

Confecção



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.....	7
Organização do Processo Produtivo.....	8
Automação.....	10
Canais de Distribuição.....	11
Investimentos.....	11
Capital de Giro.....	12
Custos.....	13
Diversificação/Agregação de Valor.....	14
Divulgação.....	15
Informações Fiscais e Tributárias.....	15
Eventos.....	17
Entidades em Geral.....	18
Normas Técnicas.....	18
Glossário.....	21
Dicas de Negócio.....	26
Características Específicas do Empreendedor.....	27
Bibliografia Complementar.....	28
Fonte de Recurso.....	30
Planejamento Financeiro.....	30
Produtos e Serviços - Sebrae.....	32
Sites Úteis.....	33

1. Apresentação de Negócio

A indústria têxtil e de confecção é bastante ampla e é composta por várias etapas produtivas inter-relacionadas. Basicamente, podem ser destacadas quatro delas: a fiação, a tecelagem, o acabamento e a confecção. Na etapa final, os produtos podem tomar a forma de vestuário, de artigos para o lar (cama, mesa, banho, decoração e limpeza), ou para a indústria (filtros de algodão, componentes para o interior de automóveis, embalagens etc.). O produto final de cada uma dessas fases é a matéria prima da fase seguinte, o que denota a cadeia têxtil e de confecção um caráter bastante diversificado, sendo cada setor composto por grande número de segmentos diferenciados, com dinâmicas, estruturas físicas e players próprios (SEBRAE SC, 2010)

No setor de confecção, evidencia-se uma maior presença de micros e pequenos empreendimentos fortemente pulverizados ao longo do território nacional, sendo este o mais intensivo em mão-de-obra. O setor têxtil teve seu início em Blumenau, município da região do Vale do Itajaí. De acordo com o recorte regional definido pelo SEBRAE/SC, a maior concentração destas empresas está localizada nas coordenadorias regionais do Vale do Itajaí, Foz do Itajaí e Norte (SEBRAE SC, 2010).

Dito isso, uma empresa de serviço de confecção pode funcionar basicamente de duas maneiras:

- Produzir por encomenda: os clientes solicitam o pedido para a empresa que irá produzir e entregar o que foi solicitado nos prazos estabelecidos;
- Produção de peças para revenda: a empresa irá desenvolver uma coleção de produtos que será posteriormente vendido para varejistas e atacadistas fazerem a revenda para o cliente final.

Dito isso, o empresário deve identificar qual modelo de negócio se encaixa melhor nos seus objetivos para o futuro da empresa e a partir daí desenvolver esse modelo de negócio considerando estudos de mercado para obter maior sucesso no empreendimento.

2. Mercado

O setor têxtil e de confecção brasileiro tem destaque no cenário mundial, não apenas por seu profissionalismo, criatividade e tecnologia, mas também pelas dimensões de seu parque têxtil: é a quinta maior indústria têxtil do mundo e a quarta maior em confecção; o segundo maior produtor de denim e o terceiro na produção de malhas. Autossuficiente na produção de algodão, e com grandes investimentos na produção de fibras químicas, o Brasil produz 9,8 bilhões de peças confeccionadas ao ano (dessas, cerca de 6,5 bilhões em peças de vestuário), sendo referência mundial em beachwear, jeanswear e homewear. Outros segmentos também vêm ganhando mercado internacional, como a moda feminina, masculina e infantil, além do fitness e moda íntima (CNI/ABIT, 2012).

De acordo com a ABIT - Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção no ano de 2018 o faturamento da cadeia têxtil e de confecção foi de US\$ 51,58 bilhões. Além disso, ainda nesse mesmo ano houve um investimento no setor de R\$ 3,1 milhões. Esse setor é o segundo maior empregador da indústria de transformação, perdendo apenas para alimentos e bebidas (juntos) e o segundo maior gerador do primeiro emprego.

A indústria têxtil no Brasil tem mais de 200 anos e o país possui a maior cadeia têxtil completa do ocidente: desde a produção das fibras, como plantação de algodão, até os desfiles de moda, passando por fiações, tecelagens, beneficiadoras, confecções e forte varejo. O Brasil é o único país da América do Sul a ocupar lugar de destaque no setor: responde por 2,4% da produção mundial de têxteis e por 2,6% da produção mundial de vestuário

No primeiro trimestre de 2019, o acumulado da produção de vestuário chegou a 1,2 bilhões de peças. Até 2021 a estimativa é de crescimento acumulado de 13% do mercado de moda no Brasil, com média de 3,1% ao ano, o que pode levar a recorde de produção, de 6,68 bilhões de peças.

Em uma área tão promissora, os desafios de mercado são constantes. Dentre elas, podemos destacar a concorrência, sustentabilidade, funcionários capacitados, aumento do custo da matéria prima, impostos e burocracia. A China, por exemplo, é uma forte concorrente, com alta tecnologia, mão de obra barata e uma política de impostos bem mais competitiva que a realidade brasileira. Além disso a questão da sustentabilidade e do desenvolvimento sustentável deve ser levada cada vez mais a sério pois os impactos ambientais na produção de roupas é gigantesco.

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, uma empresa de serviços de confecção deve buscar um imóvel que atenda as suas necessidades operacionais e que caiba no orçamento da empresa.

Além disso, a decisão sobre o local de instalação de uma empresa de confecção está diretamente relacionado com a existência de stakeholders próximos (confecções, magazines, varejistas, atacadistas, fornecedores), com a disponibilidade de mão de obra, de fácil acesso, e de preferência de baixo custo; com os incentivos fiscais ofertados por aquela localidade e etc. .

É importante fazer visitas ao ponto em que se está pretendendo montar o negócio para verificar se o trajeto possui engarrafamentos, se é de fácil acesso, se existem fornecedores próximos. 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. Portanto, é necessário pensar nas questões: acessibilidade, comodidade, visibilidade, vizinha e segurança.

Encontrar o equilíbrio entre a busca por locais onde o custo de instalação seja mais baixo e, ao mesmo tempo, estar perto o suficiente de fornecedores, clientes, residência de empregados é o grande desafio neste processo. O empreendedor deve avaliar a relação custo/benefício para a instalação do negócio.

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 negócio de serviço de confecção 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, para obter o alvará de funcionamento;
- 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.
- Resolução CONMETRO No- 6, de 19 /12/2005 (publicada no D.O.U. de 26 de dezembro de 2005, seção 1, pág. 119 e seguintes) - Dispõe sobre a aprovação da Regulamentação Técnica de Etiquetagem de Produtos Têxteis.
- Resolução CONMETRO nº 2, de 13/12/2001, aprovou o Regulamento Técnico de Etiquetagem em Produtos Têxteis.

5. Estrutura

A estrutura de qualquer empreendimento é fator determinante para que sejam evitados custos desnecessários, que os clientes sejam valorizados e os produtos possam ser elaborados ou comercializados com a melhor qualidade possível (YANAZE, 2007).

A área mínima necessária para uma pequena facção produzir em torno de 50 e 100 peças diariamente é de de aproximadamente 60m² que podem ser divididos em: recepção de matéria prima, estocagem de matéria prima, estocagem de produtos em acabamento, estocagem de produtos acabados, sala de montagem (costura e acabamento), passadoria, revisão e embalagem, expedição, área administrativa, área de exposição de produtos. No entanto, o tamanho do empreendimento pode variar de acordo com o interesse do dono.

Por se tratar de um ambiente fabril todo o layout do empreendimento deve ser cuidadosamente pensando a fim de otimizar o dia a dia da produção. O arranjo físico é muito importante para a produtividade, pois o fluxo dos processos pode ser otimizado ou prejudicado em função da distribuição física dos equipamentos. O layout deve ser bem estudado porque as alterações futuras podem ser custosas ou mesmo não praticáveis.

No *layout por processo*, por exemplo, cada estação de trabalho é relativamente autônoma e um produto vai para qualquer estação de trabalho que seja necessária para realizar a operação seguinte para completar o produto. Esse tipo de layout normalmente é utilizado por empresas que trabalham sob encomenda.

Além disso, o ambiente deve ser bem iluminado, arejado, com sinalização interna, espaço para estacionamento, banheiros internos, espaço para descanso dos funcionários, livre de poluição visual e sonora. O ambiente também deve obedecer as normas de segurança do trabalho.

Outro aspecto a ser observado refere-se à adequação (ergonomia) dos postos de trabalho, pois em função da duração e caráter repetitivo das atividades realizadas, é muito importante que os funcionários estejam bem acomodados, em cadeiras e acessórios apropriados para evitar problemas de saúde ocupacional.

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.

O quadro de pessoal ideal para uma empresa de serviço de confecção irá incluir: uma estilista e modelista, quatro costureiras, duas passadoras, um supervisor de produção, um gestor de estoques e dois auxiliares administrativos. Entretanto, esse quadro pode variar e depender das necessidades identificadas pelo empreendedor.

A modelista/estilista teria a responsabilidade de realizar os desenhos das peças e confeccionar os moldes. As costureiras são responsáveis por todo o processo produtivo das peças e são essenciais para o funcionamento do empreendimento. As passadoras irão garantir que as peças não estejam amarrotadas quando entregues para os clientes. O supervisor de produção deve se certificar de que todo o processo produtivo está acontecendo da maneira mais eficiente e eficaz.

Já o gestor de estoques é responsável por acompanhar os estágios de evolução da produção, armazenar corretamente as peças em acabamento e acabadas e repor as matérias primas quando necessário. E o auxiliar administrativo irá auxiliar o empresário em suas atividades cotidianas e no controle da gestão financeira, organização de arquivos e gerência de informações.

Embora o proprietário deva contratar as pessoas mais adequadas tecnicamente para cada cargo, ele deve avaliar também competências subjetivas, como: empatia, simpatia, persistência, ser assertivo, ter foco, organização e comunicação.

Em relação ao assistente administrativo, este deve estar em constante atualização na área de informática. Além disso, outras competências para esse cargo são: comunicação, responsabilidade, saber administrar o tempo, saber lidar com números, paciência e confiabilidade. A pessoa encarregada com essa função deve auxiliar o dono do negócio em suas atividades cotidianas e no controle da gestão financeira, organização de arquivos e gerência de informações.

A gestão de pessoas da empresa deve cuidar de manter os funcionários motivados e direcionados com o objetivo e com a missão da empresa. Para tanto, a equipe precisa de um propósito (ALBUQUERQUE, 2009). O proprietário deve lembrar seus funcionários da importância da função deles para o desempenho da empresa. Além disso, é relevante que o proprietário conheça seus funcionários para que possa dar as recompensas adequadas para cada um. O empreendedor também pode propor desafios, metas e recompensas, estimular a capacitação constante da equipe. Se possível, propor incentivos para essa capacitação profissional.

O empreendedor pode elaborar um guia com a descrição de cargos e funções da empresa. O objetivo desse guia é apontar quais as tarefas que cada cargo deve exercer dentro da firma (LAS CASAS, 2004). Isso ajuda o funcionário a atender melhor todas as suas atribuições, bem como pode auxiliar o empreendedor no momento em que fizer uma seleção para contratar novos colaboradores. No ato da contratação, o empreendedor deve visar à qualificação dos profissionais, para que se possa atingir qualidade nos serviços prestados.

Por se tratar de uma atividade que é basicamente manufatureira e que possui normalmente em seu quadro de funcionários pessoas com baixo grau de instrução, apresenta alta taxa de rotatividade. Este fato gera grandes problemas de continuidade do trabalho, garantia de qualidade e cumprimento aos prazos contratados. Por isso, o empresário deve estar sempre atendo aos níveis de satisfação de seus colaboradores.

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

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.

Normalmente as atividades de uma empresa de serviços de confecção exigem o emprego de equipamentos industriais compatíveis com o serviço a ser executado. O segmento de confecção é muito variado, devido aos tipos de peças do vestuário que podem ser produzidas. Os equipamentos são praticamente os mesmos, mudando o sistema de acabamento e a colocação de acessórios.

A escolha do maquinário, portanto, dependerá de qual seguimento o empresário irá implementar. Dentre as principais máquinas e equipamentos estão: Galoneira, Máquina de costura overlock, Máquina de costura interlock, Máquina de costura reta industrial, Máquina de costura pespontadeira, Máquina de costura refiladora, Máquina de costura zig-zag, Máquina de pregar botões, Máquina de casear, Máquina de fusionar, Máquina de travete, Mesa caseadeira, Ferros a vapor, Mesa de corte, Mesa de passar roupas, Mesa de abrir costura, Pespontadora de coluna, Pespontadora rápida, Talhadeira (corte). Cabe ao empresário identificar qual tipo de maquinário se adéqua melhor ao serviço ofertado.

Além disso, serão necessários armários, mesas e prateleiras, computador, impressora multifuncional, smartphone, móveis de escritório, araras, manequins e estantes. Para a instalação de dois banheiros 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.

É importante ressaltar que para cada processo de costura existe um tipo de linha e agulha apropriados ao tipo de tecido. As agulhas mais finas causam menores danos ao tecido, por

outro lado exigem maior habilidade do profissional.

Outros equipamentos podem ser necessários a depender do tamanho e do tipo de serviço que será oferecido pelo empreendimento. No site da Abimaq – Associação Brasileira de Máquinas e Equipamentos -, o empreendedor poderá encontrar máquinas e equipamentos para indústria têxtil e de confecções.

Esses equipamentos devem estar todos bem organizados no interior do empreendimento, 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).

É importante ponderar que como será feito um alto investimento nos equipamentos, 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 do empreendimento a necessidade de instalação de um sistema de alarmes, bem como a instalação de câmeras de segurança.

8. Matéria Prima/Mercadoria

A matéria prima necessária para o serviço de confecção é constituída basicamente de tecidos e aviamentos (botões, linhas, fechos, ilhós, etc.). Além disso, são consumidos produtos tais como agulhas, giz para marcação, óleos para as máquinas, etc. Os tecidos utilizados no processo de produção devem ser adequados ao tipo de maquinário disponível e a proposta de trabalho da empresa. Portanto, os equipamentos instalados são determinantes para o tipo de matéria-prima (tecidos) que será utilizada.

Para obter a matéria-prima necessária nos processos produtivos o empreendedor deve avaliar quais são os fornecedores que mais se adequam a realidade da empresa em relação à política de preço, de prazo, prazo de entrega e qualidade dos insumos. Ele deve avaliar a possibilidade de obter seus insumos em seu município, estado ou em outras regiões do país. Deve ainda verificar se há oferta permanente em quantidade e na qualidade necessária e qual o custo para obtenção desses insumos.

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). Além de que por ser um ramo em que as estampas, cortes e cores são atualizadas a cada estação, isso pode representar uma perda financeira. Por outro lado, a empresa deve ter matéria prima o suficiente para garantir o funcionamento do negócio, pois a falta de insumos pode representar a perda de uma ou mais vendas.

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: refere-se a quantas vezes o estoque foi vendido e quantas vezes ele

foi repostado em um determinado período de tempo. 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. Se uma loja de roupas possui um estoque de em média R\$ 10 000.00 e vende R\$ 150 000.00 ao ano, seu estoque gira 15 vezes durante o ano.

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 mercadorias que deve ser mantida pela loja para que seja evitado tanto o excesso de produtos como a falta. 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 produto 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 do que comprar para vender até reposição da mercadoria. 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).

O serviço de confecção por se tratar de uma atividade basicamente manufatureira exige bastante cuidado e atenção no processo produtivo. A disposição das máquinas deve seguir a orientação do fluxo produtivo, procurando evitar que os produtos transitem ao longo da área de produção. Muitas vezes a saída para resolver problemas de fluxo de produção depende de ajuda externa de algum especialista em processos. O processo produtivo básico para uma confecção segue apresentado abaixo em suas principais etapas, e pode variar em função das especificidades e porte de cada confecção.

1. **Recebimento e Armazenamento da Matéria prima:** A matéria prima é recebida pelo setor de gestão de estoque e armazenada da maneira mais adequada. Deve-se abastecer os postos de trabalho quando necessário para dar início ao processo produtivo propriamente dito.

2. **Modelagem:** envolve a criação do modelo pelo estilista ou desenhista de moda, confecção dos moldes para corte do tecido, levantamento de pesquisa para compra dos acessórios e tecidos e confecção das peças de mostruário para teste de produção.

3. **Corte:** existem máquinas industriais de corte que necessitam de uma operadora habilitada, para que não ocorra desperdício de tecido. Entretanto, se o corte for manual, tendo em vista que a produção inicialmente será pequena, é fundamental a preparação dos moldes para corte das partes do tecido que formarão a peça final. O corte manual é uma tarefa que exige habilidade do operador. Com o auxílio de uma guilhotina (empresas maiores) ou de uma serra fita ou circular e seguindo os moldes elaborados anteriormente pela modelista, são cortadas em grandes mesas (mesa de corte) várias peças do tecido sobrepostas. Este é um momento delicado do processo produtivo, pois um erro nesta

operação tem pouca chance de ser reparado, representando perda parcial ou total do tecido e atraso na produção para a empresa

4. **Enfesto:** consiste na colocação de uma camada (folha) de tecido sobre a outra, de forma a facilitar o corte simultâneo das peças comercializadas pela empresa. O comprimento do enfesto é definido pelo comprimento do risco, acrescido das tolerâncias. A quantidade de folhas de tecido é definida em função do pedido de peças, do equipamento de corte a ser utilizado e em função da instabilidade do tecido

5. **Overloque:** após o corte, cada pedaço correspondente a uma parte da peça de vestuário receberá o acabamento nas bordas, para evitar o desfiamento, chamado de overloque. O empreendedor não deve esquecer que todas as peças devem ter 1,5 cm de margem para costura e acabamento, e é justamente nestas extremidades que o overloque será aplicado. Dependendo do tipo de tecido este acabamento pode ser feito na costura final.

6. **Costura / montagem:** executada por costureiras, esta é a etapa mais complexa e intensiva em trabalho. Consiste na união de dois ou mais elementos de uma roupa. Nesta fase, as peças são repassadas às costureiras que possuem funções diferenciadas na linha de produção (gola, punho, manga, etiquetas, por exemplo) e que trabalham seguindo uma sequência lógica de tarefas. Durante o processo, são utilizados vários tipos de máquinas: zig-zag, overloque, etc. As partes da peça são unidas na máquina reta, devendo haver perfeito casamento entre elas, para assegurar o bom caimento da roupa.

7. **Acabamento:** colocação dos acessórios, como botões, bolsos, zíperes, golas, etc. Este trabalho é o mais rápido, mas é o que exige maior habilidade, porque a composição do acabamento final é responsável pela qualidade visual do produto. Também envolve estamparia, lavagens e tingimentos especiais, bordados ou gravações especiais.

8. **Controle de qualidade:** etapa muito importante que consiste na etiquetagem, codificação, embalagem, estoque e expedição.

A atenção ao controle do processo, identificando padrões de tempo e de qualidade são fundamentais para que o empresário possa gerenciar corretamente seu negócio, pois somente assim vai ter condição de apurar e controlar os custos conduzindo as negociações com os clientes de forma segura, sem correr o risco de perder dinheiro. Logo, o controle rigoroso da execução de cada etapa, garantindo a qualidade dos serviços é fator determinante para a sobrevivência e sucesso do negócio.

Neste sentido o empresário deve adotar a postura de registrar tudo que está sendo feito não somente para controlar, mas principalmente para poder identificar e evitar problemas, assim como promover melhorias.

Outro cuidado importante a ser considerado pelo empresário refere-se à programação da produção e a garantia do abastecimento dos materiais do cliente com a devida antecedência, isto evita alguns atrasos ou paradas no processo produtivo decorrentes da falta de insumos. A prática da realização de rodízio de atividades entre os funcionários nas mais diversas funções do processo produtivo é recomendada, principalmente nos postos de trabalho de revisão de produtos acabados, tendo em vista que esta função requer um alto nível de concentração e ajuda a criar a cultura da qualidade, uma vez que os erros e falhas do processo são claramente percebidos, bem como o entendimento a respeito do prejuízo causado à empresa.

Para facilitar o entendimento do ciclo do processo produtivo, o empresário pode desenhar um fluxograma de todo o processo. Assim, podem-se colocar em ordem todas essas etapas necessárias para a realização do processo e identificar pontos de melhorias.

10. Automação

A automação pode ser uma grande aliada para os negócios. Desde indústrias até as lojas de roupas. 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 comercial precisa ser entendida pelo 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 insumos 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.

As etapas de modelagem e corte de uma confecção também podem contar com o auxílio de *softwares* específicos e *plotters* para impressão dos moldes. As máquinas de costura industriais facilitam bastante o processo produtivo. Além disso, *softwares* de gerenciamento de projetos auxiliam a produção a manter o bom andamento dos prazos e a identificar gargalos.

Entretanto, o empresário deve escolher o software que mais se adeque 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

11. Canais de Distribuição

Canais de distribuição são os meios que levam os produtos da empresa até o cliente final, ou seja, é como o empresário faz com que seus produtos fiquem disponíveis para os compradores em um determinado lugar (TELLES; STREHLAU, 2006). O principal objetivo do canal de distribuição e venda é garantir que os produtos sejam disponibilizados e entregues de forma rápida. Refere-se ao P de Praça dos 4 P'S de Marketing (Preço, Produto, Praça e Promoção) e deve estar ajustado aos outros três P'S.

Para que uma empresa de serviço de confecção tenha sucesso ela depende de um bom funcionamento de seu canal de vendas. O escoamento da produção deve ser garantido por intermédio de parcerias com varejistas e/ou atacadistas, esses são os principais responsáveis pelas encomendas e pelo posicionamento adequado do produto no mercado.

O tipo de canal utilizado para escoamento dos produtos comumente utilizado pelas empresas de serviço de confecção é o indireto: a empresa é responsável apenas por produzir as peças que serão disponibilizadas ao cliente final, ou seja, há um intermediário na relação entre empresa e consumidor final.

Algumas confecções optam por verticalizar o processo de entrega e vender diretamente aos clientes. Embora, seja possível exercer maior controle sobre a cadeia produtiva, o empreendedor deve-se atentar para os riscos desta estratégia. As competências exigidas para uma confecção de roupas são significativamente distintas das habilidades necessárias para um varejista de roupas.

As empresas que prestam serviços de confecção e costura, atendem, em sua maioria, pequenos varejistas, confeccionando as roupas de acordo com o que é demandado e nesse caso o serviço é mais personalizado.

Entretanto, empresário deve estar atento aos seguintes fatores: quais os tipos de canal de distribuição que a empresa irá atender? Apenas na venda para varejistas e atacadistas, possuir uma loja própria ou uma loja virtual. Medir os custos e os benefícios de cada alternativa dos canais de distribuição é fundamental. É preciso estimar os investimentos e os mercados atendidos por cada canal. Além disso, o empreendedor deve pensar sobre essas duas perguntas: Como as peças serão disponibilizadas aos clientes? (Apenas na loja física?) Que tipo de garantia os clientes podem ter? (Por exemplo, troca, no caso de roupas compradas já danificadas).

Por fim, os canais de distribuição estão envolvidos com a prestação de informações sobre o produto, customização, garantia de qualidade do produto vendido, oferta de produtos complementares, assistência pós-venda e logística do produto.

12. Investimentos

O valor do investimento em uma empresa de serviço de confecção depende de muitos fatores, por exemplo, tamanho do negócio, 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 negócio de confecção na estrutura de 60 M² proposta anteriormente

seja de, aproximadamente:

INVESTIMENTO FIXO
DESPESAS PRÉ OPERACIONAIS
INVESTIMENTOS FINANCEIROS
R\$ 45.000,00
R\$ 30.000,00
R\$ 25.000,00

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.

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, gastos com reformas 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 R\$ 100 mil reais.

Nos capítulos sobre estrutura e equipamentos, o empreendedor pode encontrar a listagem da quantidade e quais são os itens mais importantes para abrir um negócio de confecção. 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\$ 70 a 100 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, 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

13. 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 nesta ideia de negócio considerou prazos bem elásticos para cumprimento das obrigações: pagamento de fornecedores - 60 dias em média, 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, 15 dias em média de caixa mínimo. Em média, o capital de giro em reserva de caixa desse tipo de negócio é em torno de R\$ 20.000,00.

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.

14. 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 ao processo produtivo. 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 negócio de confecção com uma estrutura de 60 M² devem ser estimados considerando:

MÃO DE OBRA
MATÉRIA PRIMA
CUSTOS FIXOS
R\$ 25.000,00
R\$ 20.000,00
R\$ 20.000,00

Os valores apresentados com os gastos com mão-de-obra foram estimados considerando salários de uma estilista e modelista, quatro costureiras, duas passadoras, um supervisor de produção, um gestor de estoques e dois auxiliares administrativos. Nos custos fixos foram considerados gastos com aluguel, honorários contábeis, pró-labore, energia, água, seguro, IPTU e ações de marketing.

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. Em geral, máquinas e equipamentos têm taxa de depreciação de 10% ao ano, ou seja, eles devem ser renovados ou substituídos a cada 10 anos.

15. Diversificação/Agregação de Valor

A diferenciação é relevante para a firma ser competitiva no mercado, além de ser lembrada pelos clientes. Diferenciação é a capacidade que uma empresa tem de ser percebida como diferente das concorrentes em função de suas vantagens competitivas (GONÇALVES; LOPES, 2007). Desse modo, os negócios que não agem com inteligência acabam tendo prejuízos e por ventura até fechando as portas. Para realizar a diferenciação, o empreendedor deve saber o que os clientes desejam e qual é a exclusividade do produto ofertado.

Nessa perspectiva, agregar valor significa oferecer aos o que eles precisam, de uma maneira que ninguém oferece. Vale ressaltar que agregar valor não é aumentar os custos dos produtos, é algo que aumenta os benefícios ofertados aos clientes e percebidos por eles. Para tanto, é preciso realizar pesquisas mercadológicas sobre o que os concorrentes já oferecem e ouvir os clientes sobre as suas principais dores e necessidades percebidas. Tudo isso para ampliar os níveis de satisfação dos clientes.

A diferenciação também apresenta benefícios financeiros para a empresa, uma vez que por intermédio dela é possível atrair e reter maior número de clientes gerando uma maior competitividade para ela. Desse modo, é importante salientar que o baixo custo é essencial para sobreviver nesse ramo uma vez que os clientes sempre procuram produzir suas peças com menores custos para conseguir auferir mais lucros.

O ideal para esse ramo é alinhar baixo custo com qualidade, entretanto sabemos que é uma tarefa difícil. Deve-se buscar o equilíbrio de modo a oferecer o que o cliente precisa sem ameaçar a saúde financeira da empresa. Além disso, diversificar os serviços que são oferecidos é uma maneira de agregar valor ao negócio, porém essa diversificação pode aumentar os custos e isso deve ser avaliado pelo empresário.

Por fim o empresário pode agregar valor ao seu negócio por intermédio de: atendimento diferenciado, exclusivo e excelente; cumprir e por ventura até se antecipar aos prazos de entrega; honrar os contratos; manter bom relacionamento com os clientes, dispor de matéria prima de qualidade; oferecer garantia sobre os seus produtos; ter visão de sustentabilidade nos negócios, produtos e embalagens.

16. Divulgação

Existem diversas formas de ocorrer a comunicação entre empresas e clientes. No entanto, o empreendedor deve selecionar as que mais se adequam ao perfil do negócio e ao porte da empresa. A boa comunicação pode ser um diferencial, tanto na hora de nutrir a relação com os antigos clientes, quanto para atrair novos clientes.

Os meios tradicionais de divulgação (televisão, rádio, revistas) não se adequam ao tipo de serviço prestado por isso, esse tipo de negócio requer que o empresário despenda bastante esforço para divulgação de seus serviços. O empreendedor deve buscar participar de feiras e eventos para apresentar o negócio e criar uma rede de relacionamentos tanto com fornecedores como com os potenciais clientes e a partir daí buscar desenvolver a marca.

Além disso, o empresário precisará entrar em contato com varejistas podendo até fazer visitas para apresentar os seus serviços de confecção. O empreendedor pode contratar um representante de vendas para auxiliar nesse processo de divulgação e contato com os potenciais clientes.

As redes sociais também são uma ferramenta importante para divulgação da marca e comunicação com os potenciais clientes, o empreendedor pode fazer a divulgação por meio das redes sociais, e-mails, ligações, mensagens SMS e mensagens no Whatsapp. Vale destacar que a propaganda boca a boca é a maneira mais efetiva de divulgar os serviços oferecidos pela empresa.

Por fim, a comunicação com o cliente pode ser melhorada de diversas formas, dentre elas: ouça o que o cliente tem a dizer sobre os seus serviços, a marca e a empresa, utilize a tecnologia, especialmente as redes sociais a seu favor, e principalmente não se esqueça do cliente quando a compra acabar pois mantém um relacionamento duradouro com ele é essencial para a sobrevivência de uma empresa de confecção.

17. Informações Fiscais e Tributárias

Um negócio de serviço de confecção é entendido pela Classificação Nacional de Atividades Econômicas - CNAE/IBGE no grupo 14.1 Confecção de artigos do vestuário e acessórios, podendo subdividir-se nas classes:

- 14.11-8 Confecção de roupas íntimas
- 14.12-6 Confecção de peças de vestuário, exceto roupas íntimas
- 14.13-4 Confecção de roupas profissionais
- 14.14-2 Fabricação de acessórios do vestuário, exceto para segurança e proteção

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:

Lucro Presumido: É o lucro que se presume através da receita bruta de vendas de 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

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.

18. 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 peças, seu serviço e sua 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 nesses eventos próprios do setor têxtil, o empreendedor deve responder a alguns questionamentos: o mercado onde vai ocorrer o evento é importante para os meus serviços? Os meus serviços atendem às exigências desse mercado? Quais são os meus objetivos com a participação nesse evento? É o evento que mais se adequa a realidade da minha empresa? Qual será o custo de participação nesse evento?

No nível nacional, as feiras relacionadas ao setor têxtil 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

- SÃO PAULO FASHION WEEK

No nível internacional, têm-se os seguintes eventos:

- Asia Apparel Expo
- Summer School Circular Fashion

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.

19. Entidades em Geral

As instituições podem fornecer informações relevantes para o negócio serviço de confecção, 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 comércio e da indústria e as associações do setor têxtil estaduais.

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

- ABIT - Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção;
- 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;
- IDV - Instituto para Desenvolvimento do Varejo;
- 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;
- ABRAFAS - Associação Brasileira de Produtores de Fibras Artificiais e Sintética;
- CETIQT SENAI-RJ - Centro de Tecnologia da Indústria Química e Têxtil;
- SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas.

20. Normas Técnicas

Norma técnica é um documento, estabelecido por consenso e aprovado por um organismo reconhecido que fornece para um uso comum e repetitivo regras, diretrizes ou características para atividades ou seus resultados, visando a obtenção de um grau ótimo de ordenação em um dado contexto. (ABNT NBR ISO/IEC Guia 2).

Participam da elaboração de uma norma técnica a sociedade, em geral, representada por: fabricantes, consumidores e organismos neutros (governo, instituto de pesquisa,

universidade e pessoa física).

Toda norma técnica é publicada exclusivamente pela ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas, por ser o foro único de normalização do País.

1. Normas específicas para Fação:

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

Esta Norma prescreve o método utilizado para medir artigos confeccionados para serem modelos clássicos que possuem medidas e posições referentes ao corpo humano e sirvam como base para medir modelos derivados. Excetuam-se desta Norma os artigos confeccionados para cama, mesa e banho.

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

Esta Norma padroniza os tamanhos de artigos do vestuário, em função das medidas do corpo humano.

ABNT NBR 15127:2004 – Corpo humano – Definição de medidas.

Esta Norma estabelece procedimentos para definir medidas do corpo humano que podem ser utilizadas como base na elaboração de projetos tecnológicos. Para as suas diversas aplicações (por exemplo, vestimentas, mobiliário, locais de trabalho, transportes, atividades na residência ou lazer etc.), pode ser necessária a complementação desta lista básica com medidas adicionais específicas.

ABNT NBR 15525:2007 – Têxtil e vestuário – Padronização de etiquetagem de tamanhos de meias.

Esta Norma estabelece o padrão de tamanhos de meias relacionados às referências de tamanho de pé e calçados.

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

Esta Norma estabelece uma forma de indicação de tamanhos que indique, de maneira direta e fácil de entender, as medidas corporais de bebês, crianças e adolescentes às quais está destinado o vestuário.

ABNT NBR NM ISO 3758:2010 – Têxteis – Códigos de cuidado usando símbolos (ISO 3758:2005, IDT).

Esta Norma estabelece um sistema de símbolos gráficos, objetivando o uso em artigos têxteis (ver 4.1), fornecendo informações para prevenir danos irreversíveis para o artigo têxtil durante os processos de cuidados.

ABNT NBR ISO 7250-1:2010 – Medidas básicas do corpo humano para o projeto técnico. – Parte 1: Definições de medidas corporais e pontos anatômicos.

A ABNT NBR ISO 7250-1 fornece uma descrição das medidas antropométricas que podem ser utilizadas como base para comparação de grupos populacionais.

Nota do técnico: O tema Facção é muito amplo, acima serão indicadas apenas as normas que são de uso comum em todas as áreas deste setor. É importante ressaltar que não serão indicadas as normas específicas de cada setor, como por exemplo: Confecção de Uniformes, Roupas Hospitalares, entre outros.

2. Normas aplicáveis na execução de uma Facção:

ABNT NBR 12693:2010 – Sistemas de proteção por extintores de incêndio.

Esta Norma estabelece os requisitos exigíveis para projeto, seleção e instalação de extintores de incêndio portáteis e sobre rodas, em edificações e áreas de risco, para combate a princípio de incêndio.

ABNT NBR 5410:2004 Versão Corrigida:2008 – Instalações elétricas de baixa tensão.

Esta Norma estabelece as condições a que devem satisfazer as instalações elétricas de baixa tensão, a fim de garantir a segurança de pessoas e animais, o funcionamento adequado da instalação e a conservação dos bens.

ABNT NBR 5413:1992 Versão Corrigida:1992 – Iluminância de interiores.

Esta Norma estabelece os valores de iluminâncias médias mínimas em serviço para iluminação artificial em interiores, onde se realizem atividades de comércio, indústria, ensino, esporte e outras.

ABNT NBR 5419:2005 – Proteção de estruturas contra descargas atmosféricas.

Esta Norma fixa as condições de projeto, instalação e manutenção de sistemas de proteção contra descargas atmosféricas (SPDA), para proteger as edificações e estruturas definidas em 1.2 contra a incidência direta dos raios. A proteção se aplica também contra a incidência direta dos raios sobre os equipamentos e pessoas que se encontrem no interior destas edificações e estruturas ou no interior da proteção impostas pelo SPDA instalado.

ABNT NBR 5626:1998 – Instalação predial de água fria.

Esta Norma estabelece exigências e recomendações relativas ao projeto, execução e manutenção da instalação predial de água fria. As exigências e recomendações aqui estabelecidas emanam fundamentalmente do respeito aos princípios de bom desempenho da instalação e da garantia de potabilidade da água no caso de instalação de água potável.

ABNT NBR IEC 60839-1-1:2010 – Sistemas de alarme - Parte 1: Requisitos gerais - Seção 1: Geral.

Esta Norma especifica os requisitos gerais para o projeto, instalação, comissionamento (controle após instalação), operação, ensaio de manutenção e registros de sistemas de alarme manual e automático empregados para a proteção de pessoas, de propriedade e do ambiente.

21. Glossário

Alfaiataria: são roupas geralmente com corte mais masculino, mas produzidas tanto para homens quanto para mulheres. Faz também referência às peças feitas sob medida por costureiros ou alfaiates.

Básico: Estilo de vestir. Representa também a linguagem dos tecidos e peças clássicas e comuns nas coleções dos produtores de tecidos e confecções.

Barbatana: Peça de barbatana de baleia ou armação que, no final do século XIX, era inserida em espartilhos ou suportes para criar a silhueta em S da época. Com o formato de uma longa espátula, mais espessa em cima que embaixo, a barbatana era presa por cordões. Ia desde o busto até a cintura ou até os quadris.

Batik: Tecido muito antigo de algodão, estampado e produzido na Índia e Indonésia. Atualmente, ainda muito utilizado, ele é estampado com o processo à cera e após pintado a mão, o que lhe confere uma característica original e delicada.

Boho chic: estilo que mistura o hippie, étnico, boêmio, punk e vintage.

Borla: são franjas, pompons e tufo de fios que ficam pendentes nas bordas de roupas.

Boudoir: sinônimo de outwear, é a tendência de moda em que a proposta é usar lingerie aparente no look.

Body: (em inglês) Corpo.

Body-Suit: Roupas colante, ajustada, que desenha o corpo, ressaltando sensualmente os contornos.

Bottom: Parte inferior. Saia, calça, bermuda, shorts, etc.

Brim: Tecido grosso, empregado em diversos artigos, inclusive roupas profissionais, calças, jaquetas, etc.

Bustier: Cobre o busto, pode ser curto como um sutiã ou comprido como espartilho.

Caftan: Túnica larguinha que pode ser usada como vestido ou blusa.

Calça Flare: Flare, em inglês, significa “espalhar”. A calça flare “se espalha”, alarga, no final da perna. É a calça boca de sino ou pata de elefante.

Coleção resort: muitos se enganam e acham que tem a ver com o verão, mas, na verdade, não passa de uma coleção que pode ser usada entre estações. Também conhecida como meia-estação.

Color Blocking: Misturar itens de cores fortes numa mesma produção. Vale tanto para as roupas quanto para a maquiagem.

Clutch: Bolsa pequena ou carteira de mão

Cut out: Recortes nas peças que deixam a pele à mostra;

Calado: Expressão usada para referir-se às peças de tricô, que descreve o acabamento sem costura (sem emenda), quando a peça sai praticamente pronta da máquina.

Calças Capri: Durante a década de 50, eram calças razoavelmente folgadas que se afunilavam até o meio da canela e que se tornaram traje elegante de verão. Receberam o nome em homenagem à ilha de Capri, na Itália, balneário muito popular na época.

Calças de ciclistas: Calças largas que iam até o meio da canela, geralmente feitas com punhos, os quais estiveram em moda durante a década de 50.

Cardigan: Casaco ou sweater tricotado, geralmente de lã, sem gola. Com ou sem mangas.

Cargo/ utility/ carpenter: São modelos baseados nos estilos dos uniformes de serviço e utilitários. Com base em modelagens amplas e confortáveis dando um efeito de roupa casual.

Casual: Esportivo, básico, descompromissado, descontraído, ocasional.

Cropped: Espécie de blusa que cobre apenas até a altura dos seios, expondo a cintura e o umbigo.

Destroyed: tipo de lavagem muito comum em jeans. Semelhante à estonagem, mas utiliza mais enzimas que corroem a fibra levemente, deixando o tecido com aspecto de destruído.

Evasê: Do francês évasé, diz-se da peça de vestuário que se alarga para baixo, em forma de cone.

Fio Elastano (SPANDEX): Fibra artificial proveniente do poliuretano, mais conhecida comercialmente como lycra. Provém da família das fibras químicas que possuem a maior capacidade elástica existente. Seu espichamento é altíssimo o que confere a ele a capacidade de esticar e retornar ao seu estado inicial sem danificações. O fio de spandex é muito utilizado em roupas que necessitem de movimentos livres (como nos artigos da linha active wear) e uma alta transpiração, sendo que misturado com tecidos como o algodão, proporcionam conforto, elasticidade, boa transpiração e ótima resistência ao calor e ao frio.

Frufru: Talvez o ornamento feminino por excelência. Forma onomatopéica de babadinhos franzidos, em geral estreitos.

Fuseau: Do francês calça justa e afunilada, cuja linha lembra a de um fuso. A diferença entre uma calça fuseau e uma legging é que na primeira, as pernas têm uma alça de união que fica na sola do pé, enquanto a legging tem o comprimento das pernas até a metade da parte inferior destas, nunca chegando aos tornozelos.

Fuxico: Um trabalho artesanal, feito com retalhos formando uma rodelinha franzida que lembra uma flor.

Galão: São tiras bordadas, sem elasticidade, que aplicadas nas peças dão detalhes de enfeite ou acabamento. O galão mais conhecido é o branco com duas tiras na cor preta (da marca adidas). Muito utilizado em roupas esportivas.

Goufre / Jacquard: São malhas que apresentam desenhos que são obtidos através de uma seleção eletrônica das agulhas dos teares.

Godê: Tecido cortado enviesadamente, na confecção de uma peça de vestuário, principalmente saia.

Hit: algo que é o sucesso da estação

Hype: É algo moderno, da última moda.

Índigo Blue: Nome do tecido utilizado universalmente para calças jeans. O nome índigo é uma alusão à planta indiana chama INDIGUS a qual continha em sua raiz um corante de coloração natural azul e na época servia de base para tingimentos nas tribos. Hoje o índigo se define como corante para calças jeans em tons de azul.

Jeans: Estilo de confecção, caracterizado pela estrutura reforçada evidenciando rebites e costuras duplas, por exemplo.

Jogging: Do inglês jog (correr em ritmo de trote). Agasalho (blusa e calça) para fazer esportes (deve ser usado com tênis). Também conhecido como training ou abrigo.

Lã: Fibra natural, animal, proveniente da tosquia de ovelhas e carneiros. A lã é utilizada desde a idade da pedra, sendo que evoluiu, de uma fibra grosseira na antiguidade, a uma fibra nobre, pela seleção de raças de animais produtores.

Legging: Tipo de roupa-meia, ou estilo da meia-calça. Fruto do movimento da moda, inspirado nas roupas esportivas, o legging ultrapassou as fronteiras da academia e passou a ser utilizado com amplas camisetas ou bustiês como roupa urbana.

Linho: Fibra natural vegetal, proveniente do caule da planta de mesmo nome, é provavelmente a primeira fibra natural que foi utilizada pelo homem para usos têxteis.

Lycra: Fibra sintética, elástica, resistente à abrasão e com excelentes propriedades de extensão e retração.

Look: Do inglês (olhar), é o estilo, o resultado da soma de roupa, acessórios, maquiagem e cabelo, que se percebe numa única olhada. Sinônimo de visual.

Meia malha (Jersey): Estrutura mais simples de uma malha.

Melange: Fio 100% algodão, onde a característica mescla é obtida no processo de fiação, com o tingimento da pluma do algodão.

Microfibra: Fios sintéticos que são formados por filamentos extremamente finos. Estes filamentos podem ser 60 vezes mais finos que um fio de cabelo e 10.000 filamentos de microfibra podem pesar menos que 1 grama. Os artigos de malha produzidos com Microfibras possuem como características, o toque sedoso, vestem muito bem, encolhimento

da peça extremamente baixo, alta resistência, baixo abarrotamento e bom isolamento quanto a vento e frio. As microfibras podem ser de poliéster, poliamida (nylon), acrílico ou viscose.

Micro modal: Fibra composta de 100% da mais pura celulose (o liocel). Micro Modal corresponde a todas as exigências humanas e ecológicas e é produzida exclusivamente a partir de celulose tratada sem cloro. Micro Modal não contém concentrações de substâncias nocivas, é livre de pesticidas e não causa irritações cutâneas. Tecido de alta maciez, brilho, caimento e transpira quase 50% da umidade. Na coleção, a fibra é utilizada juntamente com o Algodão para elaborar malhas para os artigos underwear, uma vez que provoca a sensação de conforto e maciez altíssimos para um vestuário íntimo e que fica em contato constante com a pele humana.

Miçanga: Contas miúdas de massa vitrificada, usadas em bordados e bijuterias.

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

Minimalista: sem muitos detalhes, mistura de cores, estampas ou texturas. É composto por um visual mais sóbrio e limpo.

Moletom: estrutura de malha que tem o entrelaçamento feito de tal forma que os fios da malha, no interior, fiquem "flutuantes", ou seja, aliado a um processo de peluciagem ele oferece maior aquecimento do corpo não deixando que o calor se transporte para fora do corpo.

Nylon: Termo aplicado para um produto de origem sintética largamente utilizada em fibras têxteis, que se caracteriza pela sua grande resistência, tenacidade, brilho e elasticidade. Foi desenvolvido nos anos 30 e hoje, nylon é o nome dado a toda uma família de fios e fibras sintéticas, chamadas de poliamidas.

Paetê: Do francês pailleté - lantejoulas. Pequeno círculo, furado no centro usado em bordados e também em bijuterias.

Patchwork: Tecido de qualquer matéria-prima, composto de vários pedaços de tecidos costurados juntos (em geral mais ou menos quadrado), de aspectos ou de cores contrastantes (jacquard, liso, estampado, etc.). A fantasia vem do máximo de cores ou da harmonia das mesmas. Com aspecto semelhante a uma colcha de retalhos é muito usado para vestidos, colchas, cortinas, etc.

Poliéster: Fibra artificial sintética, obtida de processos químicos, derivada do petróleo. O poliéster é caracterizado por ter uma ótima resistência, baixo encolhimento, secagem rápida, resistente ao amarrotamento e abrasão, baixa propagação de chamas. A principal vantagem em relação às microfibras de poliamida é o custo. Sua desvantagem é o processo de tingimento, que requer mais calor e leva mais tempo para ter a cor fixada.

Ponto corrido: usado para consertos delicados, costuras visíveis e franzidos é trabalhado de forma muito semelhante ao alinhavo, mas os pontos são menores e uniformes.

Polyocell: Mistura de três fibras naturais: lyocel, modal e poliéster. Esta fusão proporcionou um resultado perfeito, ou seja, as três fibras combinadas alcançaram os melhores índices de

conforto, durabilidade, estabilidade e tudo isso com fácil manuseio.

Popeline: Tecido de construção de tela com um fio de algodão de menor qualidade que o algodão penteado mercerizado.

Ribana: Malha com estrutura feita em teares de dupla frontura, ou seja, uma face da malha é diferente da outra. Estas faces podem ser trabalhadas ou lisas, proporcionam um alto alongamento e elasticidade capacitando desta maneira que o tecido se molde e acompanhe os movimentos do corpo.

Sarja: Construção de ligação do tecido plano, caracterizado pelo pronunciamento da diagonal. Tecido básico e versátil apresenta um excelente caimento, um ótimo aspecto após lavagem e combina com qualquer tipo de clima. É mais utilizada por amarrotar menos do que a tela.

Seda: Fibra natural, animal. É um filamento contínuo formado pelo bicho-da-seda em um casulo. Supõe-se que a seda tenha sido descoberta por volta de 2.640 a.C., por uma princesa chinesa.

Showroom: é um espaço destinado a exposição dos produtos produzidos pela empresa de confecção, visando facilitar a visualização por parte do cliente de tais produtos, facilitando assim o interesse de compra.

Stone washed: Acabamento obtido em peças (artigos) já costurados e tingidos ou estampados, através de lavagem industrial das peças na presença de pedras ou enzimas. Resultam artigos com aspecto "usado".

Strass: Vidro usado na confecção de imitações de pedras preciosas. Muito usado em bijuterias e bordados.

Strappy: tiras usadas no decote de roupas e lingerie.

Sujos: Apresenta características de peças sujas, stonadas, clareadas e tingidas, onde o corante possui montagem rápida.

Super stone: Processo utilizado para dar características de envelhecimento, obtido através de atrito mecânico. Permanece o tom escuro.

Sutache: Trancinha de seda, lã ou algodão.

Tactel: Tecido 100% poliamida. Trata-se de um tipo de microfibra cuja estrutura possui fios texturizados a ar que o capacita ser de alta secagem e alta transpiração. A fibra possui padrão internacional de qualidade dos fios DuPont. O tactel é um tecido que não retém o suor e seca rapidamente quando exposto ao sol.

Tailleur: Costume composto de casaco e saia que se tornou popular a partir da segunda metade do século XIX.

Tigh Fit ou Slim Fit: Caimento justo, apertado, com cintura baixa, tipo Saint-Tropez, marca bem os quadris e tem as pernas justas, com corte afunilado ou reto.

Top: Do inglês (alto, topo) é a parte de cima de qualquer roupa, miniblusa, jaqueta, camiseta, etc.

Tradicional: Cintura no lugar e pernas de corte afunilado. Já foi chamada de five pockets (cinco bolsos), três na frente e dois atrás, uma referência à pioneira 501 americana da Levi's. Por seu corte acompanhar as linhas do corpo, costuma vestir bem a maioria das pessoas.

Transfer: Aparece de duas formas diferentes, podendo ser em desenhos feitos de strass ou peças pequenas ou imagens em papel especial, mas ambas são passadas para o tecido através de prensa térmica. No primeiro caso derreterá a cola sob o strass e o mesmo colará no tecido, e no segundo, a imagem é passada para o tecido através de sublimação.

Tricoline: Tecido de construção de tela com a leveza e a resistência do algodão penteado mercerizado, atende a um mercado cada vez mais sofisticado e exigente em tecidos leves, especialmente nos segmentos de camisaria.

Tie dye: Técnica de tingimento artístico de tecidos que teve seu auge nas décadas de 60 e 70.

Vintage: estilo com base em uma tendência antiga, que foi trazido para o mundo moderno com uma nova releitura.

Viscose / Modal / Lyocel: Fibra artificial de polímero natural, proveniente de celulose regenerada a partir de algodão ou polpa de madeira. As fibras modal e lyocel são subcategorias da viscose.

Zíper: Criado em 1893, o zíper é o aviamento chave da moda. Em vários tamanhos, larguras e cores, ele está sempre presente em calças, blusas, vestidos, bolsas, sapatos, malas, por toda parte. Tem o invisível que é usado nas peças mais delicadas e quase não aparece realmente. Tem o de plástico, para dar mais colorido às roupas mais alegres. Tem os descartáveis, ideais para as jaquetas; e também tem os de metal em vários banhos, mudando a cor para ouro, ouro velho, prata e outros; não podemos esquecer o de strass que parecem uma joia.

22. 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;
 - 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;
 - Estabelecer parcerias e um bom relacionamento com os fornecedores;
 - Apresentar um ponto de venda limpo, confortável e criativo para os clientes;
 - Visitar os possíveis clientes para identificar necessidades e desenvolver um negócio baseado em solucionar os problemas dos potenciais clientes;
 - É importante prestar atenção no processo de produção para identificar pontos de melhoria e diminuição de custos;
 - Frequentar constantemente os eventos e feiras do setor para estar atento as tendências do mercado têxtil e da moda;
- Mais dicas de como começar bem um negócio podem ser encontradas no Portal do SEBRAE.

23. 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 serviço de confecção requer que o empreendedor busque conhecer e entender o setor têxtil e da moda. Como é um setor que está sempre se atualizando, o empresário precisa acompanhar essa evolução, para proporcionar satisfazer as necessidades e desejos de seus clientes.

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).

24. Bibliografia Complementar

ABDI – AGÊNCIA BRASILEIRA DE DESENVOLVIMENTO INDUSTRIAL. **Panorama setorial – têxtil e confecção**. Série Cadernos da Indústria ABDI, v. V, Brasília, 2008.

ABIT – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA TÊXTIL. BNDES: **A cadeia têxtil e de confecções – uma visão de futuro**. Apresentação SINVED, Divinópolis, mar. 2009. Disponível em www.sinved.com.br/.../Apresentao%20Divinopolis%20-%20MG.pps.

ALBUQUERQUE, L. G.; LEITE, N. P.; SILVA, L. M. T. Estimulando o debate sobre a gestão estratégica de pessoas. **Revista de administração de empresas**, v. 49, n. 4, p. 482-483, 2009.

ARMSTRONG, G.; KOTLER, P. **Principles of marketing**. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall. 2008.

BRYMAN, A. **Research methods and organization studies**. London: Routledge (Taylor & Francis Group), 1989.

CALLADO, A. L. C.; MIRANDA, L. C.; CALLADO, A. A. C. Fatores associados à gestão de custos: um estudo nas micro e pequenas empresas do setor de confecções. **Revista Produção**, v. 13, p. 64-75, 2003.

CARDOSO, O. O. Comunicação empresarial versus comunicação organizacional: novos desafios teóricos. **Revista de Administração Pública**, v.46, n.6, p.1123-44, 2006.

CNI/ABIT. **Têxtil e Confecção: Inovar, Desenvolver e Sustentar**. CNI/ABIT, 2012. Disponível em: <<https://www.abit.org.br/adm/Arquivo/Servico/114256.pdf>>

COASE, R.H. **The firm, the market and the law**. Chicago: The University of Chicago Press, 1988.

COMECE bem: 10 dicas para empreender com sucesso. **SEBRAE NACIONAL**. 27 de setembro de 2019. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/artigos/home/10-dicas-para-comecar-bem,c098d8e04c09d410VgnVCM1000003b74010aRCRD>

COSTA JUNIOR, E. L. **Gestão em processos produtivos**. 20. Ed. Curitiba: Ibplex, 2008.

DOLABELLA, Fernando. Oficina do empreendedor. São Paulo. Cultura Editores Associados, 1999. Referências Eletrônicas;

ENGEPLUS. **Estudo inédito analisa setor de confecção no Estado e aponta cenários futuros.** 2019. Disponível em: <<http://www.engeplus.com.br/noticia/economia/2019/estudo-inedito-analisa-setor-de-confeccao-no-estado-e-aponta-cenarios-futuros>>.

FEBRATEX. **Cadeia têxtil: entenda as oportunidades deste segmento de acordo com a ABIT.** 2019. Disponível em: <<https://fcem.com.br/noticias/cadeia-textil-entenda-as-oportunidades-deste-segmento-de-acordo-com-a-abit/>>.

GARCIA, E. S. et al. **Gestão de estoques: otimizando a logística e a cadeia de suprimentos.** Rio de Janeiro: E-papers Servicos Editoriais Ltda., 2006.

GONÇALVES, E.; LOPES, L. D. Ergonomia do vestuário: conceito de conforto como valor agregado ao produto de moda. Buenos Aires: **II Encontro Latino americano de Diseño.** Facultad de Diseño y Comunicación, 2007.

IEMI. **Indicadores: Foram vendidos no varejo em março 445 milhões de peças de vestuário.** 2018. Disponível em: <<https://www.iemi.com.br/indicadores-foram-vendidos-no-varejo-em-marco-445-milhoes-de-pecas-de-vestuario/>>.

IUDÍCIBUS, S. **Contabilidade introdutória.** 9. ed. São Paulo : Atlas, 1998.

KARSAKLIAN, E. **Comportamento do consumidor.** São Paulo: Atlas, 2008.

KOTLER, P. **Administração de marketing: a edição do milênio.** 10 ed. São Paulo: Prentice-Hall, 2000.

LAS CASAS, A. **Marketing de varejo.** 3ed. São Paulo: Atlas, 2004.

NOVO NEGÓCIO. **Como Montar Uma Confecção – Local, Investimento, Preços E Ganhos.** Disponível em: <<https://novonegocio.com.br/ideias-de-negocios/como-montar-uma-confeccao/>>.

PAYNE, A.; FROW, P. A Strategic Framework for Customer Relationship Management. **Journal of Marketing**, v.69, n.4, 167–176, 2005.

RAMOS, M.G.; BRAGA, T.C.S. Branding sensorial: a relação marca x consumidor criada pela ambientação das lojas. **Universitas: Arquitetura e Comunicação Social**, v.8, p. 81-109, 2011.

SEBRAE. **Ponto de Partida para Início de Negócio: Confecção.** Minas Gerais 2008.

Disponível em [http](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/7ff4db7574e364c803256ebc004add8c778d0d18730e16883256f5f004e85c4/$FILE/NT000302AA.pdf)

[//www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/7ff4db7574e364c803256ebc004add8c778d0d18730e16883256f5f004e85c4/\\$FILE/NT000302AA.pdf](http://www.biblioteca.sebrae.com.br/bds/bds.nsf/7ff4db7574e364c803256ebc004add8c778d0d18730e16883256f5f004e85c4/$FILE/NT000302AA.pdf).

SEBRAE. **Entenda o mercado de confecção.** Disponível em:

<<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pb/artigos/entenda-o-mercado-de-confeccao,af285a8c4fb40610VgnVCM1000004c00210aRCRD?codUf=16&origem=estadua>>.

SEBRAE/SC. **Santa Catarina em Números: têxtil e confecção.** Florianópolis: Sebrae/sc, 2010. 59 p. Disponível em: <<http://www.sebrae-sc.com.br/scemnumero/arquivo/texti-e>>

SILVA, A. F. S. D.; SILVA, E. P. D.; DENBER, M. W. D. S. Mensuração do fair value de ativos tangíveis: estoque e ativo imobilizado. **Revista Pensar Contábil**, v. 13, p. 48 - 55, 2011.

SOARES, R. A.; PINHEIRO, A. B.; ABREU, M. C. S.; MARINO, P. B. L. P. Efeito do Sistema Financeiro na Evidenciação Socioambiental de Empresas em Países Emergentes e Desenvolvidos. **Enfoque Reflexão Contábil**, v. 37, n. 2, p. 21-35, 2018.

TELLES, R; STREHLAU, V. L. **Canais de marketing e distribuição: conceitos, estratégias, gestão, modelos de decisão**. São Paulo: Saraiva, 2006.

TORTORELLA, G. L.; FOGLIATTO, F. S. Planejamento sistemático de layout com apoio de análise de decisão multicritério. **Produção**, v. 18, n. 3, p. 609-624, 2008.

YANAZE, Mitsuru H. **Gestão de marketing e comunicação: avanços e aplicações**. São Paulo: Saraiva, 2007.

25. 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.

26. 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.

27. 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**

28. 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>

