

**COMO  
MONTAR**

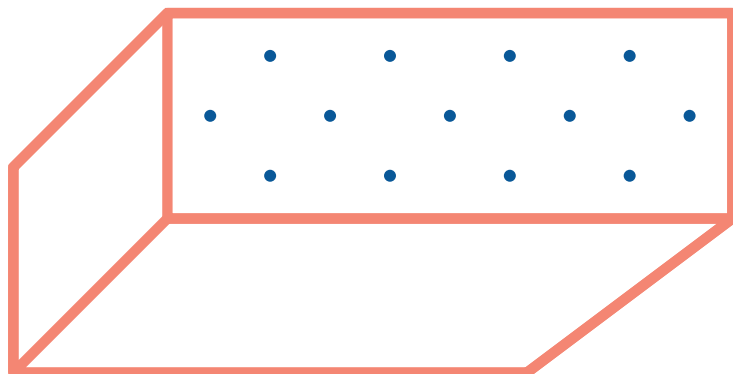
**UMA  
EMPRESA DE  
CONSERVACAO DE  
ROUPAS**



[www.sebraeatende.com.br](http://www.sebraeatende.com.br)

# SUMÁRIO

Apresentação do Negócio	6
Localização	7
Exigências legais	8
Estrutura e pessoal (equipe e equipamentos)	10
Matéria-prima e mercadorias	11
Investimento e Capital de Giro	12
Canal de Distribuição	14
Custos	14
Agregação de valor	15
Divulgação	15
Informações tributárias	16
Dicas de Negócios	18
Bibliografia	19



# IDEIAS E OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS

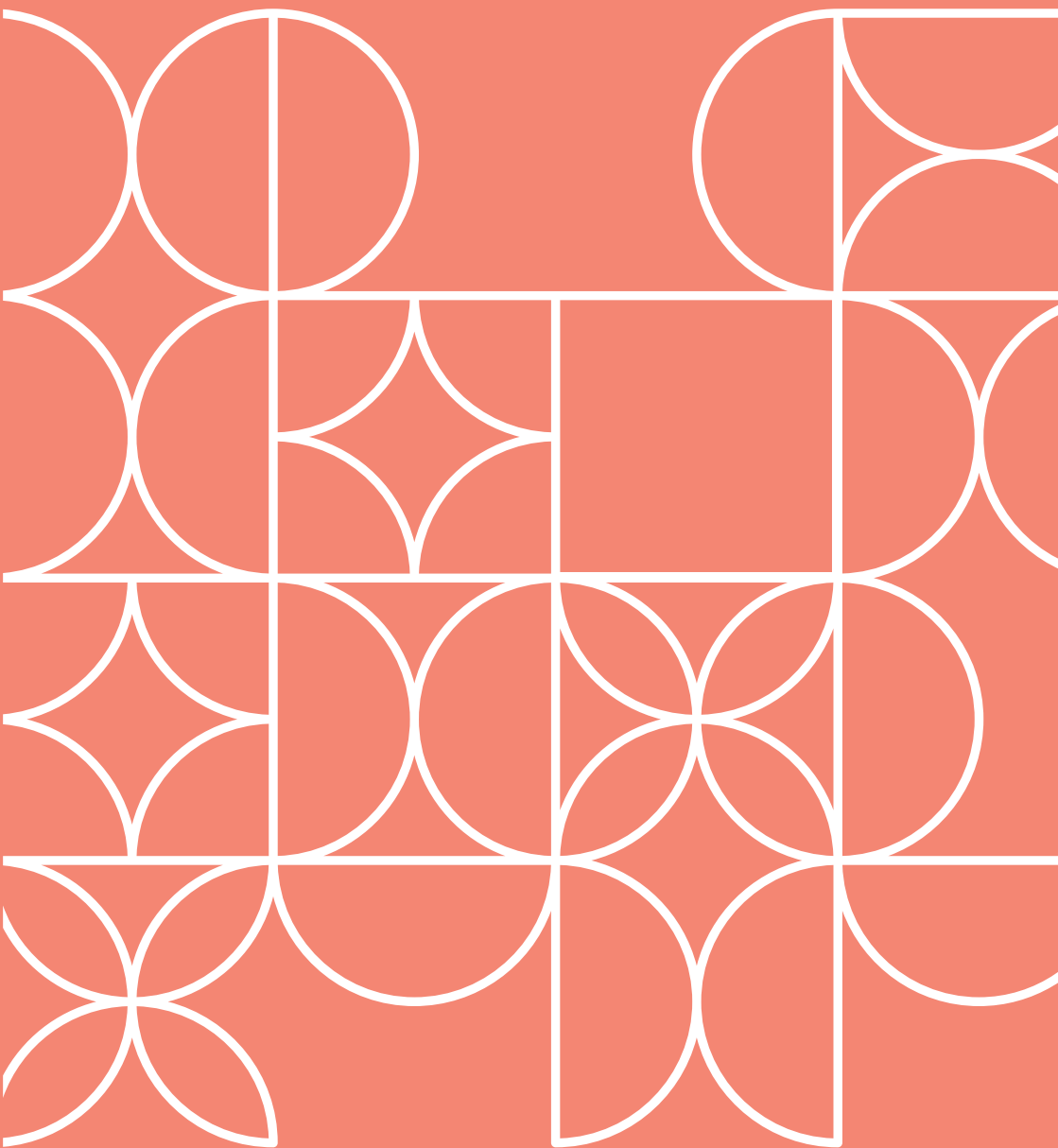
## Quer se tornar um empreendedor mas não sabe por onde começar?

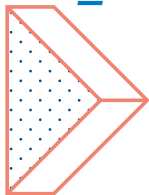
Esta Série é para quem quer descobrir as melhores ideias de negócios lucrativos.

A Série Como Montar traz um perfil de diversos ambientes de negócios para quem está em busca de oportunidades para empreender, apresentando uma visão geral de como cada segmento se posiciona no mercado, quais as variáveis que os afetam, como elas se comportam, qual a estrutura, equipamentos e pessoal para composição do negócio, oferecendo as informações necessárias sobre como fazer o seu empreendimento acontecer na prática.

Mas atenção, futuros empresários: as cartilhas desta Série não substituem o Plano de Negócio. Para elaborá-lo, procure o Sebrae. Dispomos de uma grande variedade de soluções em apoio ao pequeno empreendedor.

**Consulte regularmente o site [www.sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br), descubra quais programas podem atender melhor às necessidades do seu negócio e comece hoje mesmo a colocar em prática tudo que aprendeu.**





## APRESENTAÇÃO DO NEGÓCIO

A moda brasileira consagra-se atualmente como um grande negócio, reconhecido internacionalmente. No Brasil, o setor é considerado como uma expressão da diversidade cultural do país e detentora de grande potencial econômico.

O Brasil é o 6º maior parque têxtil do mundo e é referência nos segmentos jeanswear, homewear e beachwear e produz anualmente 9,8 bilhões de peças de vestuário. O setor têxtil é responsável por cerca de 3,5% de todo o PIB do Brasil e sua cadeia produtiva soma um total de aproximadamente 30 mil empresas, movimentando US\$ 46 bilhões/ano e empregando 1,65 milhão de trabalhadores.

*É importante lembrar que a moda não se restringe apenas a concepção e confecção de roupas. Os serviços de pós-venda e manutenção (conserto, reparação e customização de roupas) também constituem uma importante etapa dessa atividade econômica. O mercado de conserto de roupas é bastante amplo e requer que o empresário escolha um nicho específico para sua atuação.*

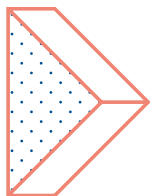
No serviço de pequenos consertos e ajustes de roupas, o empreendedor é, geralmente, o único a trabalhar no negócio. É necessária uma estrutura mínima para exercer este ofício, sendo possível montar sua estrutura em um quiosque ou até em sua própria residência.

Outra alternativa para este modelo é o uso de vans, nas quais são instalados os equipamentos de trabalho. A instalação do ateliê numa van pode permitir que o empreendedor preste seu serviço em várias partes da cidade, aumentando a clientela potencial. Neste caso, é muito importante manter datas fixas para cada localidade onde estacionar o veículo – por exemplo, sempre a cada dia da semana num determinado lugar – de forma a permitir acessibilidade fácil à clientela. Qualquer cidadão que passe pelo empreendimento é um potencial cliente.

A fidelidade deste consumidor é conquistada principalmente pela qualidade do serviço prestado, pontualidade, simpatia e cordialidade do empresário, além do preço. A especialização em determinados consertos, como, por exemplo, ternos ou vestidos de festa também podem constituir um diferencial para o empreendedor em relação à concorrência.

Nesta modalidade de prestação do serviço é muito importante, além da qualidade, a presteza da realização do trabalho. Agilidade no atendimento, rapidez no serviço, pontualidade e qualidade são ingredientes essenciais para o sucesso neste segmento.

Também é muito importante para o sucesso do empreendimento a diversificação da clientela. Quanto menor o número de clientes, maior o risco do empreendedor em momentos de crise ou mesmo durante a baixa estação do comércio. Quanto maior a diversificação de clientes, melhor.



## LOCALIZAÇÃO

A escolha do local de instalação da academia é, seguramente, um dos aspectos mais importantes para o sucesso de um empreendimento deste tipo. Para a definição do local o empreendedor deverá considerar alguns fatores relevantes, dentre eles: concentração e poder aquisitivo dos potenciais frequentadores, e concorrência de clubes e outras academias que exploram o mesmo segmento de público.

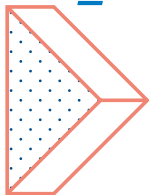
Conhecer bem o local, seja a cidade, bairro ou microrregião onde se pretende abrir a academia, incluindo o perfil econômico dos potenciais clientes, seus hábitos, cultura, locais de concentração ou movimentação de pessoas, assim como as opções de lazer e esporte já existentes, podem ajudar a definir o tipo de serviço ou atividade física que se vai oferecer.

- *O preço do aluguel;*
- *A compatibilidade entre o público local e o padrão de serviço a ser prestado: maior renda, maior sofisticação; menor renda, menor preço;*
- *Visibilidade: se não se sabe (ou se vê) que naquela localização existe o prestador de serviço, não se vai lá atrás do serviço;*
- *Conforto: estacionamento pra quem vai de carro; ambiente agradável e espaçoso para comportar momentos de picos de demanda.*

Se o atendimento for destinado ao público em geral é importante que a loja possua boa visualização em área de grande fluxo de pessoas, próxima ao local de residência ou de trabalho do público-alvo. Bairros populosos, regiões centrais de cidades e proximidades de condomínios são locais bastante adequados para a instalação deste tipo de perfil.

Caso o empreendedor queira se especializar no atendimento a lojas de roupas é recomendável que as instalações sejam próximas de seus clientes. Porém, também é possível implantar a empresa em áreas mais afastadas, embora isso gere uma provável perda na eficiência do processo, principalmente no que se refere aos prazos de entrega. Para evitar este entrave, é importante que o empresário seja bem organizado em relação às datas de coleta e entrega das peças.

Em todos os casos, o imóvel que você escolher para montar sua empresa deve atender às necessidades operacionais do negócio, ter possibilidade de expansão e disponibilidade dos serviços de água, luz, esgoto, telefone e internet. Em relação aos custos, na tomada de decisão para localização, analise fatores tais como custo de adaptação do imóvel para a atividade, aluguel, manutenção, necessidade de vale-transporte para os empregados, dentre outros itens.



# EXIGÊNCIAS LEGAIS

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

## Consulta Comercial

Antes de realizar qualquer procedimento para abertura de uma empresa deve-se realizar uma consulta prévia na prefeitura ou administração local. A consulta verifica se no local escolhido para a abertura da empresa é permitido o funcionamento da atividade do empreendimento. Outro aspecto que precisa ser pesquisado é o endereço. Em algumas cidades, o endereço registrado na prefeitura é diferente daquele que todos conhecem. É necessário registrar o contrato social com o endereço que consta na prefeitura, sob pena de ter de refazê-lo.

**Órgão responsável:** · Prefeitura Municipal; · Secretaria Municipal de Urbanismo.

## Busca de nome e marca

Verificar se existe alguma empresa registrada com o nome pretendido e a marca que será utilizada.

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

## Arquivamento do contrato social/Declaração de Empresa Individual

Este passo consiste no registro do contrato social. Verifica-se também, os antecedentes dos sócios ou empresário junto a Receita Federal, por meio de pesquisas do CPF.

**Órgão responsável:** Junta Comercial ou Cartório (no caso de Sociedade Simples).

## Solicitação do CNPJ

O primeiro passo para tirar seu CNPJ é definir qual será a área de atuação da sua empresa, como por exemplo vestuário, alimentação, transporte, etc. Em seguida, você também definirá qual o tipo do CNPJ. Há cinco opções: Microempreendedor Individual (MEI), Empresário Individual (EI), Empresário Individual de Responsabilidade Limitada (EIRELI), Sociedade Limitada (Ltda), Sociedade Anônima (S.A.) O processo burocrático pode levar de 1 a 3 meses, dependendo da agilidade dos serviços em seu município, e passa por várias instâncias. Se você não optar pelo MEI, é melhor contratar um contador para ajudar nessa fase e orientar no preenchimento de toda a papelada.

**Órgão responsável:** Receita Federal



### Solicitação da Inscrição Estadual

A Inscrição Estadual é um número liberado pela Secretaria de Fazenda de cada estado no cadastro do ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e prestação de Serviços) da empresa. É o registro formal do negócio junto à Receita Estadual.

**Órgão responsável:** Receita Estadual

### Alvará de licença e Registro na Secretaria Municipal de Fazenda

O Alvará de licença é o documento que fornece o consentimento para empresa desenvolver as atividades no local pretendido. Para a concessão do alvará, a vigilância sanitária faz inspeção no local para averiguar se está em conformidade com a Resolução RDC nº 216/MS/ANVISA, de 16/09/2004. Quando o atendimento é realizado no próprio domicílio, a obtenção do alvará de funcionamento é condicionada a declaração explícita dos vizinhos de que a atividade não traz prejuízos à comunidade, autorizando o funcionamento do estabelecimento.

**Órgão responsável:** Prefeitura ou Administração Municipal; Secretaria Municipal da Fazenda

### Matrícula no INSS

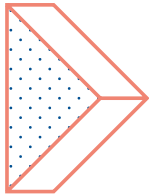
O CEI é o Cadastro Específico do INSS. Este cadastro é usado para pessoas físicas equiparadas a empresa, ou seja, pessoas físicas que tem o mesmo "status" que uma empresa. Funciona como um CNPJ, e serve para o equiparado a empresa exercer sua atividade profissional. Quem tem esse cadastro é uma pessoa física que tem equiparação à empresa.

**Órgão responsável:** Instituto Nacional de Seguridade Social; Divisão de Matrículas – INSS

Além de todos esses procedimentos, é muito importante lembrar que essa atividade exige o conhecimento do Código de Defesa do Consumidor- Lei nº. 8.078/1990. As empresas que fornecem serviços e produtos no mercado de consumo devem observar as regras de proteção ao consumidor, estabelecidas pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC).

É importante que o empreendedor saiba que o CDC somente se aplica às operações comerciais em que estiver presente a relação de consumo, isto é, nos casos em que uma pessoa (física ou jurídica) adquire produtos ou serviços como destinatário final.

A fim de cumprir as metas definidas pelo CDC, o empreendedor deverá conhecer bem algumas regras que sua empresa deverá atender, tais como: forma adequada de oferta e exposição dos produtos destinados à venda, fornecimento de orçamento prévio dos serviços a serem prestados, cláusulas contratuais consideradas abusivas, responsabilidade dos defeitos ou vícios dos produtos e serviços, os prazos mínimos de garantia, cautelas ao fazer cobranças de dívidas.



## ESTRUTURA E PESSOAL (EQUIPE E EQUIPAMENTOS)

A estrutura necessária para implantação de uma loja de conserto de roupas é bem pequena, podendo até mesmo ser em alguma dependência da residência do empreendedor ou um trailer com dimensões de 3x2 metros para que se possa realizar o serviço.

Com uma boa localização e estrutura, ele poderá receber os pedidos em um balcão e realizar o conserto durante o expediente. No caso de atendimento a outras lojas, a empresa poderá ser implantada em uma pequena sala que, dependendo da demanda, deve ser, minimamente, de 20m<sup>2</sup>.

Essencial para qualquer porte de empreendimento é o cuidado com a iluminação: dada a delicadeza e precisão dos serviços de que trata esta atividade, a ocorrência de sombras ou uma iluminação precária compromete de forma decisiva a qualidade final do trabalho, podendo mesmo causar acidentes, dado o tipo de instrumento utilizado na atividade (tesouras, agulhas). Por outro lado, a disponibilidade ainda que parcial de luz natural, além de contribuir para a luminosidade, pode representar importante economia de energia elétrica e, conseqüentemente, de gastos.

Como em qualquer outro empreendimento, os departamentos deverão ser separados da melhor forma para que seja possível conseguir a maior produtividade possível de cada colaborador. O imóvel deve oferecer a infraestrutura necessária para a instalação do negócio como internet banda larga, água, gás, eletricidade, rede de esgoto, vias de transportes e de comunicação e, ainda, propiciar o seu crescimento. Cuidado com imóveis situados em locais sem ventilação, úmidos, sujeitos a inundações ou próximos às zonas de risco. Consulte a vizinhança a respeito.

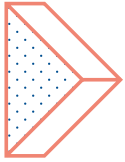
O pessoal necessário para uma loja de conserto de roupas irá variar de acordo com o tamanho do empreendimento. Muitas vezes basta o proprietário para atender à demanda; caso a quantidade de trabalho seja superior à capacidade deste indivíduo, não é difícil subcontratar costureiros (as) para atender ao cliente.

Para empreendimentos de maior porte, a mão de obra deve ser dimensionada de acordo com a estimativa de peças que deverão ser ajustadas em determinado período. Neste caso é muito importante lembrar que o setor de vestuário é muito sazonal, atingindo seu pico nos últimos meses de cada ano. Assim, é fundamental que o empresário realize um dimensionamento de seu pessoal para os períodos de menor demanda e elabore um planejamento de contratação de mão de obra temporária, ou mesmo subcontratação de serviços para os períodos de maior movimento. No caso de excesso de demanda, o único profissional que deverá ser contratado é para o cargo de costureiro (a).

O proprietário deverá ser responsável por toda a gestão do negócio, incluindo a parte financeira e comercial. De um profissional desta área espera-se competência e

atualidade profissional, ética, educação, simpatia e cordialidade. Estas qualidades – se não inatas no profissional – podem ser desenvolvidas através da leitura de publicações especializadas, participação em seminários, congressos, cursos e outras formas de aprimoramento. O SEBRAE da localidade poderá ser consultado para aprofundar as orientações sobre o perfil do pessoal e treinamentos adequados.

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



## MATÉRIA-PRIMA E MERCADORIAS

A gestão de estoques no varejo é a procura do constante equilíbrio entre a oferta e demanda. Este equilíbrio deve ser sistematicamente aferido através de 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 através das 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.

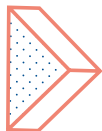
### Cobertura dos estoques

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

Os indicador de nível de serviço ao cliente para o ambiente do varejo de pronta entrega; 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.

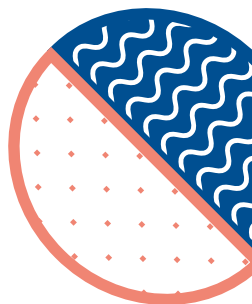
*Portanto, o estoque dos produtos deve ser mínimo, visando gerar o menor impacto na alocação de capital de giro. O estoque mínimo deve ser calculado levando-se em conta o número de dias entre o pedido de compra e a entrega dos produtos na sede da empresa. Não é aconselhável ao empreendedor manter grandes estoques de matéria prima neste setor, o que implica em maior necessidade de capital de giro. A aquisição das matérias-primas pode ser fácil e imediatamente realizada em armazéns, atacadistas ou representantes especializados, de acordo com a demanda.*



## INVESTIMENTO E CAPITAL DE GIRO

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

- 1 Máquina de costura reta
- 1 Máquina de costura overlock
- utensílios em geral
- 1 mesa
- 1 cadeira
- 1 ferro de passar roupas
- 1 tábua de passar roupas



O valor do investimento para empreendimentos de maior porte, com até quatro funcionários, os equipamentos necessários são:

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

Além dos equipamentos para prestação de serviço, o empreendedor também precisa de material mínimo para a administração do negócio e oferecer um conforto mínimo a seus clientes:

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

*Nesse sentido, utilizar os espaços de fitness dos condomínios como meio de aproximar sua academia aos clientes, é uma ideia interessante.*

*Importante ressaltar que muitos dos equipamentos podem ser comprados usados, barateando ainda mais os investimentos iniciais.*

O projeto ainda exige a formação de um capital de giro mínimo. Capital de giro é o montante de recursos financeiros que a empresa precisa manter para garantir fluidez dos ciclos de caixa. Ele funciona com uma quantia imobilizada da empresa para suportar as oscilações de caixa. O capital de giro é regulado pelos prazos praticados pela empresa, são eles:

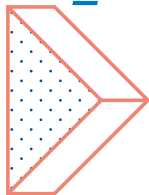
- *prazos médios recebidos de fornecedores (PMF);*
- *prazos médios de estocagem (PME); e*
- *prazos médios concedidos a clientes (PMCC).*

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 aporte 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.

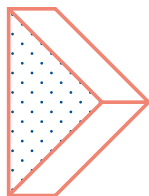
Neste caso, deve-se atentar para quanto do dinheiro disponível em caixa é necessário para honrar compromissos de pagamentos futuros (fornecedores, impostos). Portanto, retiradas e imobilizações excessivas poderão fazer com que a empresa venha a ter problemas com seus pagamentos futuros. Um fluxo de caixa, com previsão de saldos futuros 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. Um bom número, é reservar em torno de 15% do montante investido na instalação do empreendimento para garantir o equilíbrio de contas do negócio.



## CANAL DE DISTRIBUIÇÃO

Os canais de distribuição são os meios utilizados pelas empresas para escoar sua produção e ofertar seus serviços. Eles não só satisfazem a demanda através de produtos e serviços no local, em quantidade, qualidade e preço corretos, mas, também, têm papel fundamental no estímulo à compra, através das atividades promocionais.

No caso de empresas de consertos de roupas, o empreendedor pode prospectar, principalmente, dois canais de distribuição: o primeiro, mais tradicional, é a realização da distribuição no próprio empreendimento sob encomenda. Uma segunda alternativa seria o empreendedor propor os serviços de reparos e ajustes diretamente junto a pequenas empresas de confecção realizando a etapa do pós-venda.



## CUSTOS

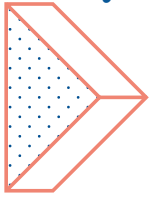
São todos os gastos realizados na produção e que serão incorporados posteriormente no preço dos produtos ou serviços prestados, como: aluguel, água, luz, salários, honorários profissionais, despesas de vendas, matéria-prima e insumos consumidos no processo de produção. O cuidado na administração e redução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

Quanto menores os custos, maior a chance de ganhar no resultado final do negócio. É importante notar que, diminuindo os custos, menor também será a necessidade de disponibilidade de capital de giro, liberando recursos para novos investimentos produtivos ou aumentando a lucratividade do empreendimento.

Na maioria dos casos, os custos típicos deste tipo de empreendimento devem considerar os seguintes itens abaixo:  
tecer ao cliente conforto, comodidade, variedade, e principalmente, profissionalismo.

- *Salários e pró-labore do empreendedor*
- *Tributos, impostos, contribuições e taxas*
- *Aluguel, taxa de condomínio, segurança*
- *Água, Luz, Telefone e acesso a internet*
- *Limpeza, higiene, manutenção*
- *Assessoria contábil*

- *Propaganda e Publicidade da empresa*
- *Aquisição de matéria-prima e insumos*
- *Juros e amortização de financiamentos*



## AGREGAÇÃO DE VALOR

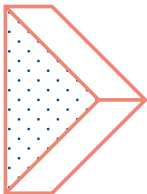
Agregar valor é dar um salto de qualidade em uma ou mais características do produto ou serviço, que de fato são relevantes para a escolha do consumidor. Não basta possuir algo que os produtos concorrentes não oferecem, é necessário ter uma vantagem competitiva reconhecida pelo cliente e que aumente o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

A atividade de conserto de roupas nem sempre é contínua, podendo apresentar alguns períodos de capacidade ociosa no estabelecimento. Por outro lado, há que se considerar a disponibilidade de habilidades na área de costura e equipamentos parados.

Uma das possibilidades que se apresenta para evitar esta situação é iniciar, nos momentos de falta de trabalho, alguma atividade simples de produção própria, que poderá ser eventualmente vendida. Esta pode inclusive ser um embrião de um futuro “upgrade” da atividade, que – dependendo do sucesso deste uso do tempo – possa evoluir para atividades mais sofisticadas, até mesmo uma pequena confecção.

Outra opção para os períodos de baixa demanda é o trabalho de customização de roupas e acessórios. Essa proposta tem atraído um público cada vez mais que ao invés de adquirir novos produtos opta por dar “uma nova cara” aos produtos já existentes.

Sempre é possível propor melhorias e novidades, para isso é indicado observar hábitos, ouvir as pessoas e criar novos produtos e novos serviços, com o objetivo de ampliar os níveis de satisfação dos clientes.



## DIVULGAÇÃO

A divulgação é um componente fundamental para o sucesso de qualquer empresa. Planeje campanhas publicitárias adequadas ao orçamento da empresa, mas que atendam à sua região de abrangência e às peculiaridades do local.

O empreendedor pode utilizar diversos canais de propaganda, de acordo com o porte do empreendimento e a capacidade de investimento. Um pequeno estabelecimento poderá utilizar-se de panfletos a serem distribuídos de forma dirigida, em locais de

grande circulação de pessoas (próximos ao estabelecimento), ou no bairro onde está localizado. Os cartões de visitas também são muito úteis para entregar a clientes potenciais ou fidelizados.

Na medida do interesse e da sua capacidade orçamentária, você pode fazer anúncios em jornais de bairro, jornais de grande circulação, rádio, revistas, outdoor e internet. Entretanto, o contato pessoal é imprescindível particularmente para aqueles empreendedores que se propõem a atender às lojas. A propaganda boca a boca é extremamente eficaz neste segmento, o que aumenta a importância de oferecer serviços de qualidade, visando a garantir a propaganda positiva junto às pessoas que poderão tornar-se clientes.



## INFORMAÇÕES TRIBUTÁRIAS

O segmento de conserto de roupas, assim entendido pela CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) 9529-1/99 como atividade de reparação de artigos de tecidos, poderá optar pelo SIMPLES Nacional - Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas ME (Microempresas) e EPP (Empresas de Pequeno Porte), instituído pela Lei Complementar nº 123/2006, desde que a receita bruta anual de sua atividade não ultrapasse a R\$ 360 mil para micro empresa R\$ 4,8 milhões 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);*
- *ISSQN (imposto sobre serviços de qualquer natureza);*
- *INSS (contribuição para a Seguridade Social relativa a parte patronal).*

Conforme a Lei Complementar nº 123/2006, as alíquotas do SIMPLES Nacional, para esse ramo de atividade, variam de 6% a 33%, 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\$ 81 mil, 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:

### *I) Sem empregado*

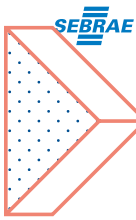
- *5% do salário mínimo vigente - a título de contribuição previdenciária do empreendedor;*
- *R\$ 5,00 a título de ISS - Imposto sobre serviço de qualquer natureza.*

*II) Com um empregado: (o MEI poderá ter um empregado, desde que o salário seja de um salário mínimo ou piso da categoria)  
O empreendedor recolherá mensalmente, além dos valores acima, os seguintes percentuais:*

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

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

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



# DICAS DE NEGÓCIOS

Qualquer atividade da vida social ou pessoal, quanto melhor planejada melhor será executada. Assim, o tempo que se gasta antes de começar é dinheiro que se deixa de perder: os problemas, prováveis ou meramente possíveis, já foram pensados e a solução equacionada antes que ele vire perda. Entretanto, de nada vale planejar se não for para cumprir o planejamento.

Isto não significa um engessamento das ações, pois o planejamento é um instrumento dinâmico. Mas o foco não deve ser perdido, mesmo que ao longo do processo algumas das coisas que se planejou tenham que ser revistas e/ou adaptadas.

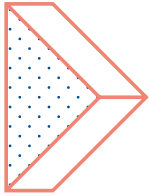
Um caso típico desta flexibilidade é a frequente aparição de gastos imprevistos nos 100 primeiros dias da empresa. Isto ocorre com frequência quando existe excesso de otimismo no cálculo das possibilidades da empresa, sacrificando o capital de giro. A recomendação é sempre considerar uma hipótese menos otimista, evitando surpresas desagradáveis. Outro cuidado relevante é com o foco da empresa. É fundamental evitar a tentação de improvisar para agregar valor, pois o risco é de acabar fazendo muitas coisas e mal feitas. Avalie permanentemente a receptividade da clientela à venda de produtos.

Investir na qualidade global de atendimento ao cliente, ou seja: qualidade do serviço, ambiente agradável, profissionais atenciosos, respeitosos e interessados pelo cliente, além de comodidades adicionais com respeito a estacionamento, facilidade de agendamento de horário, cumprimento de horário ou prazos, vão fazer a diferença na escolha do cliente.

Procurar fidelizar a clientela também com ações de pós-venda, como remessa de cartões de aniversário, comunicação de novos serviços e novos produtos ofertados. O empreendedor deve estar sintonizado com a evolução do setor, pois esse é um negócio que requer inovação e adaptação constantes, em face das novas tendências que surgem dia a dia.

Nessa perspectiva, um bom acompanhamento de mercado, com monitoramento dos concorrentes, das tendências do setor, das inovações de produtos e a participação em feiras e eventos, podem ser ferramentas valiosas para a determinação de estratégias competitivas para o negócio.





## BIBLIOGRAFIA

- Unidade de Orientação Empresarial [www.sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br) Sindicato das Indústrias do
- Vestuário do Distrito Federal [sindiveste@fibra.org.br](mailto:sindiveste@fibra.org.br)
- Sindicato das Costureiras e Trabalhadores nas Indústrias do Vestuário de São Paulo e Osasco. - [www.costureirassp.org.br](http://www.costureirassp.org.br)
- Antigas empresas resistem ao tempo [www.pegntv.globo.com/Pegn/0,6993,LIR157588-5027,00.html](http://www.pegntv.globo.com/Pegn/0,6993,LIR157588-5027,00.html)
- ABIMAQ - Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos - <http://www.abimaq.org.br>
- Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção <http://www.abit.org.br>
- Dicas e moldes de peças [www.moldesmodelitus.com.br](http://www.moldesmodelitus.com.br) Indústria da Moda e Negócios. Disponível em: <http://www.sindivest.org.br/content/news/artigos.asp> Acesso em 12 de setembro de 2011. Estatísticas do setor. Disponível em <http://www.abr.avest.org.br/?p=show&cat=5>. Acesso em 12 de setembro de 2011.
- Calendário do setor. Disponível em [http://www.abit.org.br/site/agenda.asp?id\\_menu=5&idioma=PT&rnd=20119219946664](http://www.abit.org.br/site/agenda.asp?id_menu=5&idioma=PT&rnd=20119219946664) Acesso em 15 de setembro de 2011.
- Moda. Disponível em <http://www.cultura.gov.br/site/pnc/diagnosticos-edesafios/manifestacoes-culturais/moda/> Acesso em 16 de setembro de 2011.
- O mercado da moda. Disponível em <http://www.designbrasil.org.br/setoresprodutivos/omercado-de-moda> Acesso em 17 de setembro de 2011.
- R\$ 136 bilhões serão movimentados pelo mercado de moda no Brasil. Disponível em <http://www.sucessonews.com.br/r-136-bilhoes-serao-movimentados-pelo-mercado-demoda-no-brasil/> Acesso em 20 de setembro de 2011
- Calendário de feiras e eventos de moda em 2011. Disponível em <http://www.brascol.com.br/novo/noticias/detalhes/75/Calendario-de-Feiras-e-Eventos-de-Moda-2011-> Acesso em 20 de setembro de 2011.



*Quer saber mais?*

*Acesse o site do Sebrae e conheça outros conteúdos.*

[www.sebraeatende.com.br](http://www.sebraeatende.com.br) 0800 570 0800



SebraeBahia