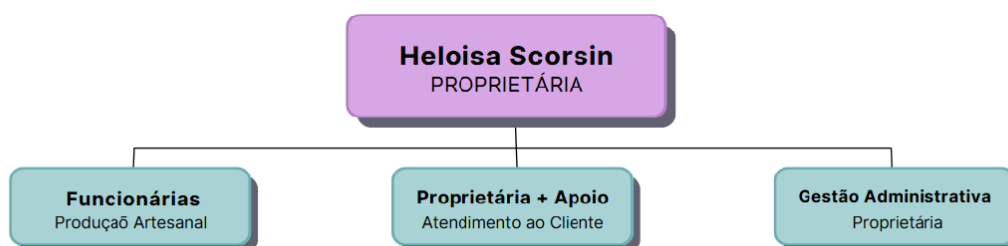
Autenticidade: Identidade única de quem escolhe;

Sustentabilidade: Consumo consciente e uso responsável dos materiais;

Respeito ao cliente: Foco na satisfação e atendimento personalizado.

1.4 ORGANOGRAMA

Figura 2 - Organograma



Fonte: Elaborado pela aluna 2025

Proprietária: Coordenação geral, gestão do negócio, atendimento e decisões estratégicas.

Produção Artesanal: Terão duas funcionárias que atuarão na produção das bolsas.

Atendimento ao cliente: A proprietária irá realizar o atendimento até no pós vendas, com o apoio das funcionárias quando o necessário.

Gestão Administrativa: A proprietária cuidará das finanças, compras, redes sociais, emissão de notas, e demais processos internos.

1.4.1 ESTRUTURA LEGAL E REQUISITOS PARA O FUNCIONAMENTO

A organização será formalizada como Sociedade Limitada Unipessoal (SLU). É um formato jurídico que permite a constituição de uma empresa por apenas uma pessoa, mantendo as características de uma Sociedade Limitada, sem a necessidade de sócios. Esse modelo garante a separação entre o patrimônio pessoal do empreendedor e o patrimônio da empresa, oferecendo maior segurança jurídica. Além disso, a SLU não exige capital social mínimo para sua abertura, tornando o processo mais acessível e flexível.

1.4.2 COMPOSIÇÃO SOCIETÁRIA

A empresa será composta por uma única titular, a própria empreendedora, sem inclusão de sócios.

1.4.3 LICENÇAS E ALVARÁS

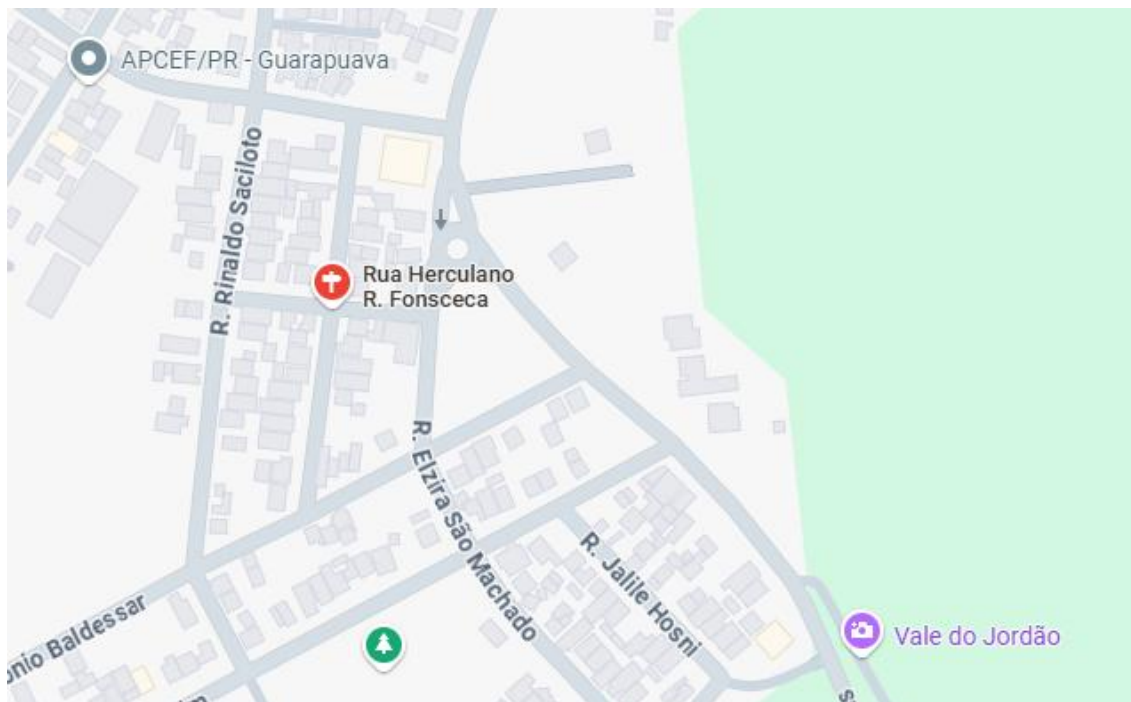
A Lira Bags Design, registrada como Sociedade Limitada Unipessoal (SLU), necessita de algumas licenças e autorizações para operar legalmente. Após o registro na Junta Comercial, a empresa obtém CNPJ, Inscrição Estadual e Inscrição Municipal, documentos essenciais para atuar no comércio e emitir notas fiscais. Para funcionar no endereço escolhido, é obrigatório o Alvará de Funcionamento emitido pela Prefeitura de Guarapuava, que verifica o zoneamento e as condições do espaço.

Também é necessária a Licença do Corpo de Bombeiros (AVCB), garantindo que o ambiente siga normas de segurança contra incêndio, especialmente por envolver máquinas e materiais que podem oferecer riscos. Dependendo das exigências municipais, pode ser solicitada uma Licença Sanitária simplificada, assegurando boas condições de higiene e organização do local de produção. Além disso, pode ser requerido um licenciamento ambiental básico, relacionado ao descarte adequado de resíduos.

Por fim, caso a empresa venha a contratar funcionários, é obrigatório o cadastramento no INSS, FGTS e eSocial, garantindo a regularidade das obrigações trabalhistas e previdenciárias.

1.5 LOCALIZAÇÃO

Figura 3 - Localização



Fonte: Elaborado pela aluna 2025

Endereço: Rua Herculano Ribeiro Fonseca, nº124, Bairro Boqueirão (Mirante da Serra) em Guarapuava-PR.

A empresa será localizada na casa da proprietária, em um ambiente reservado, escolhido para proporcionar redução de custos operacionais, com um tamanho necessário para a implementação do negócio.

1.6 PARCERIAS CHAVES

A empresa contará com parcerias estratégicas que fortalecem sua presença no mercado e colaboram para o seu crescimento. Um dos principais amparos virá da participação em feiras de artesanato realizadas em Guarapuava, que proporcionaram visibilidade à marca e contato direto com o público. Para certificar-se da qualidade dos produtos vendidos, o negócio preservará uma relação sólida com fornecedores de fios de malha, miçangas, aviamentos e demais insumos utilizados para a produção das peças. Além disso, parcerias com influenciadoras digitais e marcas locais, serão indispensáveis para ampliar o alcance nas redes sociais. Por fim, a operação de plataformas de venda online, será¹ essencial para contribuir com o processo de compra,

agilizando o atendimento e oferecendo uma experiência personalizada aos fregueses.

1.7 EQUIPE DE GESTÃO

1.7.1 DADOS DO EMPREENDEDOR

Tabela 1- Dados do Empreendedor

Nome	Heloisa Scorsin Jacoboski
Endereço	Rua Herculano Ribeiro Fonseca – 124
Bairro	Mirante da Serra
Cidade	Guarapuava/PR
Telefone	(42) 9 9108-5205
Perfil:	Experiência no atendimento ao público, boa comunicação, conhecimento básico em gestão, finanças e marketing.

Fonte: Elaborado pela aluna 2025

1.7.2 EQUIPE

Tabela 2 - Dados da Equipe

Cargo	Função	Habilidades e Competências	Remuneração
Proprietária – Gestora Geral	Administrar o negócio, controlar finanças, atendimento ao cliente, tomada de decisões e estratégias de marketing.	Criatividade, proatividade, conhecimento básico em gestão e finanças, boa comunicação, sensibilidade estética para tendências da moda.	Proporcional aos lucros da empresa.
Artesã I – Produção	Produção manual de bolsas e carteiras conforme padrões da marca e personalizações.	Criatividade, habilidade manual, proatividade, atenção aos detalhes, disposição para aprender novas técnicas.	R\$ 1.806,18 fixo + auxílio transporte.
Artesã II – Produção	Produção manual com foco em etapas	Criatividade, habilidade manual, disciplina,	R\$ 1.806,18 fixo + auxílio transporte.

	específicas como acabamento.	responsabilidade, proatividade, atenção aos detalhes, disposição para aprender novas técnicas.	
--	------------------------------	--	--

Fonte: Elaborado pela aluna 2025

2 MERCADO E COMPETIDORES

2.1 TAMANHO DE MERCADO

O artesanato é uma de várias formas expressivas de cultura e de geração de renda no Brasil. Além de preservar as tradições típicas regionais e de identidade própria, ele simboliza um marco importante no setor econômico. De acordo com informações:

“O artesanato brasileiro movimenta em torno de R\$ 100 bilhões por ano – cerca de 3% do Produto Interno Bruto (PIB) do país – gerados pelos cerca de 8,5 milhões de artesãos espalhados por todos os estados. Grande parte são mulheres que encontram no ofício o principal meio de sustento de suas famílias. É um movimento que não para de crescer, todos os meses aumenta o número de profissionais cadastrados no Sistema de Informações Cadastrais do Artesanato Brasileiro (Sicab), vinculado ao governo federal. No acumulado do ano, até outubro, foram 14.398 novos artesãos registrados oficialmente.”

Bolsas artesanais são parte desse mercado, podendo representar uma fração significativa, especialmente dentro de segmentos de acessórios sustentáveis, moda autoral e consumo consciente. Por ser um produto procurado por estética manual e originalidade, vem atraindo pessoas cada vez mais exigentes e interessadas em peças únicas e feitas à mão. Apesar disso, ainda não possui dados oficiais que separem esse nicho por tipo de material ou técnicas utilizadas, como, miçangas ou crochê. Isso se deve à ausência de categorização específica em estatísticas regionais e ou nacionais, a alta informalidade do setor, redes sociais. Mesmo assim, nota-se que as bolsas ganham grande destaque em feiras de artesanato, lojas, e plataformas digitais, sendo vistas não apenas como acessórios, mas também como formas de expressão de identidade.

O preço de bolsas artesanais confeccionadas em miçangas e crochê varia conforme alguns fatores como tamanho, dificuldade do trabalho manual e design. A análise de preços praticados em lojas físicas e plataformas digitais

deixa identificar três principais faixas de valor conforme o tamanho do produto escolhido.

A precificação varia conforme o nível de acabamento, tamanho e material utilizado. As peças pequenas, como clutch ou baguete, custam entre R\$ 80,00 e R\$ 120,00 frequentemente comercializadas em brechós, marketplace. Já as bolsas de tamanho mediano, possuem preços entre R\$ 150,00 e R\$ 300,00, igualam funcionalidade e estética. Por fim, os modelos maiores ou com acabamento mais refinado variam de R\$ 300,00 a R\$ 600,00.

Em relação ao mercado em volume no ano de 2022, cerca de 62 milhões de unidades de bolsas foram importadas para o Brasil, indica um fluxo bem grande de vendas, mas não especifica se são vendas de bolsas artesanais.

2.1.1 SEGMENTAÇÃO

O perfil do comprador para bolsas artesanais em miçangas e crochê é caracterizado por jovens como Ana Clara Souza, uma estudante universitária de 22 anos, que mora em Guarapuava – PR, cursa Design de Moda e trabalha meio período como vendedora em uma loja de roupas. Possui renda mensal entre R\$ 2.000,00 a R\$ 4.800,00. Seus hábitos incluem o acompanhamento de tendências em suas redes sociais, e frequenta feiras locais de arte e moda.

Ela tem um costume de fazer compras conscientes, prefere marcas pequenas e artesanais, mesmo que o preço seja mais elevado pois considera exclusivas ou com valor afetivo. Além disso, costuma buscar referências online antes de decidir uma compra e gosta de ter opções de personalização, o que fortalece seu desejo por peças únicas e alinhadas ao seu próprio estilo.

Ana Clara é uma pessoa que gosta de consumir de forma consciente, valorizando a estética, a originalidade e o impacto social das suas escolhas. Ela costuma evitar produtos industrializados e prefere opções mais autênticas, como peças feitas por marcas pequenas e independentes. Para ela, o valor emocional e simbólico de uma peça é tão importante quanto sua funcionalidade, por isso está disposta a pagar mais por algo único.

Antes de comprar algo, Ana Clara gosta de pesquisar bastante em plataformas como Instagram, Pinterest e TikTok, onde encontra inspirações e conhece marcas que têm uma história própria. Ela aprecia saber quem fez o

produto e a história por trás dele, o que faz ela se sentir mais conectada ao artesanato e ao trabalho artesanal.

Ela gosta bastante de opções de personalização, porque quer que a peça mostre sua identidade visual e seu estilo próprio. Além disso, ela costuma participar de feiras de arte e eventos na sua região, tanto para conhecer novidades quanto para apoiar iniciativas locais. Essa atitude mostra que ela é uma consumidora engajada, conectada e que busca produtos com um propósito significativo.

O público que gosta de bolsas feitas à mão com miçangas procura peças que mostrem sua personalidade e que se destaquem do padrão produzido em massa. Essas pessoas valorizam a exclusividade, o estilo único e a possibilidade de personalizar suas bolsas. Além disso, querem fazer escolhas mais conscientes, apoiando marcas menores e produtos artesanais. Porém, muitas vezes é difícil encontrar peças de qualidade fora dos grandes centros, além de a visibilidade dos artesãos ser limitada e de existirem inseguranças na hora de comprar pela internet. As bolsas artesanais ajudam a superar esses obstáculos, trazendo autenticidade, carinho e um propósito especial em cada criação.

A periodicidade de compras ocorre de forma pensada ou por uma ocasião especial, como eventos culturais, aniversários, festivais, ou por renovação de guarda-roupa em estações específicas, principalmente primavera e verão. Não é por impulso, mas sim de uma aquisição intencional. Tende a ser compras semestrais ou eventual, variam bastante, dependendo do orçamento disponível e da ocasião.

2.2 ANÁLISE DO AMBIENTE EXTERNO – PESTEL

É uma ferramenta estratégica usada para avaliar e compreender os fatores externos que podem influenciar uma empresa ou organização, representa seis categorias de fatores: Políticos, Econômicos, Sociais, Tecnológicos, Ambientais (ou Ecológicos) e Legais, auxiliando a entender o cenário geral do negócio.

Figura 4 - PESTEL

PESTEL



Fonte: Elaborado pela aluna 2025

A matriz mostra que o setor de artesanato no Brasil é favorecido por políticas públicas, tem impacto econômico significativo (R\$ 100 bi/ano) e cresce com as vendas online.

Socialmente, há valorização da moda sustentável e do consumo consciente.

No campo tecnológico, redes sociais ajudam nas vendas, mas ainda há desafios com acesso digital.

Ambientalmente, destaca-se o baixo impacto e o reaproveitamento de materiais.

Legalmente, a formalização é possível via SICAB, mas a informalidade e a falta de uso da propriedade intelectual ainda são obstáculos.

2.3 MATRIZ SWOT

Para obter uma visão mais clara e detalhada da situação atual, auxiliando na identificação de vantagens competitivas, e auxílio na tomada de decisão, foi utilizada para pesquisa também a SWOT.

Tabela 3 - Matriz SWOT

<p>FORÇA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marca com identidade própria • Personalização de produtos • Baixo custo de produção • Sustentabilidade e Responsabilidade Social • Trabalho manual e qualidade 	<p>FRAQUEZA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Baixa escala de produção • Dependência de habilidades específicas • Tempo de produção mais longo • Menor visibilidade no mercado • Logística e distribuição limitadas
<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aumento da valorização do feito a mão • Venda online • Parceria com influenciadoras e marcas locais • Expansão para mercados internacionais • Customização sob demanda 	<p>AMEAÇAS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concorrência com produtos industrializados e importados • Dependência de eventos e feiras locais • Sazonalidade de vendas • Mudanças nas preferências dos consumidores • Dificuldade em estabelecer parcerias estratégicas

Fonte: Elaborado pela aluna 2025

A análise SWOT da Lira evidencia seus principais pontos estratégicos. Como **forças**, destacam-se a identidade da marca, a personalização dos produtos, o baixo custo de produção, a sustentabilidade e a qualidade do trabalho manual.

Entre as **fraquezas**, estão a baixa escala de produção, a dependência de habilidades específicas, o tempo mais longo de confecção, a pouca visibilidade no mercado e limitações logísticas.

As **oportunidades** incluem o crescimento da valorização do feito à mão, as vendas online, parcerias com influenciadoras e a possibilidade de expansão internacional.

Já as **ameaças** envolvem a concorrência com produtos industrializados, a sazonalidade nas vendas, a dependência de eventos locais e a dificuldade em firmar parcerias estratégicas.

2.4 ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA

2.4.1 CONCORRENTES DIRETOS

Concorrência direta consiste em empresas que possuem o mesmo segmento com preços e estratégias de marketing semelhantes, para o mesmo público alvo. Venda de bolsas artesanais em Guarapuava-PR, ainda é restrita em termos de lojas físicas especializadas. Entretanto o crescimento de artesãos independentes e ateliês que atuam por meio de feiras, bazares e plataformas digitais, oferecem produtos semelhantes a este projeto.

Um exemplo relevante é o Bazar de Outono, realizado entre os dias 7 e 9 de junho de 2024 no Espaço Casa Flor, onde teve a participação de 31 marcas locais. Onde se destacam expositores como “Crochê da Val” e “Bell Prado Acessórios”, os dois com foco em peças feitas a mão, incluindo crochê e aplicações em miçangas. Esses eventos atraem um público interessado em peças autorais, sustentáveis e com identidade local, sendo grandes oportunidades importantes de comercialização.

Além desses bazares, tem a atuação de pequenos ateliês como o Manacá Artesanias, que distribui itens sustentáveis, entre eles, bolsas e bijuterias, por meio de redes sociais e plataformas online. Independentemente de não possuir loja física em Guarapuava, ele atende por encomendas.

Em outra busca realizada, foi localizado o ateliê BiaBags.Crochê, um concorrente direto indireto com a venda de produtos e valores parecidos, na mesma cidade de atuação, em anexo.

Fatores observados:

Preço: Varia de R\$ 100,00 a R\$ 300,00 dependendo do tamanho e do nível de detalhamento das peças.

Canais de venda: Instagram, WhatsApp, Feiras, Bazares, Marketplaces.

Marketing: Na maioria dos casos ele é digital, uso das redes sociais para fazer a divulgação de novos lançamentos, coleção, e participação em eventos locais.

Qualidade: Produção é artesanal, com foco em exclusividade, acabamentos feitos a mão, pequena escala de produção, padronização variável.

Diferencial: Personalização, estilo autoral e identidade local.

Reputação: Apoia-se em interações diretas com os clientes e feedbacks em redes sociais.

Pontos fortes: Proximidade com o cliente da região, encomendas personalizadas e originalidade.

Pontos fracos: Visibilidade limitada fora de eventos ou redes sociais, menor escala de produção, falta de loja física fixa.

2.4.2 CONCORRENTES INDIRETOS

Os concorrentes indiretos são empresas que comercializam produtos semelhantes, porém estão inseridos em contextos geográficos e mercadológicos diferentes. Normalmente, esses concorrentes estão inseridos em grandes cidades, como Rio de Janeiro e São Paulo, eles trabalham com um modelo de negócio mais focado em alcançar um público maior, priorizando a variedade e o volume de vendas.

Dois exemplos relevantes é o Carioca + (Centro, Rio de Janeiro): oferece bolsas em crochê, em também de miçangas, os preços são a partir de R\$ 56,90, vendidas em lojas físicas e por canais digitais.

E também a Lila Riche (São Paulo): O valor das peças variam entre R\$ 133,00 e R\$ 456,00, com foco em design contemporâneo e variedade de materiais.

Outros locais comerciais são o Saara (RJ) e a região da 25 de Março em SP, que contém várias lojas de armarinhos e acessórios, abrangendo itens artesanais prontos, vendidos com forte apelo ao preço e volume.

Krasulya.Bags, empresa internacional, localizada na Rússia, concorrente indireto internacional, contem forte demanda em bolsas e acessórios em miçangas, seu preço é mais elevado em comparação a outras empresas analisadas, porém, com um trabalho entregue de alto valor, sendo uma inspiração.

Fatores observados:

Preço: São mais acessíveis em média, porém, sem foco na exclusividade, entre R\$ 56,90 e R\$133,00 a R\$ 2.000,00

Canais de venda: Lojas físicas, e-commerce, grandes centros, redes sociais,

Marketing: Vitrines físicas, redes sociais, parcerias com influenciadores, promoções em datas importantes.

Qualidade: Boa, porém, com menos foco em trabalho autoral e artístico em algumas empresas.

Diferencial: Variedade de modelos.

Reputação: Conhecidos em seus mercados locais, avaliações positivas em e-commerces.

Pontos fortes: Preços competitivos, alcance maior.

Pontos fracos: Baixa personalização, menor apelo artesanal e autêntico, padronização dos produtos. Para Krasulya a localização e valor é o que mais pesaria para a compra internacional.

Abaixo segue uma figura para melhor visualização dos dados descritos acima.

Figura 5- Análise Concorrentes

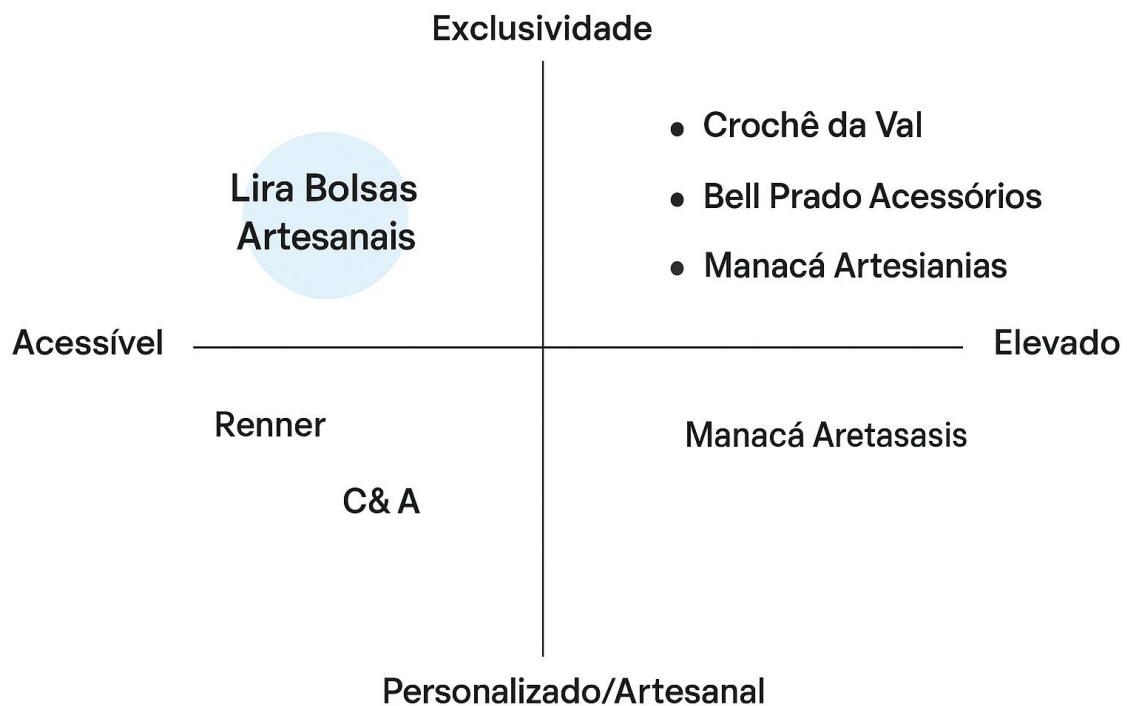
PRINCIPAIS CONCORRENTES				
M	Q	P	F	C
Crochê da Val	Artesanal, visual simples, foco em crochê	DE R\$ 100,00 a R\$ 200,00	Eventual (bazares e feiras locais)	Direto (Local)
Bell Prado Acessórios	Artesanal, peças delicadas, detalhes variados	DE R\$ 120,00 a R\$ 250,00	Eventual (redes sociais e feiras locais)	Direto (Local)
Krasulya. Bags	Artesanal, peças únicas, foco em miçangas	DE R\$ 145,00 a R\$ 2.000,00	Redes sociais (por encomenda)	Indireto (Internacional)
Biabags. crochê	Artesanal, visual elaborado, foco em crochê	DE R\$ 140,00 a R\$ 300,00	Redes sociais (por encomenda)	Direto (Local)

Fonte: Elaborado pela aluna 2025

2.4.3 MAPA DE POSICIONAMENTO

Mapa de posicionamento da marca Lira em relação aos seus concorrentes diretos e indiretos, com base em critérios como personalização e alcance de mercado. O objetivo é visualizar a posição estratégica da marca no mercado de bolsas artesanais.

Figura 6 - Mapa de Posicionamento



Fonte: Elaborado pela aluna 2025

O mapa mostra bem como a marca Lira está posicionada em um espaço importante, focado em alta personalização e atendimento local. Ela se destaca por oferecer produtos autorais, feitos à mão e com uma identidade própria.

Os concorrentes diretos, como Crochê da Val, Bell Prado Acessórios, Manacá Artesanias e BiaBags.Crochê, também trabalham com personalização, mas ainda não têm uma marca tão consolidada ou uma distribuição tão ampla assim.

Por outro lado, os concorrentes indiretos, como Carioca +, Lila Riche e 1Krasulya.Bags, têm um alcance maior, mas oferecem menos exclusividade, focando mais na variedade e na quantidade.

Com isso, dá para perceber que a marca Lira ocupa um espaço estratégico que ainda não foi muito explorado pelos concorrentes, o que pode ser uma vantagem importante no mercado regional de bolsas artesanais.

2.4.4 5 FORÇAS DE PORTER

A rivalidade no mercado de bolsas artesanais em miçangas e crochê é moderada, devido à fragmentação do setor e ao foco em produções autorais e de pequena escala. Em Guarapuava, há poucos concorrentes diretos, o que diminui a competição local. Já no ambiente online, há maior variedade de marcas, aumentando a concorrência, principalmente em termos de preço e estilo. Mesmo assim ainda há espaço para a diferenciação por meio de identidade visual, personalização e exclusividade.

Em relação a ameaça de novos entrantes, é considerada moderada a alta. Isso, pois, as barreiras são relativamente baixas, não é necessário grande capital inicial, pode-se iniciar a partir de casa, os materiais são acessíveis e pode fazer vendas somente por redes sociais.

Além disso, não possuem exigências regulatórias específicas ou licenças, para atuar nesse nicho, o que facilita o surgimento de novas empresas. Entretanto a construção de uma marca sólida, que possui identidade própria, com alta qualidade e boa presença digital, é uma barreira mais significativa, especialmente para uma empresa que deseja se destacar, pois exige muita criatividade, diferenciação, e conexão com o público.

O poder de barganha dos fornecedores é considerado baixo em Guarapuava, pois existem vários fornecedores locais e regionais de insumos de miçangas e crochê, o que permite uma liberdade de escolha por artesão. Com essa variedade os fornecedores não podem impor ou não tem grande poder para isso. Se levar em consideração situações específicas, como algum material importado, o poder de barganha pode aumentar.

No que se refere a poder de barganha dos clientes, é moderado pois, embora existam várias opções disponíveis, o público costuma valorizar autenticidade, estética única, produção artesanal, o que reduz a pressão por preços mais baixos. Apesar disso, clientes que possuam mais acessibilidade e facilidade de encontrar novos ateliês, em redes sociais, marketplaces, inspirações por exemplo, ele tende a ser mais exigente em relação ao design, acabamento, preço e personalização.

A ameaça de produtos substitutos é moderada, pois existem bolsas de outros materiais como tecido e couro sintético, que podem substituir facilmente as bolsas de crochê ou miçangas, pois eles atendem a mesma necessidade prática, porém, não entregam o mesmo valor do artesanal. Para consumidores que valorizam a praticidade priorizam preço, podem ser uma ameaça.

Figura 7 - 5 Forças de Porter

5 FORÇAS DE PORTER

Rivalidade entre concorrentes existentes	Média
Ameaça de novos entrantes	Alta
Poder de barganha dos fornecedores	Média
Poder de barganha dos clientes	Baixa
Ameaça de produtos substitutos	Média

Fonte: Elaborado pela aluna 2025

3 PRODUTOS E SERVIÇOS

A empresa Lira Bags Design comercializa produtos físicos e artesanais como bolsas artesanais produzidas em miçangas e crochê, com design autoral e com foco na exclusividade de cada peça. Cada unidade é produzida manualmente, garantindo excentricidade e atenção aos detalhes.

As bolsas apresentam acabamento feito à mão, podendo variar em tamanhos, desde modelos pequenos, como baguetes e clutches, até versões médias e grandes. São elaboradas para oferecer tanto resistência quanto estética, ligando funcionalidade e moda. Além disso, permitem personalização em cores, padrões e estilo, conforme a escolha do cliente.

O produto é utilizado como acessório de moda, acrescentando diferentes estilos e ocasiões. Pode ser utilizado no dia a dia, em eventos casuais ou em circunstâncias que exigem um toque diferenciado, tornando – se ao mesmo tempo um item funcional para armazenar objetos pessoais e também estético, composição / variação de look.

As bolsas respondem à necessidade de expressão de identidade pessoal por meio da moda, atendendo aos desejos relacionados a expressão de

identidade, estilo e exclusividade, juntamente cumpre com a função prática de transporte de itens essenciais. Diferenciam – se das opções industrializadas por proporcionarem exclusividade.

3.1 DIFERENCIAIS COMPETITIVOS

O principal diferencial da Lira Bags está na exclusividade e autenticidade de seus produtos. Eles unem um design moderno e utilidade, adequados ao dia a dia, e são produzidos com materiais de alta qualidade, o que garante durabilidade e resistência.

O negócio se destaca também pelo atendimento próximo e personalizado, o que proporciona uma experiência de compra exclusiva e aconchegante ao cliente, que vai além do produto. Contrastada aos concorrentes diretos, a Lira Bags proporciona mais exclusividade, personalização e atenção ao consumidor, enquanto outras marcas priorizam a produção em massa e volume de vendas.

3.2 PROPOSTA DE VALOR

O valor entregue pela Lira Bags está na proposta de bolsas artesanais que unem exclusividade, estilo e durabilidade, propiciando ao consumidor não apenas um acessório, mas sim uma peça que expressa sua identidade pessoal.

O produto soluciona a necessidade de funcionalidade e praticidade no dia a dia, enquanto atende ao desejo de originalidade e diferenciação, já que cada peça pode ser personalizada de acordo com o gosto do cliente.

O compromisso da marca é oferecer bolsas artesanais de excelência, produzidas com todo cuidado manual, levando design exclusivo e atendimento personalizado, onde vai proporcionar para o cliente uma experiência de compra especial e memorável.

No começo, o foco será em um portfólio de modelos artesanais exclusivos, podendo ter variação de cores, materiais e detalhes, ou seja, permitindo personalização. No futuro, existe a possibilidade de ampliação da marca e linha de produtos, incluindo carteiras, e outros acessórios artesanais, sempre mantendo o padrão de exclusividade e de identidade da marca.

3.2.1 QUALIDADE E GARANTIAS

A empresa adota um alto padrão de qualidade em toda sua produção, priorizando o uso de materiais selecionados, acabamento artesanal a mão e minucioso, costuras reforçadas, o que garante durabilidade e estética diferenciada às bolsas.

A pesar de não se tratar de uma produção em escala industrial, a Lira Bags vai oferecer garantia contra defeitos de fabricação, além de orientação de uso e cuidados para preservar cada peça. O atendimento do pós vendas será realizado de forma próxima, permitindo pequenos ajustes.

A satisfação do cliente será ponderada por meio de feedbacks diretos das redes sociais, conversas após a entrega e acompanhamento da recorrência de compras, utilizando essas informações para fidelizar cada vez mais clientes e para aprimorar os processos, mantendo um relacionamento de confiança com o cliente.

3.3 FICHA DE PRODUTO

Tabela 4 - Ficha de Produto

ITEM	DESCRIÇÃO
1. Nome do produto	Bolsas artesanais Lira Bags Design
2. Descrição clara	Bolsas produzidas manualmente, com design exclusivo, possibilidade de personalização em cores, materiais e acabamentos e atenção a detalhes,
3. Benefícios e diferenciais	Exclusividade, personalização, design diferenciado e único, durabilidade, atendimento próximo e experiência de compra acolhedora
4. Problema que soluciona	Atende a necessidade de funcionalidade no dia a dia e ao desejo de originalidade, oferecendo

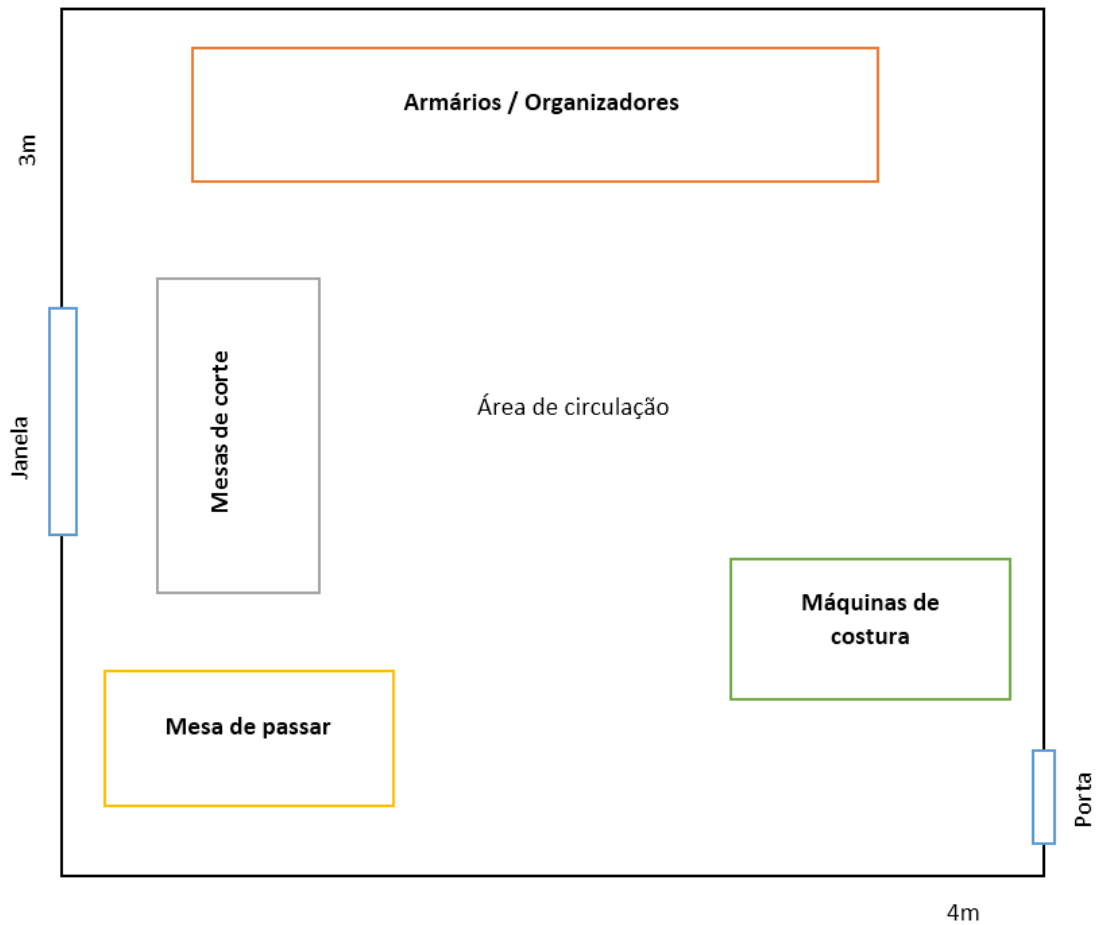
	peças únicas que mostram a identidade do cliente.
5. Público - alvo	Mulheres jovens e adultas, que valorizam estilo, autenticidade, o feito à mão e buscam produtos personalizados.
6. Possíveis variações ou expansão futura	Variação de modelos, cores e materiais. Expansão para carteiras, necessaires e outros acessórios.

Fonte: Elaborado pela aluna 2025

3.4 LAYOUT E INFRAESTRUTURA DA EMPRESA

O layout da empresa é uma distribuição estratégica dos recursos físicos, como equipamentos, máquinas e móveis, dentro de um espaço de trabalho. Possui um objetivo de otimizar o fluxo de trabalho, aumentando a produtividade e reduzindo o desperdício, o que garante um ambiente seguro e eficiente. Abaixo segue o layout da empresa Lira Bags.

Figura 8 - Layout



Fonte: Elaborado pela aluna 2025

Com essa disposição de máquinas e equipamentos, será possível ter uma otimização de espaço o que evita desperdício de espaço e garante uma fluidez melhor no trabalho. Proporciona conforto e ergonomia, além de proporcionar um fluxo de produção eficiente.

3.4.1 INFRAESTRUTURA

A infraestrutura é todo o conjunto de recursos físicos, materiais e tecnológicos, que a empresa irá precisar para atuar no dia a dia.

Tabela 5 - Infraestrutura

Espaço Físico	Sala de 3x3m, boa iluminação natural e artificial
----------------------	---

Móveis e apoio – 3 unidades de cada	Mesas de corte e montagem, armários, prateleiras e organizadores.
Equipamentos – 2 unidades de cada	Máquinas de costura, ferramentas manuais e mesas
Tecnologia - 2 celulares – 1 computador	Computador e celular para gestão de pedidos, internet para divulgação, contato com clientes e vendas online
Recursos de apoio	Sistemas básicos de gestão (planilhas), materiais de escritório.

Fonte: Elaborado pela aluna 2025

3.5 EQUIPAMENTOS E MAQUINAS NECESSÁRIAS

3.5.1 TABELA MAQUINAS E EQUIPAMENTOS

Tabela 6 - Maquinas e Equipamentos

CATEGORIA	ITENS	OBSERVAÇÃO
Maquinas de costura	Máquina reta e zigue-zague, overlock	Essenciais para costuras principais e acabamentos
Equipamentos de corte	Tesouras de tecido e couro, estiletes, base de corte, régua de patchwork	Garantem precisão no corte
Ferramentas para aviamentos	Alicates de pressão, furadores/vazadores, martelo de borracha, rebiteira manual	Aplicação de rebites, botões, ilhós e ajustes
Equipamentos de acabamento	Ferro de passar, mesa de passar, prensa térmica e etiquetas personalizadas	Melhoram o acabamento e a identidade da marca
Infraestrutura	Mesa de corte/montagem,	Apoio ao processo produtivo e conforto

	iluminação adequada, cadeiras ergonômicas, organizadores de aviamentos	
Tecnológico	Computador e celular	Para facilitar a gestão de pedidos e divulgação da empresa

Fonte: Elaborado pela aluna 2025

Essa tabela apresenta os principais equipamentos e máquinas utilizados na produção das bolsas artesanais da marca, destacando sua função e importância no processo produtivo.

3.5.2 TABELA MATERIAIS E INSUMOS

Tabela 7 - Materiais e Insumos

CATEGORIA	ITENS	OBSERVAÇÃO
Linhas	Linhas de nylon, linhas de poliéster resistentes	Usadas na costura principal e nos detalhes
Fios e Crochê	Fios de malha, agulhas de crochê em diferentes tamanhos	Para produção de bolsas e alças, acabamentos e detalhes artesanais
Tecidos	Tecidos para forro	Forração interna e reforço das bolsas
Aviamentos	Zíperes, botões, rebites, ilhós, cursores	Elementos de fechamento e acabamento
Materiais de personalização	Miçangas, aplicações, enfeites decorativos	Produção de bolsas e alças, diferenciais estéticos e customização

Materiais de escritório	Papel, etiquetas, canetas, marca textos, embalagens	Para anotações importantes, fixação de ajustes, entregas de produtos
--------------------------------	---	--

Fonte: Elaborado pela aluna 2025

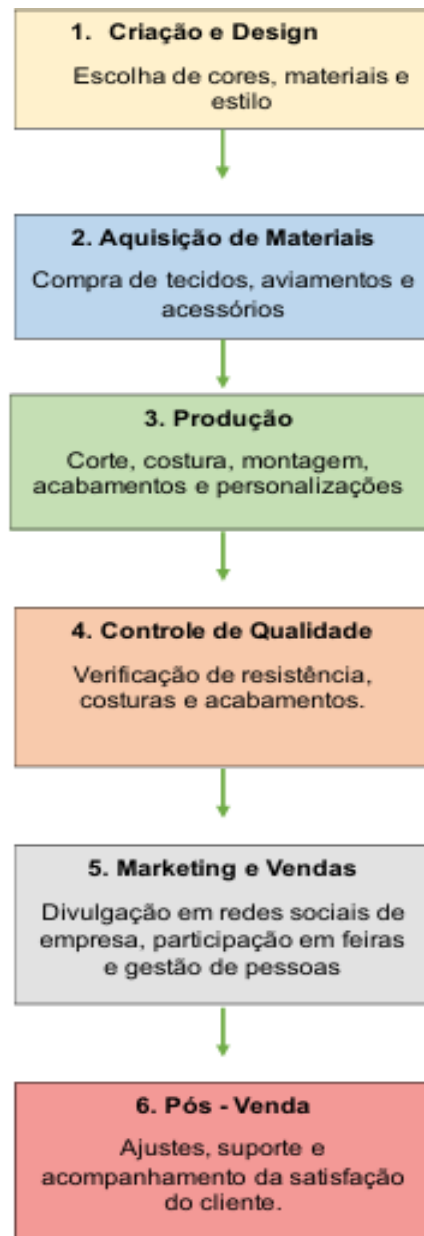
Essa tabela lista os materiais e insumos necessários para a confecção das bolsas, incluindo fios, tecidos, aviamentos e itens de personalização, indicando sua aplicação e relevância na produção artesanal.

3.6 PROCESSOS – CHAVE

Os processos-chave, são as principais atividades que não podem faltar, para que a empresa consiga alcançar seus objetivos estratégicos. São os “pilares” que sustentam a entrega da proposta de valor ao cliente.

Na Lira Bags será:

Figura 9 - Processos - Chave



Fonte: Elaborado pela aluna 2025

Essas atividades não podem parar ou falhar, pois se acontecer a empresa não consegue entregar sua proposta de valor.

3.7 SELEÇÃO E GESTÃO DE FORNECEDORES

A empresa Lira Bags Design identifica que a qualidade final de seus produtos depende diretamente da escolha minuciosa de seus principais fornecedores. Portanto, prioriza parceiros que garantam confiabilidade, qualidade e inovação nos insumos fornecidos.

Dentre os principais critérios de seleção, destacam-se a qualidade dos materiais como tecidos, linhas, aviamentos de alta resistência, a competitividade dos preços, a pontualidade na entrega, a variedade de opções oferecidas e o compromisso com práticas sustentáveis. Além do mais, é considerada a capacidade dos fornecedores em disponibilizar novidades e tendências, permitindo a diferenciação da marca no mercado.

Na tabela abaixo fica mais visível a escolha de tipos de fornecedores que a empresa deve priorizar.

Tabela 8 - Gestão de Fornecedores

Categoria	Exemplos	Critérios de seleção
Tecidos	Algodão, poliéster, sarja, cetim	Durabilidade, variedade de cores, conforto e facilidade de costura
Linhas	Nylon, linhas de poliéster resistentes, fios de malha e outros	Resistencia, espessuras variadas, boa disponibilidade e cores
Aviamentos	Zíperes, botões, rebites, ilhós, cursores	Qualidade do acabamento, funcionalidade, diversidade de modelos
Ferramentas e acessórios	Alicates, agulhas de crochê, tesouras, cortadores, bases de corte	Durabilidade, precisão e ergonomia
Materiais de personalização	Miçangas, aplicações, enfeites decorativos	Criatividade, inovação e possibilidade de customização

Fonte: Elaborado pela aluna 2025

3.8 TECNOLOGIAS UTILIZADAS

Entre as tecnologias digitais e de gestão a empresa utilizará Softwares de design gráfico por exemplo o Canva, para criação de estampas, etiquetas e posts

para as bolsas. Também fará o uso de planilhas simples de gestão (excel), para controle de estoque, controle de fornecedores e custos. Na área comercial e de relacionamento com clientes, a empresa emprega plataformas de vendas online, como Instagram, WhatsApp Business e Marketplaces especializados, o que amplia a sua presença digital e facilita o acesso aos produtos.

Desta maneira a integração entre as tecnologias produtivas e digitais permitem a Lira Bags a oferecer produtos de qualidade artesanal com suporte de ferramentas modernas, ligando tradição e inovação em seu modelo de negócio.

4. MARKETING E VENDAS

4.1 DESCRIÇÃO CLARA DO PÚBLICO-ALVO

O público-alvo da Lira Bags Desing é formado majoritariamente por mulheres jovens, com idades entre 18 e 25 anos, residentes em Guarapuava – PR, que valorizam o estilo, a autenticidade e o consumo consciente. Esse grupo é composto por consumidoras que se identificam com produtos artesanais e personalizados, que refletem sua identidade individual e expressam seus valores pessoais, como sustentabilidade e originalidade.

Essas mulheres estão inseridas em um contexto de forte presença digital e acompanham as tendências da moda principalmente por meio de plataformas como Instagram, Pinterest e TikTok. Costumam buscar referências visuais e inspiração em criadoras de conteúdo e marcas autorais, demonstrando um comportamento de compra informado e seletivo. Valorizam o processo de produção artesanal e preferem investir em peças únicas, mesmo que apresentem custo superior aos produtos industrializados.

O perfil ideal desse público é representado pela Ana Clara Souza, de 22 anos, estudante universitária de Design de Moda e vendedora em meio período. Com renda mensal entre R\$ 2.000,00 e R\$ 4.800,00, Ana Clara demonstra uma postura de consumo consciente e um olhar apurado para o design. Ela busca produtos que aliam estética, propósito e exclusividade, priorizando marcas locais e artesanais, nas quais possa reconhecer o valor do trabalho manual e o significado de cada peça.

Entre seus hábitos de consumo, destacam-se o interesse por feiras de arte e eventos culturais, o gosto por itens personalizáveis, e a preferência por marcas que mantenham uma comunicação próxima e transparente com o cliente. Antes de efetuar uma compra, costuma pesquisar avaliações, observar detalhes de acabamento e comparar opções nas redes sociais. Sua decisão de compra é emocional e racional, unindo estética e propósito.

As principais necessidades desse público estão relacionadas à busca por exclusividade, autenticidade e representatividade. Elas desejam produtos que expressem sua individualidade e as façam sentir parte de um movimento mais consciente e sustentável. Além disso, buscam experiências de compras acolhedoras, com atendimento personalizado e a possibilidade de personalização do produto. De forma que cada peça seja única.

Dessa forma, a Lira Bags Design atende a um público que não se identifica com o consumo de massa, mas com autenticidade do artesanal, valorizando o tempo, o cuidado e a história por trás de cada criação. Esse segmento de consumidoras vê a moda como uma forma de expressão pessoal e simbólica, onde cada bolsa se torna um reflexo de sua identidade, estilo e valores.

4.2 ESTRATÉGIAS DE MARKETING

As estratégias de marketing da empresa serão voltadas a divulgação digital e relacionamento direto com o cliente, buscando fortalecer a presença da marca, gerar identificação com o público e promover o reconhecimento da autenticidade e qualidade de bolsas artesanais. A Lira atuará de forma integrada entre o marketing de conteúdo, parcerias locais e participação em eventos regionais, combinando ações online e presenciais.

A principal ferramenta de atração será o marketing digital nas redes sociais, especialmente Instagram e WhatsApp Business, que funcionarão como canais de divulgação, atendimento e vendas. O Instagram será o eixo central das estratégias, onde serão publicadas fotos e vídeos das bolsas, bastidores da produção artesanal, processos de personalização e depoimentos de clientes. O objetivo é mostrar não apenas o produto final, mas também o valor simbólico e

afetivo de cada peça — fortalecendo a imagem de uma marca transparente, acolhedora e autêntica.

Além disso, será explorado o marketing de relacionamento, com foco em criar conexões duradouras com as clientes. O atendimento será personalizado desde o primeiro contato, com acompanhamento pós-venda e abertura para sugestões e ajustes. Essa abordagem próxima gera fidelização e indicações espontâneas, fundamentais para o crescimento orgânico da marca.

A Lira Bags também buscará parcerias estratégicas com influenciadoras digitais locais e marcas regionais de moda autoral, que compartilham os mesmos valores de sustentabilidade e produção artesanal. Essas parcerias visam aumentar o alcance da marca e atrair novos públicos por meio de divulgação colaborativa, sorteios e participação em feiras de artesanato e eventos culturais em Guarapuava e região.

Outra estratégia importante será a produção de conteúdo educativo e inspirador, como dicas de moda consciente, combinações de looks e cuidados com produtos artesanais. Esse tipo de conteúdo aproxima a marca do público, reforçando sua credibilidade e construindo autoridade no segmento de bolsas artesanais.

Por fim, a identidade visual da Lira Bags Design será trabalhada de forma consistente em todos os canais — logotipo, cores, embalagens e comunicações digitais — transmitindo os valores de elegância, exclusividade e sustentabilidade. Essa coerência estética contribuirá para o reconhecimento da marca, reforçando sua posição como referência local em bolsas artesanais personalizadas.

Assim, as estratégias de marketing da Lira Bags Design têm como foco principal atrair e encantar o público-alvo por meio da autenticidade, da proximidade no atendimento e da valorização do trabalho artesanal, transformando cada interação em uma experiência de conexão e significado.

4.3 CANAIS DE VENDAS

A Lira Bags Design utilizará uma estratégia de vendas multicanal, que combina o alcance digital com o contato direto e pessoal com o cliente. Essa abordagem permite ampliar o público atendido, fortalecer a presença da marca e proporcionar diferentes experiências de compra, tanto online quanto presencial.

No início das atividades, o principal canal de vendas será o online, por meio das redes sociais Instagram e WhatsApp Business, que funcionarão de forma integrada. O Instagram servirá como vitrine digital, onde as bolsas serão expostas com fotos de alta qualidade, descrições detalhadas e informações sobre personalização. Já o WhatsApp Business será utilizado para atendimento direto, esclarecimento de dúvidas, envio de orçamentos personalizados e fechamento de pedidos. Essa comunicação próxima e humanizada reforça o relacionamento com o cliente e transmite confiança no processo de compra.

Além dos canais diretos, a empresa também fará uso de marketplaces e plataformas de e-commerce artesanal, como Elo7 e Shopee, ampliando sua visibilidade e alcançando consumidores fora da região de Guarapuava. Esses canais digitais oferecem a oportunidade de atingir um público nacional interessado em produtos autorais e feitos à mão, contribuindo para a consolidação da marca no mercado artesanal.

No ambiente presencial, a Lira Bags participará de feiras de artesanato, bazares e eventos culturais locais, que funcionam como espaços estratégicos para divulgação da marca, teste de novos produtos e fortalecimento da identidade regional. Esses eventos possibilitam o contato direto com o público, o recebimento de feedbacks imediatos e a criação de laços de confiança, fundamentais para o crescimento de um negócio artesanal.

A empresa também pretende estabelecer parcerias com lojas locais de moda e decoração, que poderão atuar como pontos de exposição e revenda das bolsas, em regime de consignação. Essa parceria amplia o alcance da marca, agrega valor às coleções e reforça a conexão com outras iniciativas criativas da região.

Em um estágio futuro, conforme o negócio se consolidar e houver aumento na demanda, está prevista a criação de um pequeno showroom no mesmo espaço da produção, permitindo o atendimento presencial mediante

agendamento. Esse ambiente servirá tanto para exposição dos produtos quanto para personalização sob medida, oferecendo uma experiência de compra acolhedora e exclusiva.

Portanto, os canais de venda da Lira Bags Design foram planejados para garantir acessibilidade, conveniência e proximidade, conectando o cliente ao universo artesanal da marca. A integração entre os meios online e presenciais reforça o propósito da empresa de oferecer um atendimento humano e personalizado, transformando cada venda em uma experiência única.

4.4 PLANO DE COMUNICAÇÃO

O plano de comunicação tem como objetivo fortalecer o relacionamento com o público-alvo, consolidar a identidade da marca e ampliar sua visibilidade no mercado local e digital. As ações de comunicação serão fundamentadas na autenticidade, proximidade e transparência, refletindo os valores de exclusividade e sustentabilidade que compõem a essência da empresa.

A principal ferramenta de comunicação será o uso estratégico das redes sociais, especialmente o Instagram, por seu forte apelo visual e capacidade de conexão com o público jovem. Nesse canal, serão realizadas publicações frequentes que apresentem os produtos finalizados, os bastidores da produção artesanal, o processo de personalização e a história por trás de cada criação. O objetivo é mostrar o valor simbólico das bolsas, destacando o cuidado e a dedicação presentes em cada peça.

O Instagram também será utilizado para a criação de conteúdo interativo, como enquetes, vídeos curtos (Reels), tutoriais de moda e combinações de looks com as bolsas da marca. Essa estratégia visa aumentar o engajamento e aproximar o público da rotina da empresa, tornando a Lira Bags mais presente e relevante no cotidiano das seguidoras.

Além disso, será utilizado o WhatsApp Business como ferramenta de comunicação direta e personalizada. Por meio dele, serão realizados atendimentos, envio de catálogos digitais, confirmações de pedidos e acompanhamento pós-venda, reforçando o cuidado individual com cada cliente e a satisfação no processo de compra.

Em relação às promoções, a Lira Bags planeja realizar campanhas sazonais em datas estratégicas, como Dia das Mães, Natal e início da primavera/verão — períodos em que a procura por acessórios aumenta. Nessas ocasiões, poderão ser oferecidos descontos especiais, condições de pagamento facilitadas e brindes personalizados, sempre mantendo a coerência com a proposta de valor da marca e sem descaracterizar o conceito de exclusividade.

As parcerias com influenciadoras digitais locais também farão parte do plano de comunicação, fortalecendo a divulgação da marca por meio de publicações colaborativas e indicações espontâneas. Essa estratégia busca ampliar o alcance da Lira Bags entre consumidores que valorizam o artesanato e o design autoral, reforçando sua presença na comunidade de moda independente e sustentável.

No ambiente presencial, a empresa continuará participando de feiras, bazares e eventos culturais, que funcionam como importantes canais de relacionamento e divulgação boca a boca. Nesses eventos, o público poderá conhecer pessoalmente as peças, perceber sua qualidade artesanal e estabelecer contato direto com a marca — fatores essenciais para gerar confiança e fidelização.

Por fim, o marketing boca a boca será um dos pilares mais relevantes da comunicação da Lira Bags Design. A satisfação do cliente será estimulada por meio de um atendimento humanizado e pós-venda ativo, incentivando o compartilhamento espontâneo de experiências positivas nas redes sociais e entre amigos. Essa forma de divulgação é especialmente eficaz no mercado artesanal, pois transmite credibilidade e reforça a imagem de uma marca próxima, afetiva e comprometida com cada cliente.

Assim, o plano de comunicação da Lira Bags Design está estruturado para promover conexão, encantamento e autenticidade, utilizando tanto ferramentas digitais quanto experiências presenciais, com o intuito de transformar cada interação em uma oportunidade de fortalecimento da marca.

4.5 DEFINIÇÃO DE PREÇOS E POLITICA COMERCIAL

A definição de preços da empresa segue uma estratégia que equilibra valorização do trabalho artesanal e acessibilidade ao público-alvo, garantindo competitividade sem comprometer a qualidade e o posicionamento da marca. A precificação leva em consideração três fatores principais: custos de produção, mão de obra artesanal e valor percebido pelo cliente.

Por se tratar de um produto confeccionado manualmente, cada bolsa exige tempo, técnica e dedicação, o que confere exclusividade e agrega valor à peça. Dessa forma, os preços serão definidos a partir de uma margem que cubra todos os custos diretos como materiais, aviamentos, embalagens e energia e indiretos, como despesas administrativas e de marketing, garantindo também uma margem de lucro sustentável.

Com base na análise de mercado e nos concorrentes diretos, o preço médio das bolsas artesanais da Lira Bags Design será dividido em três faixas principais:

- **Modelos pequenos (clutch ou baguete):** entre **R\$ 80,00 e R\$ 120,00**;
- **Modelos médios:** entre **R\$ 150,00 e R\$ 300,00**;
- **Modelos grandes ou personalizados:** entre **R\$ 300,00 e R\$ 600,00**.

Essas faixas de preço refletem tanto o nível de personalização solicitado quanto o grau de complexidade e o tempo de confecção de cada modelo. Peças personalizadas e sob encomenda terão um valor superior, em virtude do processo exclusivo e do atendimento individualizado.

A política comercial da empresa será pautada na transparência e flexibilidade, com condições que incentivem a compra e fidelização. Serão aceitas diversas formas de pagamento, incluindo cartão de crédito, débito, Pix e transferência bancária, permitindo que o cliente escolha a opção mais conveniente. Nas vendas realizadas por redes sociais ou em eventos presenciais, o uso de plataformas de pagamento digitais garantirá segurança e praticidade nas transações.

Para incentivar novas compras e fortalecer o relacionamento com o público, a Lira Bags implementará ações promocionais sazonais, oferecendo

descontos moderados em datas comemorativas e campanhas especiais. Entretanto, essas promoções serão planejadas de forma criteriosa, preservando o caráter de exclusividade e valor artesanal das peças.

Além disso, clientes recorrentes e indicações que resultarem em novas vendas poderão receber benefícios personalizados, como descontos progressivos ou brindes simbólicos. Essa estratégia reforça o marketing de relacionamento e estimula o boca a boca positivo, essencial para o crescimento de marcas artesanais.

A política de trocas e garantias também fará parte da proposta comercial da empresa. Em casos de defeitos de fabricação, a Lira Bags Design se compromete a realizar ajustes ou substituições, priorizando sempre a satisfação do cliente. Esse cuidado contribui para a construção de uma relação de confiança e credibilidade, fortalecendo a imagem da marca no mercado.

Assim, a definição de preços e a política comercial da Lira Bags Design são estruturadas para refletir o valor do trabalho manual, promover uma experiência de compra justa e personalizada e assegurar a sustentabilidade financeira do negócio, sem perder o foco na autenticidade e na conexão com o cliente.

4.6 ESTRUTURA DE VENDAS

A estrutura de vendas da Lira foi desenvolvida para garantir um atendimento personalizado, ágil e acolhedor, alinhado à proposta artesanal e humanizada da marca. O processo comercial é conduzido de forma direta e transparente, com foco em construir relacionamentos de confiança e fidelização com cada cliente.

No estágio inicial do negócio, as vendas serão realizadas diretamente pela proprietária e gestora, Heloisa Scorsin Jacoboski, que é responsável por todo o processo comercial — desde o primeiro contato até o pós-venda. Essa atuação direta garante proximidade com o público e permite compreender melhor suas preferências, dúvidas e expectativas, o que contribui para o aprimoramento contínuo dos produtos e do atendimento.

O processo de venda segue um fluxo simples e eficiente. A cliente entra em contato através do Instagram ou WhatsApp Business, onde recebe informações sobre modelos, cores disponíveis, prazos e opções de personalização. Após a escolha do produto e a confirmação do pedido, são alinhados o prazo de entrega, as condições de pagamento e a forma de envio ou retirada. Em casos de personalização, a comunicação é mais próxima, garantindo que o resultado final atenda exatamente às preferências da cliente.

As vendas presenciais ocorrerão em feiras, bazares e eventos culturais, onde as clientes poderão conhecer os produtos pessoalmente, sentir a textura dos materiais e observar de perto o acabamento artesanal. Esse contato direto é fundamental para transmitir a essência da marca e fortalecer o vínculo emocional com o público.

Com o crescimento do negócio, está prevista a colaboração das artesãs da equipe também no processo de vendas, especialmente durante eventos e feiras. Elas atuarão no atendimento ao público e na apresentação das peças, contribuindo para transmitir o conhecimento sobre o processo produtivo e o valor do trabalho manual. Essa integração entre produção e atendimento reforça a autenticidade da marca e a confiança do consumidor.

O suporte ao cliente será um dos pilares centrais da estrutura de vendas. Após a entrega do produto, será feito um acompanhamento pós-venda para avaliar o nível de satisfação, solicitar feedbacks e oferecer orientações sobre cuidados e conservação das bolsas. Essa etapa tem como objetivo fortalecer o relacionamento e estimular a recompra, além de permitir melhorias constantes na qualidade e no atendimento.

A comunicação humanizada e personalizada será mantida em todas as etapas do processo de venda — antes, durante e depois da compra. O atendimento será sempre pautado pela empatia, transparência e agilidade na resposta, transmitindo a imagem de uma marca que se importa com cada detalhe e valoriza o vínculo com suas clientes.

Assim, a estrutura de vendas da Lira Bags Design combina proximidade, organização e sensibilidade, criando uma experiência de compra diferenciada, que vai além da simples aquisição de um produto. Cada etapa do processo é

pensada para reforçar o propósito da marca: oferecer não apenas bolsas artesanais, mas também momentos de encantamento e conexão afetiva entre o produto e quem o escolhe.

4.7 METAS DE VENDAS

As metas foram definidas considerando a capacidade produtiva inicial, a estrutura artesanal de confecção e o crescimento gradual da marca no mercado local e digital. Como a produção é manual e personalizada, a empresa adotará um planejamento realista e sustentável, priorizando a qualidade e o atendimento individualizado em vez do alto volume de produção.

No primeiro ano de funcionamento, estima-se uma produção média de 20 a 30 bolsas por mês, número que pode variar conforme o nível de personalização solicitado e a disponibilidade da equipe. Essa estimativa corresponde a uma meta anual de aproximadamente 240 a 360 unidades vendidas, entre encomendas e peças prontas.

Com base na pesquisa de mercado e nas faixas de preço praticadas, o ticket médio de venda deverá situar-se entre R\$ 180,00 e R\$ 300,00 por unidade. Considerando essa média, a receita mensal inicial esperada é de aproximadamente R\$ 5.000,00 a R\$ 9.000,00, podendo crescer à medida que a marca ganha visibilidade, aumenta sua base de clientes e expande as vendas online.

As principais metas do primeiro ano estão organizadas da seguinte forma:

- **Meta de curto prazo (primeiros 6 meses):**
 - Consolidar a presença digital no Instagram e nos marketplaces;
 - Alcançar uma média de 15 vendas mensais;
 - Participar de pelo menos 3 eventos locais de artesanato e moda autoral;
 - Obter índice de satisfação acima de 90% nas avaliações pós-venda.

- **Meta de médio prazo (de 6 a 12 meses):**

- Aumentar a produção mensal para 25 a 30 unidades, mantendo a qualidade artesanal;
 - Ampliar o número de clientes recorrentes e fidelizados em 20%;
 - Estabelecer parcerias fixas com ao menos duas lojas locais para revenda;
 - Iniciar a venda em plataformas nacionais de e-commerce artesanal (TikTok Shop ou Shopee).
- **Meta de longo prazo (a partir do segundo ano):**
 - Dobrar o volume de produção, atingindo 40 a 50 bolsas mensais;
 - Expandir o alcance da marca para outros municípios do Paraná;
 - Estruturar um pequeno showroom para atendimento personalizado e exposição dos produtos;
 - Aumentar a receita mensal em 50% em relação ao primeiro ano.

Essas metas foram traçadas de forma progressiva e mensurável, considerando os recursos disponíveis, o tempo de produção artesanal e a capacidade de atendimento da equipe. O foco está em garantir a sustentabilidade financeira e o crescimento orgânico da marca, preservando os valores de exclusividade, autenticidade e qualidade que caracterizam a Lira Bags Design.

Dessa forma, o planejamento de vendas visa não apenas o alcance de resultados financeiros, mas também o fortalecimento da imagem da marca e da fidelização das clientes, pilares essenciais para o desenvolvimento sólido e duradouro do negócio.

4.8 PÚBLICO ALVO E SEGMENTAÇÃO

A Lira Bags Design atende principalmente mulheres jovens, de 18 a 25 anos, de Guarapuava – PR, conectadas às tendências de moda, redes sociais e interessadas em produtos artesanais, personalizados e sustentáveis. Valorizam exclusividade, qualidade e propósito nas compras. A persona representativa é Ana Clara, 22 anos, estudante de Design de Moda, com renda média, que busca autenticidade e formas de expressar sua identidade por meio da moda.

Assim, a segmentação da Lira Bags Design é voltada para mulheres jovens e adultas com perfil criativo, que buscam exclusividade, personalização e significado em cada compra características que fortalecem a identidade da marca e sua conexão emocional com o público.

4.9 PROPOSTA DE VALOR

A Lira Bags Design se destaca no mercado de bolsas artesanais ao oferecer produtos que unem exclusividade, qualidade e sustentabilidade. Cada peça é cuidadosamente confeccionada de forma manual, permitindo personalização conforme o gosto e estilo da cliente, o que cria uma experiência única de consumo.

O diferencial da marca está na capacidade de transmitir autenticidade e significado por meio de seus produtos, permitindo que as clientes expressem sua identidade e individualidade. Além disso, a Lira Bags valoriza o processo artesanal, destacando o cuidado com os detalhes, a escolha de materiais sustentáveis e o respeito ao trabalho manual, aspectos cada vez mais valorizados pelo público consciente.

Outro ponto relevante é a conexão emocional que a marca busca estabelecer. Ao priorizar uma comunicação próxima e transparente, a Lira Bags cria vínculos com suas clientes, reforçando a percepção de confiança e pertencimento. Essa combinação de exclusividade, propósito e relacionamento personalizado consolida a proposta de valor da empresa, tornando-a única em seu segmento.

4.10 POSICIONAMENTO

O posicionamento da empresa busca consolidar a marca como referência em bolsas artesanais exclusivas, que unem estilo, autenticidade e propósito. A empresa deseja ser lembrada pelo público como uma marca que valoriza a individualidade de cada cliente, oferecendo produtos que não apenas acompanham tendências de moda, mas também permitem que suas clientes expressem sua identidade de maneira única.

Além disso, a Lira pretende ser reconhecida por seu compromisso com a sustentabilidade e o trabalho manual, reforçando o valor do artesanal frente às opções industrializadas. Por meio de uma comunicação transparente, proximidade com o público e atenção aos detalhes em cada peça, a marca busca criar vínculos duradouros, transmitindo confiança, exclusividade e propósito.

Dessa forma, o posicionamento da marca é de uma marca criativa, consciente e autêntica, que proporciona experiências de consumo significativas e fortalece a relação emocional com suas clientes, tornando-se uma referência no mercado de bolsas artesanais e diferenciadas.

4.11 MIX DE MARKETING (4PS)

4.11.1 PRODUTO/SERVIÇO

A Lira Bags Design oferece bolsas artesanais exclusivas, confeccionadas manualmente, com possibilidade de personalização de acordo com o gosto das clientes. Cada peça é desenvolvida com atenção aos detalhes, materiais de qualidade e preocupação com a sustentabilidade, refletindo estilo, autenticidade e propósito. Além de bolsas, a marca pode expandir para acessórios complementares, mantendo o enfoque artesanal.

4.11.2 PREÇO

A política de preços da Lira Bags Design é baseada na percepção de valor, considerando exclusividade, trabalho manual e qualidade dos materiais. Os preços buscam equilibrar competitividade no mercado com a valorização do produto artesanal. Promoções sazonais e condições diferenciadas podem ser aplicadas para fidelizar clientes sem comprometer a percepção de exclusividade.

4.11.3 PRAÇA (DISTRIBUIÇÃO)

A distribuição dos produtos ocorre por meio de canais múltiplos:

- **Online:** Loja virtual própria e redes sociais, com entrega local e regional.
- **Presencial:** Venda direta na residência ou participação em eventos e feiras de moda.
- **Parcerias:** Colaboração com lojistas e influenciadoras locais para ampliar o alcance da marca.

4.11.4 PROMOÇÃO (COMUNICAÇÃO E DIVULGAÇÃO)

As estratégias de promoção visam engajamento e fortalecimento da marca, incluindo:

- Redes sociais (Instagram e Pinterest) como canais principais de divulgação.
- Marketing de conteúdo sobre o processo artesanal, sustentabilidade e histórias das peças.
- Promoções sazonais e participação em eventos de moda.
- Incentivo ao boca a boca, reforçando confiança e fidelização.

4.12 EVOLUÇÃO DOS 4PS PARA OS 7PS

Com o crescimento da importância da experiência do cliente e a combinação de produtos e serviços, o mix de marketing evoluiu dos 4Ps para os 7Ps, incluindo Pessoas, Processos e Evidências Físicas, oferecendo uma análise mais completa das ofertas da empresa.

4.12.1 PESSOAS

Refere-se a todos os indivíduos que interagem com o cliente, desde a linha de frente até a gerência. Na Lira Bags, o atendimento personalizado, a empatia e a proximidade com as clientes são essenciais para criar vínculos e melhorar a percepção da marca. Funcionários ou colaboradores bem treinados e motivados contribuem diretamente para uma experiência positiva.

4.12.2 PROCESSOS

Incluem todos os procedimentos e fluxos de atividades que guiam a entrega do produto. Na Lira Bags, isso abrange desde o processo de produção artesanal, gestão de pedidos online e logística de entrega, garantindo eficiência, consistência e satisfação do cliente. Processos bem desenhados fortalecem a confiabilidade e a qualidade percebida.

4.12.3 EVIDÊNCIAS FÍSICAS (OU PROVAS FÍSICAS)

Referem-se à apresentação tangível do produto e do ambiente onde a marca se manifesta. Para a Lira Bags, isso envolve o design das bolsas, a qualidade dos materiais, embalagens personalizadas, o layout da loja física (quando houver) e a estética do site ou redes sociais. Essas evidências reforçam a identidade da marca e criam percepção de valor.

4.12.4 IMPACTO NA EMPRESA

A inclusão dos 3Ps adicionais permite à Lira Bags Design oferecer uma experiência completa ao cliente, unindo elementos tangíveis e intangíveis. Com essa abordagem, a empresa não se destaca apenas pelo produto, mas também pelo atendimento, processos eficientes e apresentação visual, criando diferenciais competitivos claros e fortalecendo o relacionamento emocional com o público-alvo. Essa evolução é fundamental em um mercado cada vez mais voltado à experiência do consumidor.

4.13 ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO E DIVULGAÇÃO

As estratégias de comunicação têm como objetivo principal fortalecer a identidade da marca, engajar o público-alvo e gerar reconhecimento no mercado de bolsas artesanais. Para isso, a empresa combina ações digitais e presenciais, priorizando canais que se conectam diretamente com suas clientes e transmitam os valores de autenticidade, exclusividade e sustentabilidade.

4.13.1 COMUNICAÇÃO DIGITAL

A presença nas redes sociais é o principal meio de comunicação da Lira Bags Design. Instagram e Pinterest são utilizados para divulgar novos produtos, tendências de moda, processos artesanais e histórias por trás de cada peça. O conteúdo visual de qualidade, aliado a legendas que reforçam propósito e identidade, busca gerar engajamento e criar vínculo emocional com o público.

4.13.2 MARKETING DE CONTEÚDO

A produção de conteúdo educativo e inspirador fortalece a percepção da marca como confiável e consciente. Postagens sobre a confecção artesanal, escolha de materiais sustentáveis, dicas de estilo e combinações de produtos ajudam a criar proximidade com as clientes e reforçam os valores da empresa.

4.13.3 PROMOÇÕES E EVENTOS

A Lira Bags participa de eventos e feiras de moda locais, promovendo a interação direta com o público e aumentando a visibilidade da marca. Promoções sazonais e ações específicas, como lançamentos de coleções limitadas, incentivam a experimentação dos produtos e estimulam o boca a boca positivo.

4.13.4 COMUNICAÇÃO PESSOAL E RELACIONAMENTO

A interação direta com as clientes, seja pelo atendimento online ou presencial, é fundamental para a construção de confiança e fidelização. A empresa busca manter comunicação clara, atenciosa e personalizada, reforçando a experiência de compra como exclusiva e significativa.

4.13.5 RESULTADOS ESPERADOS

Com essa estratégia integrada de comunicação e divulgação, a Lira Bags Design pretende consolidar sua presença no mercado, aumentar o engajamento nas redes sociais, fortalecer o relacionamento com clientes e potencializar vendas, destacando-se como uma marca artesanal autêntica e diferenciada.

4.14 PROCESSO DE VENDA

Os processos de vendas são planejados para oferecer uma experiência clara, prática e personalizada ao cliente, garantindo eficiência desde o primeiro contato até a entrega do produto.

4.14.1 COMO O CLIENTE COMPRA

Os clientes podem adquirir os produtos por meio de diferentes canais:

- **Loja online:** Através do site ou redes sociais, onde podem escolher produtos, personalizações e efetuar o pagamento de forma segura.
- **Presencial:** Venda direta na residência da proprietária ou em eventos e feiras de moda.
- **Representantes/parcerias:** Possibilidade de compras por lojistas parceiros ou influenciadoras que atuem como intermediárias.

4.14.2 FUNIL DE VENDAS

O funil de vendas da Lira Bags Design é estruturado para acompanhar o cliente desde o conhecimento da marca até a fidelização:

1. **Atração:** Divulgação nas redes sociais, eventos e marketing de conteúdo.
2. **Engajamento:** Interação com clientes por mensagens, comentários, e-mails e atendimento personalizado.
3. **Conversão:** Realização da compra através dos canais disponíveis, com suporte ativo para esclarecimento de dúvidas.
4. **Pós-venda:** Acompanhamento da entrega, feedback sobre o produto e incentivo ao retorno ou indicações.

4.14.3 CANAIS DE CONTATO

Para facilitar a comunicação e suporte, a Lira Bags Design disponibiliza múltiplos canais de contato:

- **Redes sociais:** Instagram, Pinterest e mensagens diretas para dúvidas e pedidos.
- **WhatsApp e e-mail:** Atendimento personalizado, envio de orçamentos e confirmação de pedidos.
- **Presencial:** Atendimento direto durante eventos, feiras e visitas agendadas.

4.14.4 OBJETIVOS DO PROCESSO DE VENDAS

O objetivo principal é proporcionar uma experiência de compra fluida, transparente e satisfatória, aumentando a confiança e fidelização do cliente. A estrutura também permite identificar oportunidades de melhoria, adaptar o atendimento às necessidades do público e fortalecer a percepção de exclusividade e qualidade da marca.

4.15 METAS E INDICADORES

As metas da Lira Bags Design foram definidas considerando a capacidade produtiva inicial, a estrutura artesanal de confecção e o crescimento gradual da marca no mercado local e digital. Por se tratar de uma produção manual e personalizada, a empresa adotará um planejamento realista e sustentável, priorizando a qualidade e o atendimento individualizado, em vez do alto volume de produção.

No primeiro ano de funcionamento, estima-se uma produção média entre 20 e 30 bolsas por mês, número que pode variar conforme o nível de personalização solicitado e a disponibilidade da equipe. Essa previsão representa uma meta anual de aproximadamente 240 a 360 unidades vendidas, entre encomendas e peças prontas.

Com base na pesquisa de mercado e nas faixas de preço praticadas, o ticket médio de venda deverá situar-se entre R\$ 180,00 e R\$ 300,00 por unidade. Considerando essa média, a receita mensal inicial esperada é de aproximadamente R\$ 5.000,00 a R\$ 9.000,00, podendo crescer à medida que a marca conquista maior visibilidade, amplia sua base de clientes e expande as vendas online.

As principais metas do primeiro ano estão organizadas conforme o horizonte de tempo:

- Curto prazo (primeiros 6 meses):
 - Consolidar a presença digital no Instagram e iniciar as vendas em marketplaces;
 - Alcançar uma média de 15 vendas mensais;

- Participar de ao menos três eventos locais de artesanato e moda autoral;
- Obter índice de satisfação superior a 90% nas avaliações pós-venda.
- Médio prazo (de 6 a 12 meses):
 - Aumentar a produção mensal para 25 a 30 unidades, mantendo o padrão artesanal e a qualidade;
 - Ampliar o número de clientes recorrentes e fidelizados em 20%;
 - Estabelecer parcerias fixas com, no mínimo, duas lojas locais para revenda;
 - Iniciar as vendas em plataformas de e-commerce artesanal, como TikTok Shop e Shopee.
- Longo prazo (a partir do segundo ano):
 - Dobrar o volume de produção, atingindo 40 a 50 bolsas mensais;
 - Expandir o alcance da marca para outros municípios do Paraná;
 - Estruturar um pequeno showroom para atendimento personalizado e exposição de produtos;
 - Aumentar a receita mensal em 50% em relação ao primeiro ano.

Essas metas são acompanhadas por indicadores de desempenho (KPIs) que permitem monitorar o progresso das ações comerciais e de marketing. Entre os principais estão:

- Número de vendas mensais – mede o volume de produtos comercializados;
- Taxa de recompra – identifica o percentual de clientes que voltam a comprar;
- Engajamento nas redes sociais – avalia o alcance e a interação com o público;
- Taxa de conversão de vendas – mede a relação entre o número de interessados e pedidos efetivados;

- Satisfação do cliente – verificada por meio de feedbacks e avaliações pós-venda.

Dessa forma, as metas e indicadores da Lira Bags Design refletem um planejamento estratégico alinhado à natureza artesanal do negócio, buscando o crescimento sustentável e o fortalecimento da marca com base na qualidade, exclusividade e relacionamento próximo com o cliente.

4.16 RISCOS CRITICOS DO NEGÓCIO

Como todo empreendimento, a Lira Bags Design está sujeita a riscos que podem afetar seu desempenho, especialmente por se tratar de um negócio artesanal e de pequeno porte, com produção manual e dependência direta da fundadora e de sua equipe. A identificação antecipada desses riscos é essencial para prevenir impactos negativos e garantir a continuidade das operações.

Os principais riscos críticos identificados estão divididos em quatro categorias: operacionais, financeiros, de mercado e tecnológicos.

4.16.1 RISCOS OPERACIONAIS

A produção artesanal depende diretamente da habilidade manual das artesãs e da disponibilidade de insumos específicos. Problemas como atraso na entrega de materiais, falhas na produção ou ausência de colaboradores podem comprometer os prazos de entrega.

Plano de contingência: manter estoque mínimo de insumos essenciais, registrar mais de um fornecedor de cada categoria e capacitar a equipe para substituir funções em caso de necessidade.

4.16.2 RISCOS FINANCEIROS

Como microempreendedora, a empresa pode enfrentar períodos de instabilidade no fluxo de caixa, especialmente em meses de baixa demanda.

Plano de contingência: realizar um planejamento financeiro mensal detalhado, criar uma reserva de emergência equivalente a três meses de despesas fixas e diversificar os canais de venda para reduzir a dependência de um único meio de comercialização.

4.16.3 RISCOS DE MERCADO

O setor de bolsas artesanais é competitivo e influenciado por tendências de moda e comportamento do consumidor. Mudanças de gosto, aumento de concorrência local ou queda no poder de compra do público podem afetar as vendas.

Plano de contingência: investir em pesquisa constante de tendências, inovação em design e materiais, e reforço da presença digital, adaptando os produtos às preferências do público e fortalecendo o relacionamento com clientes fiéis.

4.16.4 RISCOS TECNOLÓGICOS

Como parte das vendas ocorre em plataformas digitais, há risco de instabilidade em redes sociais, mudanças em algoritmos ou problemas de acesso a contas comerciais.

Plano de contingência: manter cópias de segurança de conteúdos, criar perfis alternativos de divulgação, e investir em diversificação de canais digitais, incluindo marketplaces e site próprio no futuro.

Além disso, fatores externos, como variações econômicas, escassez de matéria-prima ou imprevistos de saúde, também podem impactar as atividades. Nesses casos, a estratégia será manter uma comunicação transparente com os clientes, ajustando prazos de entrega e priorizando a manutenção da qualidade e da confiança na marca.

De modo geral, o plano de contingência da Lira Bags Design está fundamentado na prevenção, adaptação e flexibilidade, buscando minimizar riscos e assegurar a estabilidade operacional do negócio. A capacidade de resposta rápida e a gestão eficiente dos recursos humanos e financeiros serão

diferenciais para garantir a continuidade e o crescimento sustentável da empresa mesmo diante de imprevistos.

5. FINANÇAS

5.1 ESTRUTURA DO INVESTIMENTO INICIAL

O investimento será dividido em três categorias principais:

- TERRA – Estrutura física e instalações.
- CAPITAL – Máquinas, equipamentos e tecnologia.
- CAPITAL DE GIRO – Recursos para o início das operações.

5.1.1 INVESTIMENTO EM TERRA (ESTRUTURA FÍSICA)

Tabela 9 - Investimento TERRA

ITEM	DESCRIÇÃO	VALOR ESTIMADO (R\$)
Adequação da sala utilizada como ateliê (9m ²)	Adequação da sala usada como ateliê (pintura, limpeza, pequenas melhorias)	R\$ 800,00
Mesa de trabalho (3 unidades)	Mesa resistente, tamanho adequado para corte de tecido e montagem de bolsas.	R\$ 1.500,00 (R\$500,00 cd)
Cadeiras Ergonômicas (3 unidades)	Cadeiras confortáveis para longos períodos de trabalho	R\$ 1.050,00 (R\$ 350,00 cd)
Prateleiras / Nichos organizadores	Organização de fios, tecidos e aviamentos	R\$ 300,00
Iluminação (lâmpada LED e instalações)	Lâmpadas de LED brancas e ajustes simples de instalação	R\$ 150,00
Extensores e adaptadores elétricos	Extensões reforçadas, filtros de linha e adaptadores	R\$ 70,00
Ventilador/ circulador de ar	Ventilação para conforto térmico	R\$ 180,00
Subtotal TERRA		R\$ 4.050,00

Fonte: Elaborado pela aluna 2025

5.1.2 INVESTIMENTO EM CAPITAL (EQUIPAMENTOS E TECNOLOGIAS)

Tabela 10 - Investimento CAPITAL

ITEM	DESCRIÇÃO	VALOR ESTIMADO (R\$)
Maquina de costura reta industrial	Equipamento principal para costuras estruturais.	R\$ 2.000,00
Maquina de costura zigue-zague	Acabamentos, reforços e detalhes.	R\$ 900,00
Overlock doméstica	Reforço de bordas e acabamento interno.	R\$ 850,00
Ferramentas de corte	Tesouras, cortador circular, estilete e base de corte.	R\$ 200,00

Ferramentas para couro e aviamentos	Alicates, vazadores, furadores e rebiteira manual	R\$ 250,00
Ferro de passar	Acabamento final das peças.	R\$ 80,00
Prensa térmica pequena	Personalizações e estampas.	R\$ 500,00
Iluminação de apoio	Melhor visibilidade para costura e fotos de produtos.	R\$120,00
Computador / notebook	Uso de planilhas, controle financeiro, catálogo e design.	R\$ 2.500,00
Software e ferramentas digitais	Canva Pro, Planilhas, aplicativos de gestão.	R\$ 300,00 / ano
Subtotal CAPITAL		R\$ 7.700,00

Fonte: Elaborado pela aluna 2025

5.1.3 INVESTIMENTO EM CAPITAL DE GIRO (INÍCIO DAS OPERAÇÕES)

Tabela 11 - Investimento CAPITAL DE GIRO

ITEM	DESCRIÇÃO	VALOR ESTIMADO (R\$)
Tecidos e materiais principais	Lona, brim, sarja, couro sintético, neoprene.	R\$ 800,00
Forros e estruturadores	TNT, BAGUM, MANTA R1/R2, EVA, entretela	R\$ 300,00
Aviamentos diversos	Zíperes. Cursores, linhas, velcro, argolas, mosquetões, rebites.	R\$ 450,00
Etiquetas e tags da marca	Lote inicial para lançamento da empresa.	R\$ 150,00
Embalagens	Sacolas, papel seda, adesivos, cartões.	R\$ 120,00
Materiais de escritório	Cadernos, folhas, canetas, grampeador.	R\$ 50,00
Energia elétrica (previsão)	Aumento de consumo pelas máquinas (3 meses)	R\$ 180,00
Internet	Plano mensal para vendas e divulgação (3 meses)	R\$ 210,00
Reserva operacional	Margem para reposição e imprevistos iniciais.	R\$ 300,00
Salários funcionários	Salários pagos	R\$ 3.612,36
Encargos	INSS, Vale transporte	R\$ 1.376,00
Subtotal Capital de Giro		R\$ 7.548,36

Fonte: Elaborado pela aluna 2025

5.1.4 RESUMO GERAL DOS INVESTIMENTOS

Tabela 12 - Resumo Geral

CATEGORIA	VALOR TOTAL (R\$)
TERRA	R\$ 4.050,00
CAPITAL	R\$ 7.700,00
CAPITAL DE GIRO	R\$ 7.548,36

TOTAL GERAL DO INVESTIMENTO	R\$ 19.298,36
------------------------------------	----------------------

Fonte: Elaborado pela aluna 2025

5.2 CONCLUSÃO

O valor estimado total de R\$ 19.298,36 para iniciar o negócio, somando estrutura física, equipamentos, tecnologia e capital de giro, apresenta-se acessível para um empreendimento artesanal de pequeno porte, especialmente considerando que a produção será realizada em uma sala já disponível na residência da empreendedora. Embora o investimento total possa parecer elevado à primeira vista, ele é compatível com as necessidades reais de uma marca de bolsas artesanais, que exige equipamentos específicos, materiais de qualidade e um ambiente funcional para garantir produtividade e acabamento profissional.

Os principais desafios para reunir esse investimento incluem:

- **Disponibilidade financeira imediata**, já que grande parte dos gastos ocorre antes da primeira venda;
- **Custos de materiais**, que podem variar conforme fornecedores e oscilações do mercado;
- **Aquisição de máquinas**, que representam a maior parcela do investimento;
- **Gestão do capital de giro**, essencial para manter a produção e evitar a falta de materiais nos primeiros meses;
- **Planejamento para imprevistos**, pois equipamentos podem exigir manutenção ou troca.

Com organização financeira e compras distribuídas ao longo do tempo, estima-se que o negócio possa ser iniciado em um período aproximado de 90 a 120 dias, considerando o tempo necessário para reforma e preparação do espaço (se houver), aquisição dos equipamentos, montagem do layout da sala, compra de materiais e preparação das primeiras peças piloto.

Essa estimativa demonstra que a implantação da Lira Bags Design é viável e realista, desde que o planejamento financeiro seja seguido e que a

empreendedora mantenha disciplina no controle dos recursos e na busca por fornecedores adequados.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Mariana Desidério. *Marca de bolsas artesanais abre seus custos e cresce 70%*. Exame, 17 fev. 2021. Disponível em:

<https://exame.com/pme/marca-de-bolsas-artesanais-abre-seus-custos-e-cresce-70/>. Acesso em: 7 abr. 2025.

EXTRA GUARAPUAVA. *Bazar de Outono acontece neste fim de semana em Guarapuava*. 2024. Disponível em:

<https://www.extraguarapuava.com.br/geral/bazar-de-outono-acontece-neste-fim-de-semana-em-guarapuava/>. Acesso em: 07 jun. 2025.

INDEXBOX. *Handbag price in Brazil - 2024 overview and forecast*. Disponível em: <https://www.indexbox.io/search/handbag-price-brazil/>. Acesso em: 07 jun. 2025.

JOTA. *Artesanato movimenta 100 bilhões de reais por ano no Brasil*. 2023.

Disponível em: <https://www.jota.info/coberturas-especiais/brasil-empresendedor/artesanato-movimenta-100-bilhoes-de-reais-por-ano-no-brasil>. Acesso em: 07 jun. 2025.

MANACÁ ARTESANIAS. *Produtos artesanais sustentáveis*. Disponível em:

<https://www.manacaartesanias.com.br/>. Acesso em: 05 jun. 2025.

MENDES RJ. *Artesanato com fios e miçangas*. Disponível em:

<https://www.mendesrj.com.br/artesanato-com-fios-e-micangas/>. Acesso em: 07 jun. 2025.

SANTA MIÇANGA. *Bolsas artesanais em miçangas*. Disponível em:

<https://www.santamicanga.com.br/bolsas/>. Acesso em: 06 jun. 2025.

CNPJ.BIZ. *Informações cadastrais da empresa Manacá Artesanias Ltda*.

Disponível em: <https://cnpj.biz/17276011000100>. Acesso em: 06 jun. 2025.

ANEXOS

Concorrentes Instagram

biabags.croche

BIA BAGS | Bolsas

8 posts 231 seguidores 60 seguindo

🧶 "Cada ponto é um gesto de amor e arte através de linhas"

👩‍🎨 Feito a mão

📍 Guarapuava PR

Seguido(a) por maepfilhoo

Seguir Mensagem

Feedback Bolsas

krasulya.bags

СУМКИ ИЗ БУСИН | KRASULYA | ОБУЧЕНИЕ | УКРАШЕНИЯ

322 posts 203 mil seguidores 1 seguindo

👩‍🎨 Дарья - мастер по созданию эксклюзивных сумочек и аксессуаров

🚚 Доставка по всему миру

Каждому новому ученику-подарочные боксы... mais

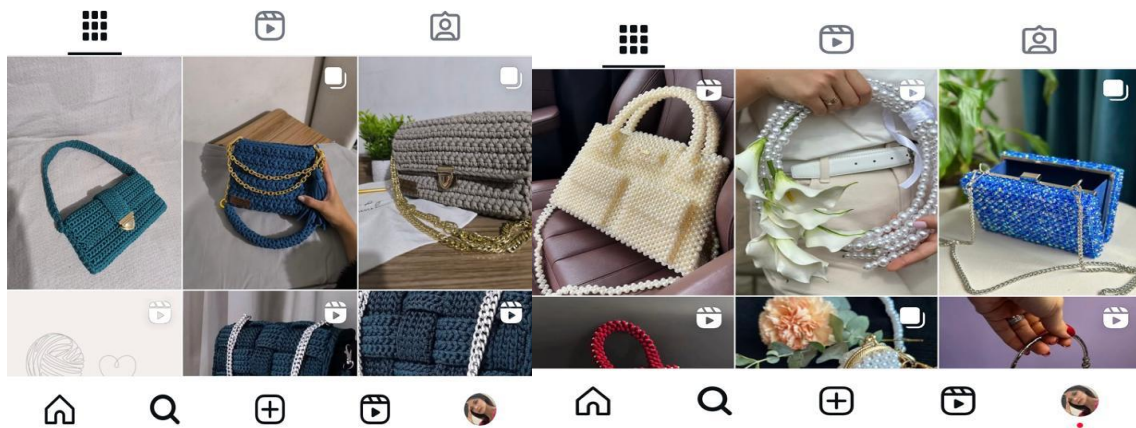
📍 Saint Petersburg, Russia

Ver tradução

🔗 krasulyabags.ru e outros 3 links

Seguindo Mensagem

ОТЗЫВЫ 3 ОБУЧЕНИЕ УЧЕНИКИ 4 26.04 СПб Москва 2



Modelo das bolsas:

