



Conserto de roupas



Expediente

Presidente do Conselho Deliberativo

Roberto Simões

Diretor-Presidente

Luiz Eduardo Pereira Barreto Filho

Diretor Técnico

Carlos Alberto dos Santos

Diretor de Administração e Finanças

José Claudio Silva dos Santos

Gerente da Unidade de Capacitação Empresarial

Mirela Malvestiti

Coordenação

Nídia Santana Caldas

Equipe Técnica

Carolina Salles de Oliveira

Autor

Luiz Antonio Fernandes Cascão

Projeto Gráfico

Staff Art Marketing e Comunicação Ltda.

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

Apresentação do Negócio

Aviso: Antes de conhecer este negócio, vale ressaltar que os tópicos a seguir não fazem parte de um Plano de Negócio e sim do perfil do ambiente no qual o empreendedor irá vislumbrar uma oportunidade de negócio como a descrita a seguir. O objetivo de todos os tópicos a seguir é desmistificar e dar uma visão geral de como um negócio se posiciona no mercado. Quais as variáveis que mais afetam este tipo de negócio? Como se comportam essas variáveis de mercado? Como levantar as informações necessárias para se tomar a iniciativa de empreender? No mercado da moda e da confecção as empresas podem desempenhar diferentes atividades relacionadas a essa cadeia produtiva. Dentre as inúmeras etapas realizadas nesse setor, podemos citar a de conserto e reparação de roupas. Algumas lojas de roupas oferecem conserto de roupas logo após a venda, mas é comum que, com o tempo, apareça a necessidade de apertar ou alargar uma peça, mudar uma característica da roupa, etc. Há pessoas que gostam tanto de determinadas peças de seu guarda-roupa que não hesitam em consertá-las sempre que necessário. Nesse sentido, têm surgido, cada vez mais, empreendimentos especializados nessa atividade. Existe uma grande concorrência no ramo de conserto de roupas, porém isto não impede que a implantação de um novo empreendimento seja bem sucedida. A cada dia que passa as pessoas tem menos tempo para se dedicar a serviços que estão fora de sua área de atuação principal, dentre eles estão os pequenos ajustes de roupas tais como fazer bainhas, pregar botões e refazer uma costura. Neste momento é que realizam a opção de contratar o serviço de um profissional para realizar tais serviços. Além da escassez de tempo, outro fator que favorece o ramo é o econômico: Afinal, cada vez mais, as pessoas estão preferindo consertar uma roupa a ter que adquirir uma nova, caso a

primeira opção seja satisfatória e mais barata. A variedade de serviços que podem ser prestados por um empreendedor no ramo de conserto de roupas é enorme. Este empresário deve estar apto a realizar os mais diversos serviços, desde pregar um botão ou fazer uma bainha até realizar grandes ajustes em roupas de festa, ternos, vestidos de noiva, etc. Este documento não substitui o plano de negócio. Para elaboração deste plano consulte o SEBRAE mais próximo

Mercado

Hoje, a moda brasileira consagra-se como um grande negócio, reconhecido internacionalmente. No Brasil, o setor é considerado pelo Ministério da Cultura como uma expressão da diversidade cultural do país e detentora de grande potencial econômico. De acordo com o Ministério da Cultura e a ABIT (Associação Brasileira da indústria Têxtil e de confecção), o Brasil é o 6º maior parque têxtil do mundo, sendo o terceiro maior produtor de malhas e o segundo maior na produção de denim. Além disso, o país é auto-suficiente na produção de algodão. Referência nos segmentos jeanswear, homewear e beachwear, o país produz anualmente 9,8 bilhões de peças de vestuário. O setor têxtil é responsável por 17,5% do PIB da indústria de transformação nacional e por cerca de 3,5% de todo o PIB do Brasil. Toda a cadeia produtiva soma um total de aproximadamente 30 mil empresas, movimentando US\$ 46 bilhões/ano e empregando 1,65 milhão de trabalhadores. As empresas de pequeno e médio porte representam quase 70% da produção, no entanto, a maior parte dos empregos do setor é gerada nas empresas de pequeno porte. É importante lembrar que a moda não se restringe apenas a concepção e confecção de roupas. A cadeia produtiva desse segmento é bem maior do que podemos imaginar. Os serviços de pós-venda e manutenção (conserto, reparação e customização

de roupas) também constituem uma importante etapa dessa atividade econômica. "O mercado de conserto de roupas é bastante amplo e requer que o empresário escolha um nicho específico para sua atuação. Neste perfil serão abordados dois modelos de empresa para que os interessados possam conhecer melhor o setor e descobrir qual segmento se encaixa melhor às suas características. O primeiro modelo é o mais simples. Neste caso o empreendedor é, geralmente, o único a trabalhar no negócio e deverá possuir uma estrutura mínima para exercer o ofício. Esta pode, inclusive, ser montada em sua própria residência. Seu público alvo é o público em geral que procura seus serviços para realização de pequenos consertos e ajustes de roupas. Uma outra alternativa para este modelo é o uso de quiosques ou mesmo vans, onde são instalados os equipamentos de trabalho. A principal diferenciação entre estas alternativas é a questão da mobilidade: enquanto o quiosque é fixo, a instalação do ateliê numavan pode permitir que o empreendedor preste seu serviço em várias partes da cidade, aumentando a clientela potencial. Neste caso, é muito importante manter datas fixas para cada localidade onde estacionar o veículo – por exemplo, sempre a cada dia da semana num determinado lugar – de forma a permitir acessibilidade fácil à clientela. Qualquer cidadão que passe pelo empreendimento é um potencial cliente. A fidelidade deste consumidor é conquistada principalmente pela qualidade do serviço prestado, pontualidade, simpatia e cordialidade do empresário, além do preço. A especialização em determinados consertos, como, por exemplo, ternos ou vestidos de festa também podem constituir um diferencial para o empreendedor em relação à concorrência. Esta especialização, entretanto, orienta o empreendimento para um público mais específico – comumente, comércio de vestuário ou de aluguel de roupas de festa. Este já é um “nicho” de mercado do segundo modelo. Outra vertente deste segundo modelo deverá atender à

rede de comércio de vestuário, podendo também atender ao público em geral. Neste caso o negócio deverá ser implantado de acordo com a estimativa de demanda do empresário, que poderá atender desde pequenas boutiques até grandes lojas de roupas, o que irá demandar grandes investimentos. Os comerciantes de roupas devem, neste caso, ser considerados o “carro-chefe” do negócio. Ainda nesta modalidade de prestação do serviço, é muito importante, além da qualidade, a presteza da prestação do serviço: o vendedor está ansioso por efetuar sua venda, e o comprador para receber seu produto. Assim sendo, presteza no atendimento, rapidez no serviço e qualidade são ingredientes essenciais para o sucesso neste segmento. No geral, os maiores diferenciais neste nicho de mercado são a qualidade, pontualidade e o preço dos serviços. Para qualquer dos “modelos” de empresa descritos, é muito importante para o sucesso do empreendimento a diversificação da clientela. Quanto menor o número de clientes, maior o risco do empreendedor em momentos de crise ou mesmo durante a baixa estação do comércio. Quanto maior a diversificação de clientes, melhor.

Localização

É um aspecto determinante do sucesso do empreendimento: segundo pesquisa do SEBRAE em 2005, a localização inadequada é responsável por 8% das empresas que fecharam as portas antes de completarem 4 anos de funcionamento. Especialistas no assunto avaliam que a escolha do ponto adequado responde por até 25% do sucesso do comércio. Os principais pontos a considerar são:• O preço do aluguel;• A compatibilidade entre o público local e o padrão de serviço a ser prestado: maior renda, maior sofisticação; menor renda, menor preço;• Visibilidade: se não se sabe (ou se vê) que naquela localização existe o prestador de serviço, não se

vai lá atrás do serviço;• Conforto: se há necessidade de ir de carro, há que ter estacionamento; se a expectativa é de haver picos de demanda (caso típico deste prestador de serviços nos sábados, dia em que as pessoas normalmente resolvem seus assuntos pessoais), o ambiente tanto do estabelecimento quanto da vizinhança deve ser agradável; etc. Assim sendo, uma boa localização é aquela que favorece o acesso das pessoas, com o menor grau possível de dificuldade. Se o atendimento for destinado ao público em geral é importante que a loja possua boa visualização em área de grande fluxo de pessoas, próxima ao local de residência ou de trabalho do público-alvo. Bairros populosos, regiões centrais de cidades e proximidades de condomínios são locais bastante adequados para a instalação deste tipo de perfil. Caso o empreendedor queira se especializar no atendimento a lojas de roupas é recomendável que as instalações sejam próximas de seus clientes. Neste caso também é possível implantar a empresa em áreas mais afastadas, porém é bem provável que isto gere uma perda na eficiência do processo, principalmente no que se refere aos prazos de entrega. Para evitar este entrave, é importante que o empresário seja bem organizado em relação às datas de coleta e entrega das peças. O imóvel deve atender as necessidades operacionais do negócio, ter possibilidade de expansão e disponibilidade dos serviços de água, luz, esgoto, telefone e internet. Em relação aos custos, na tomada de decisão para localização do negócio, analise fatores tais como custo de adaptação do imóvel para a atividade, aluguel, manutenção, necessidade de vale-transporte para os empregados, dentre outros itens.

Exigências legais específicas

Para dar início ao processo de abertura da empresa é necessário que se cumpram os seguintes procedimentos:

1) Consulta Comercial Antes de realizar qualquer procedimento para abertura de uma empresa deve-se realizar uma consulta prévia na prefeitura ou administração local. A consulta tem por objetivo verificar se no local escolhido para a abertura da empresa é permitido o funcionamento da atividade que se deseja empreender. Outro aspecto que precisa ser pesquisado é o endereço. Em algumas cidades, o endereço registrado na prefeitura é diferente do endereço que todos conhecem. Neste caso, é necessário o endereço correto, de acordo com o da prefeitura, para registrar o contrato social, sob pena de ter de refazê-lo. Órgão responsável: - Prefeitura Municipal; -

Secretaria Municipal de Urbanismo. 2) Busca de nome e marca Verificar se existe alguma empresa registrada com o nome pretendido e a marca que será utilizada. Órgão responsável: -

Junta Comercial ou Cartório (no caso de Sociedade Simples) e Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (INPI).

3) Arquivamento do contrato social/Declaração de Empresa Individual Este passo consiste no registro do contrato social. Verifica-se também, os antecedentes dos sócios ou empresário junto a Receita Federal, por meio de pesquisas do CPF. Órgão responsável: - Junta Comercial ou Cartório (no caso de Sociedade Simples).

4) Solicitação do CNPJ Órgão

responsável: - Receita Federal. 5) Solicitação da Inscrição Estadual Órgão responsável: - Receita Estadual

6) Alvará de licença e Registro na Secretaria Municipal de Fazenda O Alvará de licença é o documento que fornece o consentimento para empresa desenvolver as atividades no local pretendido.

Para conceder o alvará de funcionamento a prefeitura ou administração municipal solicitará que a vigilância sanitária faça inspeção no local para averiguar se está em conformidade com a Resolução RDC nº 216/MS/ANVISA, de 16/09/2004. Órgão responsável: - Prefeitura ou Administração Municipal; -

Secretaria Municipal da Fazenda. 7) Matrícula no INSS Órgão responsável: Instituto Nacional de Seguridade Social;

Divisão de Matrículas – INSS Além de todos esses procedimentos, é muito importante lembrar que essa atividade exige o conhecimento do Código de Defesa do Consumidor- Lei nº. 8.078/1990. As empresas que fornecem serviços e produtos no mercado de consumo devem observar as regras de proteção ao consumidor, estabelecidas pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC). O CDC foi instituído pela Lei n. 8.078, em 11 de setembro de 1990, com o objetivo de regular a relação de consumo em todo o território brasileiro, na busca do reequilíbrio na relação entre consumidor e fornecedor, seja reforçando a posição do primeiro, seja limitando certas práticas abusivas impostas pelo segundo. É importante que o empreendedor saiba que o CDC somente se aplica às operações comerciais em que estiver presente a *relação de consumo*, isto é, nos casos em que uma pessoa (física ou jurídica) adquire produtos ou serviços como destinatário final. A fim de cumprir as metas definidas pelo CDC, o empreendedor deverá conhecer bem algumas regras que sua empresa deverá atender, tais como: forma adequada de oferta e exposição dos produtos destinados à venda, fornecimento de orçamento prévio dos serviços a serem prestados, cláusulas contratuais consideradas abusivas, responsabilidade dos defeitos ou vícios dos produtos e serviços, os prazos mínimos de garantia, cautelas ao fazer cobranças de dívidas. Quando o atendimento é realizado no próprio domicílio, a obtenção do alvará de funcionamento é condicionada a declaração explícita dos vizinhos de que a atividade não traz prejuízos à comunidade, autorizando o funcionamento do estabelecimento.

Estrutura

A estrutura necessária para implantação de uma loja de conserto de roupas é bem pequena, podendo até mesmo ser em alguma dependência da residência do empreendedor (neste

caso seria necessário pedir autorização dos vizinhos para formalização do negócio). Em alguns casos, basta um trailer com dimensões de 3x2 metros para que se possa realizar o serviço. Este é o caso específico para o empreendedor que irá atender ao público em geral. Com uma boa localização desta estrutura ele poderá receber os pedidos em um balcão e realizar o conserto durante o expediente, dentro do seu trailer. Caso seja necessário, poderá também continuar o trabalho em casa. Caso o estabelecimento seja móvel (trailer, perua Kombi ou similar) o empresário poderá também realizar uma escala semanal definindo dias específicos para atender em localidades diferentes. Isto também pode constituir um diferencial para atender aos clientes. No caso de atendimento a outras lojas, a empresa poderá ser implantada em uma pequena sala que, dependendo da demanda, deve ser, minimamente, de 20m². Essencial para qualquer porte de empreendimento é o cuidado com a iluminação: dada a delicadeza e precisão dos serviços de que trata esta atividade, a ocorrência de sombras ou uma iluminação precária compromete de forma decisiva a qualidade final do trabalho, podendo mesmo causar acidentes dado o tipo de instrumento utilizado na atividade (tesouras, agulhas). Por outro lado, a disponibilidade ainda que parcial de luz natural, além de contribuir para a luminosidade, pode representar importante economia de energia elétrica e, conseqüentemente, de gastos. Como em qualquer outro empreendimento, os departamentos deverão ser separados da melhor forma para que seja possível conseguir a maior produtividade possível de cada colaborador. Quanto ao imóvel escolhido para instalação da empresa, ele deve oferecer a infraestrutura necessária para a instalação do negócio e, ainda, propiciar o seu crescimento. Dentre os aspectos de infra-estrutura que devem ser observados citamos a disponibilidade de internet banda larga, água, gás, eletricidade, rede de esgoto, vias de transportes e de comunicação etc.

Cuidado com imóveis situados em locais sem ventilação, úmidos, sujeitos a inundações ou próximos às zonas de risco. Consulte a vizinhança a respeito.

Pessoal

O pessoal necessário para implantação de uma loja de conserto de roupas irá variar de acordo com o tamanho do empreendimento que se pretende implantar. Muitas vezes basta o proprietário para atender à demanda; caso a quantidade de trabalho seja superior à capacidade deste indivíduo, não é difícil subcontratar costureiros (as) para atender ao cliente. Para empreendimentos de maior porte, a mão-de-obra deve ser dimensionada de acordo com a estimativa de peças que deverão ser ajustadas em determinado período. Neste caso é muito importante lembrar que o setor de vestuário é muito sazonal, atingindo seu pico nos últimos meses de cada ano. Assim, é fundamental que o empresário realize um dimensionamento de seu pessoal para os períodos de menor demanda e elabore um planejamento de contratação de mão-de-obra temporária, ou mesmo subcontratação de serviços para os períodos de maior movimento. No caso de excesso de demanda, o único profissional que deverá ser contratado é para o cargo de costureiro (a). O proprietário deverá ser responsável por toda a gestão do negócio, incluindo a parte financeira e comercial. De um profissional desta área espera-se competência e atualidade profissional, ética, educação, simpatia e cordialidade. Estas qualidades – se não inatas no profissional – podem ser desenvolvidas através da leitura de publicações especializadas, participação em seminários, congressos, cursos e outras formas de aprimoramento. O SEBRAE da localidade poderá ser consultado para aprofundar as orientações sobre o perfil do pessoal e treinamentos adequados. Ressalta-se ainda que o

proprietário do negócio deverá estar presente em todas as operações da empresa, principalmente acompanhando a área de controle da qualidade do produto final, vendas e estoque, bem como a parte de gestão administrativo-financeira da empresa.

Equipamentos

Os equipamentos necessários para a implantação do negócio variam em função do porte da empresa. No caso de pequenos empreendimentos onde o proprietário é o único envolvido no processo recomenda-se a aquisição de:

- duas máquinas de costura (reta e overlock);
- utensílios em geral;
- mesa
- cadeira
- ferro de passar roupas
- tábua de passar roupas.

Para empreendimentos maiores, com quatro funcionários, os equipamentos necessários são:

- 5 máquinas de costura com diferentes propósitos com as mesas e cadeiras
- 1 máquina overlock
- 2 máquinas de costura reta
- 1 cosideira
- 1 galoneira

Equipamentos para a administração do negócio:

- computador

- softwares
- impressora
- telefone

Outros itens:

- 2 Mesas para medir e cortar tecidos;
- 3 Cadeiras
- 2 ferros de passar roupas
- 2 tábuas de passar roupas
- 1 sofá de 3 lugares para os clientes
- 1 televisão 20 polegadas

Matéria Prima / Mercadoria

Organização do processo produtivo

Para pequenos estabelecimentos, o empreendedor é aquele que recebe o pedido, determina o valor a ser cobrado, estima o prazo e realiza o serviço. Tudo ocorre dentro das instalações do negócio. O cliente vai até o estabelecimento com a roupa que deve ser consertada ou ajustada. O (a) costureiro(a) define o que pode ser feito para consertar a roupa ou tira as medidas do cliente para realizar o ajuste. Depois basta comprar os aviamentos necessários (se for o caso) e realizar o serviço. No caso de estabelecimentos de maior porte, o proprietário deverá mapear os potenciais clientes, negociar os contratos, determinar os prazos de entrega e estipular o valor padrão para cada tipo de serviço mais comum, mantendo margem para negociação específica para serviços mais complexos. Neste caso, em geral, as peças chegam para o(a) costureiro(a) já demarcadas com as medidas que deverão ser

ajustadas. Depois basta comprar os aviamentos necessários (se for o caso) e realizar o serviço. Além disso, será responsável pela organização do processo produtivo, gestão da equipe de profissionais (programação das férias, contratação, demissão, escalonamento e divisão das funções etc.), acompanhamento e controle das atividades, compras, controle financeiro, divulgação do negócio e outros serviços correlatos. Em alguns casos é comum que o proprietário também trabalhe no processo produtivo - conserto ou ajuste das roupas. Em outros, quando o volume de serviço é muito grande, há casos em que alguém seja contratado especificamente para o gerenciamento das atividades. Um bom serviço de pós-venda também pode garantir a longevidade do negócio. Estar sempre em contato com seus clientes garante que a empresa sempre será lembrada e recomendada.

Automação

A automação das atividades industriais/comerciais é um dos principais requisitos para uma participação mais competitiva de uma empresa no mercado nacional e internacional. Nesse sentido, é necessário manter sob controle e decisão um número crescente de aspectos relacionados com a produção e a venda, inclusive aqueles que estejam vinculados com as áreas: comercial, suprimento, estocagem, manutenção e logística. O tipo de automação exigida para um empreendimento simples, onde o proprietário é o único envolvido no processo, é mínimo. É interessante que o empresário possua um sistema simples de controle de caixa e um banco de dados de seus clientes. Já o perfil que atende ao mercado de vestuário em geral exige maior sofisticação. Mesmo em se tratando de um estabelecimento tão simples quanto o adotado como padrão, é conveniente – embora não obrigatório – a disponibilidade de um microcomputador, hoje instrumento

de trabalho indispensável na maioria dos casos. Vários benefícios podem advir desta disponibilização: acesso à internet para permanente atualização no setor, possibilidade de agendamento de clientes quando for o caso, facilidade de busca de alternativas de fornecedor e mesmo de efetivação de encomendas e – até mesmo, ventualmente – se constituir em entretenimento para clientes em espera. Entretanto, o maior benefício a ser usufruído por esta tecnologia é a facilidade de registro de receitas e despesas, permitindo ao gerente/proprietário uma visão permanentemente atualizada de seu negócio, de seus compromissos futuros, de dívidas a receber, de agendamento de pagamentos, enfim, de capacidade de acompanhamento e previsão de seus negócios. O mercado dispõe de diversos sistemas em diversos níveis de sofisticação para gerenciamento de estabelecimentos como este e similares. Esses softwares possibilitam o controle do agendamento de clientes, cadastro e histórico de serviços prestados a cada cliente, serviço de mala direta para clientes e potenciais clientes, controle de estoque de produtos, cadastro de equipamentos, gerenciamento de serviços dos empregados, controle de comissionamento, controle de contas a pagar e a receber, fornecedores, folha de pagamento, fluxo de caixa, fechamento de caixa, etc. Entretanto, em se tratando de estabelecimento menos sofisticado, um simples conjunto de planilhas Excel ou similar, de uso fácil e direto, pode perfeitamente atender às necessidades do empreendimento sem necessidade de grandes investimentos. Dentre os sistemas informatizados (softwares) que podem auxiliar o empreendedor na gestão de uma empresa de serviços (vide <http://www.baixaki.com.br> <http://www.superdownloads.com.br>) podemos citar algumas opções: • Hábil empresarial (gratuito); • Praticus Gestão empresarial; • Gestão de Clientes (CRM) 2.10; • ASGestor empresarial 1.59; • Empresarial Master Plus 2.0 (gratuito); •

Empresarial Master Senior 2.0 (gratuito);• ExpressGestão de Tele-vendas (gratuito);• TOTUS FREE 70608(gratuito);• E muitas outras opções. Antes de se decidir pelo sistema a ser utilizado, o empreendedor deve avaliar o preço cobrado, o serviço de manutenção, a conformidade em relação à legislação fiscal municipal e estadual, a facilidade de suporte e as atualizações oferecidas pelo fornecedor, verificando ainda se o aplicativo possui funcionalidades, tais como:• Controle dos dados sobre faturamento/vendas, gestão de caixa e bancos (conta corrente);• Contas a pagar e receber;• Fluxo de caixa;• CRMVendas;• Emissão de pedidos e orçamentos;• Controle de taxa de serviço;• Lista de espera;• Relatórios e gráficos gerenciais para análise real do resultado operacional da empresa.

Canais de distribuição

Os canais de distribuição são os meios utilizados pelas empresas para escoar sua produção e ofertar seus serviços. A importância dos canais de distribuição é fundamental e seu custo pode representar uma parcela considerável do preço final do produto vendido ao consumidor; os canais não só satisfazem a demanda através de produtos e serviços no local, em quantidade, qualidade e preço corretos, mas, também, têm papel fundamental no estímulo à demanda, através das atividades promocionais dos componentes ou equipamentos atacadistas, varejistas, representantes ou outros. No caso de empresas de consertos de roupas, o empreendedor pode prospectar, principalmente, dois canais de distribuição. O primeiro, mais tradicional, é a realização da distribuição no próprio empreendimento sob encomenda. Uma segunda alternativa seria o empreendedor propor os serviços de reparos e ajustes diretamente junto à pequenas empresas de confecção realizando a etapa do pós-venda.

Investimentos

Investimento consiste na aplicação de algum tipo de recurso esperando, um retorno superior aquele investido, em um determinado período de tempo. O investimento que deve ser feito em um empreendimento varia muito de acordo com seu porte. Para uma pequena empresa estima-se um investimento inicial entre R\$ 3 e 6 mil. Os valores dos principais itens de investimento são os seguintes:

- 1 Máquina de costura reta; R\$ 998,00
- 1 Máquina de costura overlock; R\$ 498,00
- utensílios em geral; R\$ 300,00
- 1 mesa R\$ 80,00
- 1 cadeira R\$ 50,00
- 1 ferro de passar roupas R\$ 99,90
- 1 tábua de passar roupas R\$ 28,90

O valor do investimento para empreendimentos de maior porte que possuam além do empreendedor quatro funcionários é estimado entre R\$ 15 e 30 mil. Para empreendimentos maiores, com quatro funcionários, os equipamentos necessários são:

- 5 máquinas de costura com diferentes propósitos com as mesas e cadeiras
- 1 máquina overlock R\$ 498,00
- 2 costura reta R\$ 998,00 por unidade
- 1 cosideira R\$ 1.380,00
- 1 galoneira R\$ 2.398,00

Equipamentos para a administração do negócio:

- computador completo R\$ 2.000,00
- softwares R\$ 100,00
- impressora R\$ 300,00

Outros itens:

- 2 Mesas para medir e cortar tecidos R\$ 150,00 por unidade
- 3 Cadeiras R\$ 50,00 por unidade
- 2 ferros de passar roupas R\$ 99,90 por unidade
- 2 tábuas de passar roupas R\$ 28,90 por unidade
- 1 sofá 3 lugares para os clientes R\$ 450,00
- 1 televisão 20 polegadas R\$ 489,00
- Utensílios em geral: R\$ 600,00

Além dos investimentos citados anteriormente ainda haverá a necessidade de investimentos pré-operacionais para a constituição da empresa, despachantes, contadores, projetos etc. além de despesas de reforma e adequação do imóvel (se for o caso) antes que o empreendimento comece a funcionar. O projeto ainda exige a formação de um capital de giro mínimo. É

importante lembrar que muitos dos equipamentos podem ser comprados usados barateando ainda mais os investimentos iniciais. Os valores acima relacionados são apenas uma referência para constituição de um empreendimento dessa natureza. Para dados mais detalhados é necessário saber exatamente quais serviços serão comercializados pela empresa e qual o seu porte. Nesse sentido, aconselhamos ao empreendedor interessado em constituir esse negócio, a realização de levantamento mais detalhado sobre os potenciais investimentos depois de elaborado seu plano de negócio (para elaboração do plano de negócio procure o Sebrae do seu Estado). Além disso, os valores acima irão variar conforme a região geográfica que a empresa irá se instalar, da necessidade de reforma do imóvel, do tipo de mobiliário escolhido, etc.

Capital de giro

Custos

São todos os gastos realizados na produção e que serão incorporados posteriormente no preço dos produtos ou serviços prestados, como: aluguel, água, luz, salários, honorários profissionais, despesas de vendas, matéria-prima e insumos consumidos no processo de produção. O cuidado na administração e redução de todos os custos envolvidos na compra, produção e venda de produtos ou serviços que compõem o negócio, indica que o empreendedor poderá ter sucesso ou insucesso, na medida em que encarar como ponto fundamental a redução de desperdícios, a compra pelo melhor preço e o controle de todas as despesas internas. Quanto menores os custos, maior a chance de ganhar no resultado final do negócio. É importante notar que, quanto menores forem

os custos, menor também será a necessidade de disponibilidade de capital de giro, liberando recursos para novos investimentos produtivos ou aumentando a lucratividade do empreendimento. Os custos típicos deste tipo de empreendimento devem ser estimados considerando pelo menos os itens abaixo, quando houver (considere os valores abaixo como um exemplo para um empreendimento com 4 empregados): 1. Salários e pró-labore do empreendedor (para 4 empregados): R\$ 3.380,002. Tributos, impostos, contribuições e taxas: R\$ 800,003. Aluguel, taxa de condomínio, segurança: R\$ 1000,004. Água, Luz, Telefone e acesso a internet: R\$ 700,00 (esse valor vai depender muito da demanda, tendo em vista que o serviço de conserto de roupas consome muita energia).5. Limpeza, higiene, manutenção: R\$ 300,006. Assessoria contábil: R\$ 400,007. Propaganda e Publicidade da empresa: R\$ 400,008. Aquisição de matéria-prima e insumos: R\$ 830,009. Juros e amortização de financiamentos: R\$ 450,00 (mensal) OBS: Estima-se que o custo represente aproximadamente 30% da receita total apurada em um pequeno negócio que neste tipo de perfil varia entre R\$ 500,00 e R\$ 2.000,00. Para maiores empreendimentos o custo pode variar entre 50% e 60% da receita total estimada entre R\$ 10 e 20 mil. Lembramos que estes custos são baseados em estimativas para uma empresa de pequeno porte.

Diversificação / Agregação de valor

Agregar valor é dar um salto de qualidade em uma ou mais características do produto ou serviço, que de fato são relevantes para a escolha do consumidor. Não basta possuir algo que os produtos concorrentes não oferecem. É necessário que esse algo a mais seja reconhecido pelo cliente como uma vantagem competitiva e aumente o seu nível de satisfação com

o produto ou serviço prestado. Além disso, para agregar valor, não basta reduzir custos, é preciso conhecer bem o mercado no qual a empresa atua, bem como as preferências dos clientes. A atividade de conserto de roupas nem sempre é contínua, podendo não raro apresentar alguns períodos de capacidade ociosa no estabelecimento. Por outro lado, há que se considerar a disponibilidade de habilidades na área de costura e equipamentos parados. Uma das possibilidades que se apresenta para evitar esta situação é iniciar, nos momentos de falta de trabalho, alguma atividade simples de produção própria, que poderá ser eventualmente vendida. Esta pode inclusive ser um embrião de um futuro “upgrade” da atividade, que – dependendo do sucesso deste uso do tempo – possa evoluir para atividades mais sofisticadas, até mesmo uma pequena confecção. Outra opção para os períodos de baixa demanda é o trabalho de customização de roupas e acessórios. Essa proposta tem atraído um público cada vez mais que ao invés de adquirir novos produtos opta por dar “uma nova cara” aos produtos já existentes. Neste tópico foram apresentadas apenas algumas opções de diversificação/agregação de valor para um empreendimento de conserto de roupas. Vale ressaltar que sempre é possível propor melhorias e novidades, para isso é indicado observar hábitos, ouvir as pessoas e criar novos produtos e novos serviços, com o objetivo de ampliar os níveis de satisfação dos clientes.

Divulgação

A divulgação é um componente fundamental para o sucesso de uma empresa de conserto de roupas. As campanhas publicitárias devem ser adequadas ao orçamento da empresa, à sua região de abrangência e às peculiaridades do local. Para tanto, poderão ser usados todos os canais de propaganda, de acordo com o porte do empreendimento e a

capacidade de investimento do empreendedor. Um pequeno estabelecimento poderá utilizar-se de panfletos a serem distribuídos de forma dirigida, em locais de grande circulação de pessoas (próximos ao estabelecimento), ou no bairro onde está localizado. Possuir cartões de visitas para entregar aos clientes e potenciais clientes é bastante recomendado. Na medida do interesse e das possibilidades, poderão ser utilizados anúncios em jornais de bairro, jornais de grande circulação, rádio, revistas, outdoor e internet. Entretanto, o contato pessoal é imprescindível particularmente para aqueles empreendedores que se propõem a atender às lojas. A propaganda boca-a-boca é extremamente eficaz neste segmento, o que aumenta a importância de oferecer serviços de qualidade, visando a garantir a propaganda positiva junto às pessoas que poderão tornar-se clientes.

Informações Fiscais e Tributárias

O segmento de CONserto DE ROUPAS, assim entendido pela CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) 9529-1/99 como atividade de reparação de artigos de tecidos, poderá optar pelo SIMPLES Nacional - Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas ME (Microempresas) e EPP (Empresas de Pequeno Porte), instituído pela Lei Complementar nº 123/2006, desde que a receita bruta anual de sua atividade não ultrapasse a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) para micro empresa R\$ 3.600.000,00 (três milhões e seiscentos mil reais) para empresa de pequeno porte e respeitando os demais requisitos previstos na Lei.

Nesse regime, o empreendedor poderá recolher os seguintes tributos e contribuições, por meio de apenas um documento

fiscal – o DAS (Documento de Arrecadação do Simples Nacional), que é gerado no Portal do SIMPLES Nacional (<http://www8.receita.fazenda.gov.br/Simpl...>):

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

Conforme a Lei Complementar nº 123/2006, as alíquotas do SIMPLES Nacional, para esse ramo de atividade, variam de 6% a 17,42%, dependendo da receita bruta auferida pelo negócio. No caso de início de atividade no próprio ano-calendário da opção pelo SIMPLES Nacional, para efeito de determinação da alíquota no primeiro mês de atividade, os valores de receita bruta acumulada devem ser proporcionais ao número de meses de atividade no período.

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

Se a receita bruta anual não ultrapassar a R\$ 60.000,00 (sessenta mil reais), o empreendedor, desde que não possua e não seja sócio de outra empresa, poderá optar pelo regime denominado de MEI (Microempreendedor Individual) . Para se enquadrar no MEI o CNAE de sua atividade deve constar e ser tributado conforme a tabela da Resolução CGSN nº 94/2011 -

Anexo XIII (<http://www.receita.fazenda.gov.br/legisl...>). Neste caso, os recolhimentos dos tributos e contribuições serão efetuados em valores fixos mensais conforme abaixo:

I) Sem empregado

- 5% do salário mínimo vigente - a título de contribuição previdenciária do empreendedor;
- R\$ 5,00 a título de ISS - Imposto sobre serviço de qualquer natureza.

II) Com um empregado: (o MEI poderá ter um empregado, desde que o salário seja de um salário mínimo ou piso da categoria)

O empreendedor recolherá mensalmente, além dos valores acima, os seguintes percentuais:

- Retém do empregado 8% de INSS sobre a remuneração;
- Desembolsa 3% de INSS patronal sobre a remuneração do empregado.

Havendo receita excedente ao limite permitido superior a 20% o MEI terá seu empreendimento incluído no sistema SIMPLES NACIONAL.

Para este segmento, tanto ME, EPP ou MEI, a opção pelo SIMPLES Nacional sempre será muito vantajosa sob o aspecto tributário, bem como nas facilidades de abertura do estabelecimento e para cumprimento das obrigações acessórias.

Fundamentos Legais: Leis Complementares 123/2006 (com as alterações das Leis Complementares nºs 127/2007, 128/2008 e 139/2011) e Resolução CGSN - Comitê Gestor do Simples Nacional nº 94/2011.

Eventos

Segue uma lista não exaustiva de alguns eventos nacionais e internacionais relacionados ao setor da moda e confecção em 2011. **Nacionais** **13ª SEMANA SENAI FASHION DESIGN** Data: 19/09/2011 - 22/09/2011 Local: Escola SENAI "Engº Adriano José Marchini" - Faculdade SENAI de São Paulo **38º Senac Moda Informação – Inverno 2012** 29/09/2011 - 29/09/2011 Palácio das Convenções do Anhembi **Internacionais** 01/09/2011 - 03/09/2011 SIMM - 2ª edição - Confecção Geral 03/09/2011 - 06/09/2011 Prêt à Porter Paris - 2ª edição - Confecção Geral 03/09/2011 - 06/09/2011 Who's Next e Première Classe Paris- 2ª edição- Confecção Geral- Aviamentos e Acessórios 19/09/2011 - 21/09/2011 ITMF - International Textile Manufacturers Federation Barcelona – Espanha - Têxtil 20/09/2011 - 22/09/2011 Première Vision, Mod'Amont e Indigo Paris - 2ª edição - Aviamentos e Acessórios - Tecidos e insumos 22/09/2011 - 29/09/2011 ITMA-International Exhibition of Textile Machinery Barcelona - Espanha - Máquinas e acessórios Para maiores informações sobre eventos do setor consulte:

http://www.abit.org.br/site/agenda.asp?id_menu=5&idioma=PT&rnd=2011

<http://www.brascol.com.br/novo/noticias/detalhes/75/Calendario-de-Feira>

Entidades em Geral

ABIT – Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção Rua Marquês de Itu, 968 - Vila Buarque CEP 01223-000 - São Paulo - SP Brasil Telefone: (11) 3823.6100 • Fax: (11) 3823.6122 e-mail: abit@abit.org.br Site:

<http://www.abit.org.br> **SINDIVEST – Sindicato da Indústria do Vestuário.** Rua Mário Amaral, 172 - 2º a. - Paraíso, São Paulo

- SP - CEP 04002-020

Área administrativa - Marlene Fone: (11) 3889-2273 /
Marketing, cadastro e contribuição - Bruno Fone: (11)
3889-2280

Área jurídica - Dra. Maria Thereza Fone: (11) 3889-2277 / Fax
(11) 3889-2276 Site: <http://www.sindinvest.org.br> ABRAVEST –
Associação Brasileira do Vestuário Rua Bastos Pereira, 251 -
Vila Nova Conceição – São Paulo – (SP) Tel. (11) 3887

4500 Site: www.abraviest.org.br/ **Cursos - Corte e**

Costura SESC /DF - Unidade Operacional Local: W3 Sul, Qd.

504/505, Bl. A, Brasília-DF Telefone: (61) 3217-9100 Escola de
Corte e Costura Sandra Gomes - método IoliEQS 414/415

Shopping Asa Sul S/N bl A s 133 .BRASILIA - Distrito

Federal Telefone : (61) 3346-0127 CEP - CENTRO DE

EDUCAÇÃO PROFISSIONAL DE CEILÂNDIA QNN 14 – Área

Especial – Ceilândia – DF Fones: 3901-6893 e

3901-4095 www.cepceilandia.df.gov.br Curso a distância - Corte

e Costura IPR: Instituto Padre Reus-

www.institutopadrereus.com Instituto Universal Brasileiro-

www.institutouniversal.com.br **Fornecedor de máquinas e**

equipamentos Singer do Brasil. Rod. Santos Dumond, Km 68 –

Campinas (SP) 13054-200 Tel.: 0800-122323 / (19) 725-4433

Fax: (19) 225-5329 Produto: Máquinas de costura - -

www.singer.com.br Casa Comercial das Agulhas AIF Ltda

-Fornecedor máquinas de costura para Confecções acessórios

elubrificantes Malharias Industrial (11) 3337-8733

-<http://www.casadasagulhas.com.br> Tesouras Mundial -

www.mundial-sa.com.br Venda de maquinas e

acessórios www.brasilmc.com

Normas Técnicas

Não existem normas técnicas que se aplicam a este

empreendimento.

Glossário

DESIGN: desenho industrial configuração, concepção, elaboração e especificação de um artefato. Essa é uma atividade técnica e criativa, normalmente orientada por uma intenção ou objetivo, ou para a solução de um problema. Simplificando, pode-se dizer que *design* é projeto. **CADEIA PRODUTIVA:** Cadeia produtiva é um conjunto de etapas consecutivas, ao longo das quais os diversos insumos sofrem algum tipo de transformação, até a constituição de um produto final (bem ou serviço) e sua colocação no mercado. Trata-se, portanto, de uma sucessão de operações (ou de estágios técnicos de produção e de distribuição) integradas, realizadas por diversas unidades interligadas como uma corrente, desde a extração e manuseio da matéria-prima até a distribuição do produto. **MODA:** é a tendência de consumo da atualidade. A palavra moda significa costume e provém do latim *modus*. É composta de diversos estilos que podem ter sido influenciados sob vários aspectos. Acompanha o vestuário e o tempo, que se integra ao simples uso das roupas no dia-a-dia. É uma forma passageira e facilmente mutável de se comportar e sobretudo de se vestir ou pentear. **MÁQUINA DE COSTURA RETA SINGER, 2491 D** – Costura industrial reta com design moderno de fácil operação e alta velocidade. Utilizada como equipamento básico e fundamental, para qualquer segmento na indústria do vestuário. **INTERLOCK SINGER 2442 A** - As máquinas de costura desta linha são ideais para os prestadores de serviços ou confeccionistas que queiram conciliar praticidade, produtividade, qualidade e durabilidade. Própria para a confecção em tecidos planos e de malha, nas etapas de preparação ou acabamento das peças. Aplicável para vários segmentos da costura em roupas, tais

como: profissionais, lingerie, moda praia, modinha, moletoms, camisas, calças, camisetas, saias, shorts, etc. **OVERLOCK RCM GN1-6** - Máquina para pequenas confecções e pequenas empresas. Ótima para serviços de reforma de roupas, onde não necessita muito rendimento.

Dicas do Negócio

Qualquer atividade da vida social ou pessoal, quanto melhor planejada melhor será executada. Assim, também em qualquer negócio, o tempo que se gasta antes de começar é dinheiro que se deixa de perder: os problemas, prováveis ou meramente possíveis, já foram pensados e a solução equacionada antes que ele vire perda. Entretanto, de nada vale planejar se não for para cumprir o planejamento. Muito importante: isto não significa um engessamento das ações. Significa, sim, não fugir do eixo, muito embora ao longo do processo algumas das coisas que se planejou tenham que ser revistas e/ou adaptadas. Ou seja, o planejamento é um instrumento dinâmico, mas o foco não deve ser perdido. Um caso típico desta flexibilidade é a freqüente aparição de gastos imprevistos nos 100 primeiros dias da empresa. Isto ocorre com freqüência quando existe excesso de otimismo no cálculo das possibilidades da empresa, sacrificando o capital de giro. A recomendação é sempre considerar uma hipótese menos otimista, evitando surpresas desagradáveis. Outro cuidado relevante é com o foco da empresa: é fundamental evitar a tentação de improvisar para agregar valor: acaba fazendo muitas coisas e mal feitas. Sempre seguir planejamento e simulações. Avaliar permanentemente a receptividade da clientela à venda de produtos. Lembrar que comércio requer registro de empresa diferenciado de prestação de serviços; Investir na qualidade global de atendimento ao cliente, ou seja: qualidade do serviço, ambiente agradável, profissionais

atenciosos, respeitosos e interessados pelo cliente, além de comodidades adicionais com respeito a estacionamento, facilidade de agendamento de horário, cumprimento de horário ou prazos, etc; Procurar fidelizar a clientela com ações de pós-venda, como: remessa de cartões de aniversário, comunicação de novos serviços e novos produtos ofertados, etc; O empreendedor deve estar sintonizado com a evolução do setor, pois esse é um negócio que requer inovação e adaptação constantes, em face das novas tendências que surgem dia-a-dia. Nessa perspectiva, um bom acompanhamento de mercado, com monitoramento dos concorrentes, das tendências do setor, das inovações de produtos e a participação em feiras e eventos, podem ser ferramentas valiosas para a determinação de estratégias competitivas para o negócio.

Características específicas do empreendedor

O empreendedor precisa estar atento às tendências do mercado e aos hábitos de seus clientes. Deve identificar os movimentos deste mercado e adaptá-los à sua oferta (o mercado da moda é bastante sazonal), reconhecendo as preferências dos clientes e renovando continuamente a oferta de serviços. O empreendedor envolvido com atividades ligadas a este setor precisa adequar-se a um perfil fortemente comprometido com a evolução acelerada de um ramo altamente disputado por concorrentes nem sempre fáceis de serem vencidos. Algumas características desejáveis ao empresário desse ramo são:

- Ser bom comunicador, simpático, atencioso com os clientes;
- Gostar e conhecer bem o ramo de negócio;
- Pesquisar e observar permanentemente o segmento de mercado onde está competindo, promovendo ajustes e adaptações no negócio;
- Ter atitude e iniciativa para promover as mudanças necessárias;
- Saber administrar todas as áreas

internas da empresa;• Saber negociar, vender benefícios e manter clientes satisfeitos;• Ter visão clara de onde quer chegar;• Planejar e acompanhar o desempenho da empresa;• Ser persistente e não desistir dos seus objetivos;• Manter o foco definido para a atividade empresarial;• Assumir somente riscos calculados;• Estar sempre disposto a inovar e promover mudanças;• Ter grande capacidade para perceber novas oportunidades e agir rapidamente para aproveitá-las;• Ter habilidade para liderar sua equipe de profissionais;• Imaginação criativa;• Sentido artístico e estético;• Sentido de pormenor e precisão;• Boa coordenação visual/motora;• Boa presença – apresentação – higiene pessoal. Além disso, é importante que o empreendedor tenha aptidão para o negócio e vontade de aprender buscando informações em centros tecnológicos, cursos, livros e revistas especializadas ou junto a pessoas que atuam na área.É importante ressaltar que pesquisando e observando seus concorrentes, conhecendo bem o gosto de seus clientes, o empreendedor conseguirá desenvolver novos projetos e novos serviços para dilatar o seu mercado consumidor.

Bibliografia Complementar

Unidade de Orientação Empresarial

www.sebrae.com.br Sindicato das Indústrias do Vestuário do

Distrito Federal sindiveste@fibra.org.br Sindicato das

Costureiras e Trabalhadores nas Indústrias do Vestuário de São

Paulo e Osasco. - www.costureirassp.org.br Antigas empresas

resistem ao tempo www.pegntv.globo.com/Pegn/0,6993,LIR157588-5027,00.html

ABIMAQ

- Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e

Equipamentos - <http://www.abimaq.org.br> Associação Brasileira

da Indústria Têxtil e de Confecção <http://www.abit.org.br> Dicas

e moldes de peças www.moldesmodelitus.com.br Indústria da

Moda e Negócios. Disponível em:

<http://www.sindivest.org.br/content/news/artigos.asp> Acesso em

12 de setembro de 2011. Estatísticas do setor. Disponível em

<http://www.abravest.org.br/?p=show&cat=5>. Acesso em 12 de

setembro de 2011. Calendário do setor. Disponível em

http://www.abit.org.br/site/agenda.asp?id_menu=5&idioma=PT&rnd=2011

Acesso em 15 de setembro de 2011. Moda. Disponível em

<http://www.cultura.gov.br/site/pnc/diagnosticos-e-desafios/manifestacoes>

Acesso em 16 de setembro de 2011. O mercado da moda.

Disponível em

<http://www.designbrasil.org.br/setoresprodutivos/o-mercado-de-moda>

Acesso em 17 de setembro de 2011. R\$ 136 bilhões serão

movimentados pelo mercado de moda no Brasil. Disponível em

<http://www.sucessonews.com.br/r-136-bilhoes-serao-movimentados-pelo>

Acesso em 20 de setembro de 2011. Calendário de feiras e

eventos de moda em 2011. Disponível em

<http://www.brascol.com.br/novo/noticias/detalhes/75/Calendario-de-Feiras>

Acesso em 20 de setembro de 2011.