

Aluguel de trajes para casamentos e festas



EXPEDIENTE

Presidente do Conselho Deliberativo

José Zeferino Pedrozo

Diretor Presidente

Décio Lima

Diretor Técnico

Bruno Quick

Diretor de Administração e Finanças

Margarete Coelho

Gerente

Eduardo Curado Matta

Gerente-Adjunta

Anna Patrícia Teixeira Barbosa

Gestor Nacional

Luciana Macedo de Almeida

Autor

Sebrae

Coordenação do Projeto Gráfico

Renata Aspin

Projeto Gráfico

Nikolas Furquim Zalewski

ÍNDICE

Apresentação de Negócio.....	1
Mercado.....	1
Localização.....	2
Exigências Legais e Específicas.....	3
Estrutura.....	5
Pessoal.....	5
Equipamentos.....	8
Matéria Prima/Mercadoria.....	8
Organização do Processo Produtivo.....	10
Automação.....	11
Canais de Distribuição.....	12
Investimentos.....	12
Capital de Giro.....	13
Custos.....	13
Diversificação/Agregação de Valor.....	15
Divulgação.....	16
Informações Fiscais e Tributárias.....	16
Eventos.....	18
Entidades em Geral.....	18
Normas Técnicas.....	18
Glossário.....	18
Dicas de Negócio.....	21
Características Específicas do Empreendedor.....	22
Bibliografia Complementar.....	23
Fonte de Recurso.....	23
Planejamento Financeiro.....	23
Produtos e Serviços - Sebrae.....	23

1. Apresentação de Negócio

A moda é uma expressão cultural, um fenômeno sociocultural que expressa os valores da sociedade – usos, hábitos e costumes – em um determinado período de tempo. As roupas do segmento de alta-costura ou de prêt-à-porter de luxo têm como função vestir de forma apropriada em determinadas ocasiões, passando uma imagem de formalidade e agregando um valor de luxo e elegância na forma de vestir.

No início da década de 1960, Pierre Cardin deu início à popularização da alta-costura ao vender suas roupas em uma loja de departamentos em Paris. A iniciativa do estilista trouxe a moda para as ruas, antecipando as mudanças e os comportamentos sociais. O segmento de roupas de gala, atualmente, é alimentado pela demanda produzida em torno da chamada indústria das festas de casamento e de formatura, que tratam essas cerimônias como verdadeiros eventos. O espetáculo da cerimônia tornou-se muito mais do que a celebração. Representa a concretização de um sonho e do reconhecimento social e profissional, no caso das formaturas. Nessas cerimônias, a roupa cumpre um importante papel na construção da imagem dos participantes. No entanto, a roupa, embora seja um dos elementos mais importantes, compartilha com o conjunto de itens necessários para a produção do evento o orçamento disponível.

Assim, diante da necessidade de compatibilização de um orçamento muitas vezes limitado, surgem as oportunidades para empresas de aluguel de trajes para casamentos e festas, que podem oferecer o tão sonhado vestido ou traje a preços mais acessíveis. Há opções que podem oferecer o tão sonhado vestido ou traje a preços mais acessíveis. Opções de vestidos de primeiro aluguel, sob encomenda, para serem devolvidos à loja, que também atraem as noivas e formandas, sem perder o charme da cerimônia perfeita. O negócio de aluguel de trajes prospera a olhos vistos, ancorado no crescimento na indústria das festas de casamento e de formatura e na praticidade da vida moderna, que estimula o aluguel temporário de vestidos e trajes com qualidade, a um custo bem inferior. Dessa forma, a economia gerada pelo aluguel pode ser aplicada em outros itens da extensa lista de fornecedores das cerimônias. Os serviços de aluguel de vestidos podem ser expandidos para a locação de trajes de noivos, padrinhos, madrinhas, pajens e damas de honra, bem como bolsas e outros acessórios que compõem o traje.

2. Mercado

O Brasil registrou 757.179 casamentos em 2020, o que representou uma redução de 26,1% em relação a 2019. Em números absolutos, isso significa 197.623 casamentos a menos de um ano para o outro. O dado faz parte da pesquisa Estatísticas do Registro Civil 2020, realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

Desde 2015 o número de casamentos vem apresentando tendência de queda, porém mais acentuados após o início da pandemia e as orientações sanitárias de distanciamento social, que inviabilizaram a realização de cerimônias e fizeram com que muitos casais adiassem a decisão pelo casamento. Essa tendência de queda foi identificada em todas as regiões do país, apesar de suas diferentes características culturais e econômicas.

Contudo, o mercado de aluguel de roupas de festa não se limita à agenda das cerimônias de casamento e formaturas. É cada vez maior o número de pessoas que optam por alugar roupas para comparecer a festas e eventos de gala ou ocasiões sociais especiais. Trata-se de

uma excelente opção para quem não quer repetir a mesma roupa em vários eventos e para quem não pretende gastar muitos recursos com a compra de roupas novas. Empresários do ramo investem em tecnologia para atrair clientes e ganhar espaço no mercado.

O negócio de aluguel de roupas tornou-se uma alternativa de negócios para novos empreendedores que buscam consumidores mais conscientes, que gostam de variar seu guarda-roupa porém não querem mais acumular produtos que vão usar muito pouco. Hoje o armário cápsula é valorizado por muitos. Por isso os produtos de luxo e de festas são os mais indicados para esse tipo de negócio pois possuem um preço de compra alto mas são de baixo uso.

O negócio de aluguel vem se beneficiando do crescimento da economia compartilhada de bens como casas, bicicletas, carros, equipamentos de bebês e itens de moda. Isso representa uma mudança na cultura que faz crescer as chances desse tipo de negócio ser bem aceito no mercado como uma nova forma de consumo, abrindo uma oportunidade de ampliação do portfólio de produtos de casamento e festa para muitos outros itens, tais como roupas de inverno, enxoval de bebês etc.

Apesar de toda a tradição e conservadorismo que envolve a festa de casamento, é cada vez maior o número de empreendedores que buscam inovar na prestação de serviços e na oferta de produtos aos noivos. De olho na inovação, empresários do negócio de aluguel de trajes para casamentos e festas investem na oferta do primeiro aluguel do vestido de noiva pela internet. Devido ao risco intrínseco a todo investimento, recomenda-se a realização de ações de pesquisa de mercado para avaliar a demanda e a concorrência. Seguem algumas sugestões: pesquisa em fontes, como Prefeitura, guias, IBGE e associações de bairro para quantificação do mercado-alvo; pesquisa a guias especializados e revistas de cerimônias de casamento; visita aos concorrentes diretos, identificando os pontos fortes e fracos dos estabelecimentos que trabalham no mesmo nicho e a participação em seminários especializados.

3. Localização

A localização do ponto comercial é uma das decisões mais relevantes para uma loja de aluguel de trajes para casamentos e festas. Entre todos os aspectos importantes para a escolha do ponto, deve-se considerar prioritariamente a densidade populacional, o perfil dos consumidores locais, a concorrência, os fatores de acesso e locomoção, a visibilidade, a proximidade com fornecedores, a segurança e a limpeza do local. Tenha em mente que os clientes buscam comodidade e segurança na hora de alugar trajes. Por isso, um local iluminado e espaçoso, com mobiliário confortável para espera durante as provas de roupa, é essencial para que as clientes se sintam à vontade e acolhidas pela equipe de atendimento.

Alguns detalhes devem ser observados na escolha do imóvel:

- O imóvel atende às necessidades operacionais referentes à localização, à capacidade de instalação do negócio, à possibilidade de expansão, às características da vizinhança e à disponibilidade dos serviços de água, luz, esgoto, telefone e internet?

- O ponto é de fácil acesso, dispõe de estacionamento para veículos, local para carga e descarga de mercadorias e conta com serviços de transporte coletivo nas redondezas, tendo em vista não só o transporte de clientes, mas também o de funcionários?
- O local está sujeito a inundações ou próximo a zonas de risco?
- O local está sujeito a inundações ou próximo a zonas de risco?
- O imóvel está legalizado e regularizado nos órgãos públicos municipais
- A planta do imóvel está aprovada pela Prefeitura?
- Houve alguma obra posterior, aumentando, modificando ou diminuindo a área primitiva?
- Existe projeto para desapropriação da área?
- As atividades a serem desenvolvidas no local respeitam a Lei de Zoneamento ou o Plano Diretor do Município?
- Os pagamentos do IPTU referente ao imóvel encontram-se em dia?
- O que a legislação local determina sobre o licenciamento das placas de sinalização?

Tendo em vista o grande crescimento da digitalização dos negócios durante a pandemia do Corona Virus, considere criar um site de apresentação do seu negócio, para reserva de itens pré-selecionados, ou até mesmo para aluguel diretamente, especialmente no caso de acessórios especiais.

Isso pode ampliar a capacidade do seu negócio dando mais visibilidade e agilidade, criando um serviço que atenda de forma mais ampla as clientes, já bastante familiarizadas com negócios digitais.

4. Exigências Legais e Específicas

Para registrar uma empresa, a primeira providência é contratar um contador – profissional legalmente habilitado para elaborar os atos constitutivos da empresa, auxiliá-lo na escolha da forma jurídica mais adequada para o seu projeto e preencher os formulários exigidos pelos órgãos públicos de inscrição de pessoas jurídicas. O contador pode informar sobre a legislação tributária pertinente ao negócio. Mas, no momento da escolha do prestador de serviço, deve-se dar preferência a profissionais indicados por empresários com negócios semelhantes.

Como sócio proprietário você pode se registrar na categoria de MEI (microempreendedor individual), que exige taxas bem menores para abertura do negócio. Nesse caso, o faturamento anual deve ser de no máximo R\$ 81 mil (dados de 2021). A microempresa pode faturar até R\$ 360 mil; a EPP, empresa de pequeno porte, entre R\$ 360 mil e R\$ 4,8 milhões de faturamento ano. Veja com o seu contador, qual das opções será mais adequada ao seu tipo de negócio.

Para legalizar a empresa, é necessário procurar os órgãos responsáveis para as devidas inscrições. As etapas do registro são:

1. Registro de empresa nos seguintes órgãos: Junta Comercial; Secretaria da Receita Federal (CNPJ); Secretaria Estadual da Fazenda; Prefeitura do município para obter o Alvará de Funcionamento; enquadramento na entidade sindical patronal (a empresa ficará obrigada ao recolhimento anual da Contribuição Sindical Patronal); cadastramento na Caixa Econômica Federal no sistema “Conectividade Social – INSS/FGTS”; Corpo de Bombeiros Militar;
2. Visita à Prefeitura da cidade onde pretende montar a sua loja (quando for o caso) para fazer a consulta de local;
3. Obtenção do Alvará de Licença Sanitária – adequado às instalações de acordo com o Código Sanitário (especificações legais sobre as condições físicas).

Em âmbito federal, a fiscalização cabe à Agência Nacional de Vigilância Sanitária, já a estadual e a municipal ficam a cargo das Secretarias Estadual e Municipal de Saúde (quando for o caso); d) preparar e enviar o requerimento ao chefe da Delegacia Federal da Agricultura (DFA) e Serviço de Inspeção Vegetal (SIV) do seu estado, solicitando a vistoria das instalações e equipamentos; e) registro do produto (quando for o caso).

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, publicado em 11 de setembro de 1990, regula a relação de consumo em todo o território brasileiro, na busca de equilibrar a relação

entre consumidores e fornecedores. 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. Ou seja, é necessário que em uma negociação estejam presentes o fornecedor e o consumidor, e que o produto ou serviço adquirido satisfaça às necessidades próprias do consumidor, na condição de destinatário final. Portanto, operações não caracterizadas como relação de consumo não estão sob a proteção do CDC, como ocorre, por exemplo, nas compras de mercadorias para serem revendidas pela casa. Nestas operações, as mercadorias adquiridas destinam-se à revenda e não ao consumo da empresa. Tais negociações regulam-se pelo Código Civil brasileiro e legislações comerciais específicas.

Alguns itens regulados pelo CDC são: forma adequada de oferta e exposição dos produtos destinados à venda, ao fornecimento de orçamento prévio dos serviços a serem prestados, às cláusulas contratuais consideradas abusivas, à responsabilidade dos defeitos ou aos vícios dos produtos e serviços, aos prazos mínimos de garantia e às cautelas ao fazer cobranças de dívidas.

5. Estrutura

Para uma estrutura mínima, com um ponto comercial e uma oficina para pequenos reparos nos fundos, estima-se ser necessária uma área de 100 m², com flexibilidade para ampliação, conforme a expansão e o desenvolvimento do negócio. Os ambientes podem ser divididos em área para atendimento, mostruário, provadores, banheiro e oficina.

O local de trabalho deve ser limpo e organizado. O piso, a parede e o teto devem estar conservados e sem rachaduras, goteiras, infiltrações, mofo e descascamentos. O piso deve ser de alta resistência e durabilidade, além de fácil manutenção. Cerâmicas e ladrilhos coloridos proporcionam um toque especial, enquanto granito e porcelanato oferecem luxo e sofisticação ao ambiente. Paredes pintadas com tinta acrílica facilitam a limpeza. Texturas e tintas especiais na fachada externa personalizam e valorizam o ponto.

Profissionais qualificados em arquitetura e decoração comercial poderão ajudar a definir as alterações a serem feitas no imóvel escolhido para funcionamento da loja, orientando em questões sobre ergonomia, fluxo de operação, design dos móveis, iluminação, ventilação e acessibilidade.

A iluminação artificial deve ser projetada para proporcionar o maior rendimento e conforto para os trabalhadores. É importante que a iluminação seja distribuída de forma uniforme, geral e difusa, evitando ofuscamentos, reflexos incômodos, sombras e contrastes excessivos. Para mais informações, sugere-se consultar a NBR 5413/92, que regulamenta a iluminação artificial em interiores em que se realizam atividades de comércio e indústria. Sempre que possível, deve-se aproveitar a luz natural. No fim do mês, a economia da conta de luz compensa o investimento. Quanto às artificiais, a

A preferência é pelas lâmpadas de Led. Pensando em investimentos futuros, considere pesquisar energias alternativas que tragam compensações de créditos de carbono, como uso de energia solar. A médio e longo prazo, seus clientes reconhecerão grande valor nessas ações de redução de energia elétrica.

Se não houver disponibilidade permanente de vagas nas proximidades, recomenda-se manter convênio com algum estacionamento próximo, pois esse tipo de negócio demanda tempo e tranquilidade do consumidor. Caso não seja possível, oriente os clientes a usar um serviço de transporte indicado pela loja. Lembre-se que casamentos são ocasiões muito especiais, únicas, e tudo o que envolve o evento deve ter extremo cuidado na prestação do serviço.

6. Pessoal

O número de funcionários varia de acordo com o tamanho do empreendimento. Para a estrutura anteriormente sugerida, a loja exige a seguinte equipe:

- Gerente: responsável pelas atividades administrativas, financeiras, de controle de estoque e da comercialização. Deve ter conhecimento da gestão do negócio, do processo

produtivo e do mercado. Deve conhecer em profundidade o perfil dos clientes para definir o que comprar e quanto pagar pelos trajas. Pode ser o proprietário;

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

- Costureira: responsável por pequenos consertos nas peças adquiridas e devolvidas. Deve ser capaz de pregar botões, costurar ajustes e fazer barras em calças;

- Lavadeira e passadeira: responsável por lavar e passar as peças alugadas. Se preferir, o empreendedor pode optar por terceirizar os serviços de costura e lavanderia. Nesse caso, busque conhecer as ações de sustentabilidade relacionadas ao uso de água e consumo de energia, já que é uma atividade com grande pegada de carbono.

- É imprescindível que os profissionais selecionados sejam alfabetizados. Além disso, outras características interessantes são:

1. agilidade
2. raciocínio rápido
3. capacidade de observação
4. paciência
5. facilidade de organização
6. flexibilidade
7. disponibilidade de horário
8. empatia e simpatia - bom humor
9. pró-atividade
10. responsabilidade
11. urbanidade
12. discrição
13. controle emocional

Normalmente, a loja funciona em horário comercial de 10h às 18h. Sábados e domingos são dias de grande faturamento. Dependendo do movimento e da época do

ano, pode ser necessária a ampliação do horário de funcionamento, exigindo a contratação temporária de mais vendedores. Esta expansão do negócio precisa ser planejada conforme o aumento da receita. A qualificação de profissionais aumenta o comprometimento com a empresa, eleva o nível de retenção de funcionários, melhora o desempenho do negócio e diminui os custos trabalhistas com a rotatividade de pessoal. O treinamento dos colaboradores deve desenvolver as seguintes competências:

- Capacidade de percepção para entender e atender as expectativas dos clientes; - Agilidade e presteza no atendimento;
- Capacidade de apresentar e vender os produtos da loja; - Motivação para crescer juntamente com o negócio.

Deve-se estar atento para a Convenção Coletiva do Sindicato dos Trabalhadores nessa área, utilizando-a como balizadora dos salários e orientadora das relações trabalhistas, evitando, assim, consequências desagradáveis.

O empreendedor pode participar de seminários, congressos e cursos direcionados ao seu ramo de negócio, para manter-se atualizado e sintonizado com as tendências do setor. O Sebrae da localidade poderá ser consultado para aprofundar as orientações sobre o perfil do pessoal e treinamentos adequados.

Autônomos: Uma das principais dúvidas dos empreendedores diz respeito à contratação de pessoas físicas (profissionais autônomos) ou jurídicas (empresas) para prestação de serviços sem vínculo empregatício.

A fim de diminuir os encargos sociais, as empresas buscam a “terceirização”. No entanto, é fundamental estar atento ao tipo de atividade que pode ser terceirizada.

Não é possível contratar terceiros para realizarem serviços relacionados às atividades que justificaram a criação da empresa. A contratação pode abranger atividades intermediárias da contratante, desde que não haja relação de emprego entre as partes. Ou seja, a relação entre contratante e contratado não pode ser como aquela existente entre patrão e empregado, caracterizada pelos elementos de subordinação, habitualidade, horário, pessoalidade e salário. Cabe aqui consultar a Legislação do Trabalho vigente e suas mais recentes alterações a respeito da terceirização de profissionais, tais como empresas jurídicas ou MEI.

Vantagens da contratação de serviços de terceiros:

- Mais participação dos dirigentes nas atividades-fim da empresa.
- Concentração dos talentos no negócio principal da empresa.
- Maior facilidade na gestão do pessoal e das tarefas.
- Possibilidade de rescisão do contrato conforme as condições preestabelecidas.
- Controle da atividade terceirizada por conta da própria empresa contratada.

Desvantagens que este tipo de contratação pode acarretar:

- Sofrer autuação do Ministério do Trabalho e ações trabalhistas em caso de inobservância das obrigações mencionadas no item acima.
- Fiscalização dos serviços prestados para verificar se o contrato de prestação de serviços está sendo cumprido integralmente, conforme o combinado.
- Risco de contratação de empresa não qualificada.
- E por último, mas não menos importante, esteja atento à busca de diversidade do seu time nos quesitos de raça, sexualidade e faixa etária, para que seus clientes se sintam identificados com sua empresa, que se preocupa em acolher sem discriminação todos os diferentes sujeitos sociais.

Antes da contratação, recomenda-se verificar se o pessoal disponibilizado pela empresa terceirizada consta como registrado, e se os direitos trabalhistas e previdenciários estão sendo respeitados e pagos.

7. Equipamentos

Os materiais básicos para a instalação de uma loja de aluguel de trajes são:

- Balcão de atendimento;
- Estantes para guardar volumes;
- Araras;
- Prateleiras;
- Provadores com espelho;
- Telefone;
- Aparelho de fax;
- Microcomputador;
- Impressora.

A disposição das estantes, araras, prateleiras e provadores é importante para proporcionar conforto e facilitar aos clientes encontrarem as peças desejadas. Ao fazer o layout da loja, o empreendedor também deve levar em consideração a ambientação, decoração, circulação, ventilação e iluminação. Na área externa, deve-se atentar para a fachada, letreiros, entradas, saídas e estacionamento.

8. Matéria Prima/Mercadoria

A gestão de estoques no varejo é o equilíbrio entre a oferta e a demanda. Este equilíbrio deve ser sistematicamente aferido por, entre outros, os seguintes três importantes indicadores de desempenho:

- Giro dos estoques: o giro dos estoques é um indicador do número de vezes em que o

capital investido em estoques é recuperado nas vendas. Usualmente é medido em base anual e tem a característica de representar o que aconteceu no passado. Obs.: quanto maior for a frequência de entregas dos fornecedores, logicamente em menores lotes, maior será o índice de giro dos estoques, também chamado de índice de rotação de estoques;

- Cobertura dos estoques: o índice de cobertura dos estoques é a indicação do período de tempo que o estoque, em determinado momento, consegue cobrir as vendas futuras, sem que haja suprimento;
- Nível de serviço ao cliente: o indicador de nível de serviço ao cliente para o ambiente do varejo de pronta entrega, isto é, aquele segmento de negócio em que o cliente quer receber a mercadoria, ou serviço, imediatamente após a escolha; demonstra o número de oportunidades de venda que podem ter sido perdidas, pelo fato de não existir a mercadoria em estoque ou não se poder executar o serviço com prontidão.

Portanto, o estoque dos produtos deve ser mínimo, visando gerar o menor impacto na alocação de capital de giro. O estoque mínimo deve ser calculado levando-se em conta o número de dias entre o pedido de compra e a entrega dos produtos na sede da empresa. A quantidade e qualidade das peças disponíveis para aluguel podem ser determinantes para o sucesso da loja.

O empreendedor deve conhecer o perfil de sua clientela e adquirir peças que satisfaçam os seus desejos de consumo. A moda para casamentos e festas, apesar de parecer estável, também segue tendências. Assim, o empresário no ramo deve estar sempre bem atualizado e em busca de novidades. Viajar ao exterior, ter noção do que será tendência em cada estação do ano, ouvir a opinião de estilistas conceituados, além de ficar atento às novelas, pode fazer a diferença. Criar um perfil do seu negócio nas mídias sociais também é uma forma de ter um termômetro dos itens mais desejados, sempre criando uma interação capaz de dar dicas para melhorar seu negócio e os produtos oferecidos para aluguel.

Uma forma de minimizar o risco do negócio é se especializar em um público, e dentro dele oferecer uma ampla variedade de produtos. Um bom exemplo é para quem vislumbra uma oportunidade para o mercado de noivas: vestidos de noiva bordados, lisos, brancos, beges, curtos, longos, tradicionais, modernos, de renda, de seda, nacionais, importados, com e sem decote, rebuscados, básicos etc. A loja também pode trabalhar com acessórios que complementam o produto principal da loja, como: véu, grinalda, sapatos, bolsas, colares, brincos e anéis. Com o tempo, será possível identificar as preferências dos clientes e investir nas mercadorias com mais demanda.

O vestido bordado pode ser alugado, em média, três vezes. Os mais simples podem ser alugados até cinco vezes. O preço de aluguel de roupas para eventos costuma variar de acordo com o número de locações pelas quais a peça já passou. A loja pode oferecer também o serviço de primeiro aluguel. Trata-se de um vestido encomendado para uma costureira ou confecção, de acordo com as medidas e preferências da cliente. Após a confecção e uso do vestido, a peça é devolvida para a loja e disponibilizada para locação. Este serviço custa, em média, 30% a mais do que o segundo ou terceiro aluguel. Porém, garante a satisfação de clientes que desejam um vestido confeccionado sob medida, mas não possuem condições de comprá-lo definitivamente. Nesse caso, há preferência pela utilização de tecidos mais resistentes. Normalmente, depois de cinco aluguéis, os vestidos são vendidos para outras lojas em cidades menores ou para brechós. O recurso proveniente da venda de vestidos deve ser reinvestido na renovação do estoque.

Por fim, a loja deve oferecer um espaço exclusivo para roupas de festas, com trajes a rigor e vestidos longos. Dessa forma, a empresa amplia o campo de atuação para além das cerimônias de casamento, atendendo convidados de festas, formaturas e eventos de gala, e foge da sazonalidade das cerimônias de casamento.

9. Organização do Processo Produtivo

O processo produtivo de uma loja de aluguel de trajes pode ser agrupado em três grandes etapas:

1. Aquisição de peças: Para o setor de aluguel de trajes, “vender bem” significa, acima de tudo, “comprar bem”. O empreendedor deve ter perspicácia e sensibilidade para identificar oportunidades de aquisição com retorno garantido de aluguéis. A encomenda de peças deve ser bem planejada e irá variar de acordo com os hábitos de consumo da clientela.

2. Aluguel da peça: Os trajes prontos para a locação devem ser separados em setores, de preferência com etiquetas de preços e códigos de barras. A organização é fundamental para o cliente encontrar com rapidez o que procura. Divisão por cores e tamanhos também auxiliam na busca da roupa desejada. Os trajes ou vestidos de primeiro aluguel requerem um atendimento diferenciado, já que o modelo deverá ser exclusivamente confeccionado para o cliente. O empresário poderá optar por oferecer confecção própria ou terceirizar o serviço. A criação de um modelo original requer o desenho do croqui ou a oferta de revistas especializadas para consulta, além de mostruários com opções de tecidos e aviamentos.

3. Recepção, vistoria, reparo e limpeza: O atendimento é um item que merece atenção especial do empresário, visto que nesse segmento de negócio há uma tendência ao relacionamento de longo prazo com a clientela e indicação de novos clientes.

Após a locação e devolução, as roupas devem passar por uma rigorosa vistoria. Caso tenha ocorrido algum dano que não seja grave, a empresa poderá se responsabilizar e cobrar somente os gastos necessários para recuperar a qualidade da roupa. Se o dano ocasionar a perda total da peça, pode-se exigir o ressarcimento total. Portanto, é necessário fazer um termo consensual das regras para aluguel definidas pela empresa, e aceitas pelo cliente. As roupas sem defeitos devem passar por um processo de higienização, limpeza e manutenção. Os calçados devem ser limpos e engraxados. Já os produtos que carecem de algum tipo de ajuste devem ser encaminhados para a oficina. Alguns consertos simples como costuras, barras ou botões tornam o produto pronto para ser reutilizado, sem custos elevados de reparação. A oficina também pode ser solicitada a

customizar produtos aos clientes, como por exemplo, ajuste de cós, gancho ou barra. É importante evitar reformas que alterem a numeração ou que descaracterizem muito as peças. É possível terceirizar as etapas de, higienização, costura e reparos. Para garantir a conservação das peças, a lavadeira selecionada deverá ser especializada em trajes de festa. Deve-se apenas atentar para cumprir o prazo acordado com os clientes sem perder o controle de qualidade do serviço.

10. Automação

A automação comercial contempla softwares e ferramentas que auxiliam e facilitam a gestão da empresa. Ela precisa ser entendida pelo empreendedor como um investimento necessário para aperfeiçoar sua gestão e obter eficiência e produtividade.

Alguns benefícios proporcionados pela automação comercial:

- Rapidez na verificação de informações;
- Mais comodidade para o consumidor;
- Redução de tarefas manuais;
- Diminuição de erro nas vendas;
- Melhoria nos índices de satisfação dos clientes;
- Facilidade para apuração de resultados; aumento da produtividade;
- Melhorias na gestão do negócio;
- Redução da burocracia;
- Agilidade na apuração dos impostos;
- Eficiência no processo de fiscalização.

No campo gerencial, a automação facilita o controle de diversos processos, como administrativo, caixa, financeiro, entre outros. Por isso, é recomendável a adoção de um sistema informatizado para quem esteja abrindo um negócio, mesmo que pequeno. Atualmente existem diversos softwares que podem auxiliar o empreendedor nessas tomadas de decisão.

Além de fácil utilização, um software gerencial deve incorporar itens, como:

- Cadastro: clientes, funcionários, fornecedores;
- Movimentos: orçamentos, vendas e serviços;
- Relatórios: serviços a executar, vendas por cliente, vendas por período, vendas a receber, estoque, aniversariantes do mês;
- Consultas: preços, recebimentos, pagamentos, vendas;
- Gráficos: evolução das vendas, despesas, pagamentos;
- Financeiro: controle de caixa, cheques recebidos, cheques emitidos, controle de

despesa, contas a pagar, controle de funcionários, compras;

- Segurança: backup dos dados.

O processo de automação consome, em média, entre 5% e 8% do investimento inicial do negócio. 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.

11. Canais de Distribuição

Como os produtos disponibilizados para locação exigem que o consumidor escolha, prove e confira a mercadoria, o canal preferencial de distribuição é a própria loja, porém já há uma forte tendência de aluguéis por sites e redes sociais. Por isso é ideal que se tenham todos os tamanhos e medidas das peças disponíveis.

12. Investimentos

O Investimento compreende todo o capital empregado para iniciar e viabilizar o negócio até o momento em que ele se torna autossustentável. Pode ser caracterizado como:

- Investimento fixo: engloba o capital empregado na compra de imóveis (se for o caso), equipamentos, móveis, utensílios, instalações, reformas, veículos;
- Investimentos pré-operacionais: são todos os gastos ou despesas realizadas com projetos, pesquisa de mercado, registro da empresa, decoração, honorários profissionais e outros.

O investimento varia muito de acordo com o porte do empreendimento. Uma loja de aluguel de roupas, estabelecida numa área de 100 m², exige um investimento inicial estimado em torno de R\$ 150 mil, a ser alocado majoritariamente nos seguintes itens:

- Balcão de atendimento: R\$13.000,00
- Estantes para guardar volumes, araras e prateleiras: R\$18.000,00
- Provadores com espelho: R\$27.000,00
- Telefone, microcomputador e impressora: R\$6.000,00
- Estoque inicial: R\$ 70.000,00 R\$80.000,00

As informações aqui prestadas servem apenas como referência, a partir de um exemplo hipotético. Os valores acima podem variar conforme a região geográfica que a empresa irá se instalar, necessidade de reforma do imóvel, tipo de mobiliário, etc.

Para uma informação mais apurada sobre o investimento inicial, sugere-se que o empreendedor utilize o modelo de plano de negócio disponível no Sebrae

Existe também a possibilidade da franquia, interessante por ser mais fácil do que abrir o negócio por conta própria. O sistema é indicado para aqueles que não têm experiência no setor e querem contar com treinamento e marketing especializados. O franqueado recebe apoio nas etapas de escolha do ponto, projeto de arquitetura e comunicação visual, assistência durante o processo de pré e pós-abertura da loja.

Também dispõe, contratualmente, de programa de treinamento inicial e reciclagem, suporte operacional e de marketing. Se a opção for por uma franquia, recomenda-se consultar a Associação Brasileira de Franchising.

13. Capital de Giro

Capital de giro é o montante de recursos financeiros que a empresa precisa manter para garantir a fluidez dos ciclos de caixa. O capital de giro funciona com uma quantia imobilizada no caixa (inclusive banco) da empresa para suportar as oscilações de caixa. O capital de giro é regulado pelos prazos praticados pela empresa, são eles: prazos médios recebidos de fornecedores (PMF); prazos médios de estocagem (PME) e prazos médios concedidos a clientes (PMCC).

Quanto maior o prazo concedido aos clientes e quanto maior o prazo de estocagem, maior será sua necessidade de capital de giro. Portanto, manter estoques mínimos regulados e saber o limite de prazo a conceder ao cliente pode melhorar muito a necessidade de imobilização de dinheiro em caixa. Se o prazo médio recebido dos fornecedores de matéria-prima, mão-de-obra, aluguel, impostos e outros forem maiores que os prazos médios de estocagem somada ao prazo médio concedido ao cliente para pagamento dos produtos, a necessidade de capital de giro será positiva, ou seja, é necessária a manutenção de dinheiro disponível para suportar as oscilações de caixa. Neste caso, um aumento de vendas implica também em um aumento de encaixe em capital de giro.

Para tanto, o lucro apurado da empresa deve ser ao menos parcialmente reservado para complementar esta necessidade do caixa. Se ocorrer o contrário, ou seja, os prazos recebidos dos fornecedores forem maiores que os prazos médios de estocagem e os prazos concedidos aos clientes para pagamento, a necessidade de capital de giro é negativa. Neste caso, deve-se atentar para quanto do dinheiro disponível em caixa é necessário para honrar compromissos de pagamentos futuros (fornecedores, impostos). Portanto, retiradas e imobilizações excessivas poderão fazer com que a empresa venha a ter problemas com seus pagamentos futuros. Um fluxo de caixa, com previsão de saldos futuros de caixa deve ser implantado na empresa para a gestão competente da necessidade de capital de giro.

Só assim as variações nas vendas e nos prazos praticados no mercado poderão ser geridas com precisão. Estima-se em R\$ 30 mil o capital de giro necessário para a abertura de uma microempresa de aluguel de trajes para casamentos e festas.

14. Custos

São todos os gastos realizados na produção de um bem ou serviço e que serão incorporados

posteriormente ao 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.

Os custos para abrir uma loja de aluguel de trajes devem ser estimados considerando os itens abaixo:

- Salários, comissões e encargos;
- Tributos, impostos, contribuições e taxas;
- Aluguel, taxa de condomínio, segurança;
- Água, luz, telefone e acesso a internet;
- Produtos para higiene e limpeza da empresa e funcionários;
- Recursos para manutenções corretivas;
- Assessoria contábil;
- Propaganda e publicidade da empresa;
- Aquisição de matéria-prima e insumos;
- Despesas com vendas;
- Despesas com armazenamento e transporte.

Seguem algumas dicas para manter os custos controlados:

- Comprar pelo menor preço;
- Negociar prazos mais extensos para pagamento de fornecedores;
- Evitar gastos e despesas desnecessárias;
- Manter equipe de pessoal enxuta;
- Reduzir a inadimplência, através da utilização de cartões de crédito e débito.

15. Diversificação/Aggregação de Valor

Agregar valor significa oferecer produtos e serviços complementares ao produto principal, diferenciando-se da concorrência e atraindo o público-alvo. Não basta possuir algo que os produtos concorrentes não oferecem. É necessário que esse algo mais seja reconhecido pelo cliente como uma vantagem competitiva e aumente o seu nível de satisfação com o produto ou serviço prestado.

O ramo de festas também segue a moda, portanto, estar atualizado e trazer novidades faz toda a diferença. Viajar ao exterior, frequentar feiras e eventos de moda, além de ficar atento às novelas e ouvir a opinião de estilistas conceituados, ajuda a obter a noção do que será tendência em cada estação do ano.

As pesquisas quantitativas e qualitativas podem ajudar na identificação de benefícios de valor agregado. No caso de uma loja de aluguel de trajes, há várias oportunidades de diferenciação, tais como:

- Oferta do primeiro aluguel para vestidos de noivas, festa e trajes;
- Participação em entidades associativas do setor;
- Parceria com empresas de cerimonial e organização de casamentos;
- Parceria com confecções;
- Manutenção de uma equipe própria de costureiras e passadeiras;
- Melhoria no acabamento e customização das peças, com bordados e outros adornos;-
Consultoria sobre os trajes adequados para cada festa ou cerimônia, dependendo do tipo de festa (black-tie, passeio completo, passeio, esporte), horário e local de realização, bem como na escolha do vestido que melhor se adapta ao tipo físico da cliente;
- Parceria com brechós para a desova de peças muito utilizadas;
- Entregar trajes e acessórios na residência do cliente, bem como recolhê-los após a utilização.

Sustentabilidade

A incorporação dos princípios de sustentabilidade tornou-se um diferencial importante, uma vez que, no Brasil, cresce o número de consumidores conscientes que valorizam os serviços fornecidos com o mínimo (ou nenhum) impacto ao meio ambiente e à saúde dos seres vivos, a partir de matérias-primas naturais renováveis ou reaproveitáveis.

O consumidor valoriza cada vez mais as questões ambientais em sua decisão de compra. Ele espera das grandes empresas que, além de serem agentes produtivos, sejam agentes sociais e ambientais, contribuindo ativamente para o desenvolvimento da sociedade.

Uma das formas de se aplicar o conceito de sustentabilidade é enviar para reciclagem papéis, papelões, plásticos, pilhas, baterias, lâmpadas, madeira de embalagem e metais. Outras maneiras são:

- Usar produtos que não agridam a natureza;
- Utilizar equipamentos com baixos níveis de ruído e consumo de energia;
- Contratar um selo de reciclagem para seus resíduos e ter políticas de reuso para embalagens, especialmente cabides e plásticos.

16. Divulgação

Recomenda-se que o empreendedor elabore um plano de comunicação do negócio e o coloque em prática pelo menos três meses antes de começar a operar. Estratégias de comunicação dirigidas às redes sociais mostram-se muito adequadas nessa etapa. Por meio delas, o empreendedor poderá compartilhar conteúdos relacionados ao segmento em que irá atuar. No Twitter, por exemplo, é possível esclarecer dúvidas e responder críticas dos consumidores em 140 caracteres. Vídeos postados no YouTube costumam provocar impacto nos internautas e têm enorme poder de disseminação. Fotografias publicadas no Flickr podem despertar o interesse por novos produtos e serviços.

Caso seja interesse do empreendedor, um profissional de marketing e/ou comunicação poderá ser contratado para desenvolver campanhas de divulgação específicas.

Abaixo, sugerem-se algumas ações mercadológicas acessíveis e eficientes:

- Oferecer brindes para clientes que indicam outras clientes;
- Publicar anúncios em jornais e revistas de bairro;
- Oferecer descontos e pacotes promocionais para aluguéis combinados (por exemplo, traje do noivo + traje da noiva, vestido + fraque);
 - Montar um website com o portfólio de roupas, com a oferta de serviços e demais valores empresariais.
 - Anunciar em sites de busca, que geram maior volume de tráfego e vendas.

O empreendedor deve sempre entregar o que foi prometido e, quando puder, superar as expectativas do cliente. Ao final, a melhor propaganda será feita pelos clientes satisfeitos e bem atendidos.

17. Informações Fiscais e Tributárias

O segmento de ALUGUEL DE TRAJES PARA CASAMENTOS, assim entendido pela CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) 7723-3/00 como a atividade de aluguel de trajes para casamentos e festas, de objetos do vestuário, de jóias, de calçados e de outros acessórios, 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/SimplesNacional/>):

- IRPJ (imposto de renda da pessoa jurídica);
- CSLL (contribuição social sobre o lucro);
- PIS (programa de integração social);
- COFINS (contribuição para o financiamento da seguridade social);
- 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 4% a 12,42%, 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/legislacao/resolucao/2011/CGSN/Resol94.htm>). Neste caso, os recolhimentos dos tributos e contribuições serão efetuados em valores fixos mensais conforme abaixo:

1. Sem empregado

- 5% do salário mínimo vigente - a título de contribuição previdenciária do empreendedor;
- não farão recolhimento de ICMS e ISS por não serem contribuintes destes tributos.

2. 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

estabelecimento e para cumprimento das obrigações acessórias.

Fundamentos Legais: Leis Complementares 123/2006 (com as alterações das Leis Complementares n°s 127/2007, 128/2008 e 139/2011) e Resolução CGSN - Comitê Gestor do Simples Nacional n° 94/2011.

18. Eventos

- Expo Noivas & Festas
- Feira da Noiva
- Festas & Noivas
- Noivas Fest Festival das Noivas do Litoral
- Salão Noiva Sul
- Inesquecível Casamento

19. Entidades em Geral

- Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (**Abit**)
- Associação Brasileira de Estilistas (**Abest**)
- Instituto para Desenvolvimento do Varejo (**IDV**)
- Instituto Nacional de Moda e Design (**IN-MOD**)

20. Normas Técnicas

As normas técnicas são documentos de uso voluntário, utilizados como importantes referências para o mercado.

As normas técnicas podem estabelecer requisitos de qualidade, de desempenho, de segurança (seja no fornecimento de algo, no seu uso ou mesmo na sua destinação final), mas também podem estabelecer procedimentos, padronizar formas, dimensões, tipos, usos, fixar classificações ou terminologias e glossários, definir a maneira de medir ou determinar as características, como os métodos de ensaio.

As normas técnicas são publicadas pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT). Não existem normas técnicas que regulamentem esse segmento empresarial.

21. Glossário

- **ABA**: parte anexa pendente de certas peças do vestuário. É também o nome que se dá ao rebordo do chapéu.

- **ABOTOADURAS:** peças removíveis, próprias para fechar punhos. Possuem uma haste de metal com trava e uma extremidade de formas variadas com enfeites que podem ser pedras preciosas, brasões ou desenhos abstratos.
- **ACESSÓRIOS:** grande número de itens que compõem os trajes femininos e masculinos. Entre eles bijuterias, bolsas, cintos, relógios, lenços, etc. * **ACRÍLICO:** fibra artificial sintética, a produção para fins comerciais se iniciou em 1.950, nos EUA. Características: leve, macio e quente, para o inverno ou frio, macio, semelhante ao algodão e fresco para o verão, apresenta brilho quando tingido com excelente solidez.
- **ALFAITARIA:** peças com cortes masculinos, como paletós, calças, camisas e coletes confeccionados sob medida.
- **ALGODÃO/COTTON:** o algodão constitui uma das principais fibras têxteis de produção, com comercialização e uso em larga escala mundial. No Brasil, é a principal fibra têxtil, tendo suas fontes de produção localizada nas regiões Nordeste, Sul e Centro-Oeste do país. As principais características para a produção de fios de algodão de boa qualidade são: o comprimento da fibra e a resistência da fibra.
- **ALTA-COSTURA (haute couture, em francês):** refere-se à criação em escala artesanal de modelos exclusivos com bordados em pedras e metais preciosos, por altos preços, para clientes abastados.
- **ASSIMETRIA:** dá-se esse nome a formas diferentes e desproporcionais que parecem não combinar, mas na moda muitas vezes causam um bom efeito visual. Decotes um ombro só e saia com pontas irregulares são bons exemplos.
- **AVIAMENTO:** elementos que são pregados à roupa, como miçangas, fivelas, entretelas, fitas, botões, linhas, cós, galões e zíperes.
- **BAGUETE:** bolsa da marca italiana Fendi retangular e fechada por uma grande fivela. O modelo recebeu esse nome porque é levado do mesmo jeito que os franceses carregam o tipo de pão baguete: debaixo do braço.
- **BÁSICO:** estilo de vestir. Representa também a linguagem dos tecidos e peças clássicas e comuns nas coleções dos produtores de tecidos e confecções.
- **BOLERO:** casaquinho aberto, com ou sem mangas, que vai até quase a altura da cintura. Tem origem espanhola. Pode ser usado por cima de camisetas e vestidos.
- **BOUCLÈ:** do adjetivo francês bouclè (que forma um anel). É um fio retorcido onde aparecem laçadas e nós, resultando uma textura crespa.
- **BUSTIER:** que cobre o busto, pode ser curto como um sutiã ou comprido como espartilho.
- **CANUTILHO:** miçanga de forma alongada e com brilhos para enfeites e guarnições de vestuário feminino. Geralmente é usada em roupas de festa.
- **CASUAL:** é o esportivo, básico, descompromissado, descontraído, ocasional.
- **CHIFFON:** tecido extremamente leve e fino, produzido de fios muito torcidos. É feito de seda, lã ou fibras sintéticas. Tem sido utilizado quase exclusivamente para roupas de noite.
- **ECHARPE:** palavra de origem francesa para designar lenço macio e longo feito de seda, crepe ou algodão, usado ao redor do pescoço.
- **ENTRETELA:** aviamento de algodão ou fibras sintéticas, engomado, aplicado em determinadas partes das roupas, como palas, golas e alças, com a função de sustentar e estruturar as peças. **GAZAR:** tecido fino, feito de seda e com textura semelhante à organza de seda pura, porém com caimento de musselina. É semitransparente, rígido e denso. Em geral, utilizado em roupas de festa e vestidos de noiva.
- **GORGORÃO:** tecido encorpado de seda ou de lã, com sulcos na trama, usado para a confecção de roupas, forração de sapatos, bolsas e acessórios.
- **HABILLÉ:** esse termo francês designa o estilo de traje a rigor, com vestidos de luxo, usado em noites de gala.
- **LÃ:** fibra natural animal, proveniente da tosquia de ovelhas e carneiros. A lã é utilizada

desde a idade da pedra, sendo que evoluiu, de uma fibra grosseira na antiguidade a uma fibra nobre, pela seleção de raças de animais produtores.

- **LINHO:** fibra natural vegetal, proveniente do caule da planta de mesmo nome. É provavelmente a primeira fibra natural que foi utilizada pelo homem para usos têxteis.
- **LOOK:** do inglês (olhar), é o estilo, o resultado da soma de roupa, acessórios, maquiagem e cabelo que se percebe numa única olhada. Sinônimo de visual.
- **MICROFIBRA:** o termo microfibras é concedido a fios sintéticos que são formados por filamentos extremamente finos. Estes filamentos podem ser 60 vezes mais finos que um fio de cabelo e 10.000 filamentos de microfibras podem pesar menos que 1 grama. Os artigos de malha produzidos com Microfibras possuem como características, o toque sedoso, vestem muito bem, encolhimento da peça extremamente baixo, alta resistência, baixo abarrotamento e bom isolamento quanto a vento e frio. As microfibras podem ser de poliéster, poliamida (NYLON), acrílico ou viscose.
- **MICRO MODAL:** fibra composta de 100% da mais pura celulose (o liocel). Micro Modal corresponde a todas exigências humanas e ecológicas e é produzida exclusivamente a partir de celulose tratada sem cloro. Micro Modal não contém concentrações de substâncias nocivas, é livre de pesticidas e não causa irritações cutâneas. Tecido de alta maciez, brilho, caimento e transpira quase 50% da umidade. Na coleção, a fibra é utilizada juntamente com o Algodão para elaborar malhas para os artigos underwear, uma vez que provoca a sensação de conforto e maciez altíssimos para um vestuário íntimo e que fica em contato constante com a pele humana.
- **NYLON:** é o termo aplicado para um produto de origem sintética largamente utilizado em fibras têxteis, que se caracteriza pela sua grande resistência, tenacidade, brilho e elasticidade. Foi desenvolvido nos anos 30 e hoje Nylon é o nome dado a toda uma família de fios e fibras sintéticas, chamadas de poliamidas.
- **OXFORD:** tecido de construção de tela sendo um fio tinto e um fio cru no entrelaçamento da trama e do urdume, deixando um aspecto na camisa de duas cores (sendo o fundo branco).
- **PALETÓ:** casaco masculino com bolsos externos que vai até os quadris e é próprio para ocasiões formais, usado com calça, colete e camisa, complementando o terno.
- **PLASTRON:** nervuras verticais que enfeitam a camisa do smoking.
- **POLIAMIDA (NYLON):** a poliamida, ou nylon - nome comercial pelo qual também é muito conhecido - foi a primeira fibra sintética criada pelo homem. Tem como características a alta resistência, fácil lavagem, resiste ao amarrotamento, baixa absorção de umidade, toque agradável e secagem rápida. Uma grande vantagem da poliamida (NYLON) em relação ao poliéster é o toque mais sedoso e melhor transpiração.
- **POLIÉSTER:** fibra artificial sintética, obtida de processos químicos, derivada do petróleo. O poliéster é caracterizado por ter uma ótima resistência, baixo encolhimento, secagem rápida, resistente ao amarrotamento e abrasão, baixa propagação de chamas. A principal vantagem quando comparado com as microfibras de poliamida é o custo. Sua desvantagem é o processo de tingimento, o qual requer mais calor e leva mais tempo para ter a cor fixada.
- **PRÊT-À-PORTER:** a expressão vem do francês “prêt” (pronto) e “à-porter” (para levar), nos termos da moda se traduz por “pronto para vestir”. Este novo conceito foi responsável pela difusão da moda e adequação dos consumidores. O prêt-à-porter revolucionou a produção industrial, pois foi possível criar roupas em grandes escalas, oferecendo qualidade e praticidade, além da variedade não só de estilos, mas também de preço. Sendo mais acessível ao público, leva a marca do estilista em peças, dando ar de sofisticação, mas sem o tom de exclusividade.
- **R.S.V.P.:** é a sigla do termo francês "Répondez, s'il vous plaît", cuja tradução é "responda, por favor". Esse serviço funciona como confirmação de presença no evento para o

- **SEDA:** fibra natural, animal. É um filamento contínuo formado pelo bicho-da-seda em um casulo. Supõe-se que a seda tenha sido descoberta por volta de 2.640 a.C., por uma princesa chinesa.
- **SMOKING:** traje masculino usado em festas a rigor e cerimoniais, conhecido também como black-tie. Ele se compõe de calça preta com faixa acetinada nas laterais, paletó preto com as lapelas pontudas e acetinadas e, por baixo, camisa branca, faixa drapeada de cetim na cintura e gravata borboleta. Pode ser confeccionado de veludo, casimira ou tecidos mais leves. Muitos estilistas fizeram versões do original, como usar camisa preta e tênis ou bota em vez de sapato preto fechado, mas os especialistas aconselham que, se for convidado para uma festa que peça traje a rigor, deve-se usar o modelo padrão.
- **SWAROVSKI, CRISTAL:** cristais produzidos e lapidados um a um industrialmente. Provêm da Áustria, de mão de obra bastante cara, bem como sua importação. A indústria produz em média de 3 milhões de cristais por dia para atender o mercado mundial. Os artigos com os cristais podem ser lavados em máquina comum. Nos Estados Unidos também existem estes cristais conhecidos como Rhine Stones, que são um pouco menos encarecidos, sendo que estes também são usados pela empresa.
- **TAFETÁ:** tecido fino, brilhante e acetinado, feito a partir de fios de seda. É utilizado no revestimento de bolsas e sapatos e na confecção de roupas de festa.
- **TRICOLINE:** tecido de construção de tela com a leveza e a resistência do algodão penteado mercerizado. Atende a um mercado cada vez mais sofisticado e exigente em tecidos leves, especialmente nos segmentos de camisaria.
- **TULE:** originariamente feito de gaze ou seda, o tule é um tecido fino de malha hexagonal, utilizado em adornos de vestidos, chapelaria, roupas de bailarinas e vestidos de noiva.
- **TWIN-SET:** conjunto, blusa e um casaco de material ou padronagens iguais.
- **URDUME, FIOS DE:** fios verticais do tecido.
- **ZIBELINA:** tecido com aspecto de lã e acetinado, que é obtido através de lustro, alisamento e frisagem. É muito usado nos vestidos de noiva e na alta-costura em geral.

22. Dicas de Negócio

Como o vestido de noiva, embora muito importante, representa apenas um item da longa lista de providências para uma cerimônia de casamento, o contato com outros fornecedores da indústria é vital para a sobrevivência do negócio. Conservar uma boa relação com cerimoniais e outros profissionais do ramo pode render indicações e alavancar negócios. O mesmo vale para a participação da loja em feiras e exposições para noivas, anúncio em revistas especializadas e divulgação em buffets e casas de festas.

Deve-se prezar pela qualidade e evitar, a todo custo, disponibilizar roupas com defeitos, mesmo que pouco perceptíveis. O cliente que identificar a falha dificilmente alugará um traje no local, podendo até divulgar negativamente a loja. Quem opta por alugar um traje, na maioria das vezes o faz por questões econômicas. Portanto, a loja precisa manter preços competitivos, sem oferecer produtos de baixa qualidade. Investir em renovação do estoque e em treinamento para os funcionários garante a satisfação do cliente e a viabilidade financeira do negócio.

Pesquisas

O empreendedor precisa estar atento ao grau de satisfação dos clientes, buscando identificar qual a percepção que eles têm em relação à qualidade e ao diferencial dos serviços oferecidos. Para tanto, pode realizar pequenas pesquisas de satisfação, utilizando

formulários objetivos (on-line ou impresso) que permitam extrair as informações desejadas. Ele também deve criar mecanismos que captem as ideias dos colaboradores e parceiros, além de manter uma postura aberta para receber qualquer observação que chegar à empresa. Avaliar ou visitar concorrentes diretos ajuda na hora de adequar a estrutura do negócio com base em casos reais. Não é razoável utilizar todos os recursos financeiros na montagem da empresa. Recomenda-se manter algumas reservas para garantir o capital de giro do empreendimento. Casar boas ideias com serviços e atendimento de qualidade pode levar uma empresa a se diferenciar das concorrentes. Recrutar funcionários criativos pode ajudar a alavancar os negócios.

Tarifas bancárias:

Cada vez mais as Pequenas e Médias Empresas negociam com os bancos as tarifas cobradas pelos serviços, uma vez que esses valores apresentam enorme variação. Procure concentrar a movimentação bancária de sua empresa em apenas uma instituição. Dessa forma, aumentam as chances de você conseguir reduzir os custos das transações ou até mesmo de obter isenção de algumas tarifas. De acordo com o Banco Central do Brasil, o custo para cada serviço deve ser previsto em contrato. Antes de alterar qualquer valor fixado, o banco deverá avisar o cliente com um mês de antecedência, no mínimo.

O Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) financia de empresas de pequeno porte por meio do Cartão BNDES e do Programa de Sustentação do Investimento (PSI). Micros, pequenas e médias empresas foram as que mais receberam recursos do banco de janeiro a maio de 2011: as liberações somaram R\$ 19 bilhões, 11% a mais que no mesmo período de 2010. Informações sobre as linhas de crédito disponíveis podem ser encontradas no site www.bndes.gov.br

23. Características Específicas do Empreendedor

No segmento de aluguel de trajes, o empreendedor precisa estar atento às tendências da moda e hábitos dos clientes. Deve identificar os movimentos desse mercado e adaptá-los à sua oferta, reconhecendo as preferências dos clientes e renovando continuamente a oferta de produtos.

Outras características pessoais ligadas aos empreendedores são importantes para minimizar o risco do negócio e aumentar as chances de sucesso. São elas:

- Busca constante de informações e oportunidades;
- Iniciativa e persistência;
- Comprometimento;
- Qualidade e eficiência;
- Capacidade de estabelecer metas e assumir riscos;
- Planejamento e monitoramento sistemáticos;
- Independência e autoconfiança;
- Senso de oportunidade;
- Conhecimento do ramo;
- Liderança.
- Relacionamento ativo com clientes

24. Bibliografia Complementar

- AFLALO, Diana. **Dicionário de termos da moda**. São Paulo: Publifolha, 2007.
- BAUDOT, François. **Moda do século**. São Paulo: Cosac Naify, 2000.
- BONNELL, Kimberly. **O que usar: um guia prático de moda e estilo**. São Paulo: Best Seller, 2005.
- BRAGA, João. **História da moda: uma narrativa**. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2004.
- CALLAN, Georgina O'Hara. **Enciclopédia da moda: de 1840 à década de 90**. Companhia das Letras, São Paulo: 2007.
- CIDREIRA, Renata Pitombo. **Os sentidos da moda**. São Paulo: Annablume, 2005.
- COBRA, Marcos. **Marketing & moda**. São Paulo: Senac, 2007.
- COSTA, Nelson Pereira. **Marketing para empreendedores: um guia para montar e manter um negócio**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2003.
- DELIUS, Peter. **História da moda do século XX**. Rio de Janeiro: Konemann, 2001.
- DISITER, Márcia & VIEIRA, Silva. **A moda como ela é**. Rio de Janeiro: Senac, 2006.
- **ESTILO GUIA DE MODA**. São Paulo: Editora Abril, 2006.
- KALIL, Gloria. **Chic homem: manual de moda e estilo**. São Paulo: Senac, 2003.
- _____. **Chic[érrimo]: Moda e etiqueta em novo regime**. São Paulo: Códex, 2004.
- LEMES JUNIOR, Antônio Barbosa, PISA, Beatriz Jackiu. **Administrando Micro e Pequenas Empresas**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.
- MATARAZZO, Claudia. **Casamento sem frescura**. São Paulo: Melhoramentos, 2001.
- MENDES, Valerie & HAYE Amy de la. **A moda do século XX**. São Paulo: Martins Fontes, 2003. Martins Fontes, 2003. PALOMINO, Érika. **A Moda**. * * * Publifolha, 2002. SABINO, Marco. **O Dicionário da Moda**. Campus, 2006.

25. Fonte de Recurso

26. Planejamento Financeiro

27. Produtos e Serviços - Sebrae

