

Ateliê de costura



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.....	4
Pessoal.....	5
Equipamentos.....	6
Matéria Prima/Mercadoria.....	9
Organização do Processo Produtivo.....	10
Automação.....	11
Canais de Distribuição.....	12
Capital de Giro.....	13
Custos.....	14
Diversificação/Agregação de Valor.....	15
Divulgação.....	16
Informações Fiscais e Tributárias.....	16
Eventos.....	18
Entidades em Geral.....	19
Normas Técnicas.....	19
Glossário.....	20
Dicas de Negócio.....	22
Características Específicas do Empreendedor.....	23
Bibliografia Complementar.....	24
Fonte de Recurso.....	25
Planejamento Financeiro.....	25
Produtos e Serviços - Sebrae.....	27
Sites Úteis.....	28
Investimentos e faturamento.....	28

1. Apresentação de Negócio

Ateliê de costura é um negócio voltado para a criação de peças de vestuário por intermédio da confecção de vestimentas personalizadas, exclusivas e sob medida. Este tipo de confecção é solicitado para atender tanto situações básicas do dia-a-dia: trabalho, reuniões de família, datas comemorativas, entre outros; como para eventos mais sofisticado a exemplo de casamentos, formaturas, festas a fantasia, entre outros.

Esse tipo de negócio pode ser entendido como a confecção de roupas elaboradas sob medida para clientes específicos que, na maioria das vezes, buscam peças exclusivas e personalizadas que atendam seu estilo. Então, a elaboração das peças deve reforçar as características do estilo do cliente. Lembrando que os diferentes estilos precisam ser respeitados e valorizados uma vez que o vestuário é uma importante ferramenta na construção da identidade de cada ser humano.

Sabe a costureira de bairro? Então, o ateliê de costura é uma evolução desta profissão. Muito comum nos anos 1970, o ateliê voltou a moda pois a busca por roupas exclusivas está bastante em alta. Diferente das gerações passadas os clientes não são mais atendidos em casa, os profissionais possuem seu próprio espaço de trabalho denominado ateliê de costura. Conforme entrevista realizada com alguns profissionais da área e veiculada na Folha de São Paulo, o mercado de ateliê de costura tem sido muito próspero.

O mercado reservado ao ateliê de costura era formado quase exclusivamente por mulheres, entretando, hoje é possível se perceber uma mudança no cenário. Os homens começaram a valorizar mais a moda e acompanhar as tendências. Em virtude disso, esse mercado se expandiu permitindo maiores possibilidade de segmentação do nicho que o empreendedor irá atender. Dito isso, entende-se que essa profissão necessita de evolução constante uma vez que a moda está sempre mudando e se reinventando. Os profissionais devem buscar se especializar constantemente de forma a se adaptar aos novos segmentos que estão surgindo e as tendências de moda da atualidade.

2. Mercado

O Brasil é o único país da América do Sul a ocupar um lugar de destaque na produção têxtil mundial. O país ocupa a quinta posição no ranking mundial da produção de têxteis, sendo responsável por 2,4% da produção mundial e é o quarto maior produtor de vestuário com 2,6% da produção mundial.

De acordo com dados da Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecções (ABIT), a moda brasileira está entre as cinco maiores semanas de moda do mundo. Sendo o Brasil, referência mundial em design de moda praia, *jeanswear* e *homewear*, tendo crescido também os segmentos de *fitness* e *lingerie*. Empregando 1,5 milhões de trabalhadores diretamente.

Segundo dados da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP), em 2018, o mercado da moda gerou consumo de R\$ 220,6 bilhões. Com estimativa de expansão para os próximos cinco anos de 13,6% (2,6% ao ano) no setor têxtil e de vestuário, que deverá alcançar o maior volume já registrado até então com quase 7 bilhões de peças vendidas, em 2023, no Brasil.

O Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) divulgou uma análise completa da atual situação da economia brasileira. A previsão é de uma aceleração do crescimento da economia em 2020. A análise aponta que o equacionamento do problema fiscal pode estimular os investimentos e tirar a economia da tendência de baixo crescimento.

Pode-se considerar que apesar da baixa na economia, o Mercado de Confecção não é tão impactado por problemas financeiros da população, pois roupas não são consideradas uma necessidade supérflua. Em pesquisa realizada pelo ABIT com empresários do setor têxtil e confecções, apesar do nível de vendas ter sido abaixo do esperado, a expectativa é de aumento para o segundo semestre de 2019.

Ao iniciar uma atividade de ateliê de costura, é importante delinear alguns aspectos do mercado, como o público alvo, a concorrência e os fornecedores. Quanto ao público alvo, é importante conhecer as características dos futuros clientes, suas preferências de compra, períodos mais propícios e quais são as tendências de consumo.

O Mercado de Confecção possibilita o investimento em vários nichos diferentes, como moda feminina, masculina, infantil, infanto-juvenil, *plusize*, gestantes, entre outros. Ainda é possível buscar tendências da atualidade, e investir em roupas sustentáveis, feitas de material reciclado, roupas unissex. O principal grupo consumidor de moda segundo a FIESP, é a classe B/C1 (segmento que recebe de 4 a 20 salários mínimos), também líder da retomada do mercado.

O segundo desafio é traçar o perfil dos seus concorrentes. Para isso, irá identificar os estabelecimentos já existentes, qual a imagem que estão passando, para quais nichos atuam, entre outros aspectos relevantes. Este é um mercado que possui muitos concorrentes, mas é importante entender que roupas de grife e boutiques, serão concorrentes indiretos. Os concorrentes diretos serão outros ateliês, costureiras que atendem em suas próprias residências e lojas que fazem customização de peças.

Por fim, quanto aos fornecedores, este é um setor bem provido. Então, a escolha do fornecedor é uma etapa que poderá influenciar em todo o processo de confecção das roupas. Por isso é importante fazer uma pesquisa sobre o fornecedor e buscar encontrar empresas que garantam qualidade e variedade, que realizem as entregas dentro do prazo e que possam ofertar um bom custo-benefício.

3. Localização

Determinar uma localização adequada é de extrema importância para o sucesso de uma empresa. Muitas empresas apresentam uma boa proposta de negócio, produtos de qualidade, no entanto, não apresentam vendas ascendentes pelo fato de estarem em um local não adequado ao negócio (KOTLER, 2000). Dito isso, um ateliê de costura deve buscar fixar seu ponto de venda em um local com grande fluxo de pessoas, como galerias, shoppings, ou ruas com grande circulação de pessoas; ou em bairros populosos e/ou situados em zonas residenciais.

O empreendedor deve avaliar a relação custo/benefício para a instalação do negócio. Por exemplo, os shoppings possuem grande movimentação de pessoas, mas os custos são altos. Se o empreendedor deseja abrir o seu negócio em um local menos movimentado, ele precisa investir em divulgação do negócio, por intermédio de estratégias, como panfletagem e um

bom letreiro na fachada da empresa, além das redes sociais. Além disso, a propaganda boca a boca para esse tipo de negócio é imprescindível uma vez que refere-se a um negócio de prestação de serviço onde a indicação é a chave para o sucesso do negócio.

É bom fazer visitas ao ponto em que se está pretendendo montar o ateliê em dias e horários diferentes para verificar o fluxo de passantes. Além disso, é importante também identificar e considerar a quantidade de concorrentes existentes na vizinhança e se o público alvo costuma frequentar aquele local, uma vez que o ateliê deve fixar-se em um local no qual o seu público tenha acesso e que a concorrência não seja muito forte.

Outro ponto é averiguar quais são os custos com o aluguel, se vai ser necessário fazer uma reforma no ponto antes de entrar, se existe espaço para estacionamento, quais os horários de maior fluxo na rua e se a rua que vai se instalar segue o fluxo casa-trabalho ou trabalho-casa, uma vez que existe uma probabilidade menor do cliente comprar em lojas no sentido casa-trabalho. O sentido retorno do trabalho para casa facilitaria o consumo (BRYMAN, 1989). Portanto, é necessário pensar nas questões: acessibilidade, comodidade, visibilidade, vizinha e segurança.

Pontos de atenção na escolha do imóvel onde a empresa será instalada:

- A relação entre receitas e despesas estimadas precisa ser compatível com os objetivos definidos pelo empreendedor. É preciso estar atento ao custo do aluguel, prazo do contrato, reajustes e reformas a fazer.
- Certifique-se de que o imóvel atende às necessidades operacionais quanto à localização, capacidade de instalação, características da vizinhança, serviços de água, luz, esgoto, telefone, transporte etc.
- Verifique se existem facilidades de acesso, estacionamento e outras comodidades que possam tornar mais conveniente e menos onerosa a adaptação do imóvel.
- Cuidado com imóveis situados em locais sujeitos a inundação ou próximos às zonas de risco. Consulte a vizinhança a respeito.
- Confira a planta do imóvel aprovada pela Prefeitura, e veja se não houve nenhuma obra posterior, aumentando, modificando ou diminuindo a área, que deverá estar devidamente regularizada.

As atividades econômicas da maioria das cidades são regulamentadas pelo Plano Diretor Urbano (PDU), que determina o tipo de atividade que pode funcionar em determinado endereço. A consulta de local junto à Prefeitura deve atentar para:

- Se o imóvel está regularizado, ou seja, se possui HABITE-SE;
- Se as atividades a serem desenvolvidas no local respeitam a Lei de Zoneamento do Município, pois alguns tipos de negócios não são permitidos em qualquer bairro;
- Se os pagamentos do IPTU referente ao imóvel estão em dia;
- No caso de serem instaladas placas de identificação do estabelecimento, letreiros e *outdoors*, será necessário verificar o que determina a legislação local sobre o licenciamento das mesmas;
- Exigências da legislação local e do Corpo de Bombeiros Militar.

4. Exigências Legais e Específicas

O empreendedor para abrir um ateliê de costura poderá ter seu registro de forma individual

como microempreendedor individual (MEI) ou em um dos enquadramentos jurídicos de sociedade. Ele deverá avaliar as opções que melhor atendem suas expectativas e o perfil do negócio pretendido. Leia mais sobre este assunto no capítulo 'Informações Fiscais e Tributárias'. O contador, profissional legalmente habilitado para elaborar os atos constitutivos da empresa e conhecedor da legislação tributária, poderá auxiliar o empreendedor neste processo.

Para abertura e registro da empresa é necessário realizar os seguintes procedimentos:

- Registro na Junta Comercial;
- Registro na Secretaria da Receita Federal (CNPJ);
- Registro na Secretaria da Fazenda Estadual (SEFAZ);
- Registro na Prefeitura Municipal;
- Enquadramento na entidade sindical patronal: empresa ficará obrigada a recolher a contribuição sindical patronal, por ocasião da constituição e até o dia 31 de janeiro de cada ano;
 - Cadastramento junto à Caixa Econômica Federal no sistema “Conectividade Social – INSS/FGTS”;
 - Registro no Corpo de Bombeiros Militar: órgão que verifica se a empresa atende as exigências mínimas de segurança e de proteção contra incêndio, para que seja concedido o “Habite-se” pela prefeitura.

Importante:

- Para a instalação do negócio é necessário realizar consulta prévia de endereço na Prefeitura Municipal/Administração Regional, sobre a Lei de Zoneamento.
 - É necessário observar as regras de proteção ao consumidor, estabelecidas pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC).
 - A Lei 123/2006 (Estatuto da Micro e Pequena Empresa) e suas alterações estabelecem o tratamento diferenciado e simplificado para micro e pequenas empresas. Isso confere vantagens aos empreendedores, inclusive quanto à redução ou isenção das taxas de registros, licenças etc.
 - A Lei de Liberdade Econômica de 2019 - Lei 13874 de 2019 estabelece que atividades enquadradas como “baixo risco A” dispensam licenças e autorizações para o seu funcionamento, tais como alvarás da prefeitura, autorizações do corpo de bombeiros e defesa civil. Esses negócios não precisarão de vistoria prévia, apenas de fiscalização posterior, desde que sigam os requisitos especiais da resolução CGSIM 51/2019.

5. Estrutura

Um ateliê de costuras é um negócio que inicialmente não irá demandar um grande espaço. Essa característica implica na redução dos custos com aluguel e dos gastos com iluminação e mobiliário, por exemplo. Dito isto, entende-se que o espaço mínimo inicialmente necessário é de 50 m². Deixando claro que este é o espaço inicialmente sugerido, com a ampliação do negócio, o espaço também precisará de ampliação.

Dessa forma, um ateliê de costura deve contar com um espaço para recepção e atendimento onde os clientes poderão esperar para serem atendidos, farão o pagamento das peças e receberão o produto encomendado. Além disso, nesse espaço acontecerá também o atendimento por parte do estilista para identificação da demanda, além das provas

necessárias para ajuste no modelo e da tiragem de medidas para auxiliar na produção da modelagem. É importante que esse espaço seja agradável, confortável e bem iluminado.

A estrutura também deve contar com um espaço para a criação dos modelos e a efetiva produção. Esse ambiente deve ser bem iluminado e com uma layout bem elaborado para facilitar a rotina produtiva. Será onde estarão situadas as máquinas de costura e os materiais necessários para a produção da demanda em andamento. Além desse ambiente, um ateliê de costura precisa de um local para armazenar as matérias primas e os produtos acabados e de um área administrativa destinada à execução das atividades administrativas, operacionais, financeiras e comerciais.

Aproximadamente 80% do ambiente será ocupado pelo área de recepção e atendimento, criação de modelos e produção e pelo espaço de armazenagem. O restante do espaço será ocupado pelo escritório e possivelmente um banheiro. É importante levar em consideração o seu público alvo, no momento da escolha do ambiente. Montando o espaço de acordo com o perfil dos clientes. É relevante que, independente do perfil dos clientes, o ambiente seja agradável, com boa iluminação, ventilação, sinalização interna e evitar ao máximo poluição visual. Cada item de decoração pode servir como um comunicador da loja (RAMOS; BRAGA, 2011). Se o cliente percebe um ambiente sem as condições mínimas de estrutura, ele pode desistir de realizar a compra e até mesmo nem se sentir motivado a entrar. Por isso, o empreendedor deve saber que a decoração precisa condizer com o tipo de negócio.

Ainda é necessário salientar que a estrutura do ateliê deve estar adequada para atender as pessoas com necessidades especiais, como portadores de deficiência, gestantes e idosos. Além disso, o negócio pode ter um espaço destinado para o descanso dos funcionários, se for o caso. É importante também que o local disponha de estacionamento. Caso não possua, tente encontrar algum estacionamento próximo, o qual possa fazer um convênio. A estrutura de qualquer empreendimento é fator determinante para que sejam evitados custos desnecessários, que os clientes sintam-se valorizados e os produtos possam ser elaborados ou comercializados com a melhor qualidade possível (YANAZE, 2007).

6. Pessoal

Uma pequena empresa deve começar com um conjunto básico de contratações que são críticas para o funcionamento do negócio. No entanto, o proprietário da empresa deve buscar entender todas as áreas da empresa, como a relação com fornecedores e atendimento ao cliente. Isso pode ajudar a reduzir os custos, especialmente com a folha de pagamento. Por isso, um pequeno ateliê de costura deve contar com um estilista, uma costureira, um auxiliar de costura e um auxiliar administrativo. Caso o empreendedor possua alguma destas habilidades, poderá assumi-la, juntamente com o papel gerencial.

Como o negócio de confecções é altamente influenciado por datas comemorativas, o empreendedor poderá decidir por contratação temporária ou intermitente para esses períodos de maior demanda. Entretanto, uma alta rotatividade de funcionários não é interessante para a empresa pois isso gera custos de demissões e contratações, queda de produtividade, perda de credibilidade, entre outros.

Para um bom desempenho do negócio, é importante que os colaboradores tenham as seguintes competências, onde as mesmas devem ser consideradas no processo de seleção e contratação:

- **Estilista:** este profissional deve ser dotado de criatividade, estar sempre ciente das principais tendências da moda, entender a cultura do local em que está trabalhando, para que possa atingir o público alvo do negócio. É responsável por direcionar o costureira no momento da elaboração das peças. Deve apresentar conhecimentos de sociologia, modelagem, desenho e história do vestuário. É desejável que possua curso superior em moda ou em design de moda. Deve ter boa comunicação e noções de atendimento qualificado.
- **Costureiro:** este profissional deve ter experiência com os diferentes tipos de máquinas de costura, bem como conhecimento sobre os diferentes padrões de tecidos, aviamentos e acessórios. Será responsável por confeccionar roupas conforme solicitação do estilista, apesar disso, deverá ter sensibilidade, bom gosto, senso de organização, saber planejar o tempo e ter comprometimento com a qualidade.
- **Auxiliar de costura:** este profissional deve saber operar máquinas de corte, de costura e outras utilizadas na produção. Será acompanhado e orientado pela costureira profissional. Deve possuir conhecimento de riscos e cortes em tecidos de diferentes tipos. Desejável que possua senso de organização, agilidade e precisão, além de conhecerem aviamentos, acessórios e ter noções de serviços de acabamentos. Possuir capacidade de relacionamento interpessoal e comprometimento com a qualidade de serviços ao cliente.
- **Auxiliar administrativo:** este profissional deve possuir um bom raciocínio lógico, com habilidades de contas e matemática, bem como, ter atenção, agilidade e paciência. Além disso, saber relacionar-se com as pessoas de forma cordial, simpática e educada. É desejável que possua algum curso profissionalizante na área.

Atenção para a Convenção Coletiva do Sindicato dos Empregados em Confeções e Costureiros, ou outro similar, de acordo com a característica específica do negócio, utilizando-a como balizadora dos salários e orientadora das relações trabalhistas, evitando assim, conseqüências desagradáveis. O Sebrae da localidade poderá ser consultado para aprofundar as orientações sobre o perfil do pessoal e o treinamento adequado.

7. Equipamentos

Os equipamentos são os ativos imobilizados da empresa. Eles auxiliam a firma com o seu objetivo-fim (SILVA; SILVA; DENBER, 2011). O empreendedor deve pensar nos equipamentos de acordo com a quantidade de áreas ou compartimentos que a empresa terá. Com esse tipo de planejamento, o proprietário pode conseguir descontos quando for comprar os equipamentos em grande quantidade.

Para um ateliê de costura sugere-se que na área de recepção e atendimento sejam dispostos: microcomputador, máquina de cartão de crédito e débito, smartphone, balcão com portas e prateleiras internas para organização de papéis e documentos, cadeiras, sofá, porta revista, gelágua, aparelho de ar condicionado, provador com espelho, espelho para colocar do lado de fora do provador, arara para organização das peças, manequim, mesa e armário.

Na área de criação e produção é necessário contar com armário, organizadores de aviamentos, mesas, máquina de corte, máquina de costura industrial, overloque, galoneira, máquina de costura interlock, máquina de costura pespontadeira, alinhador a laser mini com haste, cadeiras, manequins e aparelho de ar condicionado. Já na área administrativa o empreendedor deve se preocupar em possuir microcomputador, smartphone, mesa, cadeiras, impressora multifuncional e smartphone. No espaço de armazenamento é

com armário, estante e organizadores de aviamentos.

Se houver a necessidade da instalação de um banheiro no interior da loja, será necessária a instalação dos seguintes equipamentos: aparelho sanitário, pia, torneira, porta papel higiênico, lixeira, espelho, cabideiro para pendurar roupas, papel toalha, papel higiênico e sabonete líquido.

Esses equipamentos devem estar todos bem organizados no interior da loja, para que passe uma boa impressão para os clientes e auxilie na otimização dos espaços da loja, da produtividade dos funcionários e eficiência dos movimentos. Um bom *layout* atrai mais clientes para a empresa (TORTORELLA; FOGLIATTO, 2008).

Para uma empresa com a estrutura de 50 m² proposta anteriormente seria necessário inicialmente:

ÁREA DE ARMAZENAMENTO

ÁREA DE CRIAÇÃO E PRODUÇÃO

Armário

01

Armário

01

Estante

02

Organizadores de Aviamentos

10

Organizadores de Aviamentos

15

Mesa

07

RECEPÇÃO E ATENDIMENTO

Máquina de corte

01

Microcomputador

01

Máquina de costura industrial

02

Máquina de Cartão de Crédito e Débito

01

Overloque

01

Impressora Fiscal

01

Galoneira

01

Smartphone

01

Máquina de costura interlock

01

Balcão

01

Máquina de costura pespontadeira

01

Cadeira

03

Alinhador a laser mini com haste

01

Sofá

01

Cadeira

06

Gelágua

01

Manequim

02

Aparelho de ar condicionado

01

Aparelho de ar condicionado

01

Arara

01

ÁREA ADMINISTRATIVA

Provador com Espelho

01

Microcomputador

01

Manequim

01

Impressora Multifuncional

01

Mesa

01

Mesa

01

Armário

01

Cadeiras

03

Espelho

01

Ar condicionado

01

Smartphone

01

É importante ponderar que como será feito um alto investimento nos produtos, é deve-se considerar a proteção destes bens. Uma boa forma de lidar com imprevistos e garantir a segurança dos itens que serão vendidos, é adquirindo um seguro. Buscando seguros que cubram possíveis incêndios, explosões e danos por fumaça, roubo ou furto, entre outros.

O empresário deve analisar também, dependendo da localização da loja a necessidade de instalação de um sistema de alarmes, bem como a instalação de câmeras de segurança.

8. Matéria Prima/Mercadoria

A gestão de estoques apresenta-se como um grande desafio para o sucesso da empresa, uma vez que manter estoques excessivos pode representar dinheiro parado (GARCIA et al., 2006). No caso do ateliê de costura, o estoque de matéria-prima deve ser suficiente para que possa funcionar de maneira adequada, mas mínimo, para reduzir o impacto no capital de giro.

É importante estar atento pois a falta de matéria-prima pode representar o atraso na entrega de uma peça. Por outro lado em tratando de moda, estocar tecidos, por exemplo, pode não ser uma boa ideia, uma vez que as estampas mudam a cada estação. Uma dica, é priorizar no estoque cores e estampas que sejam mais neutras.

Dessa forma, é essencial buscar um bom desempenho na gestão de estoques, valendo-se de de foco no equilíbrio entre oferta e demanda. Esse equilíbrio deve ser sistematicamente conferido, com base, entre outros, nestes quatro indicadores de desempenho:

1. Giro dos estoques: número de vezes que o capital investido em estoques é recuperado por meio das vendas. É medido em base anual e tem a característica de representar o que aconteceu no passado. Quanto maior for a frequência de entregas dos fornecedores, em menores lotes, maior será o índice de giro dos estoques, também chamado de índice de rotação de estoques;

2. Cobertura dos estoques: indica o período de tempo que o estoque, em determinado momento, consegue cobrir as vendas futuras, sem que haja suprimento.

3. Nível de serviço ao cliente: demonstra o número de oportunidades de venda que podem ter sido perdidas, no varejo de pronta entrega (segmento em que o cliente quer receber a mercadoria ou o serviço imediatamente após a escolha), pelo fato de não existir a mercadoria em estoque ou não se poder executar o serviço com prontidão.

4. Estoque mínimo: refere-se a quantidade mínima de materiais que deve ser mantida pela empresa para que seja evitado tanto o excesso de produtos como a falta. Destaca-se que um ateliê de costura não irá precisar de um estoque muito grande de tecidos uma vez que geralmente os clientes levarão seus próprios tecidos, devendo o ateliê possuir um estoque mais variado de aviamentos e demais produtos necessários para a execução do serviço (linhas, botões, zíperes, elásticos, vieses etc.).

Portanto, percebe-se que o estoque dos produtos para execução dos serviços de ateliê de costura é pequeno em número de itens e quantidade de cada um deles, o que favorece 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 empresa.

Caso o ateliê opte por também oferecer tecidos, então, poderá buscar parcerias com indústrias têxteis, lojas de varejos, ou ainda distribuidor, disponibilizando um catálogo (sempre atualizado) com mostruário de tecidos. Neste caso, a parceria deve estar bem alinhada com o fornecedor para não alongar muito o tempo de fabricação. Isso pode também aumentar o custo, elevando o preço final do produto.

Ademais, o uso de softwares e dispositivos eletrônicos pode auxiliar e facilitar o controle do estoque garantindo maior possibilidade de sucesso para o empreendimento.

9. Organização do Processo Produtivo

O processo produtivo refere-se às atividades de trabalho que recebem input (entrada), passam por uma agregação de valor e geram um output (saída). Esse processo envolve questões que vão desde o planejamento de qual matéria prima comprar para a confecção das peças até reposição dessa matéria prima. Sendo assim, ter um processo produtivo organizado gera produtividade, baixos custos operacionais, aumento da qualidade nos produtos finais, maior comunicação entre as áreas da empresa e redução de perdas (COSTA JUNIOR, 2008).

A estrutura do processo produtivo de um ateliê de costura é simplificada, e pode ser estruturada da seguinte forma:

1. Compra de matéria-prima: consiste na etapa em que o empresário ou o colaborador responsável, irá realizar uma pesquisa com fornecedores que comercializam por atacado os itens que serão utilizados no processo produtivo (tecidos, aviamentos);
2. Atendimento ao cliente: refere-se ao primeiro contato com o cliente e geralmente se dá na visita ao ateliê de costura, porém também poderá ocorrer por telefone, e-mail ou através de preenchimento de cadastro no site da empresa. De qualquer forma é o momento crucial para atrair o cliente, devendo ser realizado com bastante cordialidade. É nesse estágio que se inicia o relacionamento, o qual, espera-se que seja duradouro. Será também o momento de anotar as medidas do cliente e da realização da negociação do modelo que será produzido.

3. Criação: é a atividade desenvolvida pelo estilista onde ele irá desenhar a peça que o cliente deseja confeccionar. O espaço de criação dos modelos deve ter uma boa iluminação e deverá conter todos os itens requeridos no desenvolvimento da atividade: prancheta de desenho, microcomputador com software adequado para designer digital, dentre outros itens.

4. Produção: momento em que será de fato confeccionada. Essa etapa se subdivide em três atividades: - Modelagem: estágio em que os projetos gerados pelo estilista serão moldados e avaliados em modelos, que podem ser humanos ou manequins. Deve ser realizada em ambiente organizado, agradável, com boa iluminação, de preferência natural. - Corte: fase em que os moldes são transferidos para os tecidos. O espaço destinado a essa atividade deve proporcionar um layout que facilite a produtividade dos profissionais. As mesas de corte serão dispostas de forma a possibilitar o máximo de desempenho dos profissionais e a facilitar a produção. - Costura: é a fase final da produção, quando a costureira irá montar definitivamente a peça. É muito importante definir padrões de qualidade e estabelecer metas, buscando reduzir a produção de artigos com falhas ou defeitos.

5. Prova da peça confeccionada: esta é a etapa em que o cliente irá provar a peça que foi confeccionada. Espera-se neste momento que a peça sirva perfeitamente e a cliente já saia com a peça em mãos, mas pode acontecer da peça necessitar de algum ajuste, para ficar perfeita no corpo da cliente.

É importante ressaltar que o momento da compra da matéria-prima poderá variar, podendo ser para compor ou repor o estoque. Bem como, após a encomenda da peça, se ela precisar de algum material que o ateliê não possua em estoque, será necessário fazer neste momento a compra da matéria-prima necessária. Além disso, em muitos casos o cliente se dispõe a propiciar algumas matérias primas tais como o tecido a partir do qual a peça será confeccionada, aviamentos e pedrarias.

Outro fato a ser considerado é a possibilidade de realizar o atendimento dos clientes por hora marcada, pois assim irá criar um clima de maior personalização, além de organizar o fluxo de atendimento.

Além disso, para um bom andamento do ateliê, tem-se ainda a atividade administrativa, que destina-se às atividades de relacionamento com fornecedores, controle de contas a pagar, contas a receber, controle de bancos, atividades de recursos humanos, acompanhamento do desempenho do negócio e outras que o empreendedor julgar necessárias para o bom andamento do empreendimento.

10. Automação

A automação pode ser uma grande aliada para os negócios. Desde indústrias até os ateliês de costura. Com o auxílio da tecnologia é possível reduzir o tempo dos processos, melhorar a comunicação entre os setores, ter acesso a informações mais precisas sobre as áreas do negócio, entre outros benefícios. A automação envolve a aplicação de tecnologias, métodos e ferramentas. A grande proposição da automação é reduzir a interferência humana durante as atividades e assim amenizar falhas humanas e erros na tomada de decisões.

Apesar de o Microsoft Excel ser de grande ajuda para a empresa, realizar todo o seu controle através de planilhas pode não ser a melhor opção, pois além da demora para atualizar as planilhas, ainda podem existir erros de preenchimento.

Então, *softwares* especializados poderão auxiliar neste processo. Assim, a automação

empreendedor como um investimento necessário para aperfeiçoar sua gestão e obter eficiência e produtividade.

O processo de compras, por exemplo, envolve pedidos feitos aos fornecedores, entradas de mercadorias por intermédio do faturamento, a geração das contas a pagar de forma automática e o lançamento em sistema para posterior conciliação a partir da nota fiscal de venda. Já em relação ao controle financeiro da empresa, o sistema ERP é capaz de controlar, simultaneamente, todas as entradas e saídas financeiras do negócio, agilizando a rotina do empresário, que deseja tudo em ordem e em dia, sem dor de cabeça para isso. Esse sistema ainda é capaz de dinamizar a leitura e o entendimento de orçamentos, vendas, gerenciamento de comissões, impressão de cupons fiscais e a geração de notas fiscais.

O ERP também é um recurso utilizado para o controle de cotações e compras, contribuindo para o melhor controle de estoque. Manter um estoque organizado, com valor atualizado e sem brecha para prejuízos é um dos grandes desafios enfrentados por um bom administrador. Assim, gerir este departamento pode ser uma tarefa extremamente complicada sem o auxílio de um bom software, de fácil interpretação e completo. Recomenda-se também o uso de ferramentas que facilitem o inventário e o controle de entradas e saídas de estoque.

Entretanto, o empresário deve escolher o software que mais se adequa a realidade de seu negócio. No mercado, o empresário consegue encontrar softwares pagos e gratuitos que integram todas as operações de gestão da empresa, facilitando o controle de diversos processos - administrativo, caixa, financeiro, estoques, compras, vendas, entre outros.

Alguns exemplos de softwares pagos: criasoft versão 7.0.0.3; GestãoClick; ERP totvs; ERP Sankhya, Base ERP; Conta Azul; entre outros. O empresário poderá verificar os testes gratuitos para confirmar se atenderá as necessidades da empresa, antes de investir em algum *software*. Mas o empresário também poderá testar e utilizar alguns softwares que são gratuitos, como: Empresarial Master Plus; Empresarial Master Sênior; YetiForce; Dolibarr; Market UP entre outros.

Há também, para esse tipo de negócio, formas de automatizar o processo de produção: utilização de máquinas que agilizarão todo o processo, como as máquinas de pregar bolsos automática, máquina automática para pregar bolsos embutidos, máquina automática de aplicar passantes de calças, máquina automática para pregar botões, máquina de cortar, virar e prensar gola, entre outras.

11. Canais de Distribuição

Um canal de distribuição pode ser entendido como o caminho adotado pela empresa para que seus produtos e serviços cheguem até os clientes. Pode ser entendido também como uma rede organizada que executa todas as funções necessárias para ligar os produtores aos usuários finais. É um dos elementos do composto mercadológico “4Ps do Marketing”, representando a Praça, juntamente com Produto, Preço e Promoção.

Nos últimos anos tem-se percebido que as pessoas estão com o tempo cada vez mais escasso e, por isso, consumidores buscam racionalizar o tempo gasto nas atividades de compra. Assim, o principal objetivo do canal de distribuição e venda é garantir que os produtos e serviços sejam disponibilizados e entregues de forma rápida e que os

consumidores os encontrem sem dificuldade. Refere-se a área do *Marketing* encarregada de colocar o produto ou serviço adequado no momento e no local em que ele for necessitado pelos consumidores.

Dessa forma, com as mudanças ocorridas em termos de crescimento econômico e avanços tecnológicos, os canais de distribuição vêm ganhando cada vez mais importância no meio empresarial e suas estruturas evoluem em termos de formatos e alternativas mais criativas e inovadoras. Com o aumento da competitividade nos diferentes mercados, ter estratégias de alcance ao cliente bem claras e objetivas se tornou condição de sobrevivência.

O ateliê de costura, é um negócio que possui um canal de distribuição direto, onde não possui intermediários, ou seja, os consumidores finais irão comprar a peça diretamente do ateliê. Apesar de possuir seus fornecedores de matéria-prima, quem irá vender o produto ao consumidor final é o próprio ateliê de costura. Podendo ser ofertado aos clientes, para uma maior satisfação deles, algum serviço pós-venda, como uma política de ajustes das peças que foram fabricadas pelo ateliê em um período de 6 meses, por exemplo.

Ao determinar os canais de distribuição o empreendedor deve avaliar os aspectos de cobertura de atendimento, os meios de transporte utilizados pelos clientes e acessibilidade. Nesta atividade o atendimento, normalmente é realizado na sede da empresa com eventual possibilidade de atendimento em domicílio quando for o caso. O primeiro contato pode se dar via telefone, e-mail, *whatsapp*, site institucional ou pessoalmente.

12. Capital de Giro

O capital de giro é o montante de recursos financeiros que a empresa precisa manter para garantir fluidez nos ciclos de caixa. Assim, ele funciona com uma quantia imobilizada (inclusive em bancos) para suportar as oscilações de caixa. O capital de giro está diretamente ligado à política de prazos, como os prazos concedidos ao cliente e prazos de estocagem (quanto maiores, maior será a necessidade de capital de giro) e os prazos recebidos dos fornecedores (quanto maiores, menor será a necessidade de capital de giro).

O valor de capital de giro projetado neste ateliê de costura considerou prazos bem elásticos para cumprimento das obrigações: pagamento de fornecedores - 30 dias, pagamento de impostos e contribuição social 15 dias, e salários 30 dias. No financiamento das vendas, ou seja, prazo de recebimento dos clientes - 30 dias, 25 dias em média de caixa mínimo e 30 de estocagem de insumos. Em média, o capital de giro em reserva de caixa desse tipo de negócio é em torno de R\$ 10.000,00.

É importante que o prazo de recebimento dos clientes não seja maior que o prazo de pagamento aos fornecedores. Pois quando a empresa precisa pagar os fornecedores antes de receber de seus clientes, terá uma maior necessidade de capital de giro.

O empresário deverá ter um controle orçamentário rígido, de forma a não consumir recursos sem previsão, inclusive valores além do pró-labore. No início, todo o recurso que entrar na empresa nela deverá permanecer, possibilitando o crescimento e a expansão do negócio. O ideal é preservar recursos próprios para capital de giro e deixar financiamentos (se houver) para máquinas e equipamentos.

Sempre será muito útil que se tenha certo montante de recursos financeiros, para que o

negócio possa fluir sem sobressaltos, especialmente no início do projeto. No entanto, ter esse recurso disponível não é suficiente e somente deverá ser utilizado para honrar compromissos imediatos ou lidar com problemas de última hora.

Portanto, administrar o capital de giro da empresa significa avaliar o momento atual, as faltas e as sobras de recursos financeiros e os reflexos gerados por decisões tomadas em relação a compras, vendas e à administração do caixa.

13. Custos

Mapear os custos de um negócio faz parte do processo de gestão e essa atividade auxilia o empreendedor a tomar as melhores decisões para maximizar os resultados financeiros (CALLADO; MIRANDA; CALLADO, 2003). Além de mapear os custos, o empreendedor deve atentar para: comprar pelo menor preço e negociar prazos mais extensos com os fornecedores, evitar gastos e despesas desnecessárias e manter equipe de pessoa enxuta.

Os custos são os gastos da empresa com o produto final e estão ligados diretamente com a atividade fim do negócio, no caso do ateliê de costura a prestação dos serviços. Esses custos/despesas são divididos em fixos e variáveis. Os custos fixos são aqueles que não sofrem alteração de valor em caso de aumento ou diminuição da produção. Exemplo: limpeza da loja, aluguel do ponto de venda, salários e segurança. Por outro lado, os custos variáveis variam de acordo com o nível de produção ou atividades. Exemplo: matérias-primas e comissões de vendas (IUDÍCIBUS, 1998).

As despesas fixas, que são os gastos com o funcionamento da empresa, isto é, a estrutura montada para comprar, estocar e vender, mais comuns são: aluguel, IPTU, salários fixos, encargos sobre salários (férias, 13º salário, FGTS, INSS – parte do empregador e rescisões contratuais), faturas de telefone, água, energia elétrica, contador ou consultoria contábil, material de escritório, embalagens, manutenção das vitrines, propaganda, despesas bancárias e treinamento dos funcionários e do empresário. Além disso, o pró-labore, o seu valor deve ser definido em função da possibilidade de a empresa pagar, e não em função das necessidades pessoais do proprietário da empresa. Vale destacar que essas despesas variam de acordo com o porte do empreendimento.

Em média, os gastos mensais para um ateliê de costura com uma estrutura de 50 M² devem ser estimados considerando:

CUSTOS FIXOS

CUSTOS VARIÁVEIS

R\$ 5.700,00

R\$ 9.800,00

O valor referente aos custos variáveis foi calculado considerando os custos dos materiais diretos (R\$ 3.000,00) utilizados para confecção e o reparo das peças; os custos com impostos (R\$ 2.340,00) considerando a adequação ao simples nacional, um faturamento mensal de R\$ 30.000,00 e a alíquota incidente de 7,8%; e os custos com venda (R\$ 360,00) utilizados para a divulgação da empresa.

Já o valor referente aos gastos mensais com mão de obra foi incorporado aos custos fixos e calculado considerando salários para quatro colaboradores (atendente/auxiliar administrativo, costureira, auxiliar de costura e estilista), benefícios e encargos sociais. Os

custos fixos também abrangem gastos com aluguel, honorários contábeis, energia elétrica, água e IPTU.

A depreciação ou desvalorização é o custo da obsolescência dos ativos imobilizados da empresa, por exemplo, móveis e instalações (IUDÍCIBUS, 1998). Assim, ao longo do tempo, os ativos vão perdendo valor. Por exemplo, equipamentos de informática têm uma vida útil de cinco anos, com uma depreciação mensal de R\$ 450,00. Em geral, máquinas e equipamentos têm taxa de depreciação de 10% ao ano, ou seja, eles devem ser renovados ou substituídos a cada 10 a

OBS: Os valores aqui apresentados foram previstos considerando a estrutura, pessoal e equipamentos descritos nos tópicos 5, 6 e 7 nesta ideia de negócio. Ressalta-se que são apenas estimativas.

14. Diversificação/Aggregação de Valor

Agregar valor ao produto, significa ampliar a satisfação do cliente, seja por serviços auxiliares que facilitem a vida das pessoas, ou pela qualidade do atendimento, demonstrando valorização a cada indivíduo, respeito, atenção, interesse, compromisso e responsabilidade de cada profissional no desempenho das suas atividades. Agregar valor significa oferecer produtos e serviços complementares, diferenciando-se da concorrência e atraindo o público-alvo. Não basta ofertar algo que os produtos e serviços concorrentes não ofereçam, é necessário que esse algo mais aumente o nível de satisfação do cliente com o produto vendido ou serviço prestado.

Ouvir os clientes e detectar suas aspirações e expectativas é muito importante para orientar a oferta de novos serviços. Atendimentos personalizados, em horários especiais ou em locais alternativos, que facilitem a vida do cliente e ofereçam comodidade, podem agregar valor e fazer diferença, ampliando as possibilidades de captar novos clientes e fidelizar os atuais.

O empreendedor pode diversificar é por intermédio da oferta de outros serviços agregados ao ateliê de costura, tais como: pequenos consertos de roupas, reaproveitamento de roupas antigas, aluguel de roupas, venda de adereços e acessórios. É essencial também, o desenvolvimento de modelos exclusivos e diferenciados. O cliente, ao procurar um ateliê de costura deseja uma roupa que lhe “cai bem”, de acordo com o seu biótipo e a sua personalidade.

Outro aspecto muito importante que deve ser acompanhado de forma sistemática é a tendência da moda. É fundamental acompanhar o que está sendo apresentado pela televisão, pelas revistas, o que está acontecendo nos eventos de moda e o que está sendo usado pelas celebridades nas festas importantes, pois daí sairão novos modelos que serão usados pela sociedade. A moda é uma metamorfose incessante, portanto, aquilo que é sucesso hoje pode ser completamente esquecido amanhã.

Outro ponto que deve ser levado em consideração por ser tido como um fator de sucesso de um empreendimento é a inovação: o empreendedor deve buscar oferecer modelos exclusivos e agregar novidades nos itens que compõem as peças (tecidos com estampas criativas, aviamentos exclusivos, novas composições com adereços e acessórios diferentes, realçar o visual e a estética do conjunto etc). Afinal, modelar roupa é uma arte.

Atualmente o seguimento de moda tem experimentado novos nichos, que podem render bons resultados: moda para gestantes, *plus size*, peças de cunho sustentável (seja no reaproveitamento ou emprego de meios de produção que não agridem o meio ambiente), *fitness*, praia etc.

15. Divulgação

Realizar uma comunicação interativa entre o ateliê de costura e seus clientes, de modo a atrair a atenção da clientela, em meio a outras opções que ele possui, e assim, ser o escolhido para fornecer o produto desejado é um grande desafio. Existem inúmeras maneiras de realizar esta comunicação entre a empresa e o cliente, podendo ser através de propagandas, promoção de vendas, relações públicas, publicidade, *merchandising*, vendas pessoais e *marketing* direto. O empreendedor deve selecionar as que mais se adequam ao perfil do negócio, ao porte da empresa, à sua região de abrangência, ao seu público alvo e ao orçamento do negócio.

A empresa pode divulgar os seus produtos por intermédio de meios tradicionais, como propagandas em rádios locais. Entretanto, meios como jornais e revistas, televisão e rádio são caros. Contudo, o empreendedor pode fazer a divulgação por meio das redes sociais (*Facebook*, *Twitter*, *Instagram* etc), e-mails, ligações, mensagens SMS, folders e panfletos, mensagens no *Whatsapp* e *outdoors*. A divulgação também pode ocorrer através de cartão-fidelidade, apresentação da loja em eventos especializados e formação de parcerias com os influenciadores digitais.

Vale destacar que o empreendedor deve buscar sempre entregar o que foi prometido e, quando possível, superar as expectativas do consumidor. A propaganda boca a boca feita por clientes satisfeitos e bem atendidos é um fator crucial para o fortalecimento da marca.

As redes sociais são canais ágeis de comunicação e divulgação dos serviços e da marca do negócio. Além disso, as redes sociais têm uma grande abrangência de público, uma vez que na sociedade da comunicação em que vivemos hoje, muitas pessoas possuem *smartphones* conectados à internet. O ideal é que as redes sociais sejam encaradas com maturidade e responsabilidade pela organização.

Por fim, a comunicação com o cliente pode ser melhorada de diversas formas, dentre elas: ouça o que o cliente tem a falar sobre os serviços prestados, a marca e o ateliê; utilize a tecnologia, especialmente as redes sociais, a favor da sua empresa; não se esqueça do cliente quando o serviço for entregue. Ele precisa lembrar dos serviços e produtos. No entanto, é preciso ter cuidado para não o irritar. Outra dica é prestar atenção nas palavras, o empreendedor deve trata-los com educação e simpatia.

Caso seja de interesse do empreendedor, um profissional de marketing e/ou comunicação poderá ser contratado para desenvolver campanhas de divulgação específicas. Salienta-se a importância de divulgar e promover o seu produto, para que o público-alvo comece a conhecê-lo e desejá-lo.

16. Informações Fiscais e Tributárias

Um ateliê de costura é entendido pela Classificação Nacional de Atividades Econômicas - CNAE/IBGE 1412-6/02 - Confecção, sob medida, de peças do vestuário, exceto roupas

Íntimas. Sendo um pequeno negócio essa loja poderá optar pelo Simples Nacional - Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições, instituído pela Lei Complementar nº 123/2006, desde que sua categoria esteja contemplada no regime, ou seja, a receita bruta anual de sua atividade não ultrapasse R\$ 360 mil para microempresa e R\$ 4,8 milhões para empresa de pequeno porte e sejam respeitados os demais requisitos previstos na Lei.

Nesse regime, o empreendedor de ME e EPP 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:

- IRPJ (Imposto de Renda da Pessoa Jurídica);
- CSLL (Contribuição Social Sobre o Lucro Líquido);
- PIS (Programa de Integração Social);
- COFINS (Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social);
- CPP (Contribuição Previdenciária Patronal);
- ICMS (Imposto Sobre Circulação de Mercadorias e Serviços): para empresas do comércio
- ISS (Imposto Sobre Serviços): para empresas que prestam serviços;
- IPI (Imposto sobre Produtos Industrializados): para indústrias.

Conforme a Lei Complementar nº 123/2006 alterada pela Lei Complementar nº 155/2016, as alíquotas do Simples Nacional variam de acordo com as tabelas I a VI, dependendo das atividades exercidas e 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. Esta atividade se enquadra no Anexo I da Lei Complementar nº 155/2016, cujas alíquotas aplicáveis no ano de 2019 variam de 4% a 19%, dependendo da faixa de receita bruta anual auferida.

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 R\$ 81 mil, o empreendedor poderá optar pelo registro como Microempreendedor Individual (MEI), desde que ele não seja dono ou sócio de outra empresa e tenha até um funcionário. Para se enquadrar no MEI, sua atividade deve constar na Resolução CGSN nº 140, de 2018 e alterações. No caso do negócio se enquadrar no MEI, o empreendedor tem duas obrigações tributárias: contribuição previdenciária para o Instituto Nacional de Seguridade Social (INSS) e o pagamento de Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS). Esses valores são pagos mensalmente e são independentes do faturamento da firma, ou seja, é um valor fixo

Ao ultrapassar o limite de R\$ 81.000,00, o MEI deverá consultar o Portal do Empreendedor MEI para verificar como deve ser a transição para a nova forma de tributação adequada ao seu faturamento.

Para os empreendedores que preferem não optar pelo Simples Nacional, há também os regimes de tributação abaixo:

mercadorias e/ou prestação de serviços. Trata-se de uma forma de tributação simplificada utilizada para determinar a base de cálculo dos tributos das pessoas jurídicas que não estiverem obrigadas à apuração pelo Lucro Real. Nesse regime, a apuração dos impostos é feita trimestralmente.

A base de cálculo para determinação do valor presumido varia de acordo com a atividade da empresa. Sobre o resultado da equação: Receita Bruta x % (percentual da atividade), aplica-se as alíquotas de IRPJ, CSLL, PIS, COFINS. Incidem também sobre a receita bruta os impostos estaduais e municipais: ICMS, ISS. Sobre a folha de pagamento incidem as contribuições previdenciárias e encargos sociais (tanto para o lucro real quanto para o lucro presumido): INSS e FGTS.

Lucro Real: É o lucro líquido do período de apuração ajustado pelas adições, exclusões ou compensações estabelecidas em nossa legislação tributária. Este sistema é o mais complexo, que deverá ser bem avaliado por um contador. Aplicam-se as alíquotas dos tributos: IRPJ, CSLL, PIS, COFINS, ICMS, ISS, INSS e FGTS.

Vale ressaltar que cada empreendimento possui suas particularidades, como número de empregados. Assim, antes da decisão de qual regime tributário seguir, o empresário deve consultar um contador. O profissional da contabilidade pode realizar o cálculo de qual enquadramento jurídico e tributário que empresa se encaixa

Ademais, é importante ressaltar que a Lei de Liberdade Econômica de 2019 - Lei 13874 de 2019 estabelece garantias de livre mercado propondo que as carteiras de trabalho poderão ser emitidas pelo Ministério da Economia em meio eletrônico, o registro de entrada e saída no trabalho serão obrigatórios somente em empresas com mais de 20 empregados, atividades de baixo risco fica dispensada o alvará de funcionamento e a lei prevê que registros públicos, realizados em cartório, podem ser escriturados, publicados e conservados em meio eletrônico, como registro civil de pessoas naturais, o de constituição de pessoas jurídicas e o registro de imóveis.

17. Eventos

As feiras, eventos comerciais e exposições são eventos que podem promover os produtos e serviços da empresa. Esses eventos proporcionam condições de negociação imediata dos produtos e a possibilidade de criar um intercâmbio comercial (ARMSTRONG; KOTLER, 2008). Desse modo, o empreendedor deve considerar participar de eventos para mostrar suas roupas e marca para um público maior, atualizar-se sobre as novas tendências de moda do setor, fechar parcerias, fazer novos contatos de fornecedores, dentre outros.

Para a participação nos eventos próprios do setor o empreendedor deve responder a alguns questionamentos: o mercado onde vai ocorrer o evento é importante para os meus produtos? Os meus produtos atendem às exigências desse mercado? Quais são os meus objetivos com a participação nesse evento? É o evento que mais se adéqua a realidade da minha empresa? Qual será o custo de participação nesse evento?

No nível nacional, as feiras relacionadas ao setor são:

- Salão Moda Brasil

- Feira Brasileira para a Indústria Têxtil
- Feira Nacional da Moda Inverno
- Inspiramais
- Agreste Tex
- Ceará Fashion Trade
- Dragão Fashion Brasil
- Senac Moda Informação
- O Negócio da Moda
- Maquintex - Feira de Máquinas, Equipamentos, Serviços e Química para a Indústria

Têxtil e de Confecção

- FEBRATEx - Feira Brasileira para a Indústria Têxtil e de Confecção
- FENIN FASHION - Feira Nacional da Indústria da Moda
- GOTEX SHOW
- SÃO PAULO FASHION WEEK

No nível internacional, têm-se os seguintes eventos:

- COTERIE
- LINEAPELLE

E a maior feira mundial dedicada ao Mercado têxtil/vestuário é o ITMA (Textile & Garment Technology Exhibition). Esse evento ocorre anualmente em uma cidade diferente no mundo. Em 2019, por exemplo, ocorreu na cidade de Barcelona, na Espanha.

18. Entidades em Geral

As instituições podem fornecer informações relevantes para o negócio além de incentivar parcerias entre as organizações do setor. Entre essas entidades, podem-se citar as Federações de Comércio de cada estado, a Câmara de Dirigentes dos Lojistas dos estados, as entidades de desenvolvimento do setor de serviços, do comércio e da indústria, as associações do setor estaduais e as entidades de desenvolvimento regional.

Além disso, no nível nacional, têm-se essas outras instituições seguintes:

- ABEST - Associação Brasileira de Estilistas;
- ABVTEX - Associação Brasileira do Varejo Têxtil;
- ABQCT - Associação Brasileira de Químicos e Coloristas Têxteis;
- ABRAMACO - Associação Brasileira de Máquinas e Equipamentos para Confecção;
- ABRAVEST - Associação Brasileira do Vestuário;
- SMB - Sistema Moda Brasil;
- ABEPEM - Associação Brasileira de Estudos e Pesquisas em Moda;
- IN-MOD - Instituto Nacional de Moda e Design;
- SMB - Sistema Moda Brasil
- SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.
- CEBRASSE - Central Brasileira do Setor de Serviços

19. Normas Técnicas

As normas técnicas são documentos de uso voluntário, constituindo importantes referências para o mercado. As normas técnicas podem estabelecer quesitos de qualidade, desempenho e de segurança. Não obstante, podem estabelecer procedimentos, padronizar formas,

dimensões, tipos, usos, fixar classificações, terminologias e glossários, além de definir a maneira de medir ou determinar características, como métodos de ensaio. No País, as normas técnicas são publicadas pela ABNT (Associação Brasileira de Normas técnicas). Seguem as normas técnicas aplicáveis ao negócio de ateliê de costura:

ABNT NBR 15800:2009 Vestuário – Referenciais de medidas do corpo humano – Vestibilidade de roupas para bebê e infante-juvenil;

ABNT NBR 12071:2002 Artigos confeccionados para vestuário – Determinação das dimensões;

ABNT NBR 13377:1995 Medidas do corpo humano para vestuário – Padrões referenciais – Padronização.

20. Glossário

ABOTOADURA: É um pregador que prende o punho de camisas. Normalmente, uma das extremidades tem um pingente arredondado, oval ou retangular, enquanto a outra tem uma trava atrás;

ACABAMENTO: Série de processos por que passam um tecido ou produto para se obter uma melhor aparência e sensação tátil;

ALFAIATARIA: Oficina em que são confeccionadas as peças habitualmente usadas em situações sociais por homens. O terno se originou da palavra ALFAIA, árabe, que significa “coisas móveis”, como mobiliário, louças e roupas. Atualmente este termo também é utilizado para designar um estilo, onde a construção das roupas são estruturadas;

AVIAMENTO: são aparelhos ou materiais necessários à execução ou à conclusão de uma peça de roupa;

BABADO: Peça de tecido franzido que é costurado a peças de roupa para enfeitá-las. Ele pode ser ou não do mesmo tecido e cor da peça em que é aplicado;

BAINHA: dobra com costura na extremidade de um pano, de uma peça do vestuário;

BARRA ITALIANA: Barra com a dobra virada para o lado de fora da calça.

BLAZER: Casaco masculino ou feminino feito de tecido nobre, com botões na parte da frente.

BRAGUILHA: Abertura vertical na parte da frente de shorts, bermudas ou calças masculinas ou femininas, fechada por zíper ou botão.

BÁSICO: estilo de vestir. Representa também a linguagem dos tecidos e peças clássicas e comuns nas coleções dos produtores de tecidos e confecções;

CALADO: expressão usada para referir-se às peças de tricô, que descreve o acabamento sem costura, a peça sai praticamente pronta da máquina;

CALÇA CARGO: também chamada de “*carpenter*” (carpinteiro), é um modelo de calça com modelagem ampla e confortável, de senso utilitário, baseada na indumentária militar;

CASUALWEAR: estilo originado na Califórnia nos anos 1960 e, desde o final da década de 1980, sinônimo de roupas confortáveis para o cotidiano urbano;

ALGODÃO: é uma fibra natural que pode ter diversos comprimentos, dependendo do tipo e da região na qual foi produzida. Quanto mais longa a fibra, mais fino o fio que ela formará e, conseqüentemente, mais leve e delicado o tecido;

DECOTE CANOA: Gola cortada de um ombro ao outro, que deixa as escápulas de fora. Coco Chanel cortou camisetas masculinas de listras horizontais para fazer o decote canoa e então entrou na moda. Também é chamado de bateau (barco em francês);

DECOTE CORAÇÃO: Decote feminino, normalmente um pouco mais profundo que o canoa, cortado como as curvas da parte de cima de um coração;

DECOTE IMPÉRIO: É preso logo abaixo do busto e solto embaixo;

DECOTE NADADOR: Na frente há duas alças e atrás elas se unem. Nas costas, lembra a parte de trás de um maiô de natação;

DECOTE PRINCESA: Blusa ou vestido ajustado, com recorte arredondado e romântico no busto, com costuras verticais;

DRAPEAR: efeito obtido a partir de pregas e dobras de um tecido;

FORRO: tecido utilizado sob o tecido principal, que varia conforme sua finalidade. Serve para ocultar as costuras interiores, inibir transparência, permitir vestir e despir com maior facilidade, proporcionar maior proteção contra o frio sem tornar a peça pesada, reforçar costuras e evitar deformação em áreas de maior utilização;

FRUFRU: refere-se aos babados, aos grandes volumes de tecido e também a roupas muito enfeitadas;

FUXICO: Pedaco de tecido cortado em formato de círculo e franzido à mão;

GODÊ: Pedaco triangular de tecido, mais largo na parte inferior, costurado a uma saia, vestido ou casaco para aumentar a roda. Os godês vêm sendo usados na costura desde o século passado;

GOLA POLO: uma gola maleável, alta e circular, virada para baixo;

JEANS: artigo de confecção têxtil que usa o denim como matéria-prima. É construído com ligamento de sarja e na composição pode ter os mais variados fios. Tradicionalmente era 100% feito com o fio de algodão, mas depois foram introduzidas outras fibras sintéticas, como a poliamida e o poliéster;

LUREX: fio de alumínio colocado entre dois filmes de poliéster, com aspecto metálico e brilho permanente, existente em diversas cores;

MALHA INTERLOCK: é uma estrutura de malha de trama que, devido ao seu entrelaçamento, caracteriza-se por uma menor elasticidade em relação à malha normal, além de toque mais firme e ótimo caimento. Pode ser modificada a fim de obter diferentes padrões;

MIDI: Comprimento em que a barra das saias ou vestidos fica abaixo do joelho, na altura da canela.

MOLDE: peça de papel desenhada sob medida ou em tamanhos padrões segundo a qual se corta e confecciona uma roupa;

OVERLOQUE: máquina de costura industrial ou doméstica apropriada para malhas e para acabamentos nas bordas dos materiais que desfiam facilmente;

PEPLUM: consiste em um babado (ou prega) localizado na região do quadril ou final da cintura;

PUNHO: acabamento feito com tira de tecido às extremidades das peças, região correspondente entra a mão e o antebraço;

RENDA GUIPURE: também chamada de *guipir*, *gripir* ou *gripier*, é uma renda de linho ou seda com motivos de relevo, que formam arabescos. A renda guipure tem visual mais robusto e é considerada a mais nobre das rendas;

TERMOCOLANTE: etiqueta pronta que é colocada através de uma prensa térmica;

VELCRO: tecido fabricado em tiras duplas, aderentes, usado como fecho ou para fixar, uma na outra, duas coisas diversas ou duas partes de uma mesma coisa;

VIÉS: tira de tecido cortada na diagonal utilizada para dar acabamento às peças e também como forma de decoração;

21. Dicas de Negócio

Ser empreendedor requer dedicação e esforço para que o negócio se torne lucrativo e sustentável. Para ter um negócio de sucesso é importante:

- **Buscar conhecimento:** Antes de qualquer iniciativa é imprescindível procurar conhecer o mercado, compreender a melhor maneira de gerenciar a empresa, identificar as áreas nas quais você não possui conhecimento e se capacitar. É preciso se adentrar no mundo do empreendedorismo para não cometer erros básicos e prejudicar a empresa;
- **Se planejar:** Buscar informações sobre o que é preciso para colocar um novo negócio, planejar como irá acontecer essa empreitada e seguir esse planejamento para evitar tomadas de decisão precipitadas e errôneas;
- **Quando necessário procure ajuda para alavancar o negócio.** Ninguém é detentor de todo o conhecimento e pode acontecer de você precisar de ajuda para manter determinada área da empresa saudável;
- **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 como estacionamento;

- Procurar fidelizar a clientela com ações de pós-venda, como: envio de cartões de aniversário, comunicação de novos itens colocados à venda, contato telefônico para oferecer produtos de interesse do cliente, oferecer garantia para o produto etc.
- Evitar manter estoques exorbitantes pois representam um custo alto para o negócio;
- Utilizar as ferramentas tecnológicas de gestão ao seu favor, a exemplo do MarketUp;
- Avaliar a necessidade e oportunidades de financiamento;
- Apresentar um diferencial competitivo em relação aos concorrentes;
- Não confundir o dinheiro da empresa com o dinheiro do empresário;
- Conhecer bem os fornecedores para garantir a qualidade dos materiais utilizados;
- Apresentar um ponto de venda limpo, confortável e criativo para os clientes;
- Por ser um ateliê de costura é necessário que o empreendedor possua conhecimento de corte e costura mesmo que contrate uma costureira para trabalhar no local;
- É importante estar atento as tendências de moda;
- Buscar cumprir rigorosamente os prazos de entrega das peças;

Mais dicas de como começar bem um negócio podem ser encontradas no Portal do SEBRAE.

22. Características Específicas do Empreendedor

Empreender pode ser uma atividade desafiadora, no entanto, o empreendedor antes de abrir um negócio deve se informar bem sobre mercado, concorrentes, fornecedores e produtos. O negócio de ateliê de costura, por exemplo, requer que o empreendedor esteja atento às tendências de moda, possua conhecimento sobre corte e costura e entenda sobre a gestão do negócio. Empreendedores desse tipo de negócio devem ser criativos.

Diante disso, o empreendedor deve ter algumas características específicas, como iniciativa, que é a busca constante por oportunidades de novos negócios, ideias, ou seja, estar atento as tendências. Além disso, o empresário deve ter perseverança, uma vez que muitas dificuldades podem aparecer especialmente no começo do negócio.

Outra característica do empreendedor é correr risco, porém riscos previamente planejados. Negócios bem planejados correm menos riscos do que negócios sem planejamento. Assim, uma quantidade de informações maior pode auxiliar o empreendedor a tomar melhores decisões. Constantemente o empreendedor deve ter a capacidade de planejar o futuro da organização. Dessa maneira, ele deve ter a visão de onde está, aonde quer chegar, em quanto tempo quer chegar lá e o que é preciso para chegar lá.

Pequenas empresas não possuem muitos recursos financeiros. Diante disso, o empresário deve trabalhar sobre premissas de eficiência e qualidade, a fim de reduzir os custos e otimizar os processos e decisões. Outra característica do empreendedor é possuir capacidade de comunicação. Ele deve fazer e manter uma rede de contatos, especialmente de fornecedores. Eventos e feiras são exemplos de ambiente que podem favorecer formar contatos profissionais.

Além disso, liderança é outra característica imprescindível ao empreendedor. Assim, além de comandar a empresa nas questões estratégicas, gerenciais e até operacionais, o empreendedor deve saber motivar a sua equipe e ouvir os seus clientes. O *feedback* pode ajudar a empresa a sempre proporcionar experiências enriquecedoras de compra aos clientes. Portanto, essas e outras características (conhecimento dos clientes, comprometimento, independência, ética empresarial e autoconfiança) podem facilitar o

sucesso do negócio. A ética nos negócios pode ir desde contratos honestos com as partes envolvidas no negócio, bem como ações e produtos com responsabilidade social. Entretanto, as práticas de responsabilidade social corporativa podem variar de acordo com o ambiente financeiro em que a empresa está inserida (SOARES et al., 2018).

23. Bibliografia Complementar

ABIT TÊXTIL E CONFECÇÃO. **Perfil do setor**. São Paulo: Abit, 2018. Disponível em: <https://www.abit.org.br/cont/perfil-do-setor>. Acesso em: 10 out. 2019.

_____. **Pesquisa conjuntura junho de 2019**. São Paulo: Abit, 2019. 19 slides.

BAGGIO, Adelar Francisco; BAGGIO, Daniel Knebel. Empreendedorismo: conceitos e definições. **Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia**, v. 1, n.1, p. 25-38, 2014.

CONSULTEE CONTABILIDADE. **Mercado de Confecção – vale a pena investir?** São Paulo, 2018. Disponível em: <https://consultee.com.br/mercado-de-confeccao-vale-pena-investir/>. Acesso em: 10 out. 2019.

DARONCO, Edimara. **Gestão de marketing**. Ijuí: Ed. Unijuí, 2008. 176 p.

GONÇALVES, Vinicius. **Como Abrir Um Atelier De Costura Profissional – Passo A Passo**. 2019. Disponível em: <https://novonegocio.com.br/ideias-de-negocios/como-abrir-um-atelie-de-costura/>. Acesso em: 10 out. 2019

GOTEX SHOW. **Mercado**: panorama do setor têxtil e de confecção. Disponível em: <http://gotexshow.com.br/mercado/>. Acesso em: 10 out. 2019.

HALICKI, Zélia. **Empreendedorismo**. Rede e-tec Brasil: Curitiba, 2012.152 p.

PINHO, Flávia G. **Busca por roupas sob medida traz ateliês de costura de volta à moda**: número de matrículas em escolas de corte e modelagem cresceu até 50% no último ano. São Paulo: Folha de São Paulo, 2018. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2018/07/busca-por-roupas-sob-medida-traz-atelies-de-costura-de-volta-a-moda.shtml>. Acesso em: 10 out. 2019.

PORTAL DO EMPREENDEDOR – MEI. **O que ocorre com a pessoa que estiver enquadrada na lei do MEI e estourar o faturamento de 81 mil anual?** Brasil: Portal do empreendedor. Disponível em: <http://www.portaldoempreendedor.gov.br/duvidas-frequentes/12-querocrescer-nao-sou-mais-mei-e-agora/12.1-o-que-ocorre-com-a-pessoa-que-estiver-enquadrada-na-lei-do-mei-e-estourar-o-faturamento-de-60-mil-anual>. Acesso em: 24 out. 2019.

SABINO, Marco. **Dicionário da moda**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

SEBRAE PE. **Desenhar não é o bastante para empreender em moda**: perfil de negócios da moda. Recife: Sebrae, 2014. 96 p.

SEBRAE NACIONAL. **Como escolher a melhor localização para o seu negócio**. Brasil: Sebrae, 2019. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como->

escolher-melhor-ponto-comercial-para-seu-negocio,d9d89e665b182410VgnVCM100000b272010aRCRD. Acesso em: 10 out. 2019.

_____. **Moda:** conheça as associações e entidades do setor no Brasil. Brasil: Sebrae, 2019. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/conheca-as-associacoes-e-as-entidades-da-moda-no-brasil,f451088ec0467410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 18 out. 2019.

SILVA, Antonio Carlos Ribeiro; MARION, José Carlos. **Manual de contabilidade para pequenas e médias empresas.** São Paulo, Atlas: 2013.

SOARES, Mariana. **Setor têxtil e de vestuário irá crescer nos próximos anos no país.** São Paulo: FIESP, 2019. Disponível em: <https://www.fiesp.com.br/noticias/setor-textil-e-de-vestuario-ira-crescer-nos-proximos-anos-no-pais/>. Acesso em: 10 out. 2019.

SOUZA JÚNIOR, José Ronaldo de C.; LEVY, Paulo Mansur; SANTOS, Francisco Eduardo de L. A.; CARVALHO, Leonardo Mello. **Visão Geral da Conjuntura.** Carta de Conjuntura, n. 43. IPEA, 2019. 24 p.

24. Fonte de Recurso

Para obter recursos para iniciar ou alavancar o negócio o empreendedor pode buscar agências de fomento de linhas de crédito. Algumas instituições financeiras também possuem linhas de crédito voltadas para o pequeno negócio que são lastreadas pelo Fundo de Aval às Micro e Pequenas Empresas (Fampe), em que o Sebrae pode ser avalista complementar de financiamentos para pequenos negócios, desde que atendidas alguns requisitos preliminares. Maiores informações podem ser obtidas na página do Sebrae na web:

<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/fundo-de-aval-do-sebrae-oferece-garantia-para-os-pequenos-negocios,ac58742e7e294410VgnVCM2000003c74010aRCRD>

O BNDES - Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social, por exemplo, oferece linhas de financiamento que apoiam os empreendedores no longo prazo. O financiamento pode ser concedido a todos os seguimentos da economia (serviços, comércio, agricultura, indústria) e para diversos fins (aquisição de equipamentos, exportação de bens, fortalecimento da estrutura de capital da empresa). Além disso, micro e pequenas empresas possuem condições especiais.

25. Planejamento Financeiro

A saúde financeira de um negócio é um fator determinante para a continuidade da sua operação. Independentemente do tamanho ou segmento do negócio um controle financeiro efetivo é imprescindível para indicar as estratégias financeiras a serem adotadas para mitigar riscos, custos e aumentar a produtividade. Segue abaixo algumas orientações a serem observadas pelo empreendedor:

BARGANHA COM FORNECEDORES

Nada mais é que o poder de negociação com seus fornecedores por preços menores e prazos mais flexíveis.

CAPITAL DE GIRO

Montante financeiro necessário para permitir o início e a permanência das atividades do negócio.

CUSTOS

Os custos são gastos que possuem relação direta com a atividade fim do negócio. Estão relacionados com o processo produtivo ou com a aquisição de mercadorias. Podem variar por variarem de acordo com o volume produzido ou vendido ou fixos por permanecerem inalterados independente do volume produzido.

DESPESAS

São os gastos necessários para a empresa manter o negócio funcionando, mas que não estão diretamente ligados com a atividade fim. Esses gastos rotineiros com água, material de escritório, produtos de limpeza, por exemplo, devem ser controlados para não afetarem a lucratividade da empresa.

EMPRÉSTIMOS

Quando o empreendedor precisa de recursos para alavancar o negócio ele pode buscar um empréstimo. Entretanto ao decidir por essa opção ele deve ficar atento as suas finanças, as taxas de juros, taxas administrativas e condições de pagamento para não se endividar.

FLUXO DE CAIXA

É o controle sobre as entradas e saídas de dinheiro no caixa da empresa. Esse controle permite ao empreendedor uma visão ampla da situação financeira de seu negócio, facilitando a contabilização dos ganhos e despesas, bem como as movimentações financeiras. Dependendo do porte da empresa o controle manual pode se tornar mais difícil. Portanto, sugere-se o uso de softwares específicos que podem ser encontrados gratuitamente ou podem ser adquiridos por empresas fornecedoras de softwares.

OBJETIVOS

Estabelecer objetivos financeiros é importante para se saber onde quer chegar. Com esses objetivos determinados o empresário deve determinar os planos de ação para o alcance desses objetivos. Uma ferramenta de gestão que auxilia no estabelecimento dos objetivos empresariais e portanto dos financeiros é o BSC - Balanced Scorecard.

PONTO DE EQUILÍBRIO

Indica o valor mínimo de receita que deverá ser obtido para que os custos e despesas da empresa sejam cobertos resultando em um lucro zero. Nesse instante o negócio se paga, mas ainda não provê lucros ao empresário.

PRINCÍPIO DA ENTIDADE

É um princípio da contabilidade que aponta que o patrimônio da empresa não deve ser

confundido com o patrimônio de seu proprietário. Portanto, jamais se deve confundir a conta da empresa com a conta pessoal ou as contas dos sócios, pois isso gera uma falha gravíssima de gestão, podendo levar a empresa a decadência.

RECEITAS

Abrange os valores recebidos pela empresa que provém da venda de seus produtos ou serviços, de juros obtidos ou até mesmo da venda de um ativo.

RESERVAS/PROVISÕES

É uma quantia determinada para cobrir eventuais desembolsos que ocorram durante o ano. Este recurso funcionará como um fundo de reserva para a empresa e será composto por um determinado percentual do lucro mensal até que seja obtida a quantia desejada para o fundo. Quando a quantia for atingida, não haverá necessidade de fazer novas alocações, apenas restituição dos valores sacados quando houver a necessidade do uso do fundo.

26. Produtos e Serviços - Sebrae

SOLUÇÕES DE INOVAÇÃO

O programa SEBRAETEC disponibiliza aos empreendedores serviços especializados e customizados para implantar soluções em sete áreas de inovação.

O programa ALI - Agentes Locais de inovação funciona em parceria com o CNPq e possui o objetivo de promover a prática continuada de ações de inovação das pequenas empresas.

PLANO DE NEGÓCIOS

O plano irá orientá-lo na busca de informações detalhadas sobre o ramo do empreendimento, os produtos e os serviços a serem oferecidos, além de clientes, concorrentes, fornecedores e pontos fortes e fracos, construindo a viabilidade da ideia e na gestão da empresa. O SEBRAE disponibiliza todo passo-a-passo através do link: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-elaborar-um-plano-de-negocio>

CURSOS ONLINE E GRATUITOS

O SEBRAE disponibiliza em sua plataforma mais de 100 cursos online e gratuitos.

CURSOS DE QUALIFICAÇÃO EMPREENDEDORA

Empretec - Metodologia da Organização das Nações Unidas (ONU) que proporciona o amadurecimento de características empreendedoras, aumentando a competitividade e as chances de permanência no mercado.

FERRAMENTAS DE GESTÃO

Ferramenta CANVAS Online: A metodologia Canvas ajuda o empreendedor a identificar como pode se diferenciar e inovar no mercado.

SISTEMA DE GESTÃO

MarketUP é o Sistema de gestão grátis para micro e pequenas empresas: NFe, NFCe, PDV, Loja Virtual, ERP, MRP e mais. Tudo online e de graça.

Aproveite também as ferramentas de gestão e conhecimento criadas para ajudar a impulsionar o seu negócio. Para consultar a programação disponível em seu estado, entre em contato pelo telefone **0800 570 0800**

27. Sites Úteis

Endeavor: <https://endeavor.org.br/>

Época Negócios: <https://epocanegocios.globo.com>

InfoMoney: <https://www.infomoney.com.br>

Pequenas Empresas & Grandes Negócios - G1: <https://g1.globo.com>

Portal Administradores: <https://administradores.com.br>

Sebrae: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae>

28. Investimentos e faturamento

O valor do investimento em um ateliê de costura depende de muitos fatores, por exemplo, tamanho da loja, número de funcionários, quantidade de produtos oferecidos e localização do ponto de venda. No entanto, estima-se que os investimentos iniciais para se abrir um ateliê de costura na estrutura de 50 M² proposta anteriormente seja de aproximadamente:

INVESTIMENTO FIXO

INVESTIMENTOS FINANCEIROS

DESPESAS PRÉ OPERACIONAIS

R\$ 33.000,00

R\$ 15.000,00

7.000,00

O investimento fixo corresponde às despesas iniciais com todos os bens necessários para que a empresa realize suas atividades, por exemplo: máquinas e equipamentos. Estimar qual será o investimento fixo necessário é um dos primeiros passos de um plano financeiro. Uma opção para o empreendedor que está iniciando, é fazer buscas de equipamentos de segunda mão, com isso, poderá encontrar bons produtos a um preço mais acessível, diminuindo o investimento inicial.

Despesas pré-operacionais são aquelas fundamentais para que a empresa consiga desenvolver ou mesmo ampliar as suas atividades. Elas podem estar ou não diretamente ligadas à produção. Isso porque podem incluir, também, gastos com setor administrativo. Exemplos de despesas pré-operacionais são: despesas de instalação e de organização, honorários dos profissionais envolvidos, encargos financeiros e gastos com estudos de viabilidade econômica e elaboração de projetos e pesquisa mercadológica, divulgação inicial,

entre outros.

Os investimentos financeiros abrangem o investimento inicial em estoque e capital de giro.

Lembrando que os valores aqui apresentados são apenas previsões, eles foram previstos considerando a estrutura física e os equipamentos descritos, respectivamente, nos tópicos 5 e 7 desta ideia de negócio, cujo Investimento inicial total perfaz o montante de \$ 55 mil reais. Desse valor, 60% é destinado a investimentos fixos (máquinas, equipamentos e mobiliário); 27% para cobrir os investimentos financeiros (que inclui o investimento inicial de estoque de matéria prima e o capital de giro, que será detalhado no próximo tópico) e os outros 13% para as despesas pré-operacionais (despesas com legalização, reformas, divulgação, instalações e montagens, e fachada).

O empresário pode acessar também o simulador de negócios do SEBRAE , para simular valores e estimativas desses equipamentos. A previsão é que o faturamento mensal seja de R\$ 30 mil reais.

Vale ressaltar que os valores são apenas estimativos, não devendo, portanto, o empreendedor negligenciar pesquisas mais profundas antes de montar sua empresa. É importante que o empreendedor elabore um Plano de Negócios antes de iniciar o empreendimento, onde os valores necessários à estruturação da empresa podem ser mais detalhados, em função dos objetivos estabelecidos de retorno e alcance de mercado.

Nessa etapa, é indicado que o empreendedor procure o Sebrae para consultoria adequada ao seu negócio, levando em conta suas particularidades. O empreendedor também poderá basear-se nas orientações propostas por metodologias de modelagem de negócios, em que é possível analisar o mercado no qual estará inserido, mapeando o segmento de clientes, os concorrentes, a mão de obra necessária, fornecedores, as atividades chave, as parcerias possíveis, sua estrutura de custos e fontes de receita

