PRIMEIRO PASSO

Planejamento Empresarial

Brechó



SEBRAE RJ

RIO DE JANEIRO, 2010.

APRESENTAÇÃO



O SEBRAE/RJ – Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas no Estado do Rio de Janeiro apóia o desenvolvimento da atividade empresarial de pequeno porte, por meio de programas e projetos que visam à promoção e ao fortalecimento das pequenas e microempresas fluminenses.

Neste sentido, o Primeiro Passo objetiva colaborar no planejamento do investimento, oferecendo informações sobre atividades empresariais.

Muitas pessoas têm interesse em criar sua própria empresa. Vários são os fatores que ocorrem para motivá-las a montarem seus próprios negócios, dentre eles: dificuldade de colocar-se no mercado de trabalho, vontade de ser seu próprio patrão, sensação de liberdade, aplicação de recursos disponíveis, idealização de um empreendimento, habilidades próprias.

Definir o tipo de atividade que a empresa irá exercer requer uma análise do mercado, sobre a qual devem ser levados em consideração a localização da empresa, seus consumidores, concorrentes e fornecedores.

Reuniram-se neste estudo, informações básicas sobre os diferentes aspectos de uma atividade, como: processo produtivo, exigências legais específicas, sugestões de leitura, vídeos e cursos, e dicas sobre as principais feiras e eventos direcionadas para o ramo da atividade.

Estas informações foram organizadas para colaborar na transformação da sua idéia de negócio numa oportunidade. Este é o **Primeiro Passo** em direção à sua própria empresa, realize suas pesquisas e planeje criteriosamente o seu empreendimento.

SUMÁRIO

FICHA TÉCNICA DA ATIVIDADE 4

ASPECTOS OPERACIONAIS 5

ASPECTOS MERCADOLÓGICOS 7

INVESTIMENTO INICIAL 8

ASPECTOS LEGAIS 10

ASPECTOS COMPLEMENTARES 13

REFERÊNCIAS 15

FICHA TÉCNICA DA ATIVIDADE

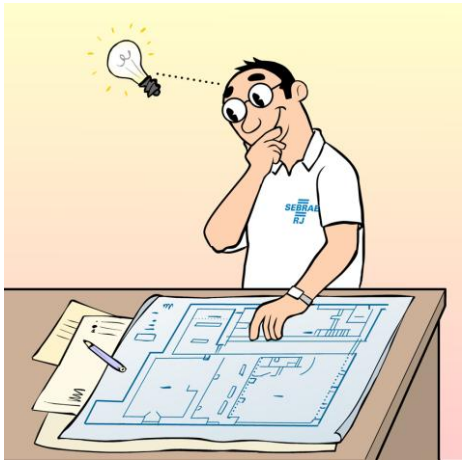


A ficha técnica da atividade é um quadro-resumo que tem por objetivo apresentar um detalhamento da atividade pretendida, fornecendo elementos necessários para:

- facilitar o preenchimento de fichas de consulta para verificação de exigências na instalação comercial;
- permitir a correta descrição do tipo de negócio no momento da elaboração do contrato social;
- revelar o perfil da variedade de produtos ou serviços oferecidos.

Ramo de atividade	Comércio.
Tipo de Negócio	Comércio varejista de artigos usados.
Produtos Ofertados	Peças do vestuário masculino, feminino ou infantil, bijuterias, calçados e outros acessórios usados.

ASPECTOS OPERACIONAIS



Os brechós abastecem um filão tão antigo quanto rentável: o comércio de roupas usadas. Vendem artigos de segunda mão por um preço bem mais baixo que o de um similar novo.

Obviamente, ainda existe resistência cultural quanto à utilização de artigos usados. Para superar esse obstáculo é fundamental conhecer e caracterizar quem são seus futuros clientes, o que e por que compram, como e quando fazem suas compras e quais são suas necessidades de consumo.

O público consumidor é bastante abrangente, portanto, definir o alvo é importantíssimo para o empreendimento. Conhecer a faixa etária e salarial são alguns dos itens necessários para esta definição. Sem dúvida alguma, a diferenciação é conseguida pela qualidade e variedade dos produtos comercializados e pelo atendimento aos clientes.

A localização ideal é aquela com boa concentração de pessoas, de fácil acesso e que disponha de estacionamento. O empreendedor precisará analisar os imóveis disponíveis, o poder aquisitivo da população local, o número de concorrentes e a qualidade dos produtos oferecidos por eles. Certifique-se de que o local escolhido oferece a infra-estrutura adequada à sua instalação e propicie seu crescimento.

A estrutura básica de um pequeno brechó poderá ser divida em:

- recepção;
- salão para exposição dos produtos;
- provadores;
- oficina para ajustes (caso opte por oferecer esse serviço);
- escritório;
- banheiros;
- copa.

Os itens básicos são:

- móveis em geral;
- araras;
- provadores;
- espelhos;
- máquina de costura e acessórios de ajuste (caso opte por oferecer esse serviço);
- prateleiras e estantes;
- telefone e fax;
- calculadora;
- computador;
- impressora;
- *softwares* gerenciais;
- móveis em geral;
- artigos diversos de papelaria.

A decoração é resultado do conjunto de detalhes definidos no projeto arquitetônico. Mobiliário, pintura, iluminação, revestimentos, tudo é importante para o efeito final que se pretende. Uma boa decoração depende fundamentalmente de um bom detalhamento de todos esses itens.

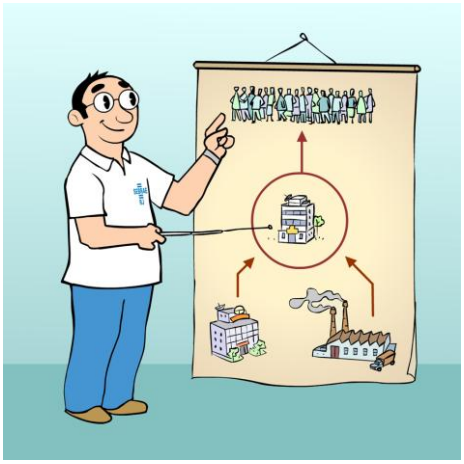
A diversificação de itens é fundamental nesse empreendimento. A variedade de estilos possibilita que os clientes façam suas escolhas, montem seus conjuntos e principalmente atendam ao seu estilo pessoal. O atendimento personalizado e qualificado (com pessoal uniformizado e bem humorado), a logística (entrega em domicílio) e a qualidade dos produtos, possibilitam a fidelização e a diferenciação de mercado.

O mercado fornecedor de um brechó é caracterizado por pessoas físicas que disponibilizam seus bens usados para comercialização. A negociação com este tipo de fornecedor é bastante peculiar e exige habilidade do empreendedor. É necessário realizar uma avaliação criteriosa do item, considerando os aspectos de comercialização que, posteriormente, precisarão ser considerados na formulação do preço final.

Um negócio informatizado tem grandes chances de sair na frente do concorrente. Além de facilitar os processos, garante a segurança na tomada de decisões, melhora a produtividade e diminui os gastos. Escolha um projeto abrangente que atenda toda a empresa, desde o gerenciamento de conteúdo para *websites*, até os controles administrativos (financeiro, estoque, caixa, cadastro de clientes, etc.).

A mão-de-obra é variável de acordo com a estrutura do empreendimento. Necessariamente, precisará contar com recepcionistas, assistente administrativo, atendentes, equipe de ajuste/costura/acabamentos e equipe de limpeza. Os funcionários responsáveis pelo contato com os clientes devem ser cordiais e atenciosos, já que a qualidade no atendimento é fundamental neste tipo de empreendimento.

ASPECTOS MERCADOLÓGICOS



Conhecer o mercado é fundamental na análise de viabilidade de um empreendimento. Alguns questionamentos precisam ser respondidos. Por exemplo:

Quais as características do local onde a empresa será estabelecida? Para quem se pretende vender? Quem são os concorrentes? E os fornecedores?

Independente de dados e estatísticas sobre o assunto, a avaliação do **Mercado Concorrente** depende diretamente do empenho do empreendedor em conhecer pessoalmente os potenciais concorrentes. Visitá-los e até mesmo simular uma contratação ou compra é a melhor estratégia para identificar características já existentes e oferecer diferenciais que possibilitem maior competitividade.

Agora que a operação da atividade pretendida já foi conhecida e, máquinas, equipamentos, matéria-prima e produtos necessários já foram identificados, está na hora de considerar o **Mercado Fornecedor** na análise mercadológica. É preciso conhecer os fornecedores, onde estão localizados e em que condições comerciais praticam.

A Bolsa de Negócios do SEBRAE/RJ [1] irá colaborar nessa etapa da pesquisa.

Recomenda-se consulta à seção Informações Socioeconômicas [2] disponibilizada no site do SEBRAE/RJ, onde serão encontradas informações relevantes para análise dos aspectos mercadológicos, em especial sobre o Perfil da Localidade e o Potencial de Consumo da Região em que se pretende atuar.

[1] Bolsa de Negócios do SEBRAE/RJ: http://www.sebraerj.com.br
[2] Informações Socioeconômicas: http://www.sebraerj.com.br

INVESTIMENTO INICIAL



O investimento inicial depende diretamente do tipo de negócio, do porte, da localização, do público-alvo e de outros aspectos do empreendimento.

Antes de desembolsar o primeiro R$ (real), é recomendável pesquisar, estudar e relacionar todas as despesas que terá, por exemplo: com imóvel, instalações, equipamentos, contratações de serviços e de empregados, treinamento, documentação, legalização da empresa etc.

Por mais minuciosa que seja a definição dos gastos que comporão o investimento inicial, o empreendedor deve ter a clareza de que, quando iniciar a montagem da empresa, surgirão situações de gastos que não foram imaginadas antes, portanto, será necessária a reserva de uma boa quantia de dinheiro para estes imprevistos.

É preciso lembrar também do "capital de giro", isto é, do dinheiro que precisará para pagar empregados, aluguel e despesas com o imóvel, luz, telefone etc., nos primeiros meses de operação e, também, como reserva de capital para suportar períodos iniciais com baixo número de clientes.

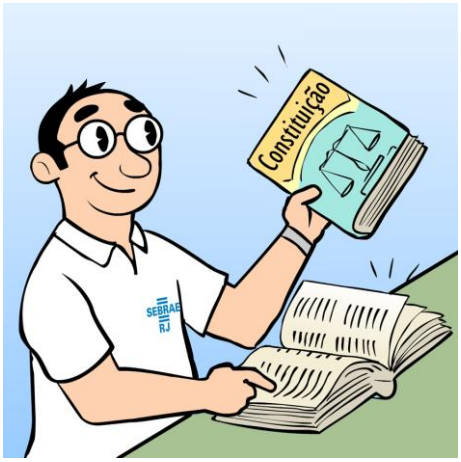
É de fundamental importância ter certeza de ***quanto*** vai gastar para montar a empresa e ***quando*** terá de efetuar cada pagamento. Veja o exemplo do quadro a seguir:

INVESTIMENTO INICIAL – ANTES DA INAUGURAÇÃO (Os valores são simbólicos)				
Detalhamento	**Desembolso no 1º mês**	**Desembolso no 2º mês**	**Desembolso no 3º mês**	**Subtotal**
Investimento em Instalações	1.500,00	1.000,00	2.000,00	4.500,00
Investimento em equipamentos	2.500,00	2.000,00	2.000,00	6.500,00
Investimento em veículos	–	–	–	–
Serviços de terceiros	3.000,00	1.000,00	1.000,00	5.000,00
Material de consumo e utensílios	–	–	1.000,00	1.000,00
Gastos com a abertura da empresa e inauguração	–	–	2.000,00	2.000,00
Reserva para gastos não previstos	5.000,00	–	–	5.000,00
Estoque	2.000,00	–	–	2.000,00
Subtotal	**14.000,00**	**4.000,00**	**8.000,00**	**26.000,00**
Reserva para capital de giro	–	–	5.000,00	5.000,00
TOTAL	**14.000,00**	**4.000,00**	**13.000,00**	**31.000,00**

Este quadro é um exemplo de como organizar os gastos com o investimento inicial. O ideal é que ele seja formado com o maior detalhamento possível, e que seja complementado na medida em que o empreendedor for se inteirando dos aspectos reais do empreendimento.

O quadro deve ser pensado como um grande mapa, quanto mais completo e detalhado for, mais acertado será o planejamento e serão reduzidas as oportunidades de surpresas desagradáveis com falta de recursos. Certamente, os erros no dimensionamento do investimento inicial, que provoquem esta falta de recursos, costumam ser a causa do fracasso de muitas empresas.

ASPECTOS LEGAIS



Para que uma empresa possa iniciar suas atividades, é necessário que esteja devidamente legalizada, ou seja, deverá estar registrada em determinados órgãos nos âmbitos federal, estadual e municipal. Alguns registros são comuns para todas as empresas, outros são exigidos apenas para aquelas que realizem determinadas atividades.

O SEBRAE/RJ, procura contribuir com informações sobre os registros comuns a todas as empresas, informando os órgãos a serem percorridos, bem como os documentos exigidos para sua legalização. Verifique em nosso site os 8 Passos para legalizar sua Empresa .

Dependendo da atividade a ser desenvolvida, além dos 8 passos descritos para a Legalização de Empresas, poderão surgir outras exigências. Verifique os aspectos específicos dessa atividade:

O Decreto Estadual nº. 35.686, de 14 de junho de 2004, dispõe sobre a organização do Sistema Estadual de Defesa do Consumidor – SEDC, estabelecendo as normas gerais das relações de consumo e de aplicação das sanções administrativas previstas nas Normas de Proteção e Defesa do Consumidor, dispostas no Código de Defesa do Consumidor – Lei Federal nº. 8.078 de 11/09/1990 e no Decreto Federal nº. 2.181, de 20 de março de 1997. Abaixo, destacam-se **Art. 2º e 3º** do Código de Defesa onde Consumidor, Fornecedor, Produto e Serviço encontram-se definidos.

"(...)
*Art. 2º **Consumidor** é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.*
Parágrafo único. Equipara-se a consumidor a coletividade de pessoas, ainda que indetermináveis, que haja intervindo nas relações de consumo.

*Art. 3º **Fornecedor** é toda pessoa física ou jurídica, pública ou privada, nacional ou estrangeira, bem como os entes despersonalizados, que desenvolvem atividade de produção, montagem, criação, construção, transformação, importação, exportação, distribuição ou comercialização de produtos ou prestação de serviços.*

*§ 1º **Produto** é qualquer bem, móvel ou imóvel, material ou imaterial.*
*§ 2º **Serviço** é qualquer atividade fornecida no mercado de consumo, mediante remuneração, inclusive as de natureza bancária, financeira, de crédito e securitária, salvo as decorrentes das relações de caráter trabalhista.*
(...)"

Conforme o Decreto n.º 897, de 21 de setembro de 1976, que estabelece o Código de Segurança Contra Incêndio e Pânico – COSCIP, disponível no *site* da Secretaria de Estado da Defesa Civil e do Corpo de Bombeiros Militar do Estado do Rio de Janeiro, todas as empresas devem possuir o Certificado de Aprovação do Corpo de Bombeiros, que será emitido depois que o Laudo de Exigências da Diretoria Geral de Serviços Técnicos (DGST) for cumprido. Recomenda-se a leitura da íntegra deste documento legal e consulta no Destacamento do Corpo de Bombeiros do Município onde a empresa será estabelecida.

Destaca-se o Decreto n.º 35.671, de 09 de junho de 2004, também disponível no *site* da Secretaria de Estado da Defesa Civil e do Corpo de Bombeiros Militar do Estado do Rio de Janeiro, que dispõe sobre a segurança contra incêndio e pânico nas edificações comprovadamente licenciadas ou construídas antes da vigência do Decreto n.º 897, de 21 de setembro de 1976.



Recomenda-se consulta à Prefeitura do Município onde a empresa será legalizada para conhecimento das exigências regionais.



Abaixo, destacam-se alguns documentos legais de interesse empresarial, no âmbito do Estado do Rio de Janeiro.

- Lei n.º 2.150, de 06 de agosto de 1993, também da Assembleia Legislativa do Estado do Rio de Janeiro, informa que, os estabelecimentos comerciais de qualquer natureza estão autorizados a afixar seus dias e horários de funcionamento, desde que não implique à redução da carga normal mensal de operação, de comum acordo com seus empregados e obedecidas às prescrições trabalhistas vigentes.

- Lei n.º 2.876, de 19 de dezembro de 1997, da Assembleia Legislativa do Estado do Rio de Janeiro informa que, os estabelecimentos comerciais estão obrigados a afixar em suas lojas comerciais, em locais de fácil acesso ao público, cartazes com os números dos telefones úteis, sendo estes os das seguintes instituições: Corpo de Bombeiros, Pronto Socorro e Hospitais Públicos; Defesa Civil; Delegacia Policial da região onde está localizada a casa comercial; Polícia Federal; Disque Denúncia; Instituto Médico Legal; Delegacia da Mulher e Polícia Militar da Região.

- Lei n.º 2.211, de 02 de janeiro de 1994, da Assembleia Legislativa do Estado do Rio de Janeiro – Todas as empresas comerciais estão obrigadas a afixar em seus estabelecimentos, com destaque e em local visível, a seguinte expressão: "SONEGAR É CRIME. O cidadão consciente, na compra de mercadorias, exige a Nota Fiscal, pois sabe que o Estado, para melhorar a saúde, a educação, a segurança e tudo mais, depende da arrecadação."

- Lei n.º 2.487, de 21 de dezembro de 1995, disponível no *site* da Assembleia Legislativa do Estado do Rio de Janeiro – Os estabelecimentos comerciais e de prestação de serviços estão obrigados a manter fixado, em local visível, o endereço e o telefone do PROCON – Programa de Orientação e Proteção ao Consumidor. Na cidade do Rio de Janeiro, de forma geral, deverá ser adotada a seguinte denominação: "PROCON/RJ – Programa Estadual de Orientação e Proteção ao Consumidor. Endereço: Rua da Ajuda nº 05 (sub-solo), Centro – Rio de Janeiro CEP: 20040-000 / Praça Cristiano Ottoni s/nº (sub-solo), Central do Brasil – Rio de Janeiro CEP: 20221-250 – Telefone: 151".

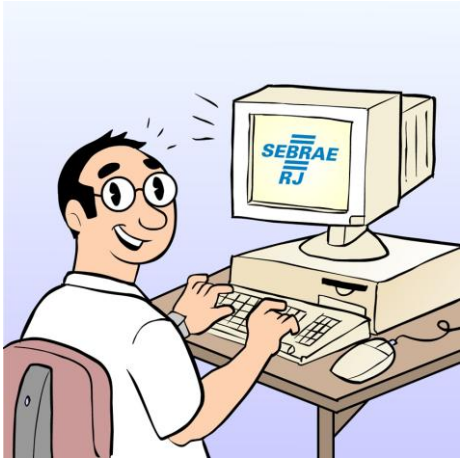
- Lei nº 4.311, de 29 de abril de 2004, obriga os estabelecimentos comerciais situados no Estado do Rio de Janeiro a possuírem em local acessível e visível aos consumidores o Código de Defesa do Consumidor.

- Lei nº 5.407, de 16 de março de 2009 – Obriga as empresas que promovem vendas a crédito a afixarem, em local visível e de fácil acesso ao cliente, o texto integral da ementa da lei nº 2868, de 18 de dezembro de1997.

- Lei nº 5.502, de 15 de julho de 2009 – Dispõe sobre a substituição e recolhimento de sacolas plásticas em estabelecimento comerciais localizados no estado do rio de janeiro como forma de colocá-las à disposição do ciclo de reciclagem e proteção ao meio ambiente fluminense e acrescenta o artigo 98 da à lei nº 3467/2000.

- Lei n.º 5.517, de 17 de agosto de 2009, disponível no site da Assembleia Legislativa do Estado do Rio de Janeiro, proíbe o consumo de cigarros, cigarrilhas, charutos, cachimbos ou de qualquer outro produto fumígeno, derivado ou não do tabaco, na forma que especifica, e cria ambientes de uso coletivo.

ASPECTOS COMPLEMENTARES



Leituras

Revista Empreendedor
Editora: Empreendedor
Contato Rio de Janeiro: Triunvirato Desenvolvimento Empresarial Ltda.
Endereço: Rua São José, 40- 3º andar – Centro – RJ.
Telefone: (21) 3231-9017
Site: www.empreendedor.com.br
E-mail: assine@empreendedor.com.br

Vídeo

Atendimento excelente ao cliente .
Empresa: Link Quality
Site: www.linkquality.com.br
Disponível em nosso acervo para consulta local.
E-mail: cdi@sebraerj.com.br

Cursos

SEBRAE/RJ
Central de Relacionamento: 0800-570-0800
Site: www.sebraerj.com.br

SENAC/RJ
Telefone: (21) 4002-2002
Site: www.rj.senac.br

Entidade de Classe

Sindicato dos Lojistas do Comércio do Município do Rio de Janeiro.
Endereço: Rua da Quitanda, 03 – 10º andar – Centro – Rio de Janeiro – RJ.
Telefone: (21) 2533-6667
Fax: (21) 2533-5094
Site: www.sindilojas-rio.com.br
E-mail: secretaria@sindilojas-rio.com.br

Sites interessantes

ACRJ – Associação Comercial do Rio de Janeiro
Site: www.acrj.org.br

FECOMERCIO – RJ
Site: www.fecomercio-rj.org.br

DATAMAC – Banco de Dados de Máquinas e Equipamentos.
ABIMAQ – Associação Brasileira da Indústria de Máquinas e Equipamentos.
Site: www.datamaq.org.br

Guia OESP
Produtos e Serviços para Compradores
Site: www.guiaoesp.com.br

Feira e Evento

FEIRA DO EMPREENDEDOR
Promoção: SEBRAE.
Site: www.sebrae.com.br

Verifique outros eventos no Calendário de Eventos disponibilizado pelo SEBRAE/RJ.

Lembre-se que esse é o Primeiro Passo em direção ao seu próprio negócio, conte com o SEBRAE para continuar essa caminhada. Procure uma das nossas Unidades de Atendimento ou Fale Conosco através da nossa Central de Relacionamento [3].

[3] Central de Relacionamento do SEBRAE/RJ: http://www.sebraerj.com.br

REFERÊNCIAS

ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. **Processo legislativo. Leis estaduais**. Disponível em: http://www.alerj.rj.gov.br/. Acesso em: 09 abr. 2010.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR. **Calendário brasileiro de exposições e feiras**. Disponível em: http://www.desenvolvimento.gov.br. Acesso em: 09 abr. 2010.

COMÉRCIO de roupas seminovas (brechó). São Paulo: SEBRAE/SP, 1997. 38p. (Série Guia prático como montar).

CORPO DE BOMBEIROS MILITAR DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO. **Informações para empresas**. Disponível em: http://www.defesacivil.rj.gov.br/. Acesso em: 09 abr. 2010.

PAVANI, Claudia; DEUTSCHER, José Arnaldo; LÓPEZ, Santiago Maya. **Plano de negócios:** planejando o sucesso de seu empreendimento. Rio de Janeiro: Minion, 2000. 202p.

PROGRAMA DE ORIENTAÇÃO E DEFESA AO CONSUMIDOR – PROCON-RJ. **Orientação ao Consumidor**. Disponível em: http://www.procon.rj.gov.br/. Acesso em: 09 abr. 2010.

ROSA, Silvana Goulart Machado. **Reposicionamento de produtos**. Porto Alegre: SEBRAE/RS, 1998. 64p. (Série Marketing Essencial, 3).

SEBRAE/ES. **Oportunidades de negócios: Brechó.** Disponível em: http://www.sebrae.com.br/. Acesso em: 09 abr. 2010.

SEBRAE/RJ. **Calendário de eventos**. Disponível em: http://www.sebraerj.com.br/. Acesso em: 09 abr. 2010.

TOALDO, Ana Maria Machado; COSTA, Filipe Campelo Xavier da; TEITELBAUM, Ilton. **Pesquisa de mercado para pequenas empresas**. Porto Alegre: SEBRAE/ FAURGS, 1997. 28p. (Série Talentos Empreendedores, 7).