

COMO MONTAR?

COMO
MONTAR
UM BRECHÓ



www.sebraeatende.com.br

SUMÁRIO

Apresentação do Negócio	6
Localização	8
Exigências Legais	9
Estrutura e pessoal (equipe e equipamentos)	10
Matéria-prima e mercadorias	14
Investimento e Capital de Giro	16
Canal de Distribuição	17
Custos	18
Agregação de valor	19
Divulgação	21
Informações tributárias	22
Dicas de Negócios	24
Bibliografia	25

IDEIAS E OPORTUNIDADES DE NE-GÓCIOS

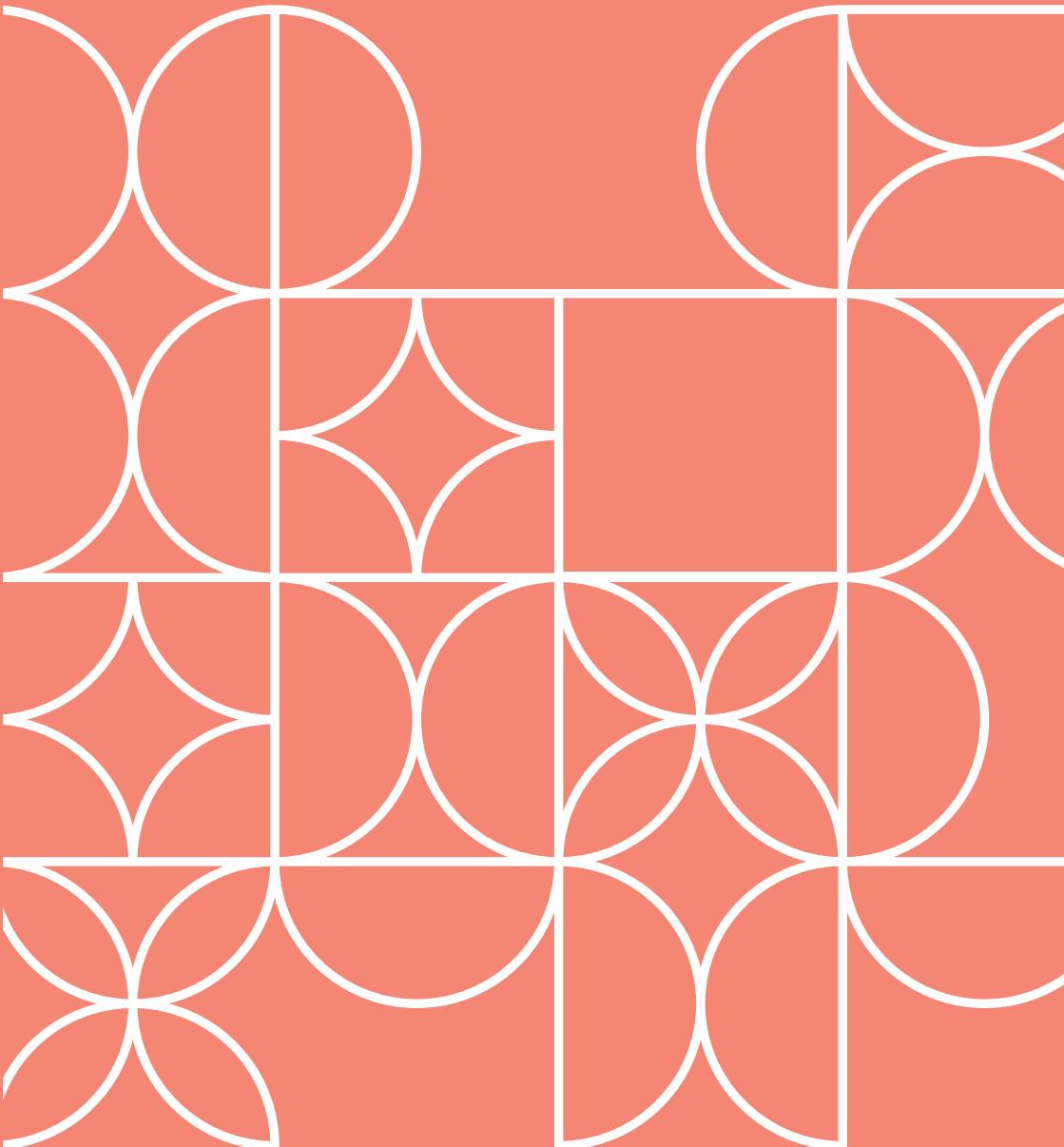
Quer se tornar um empreendedor mas não sabe por onde começar?

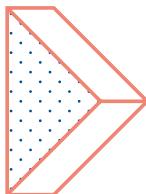
Esta Série é para quem quer descobrir as melhores ideias de negócios lucrativos.

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

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

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





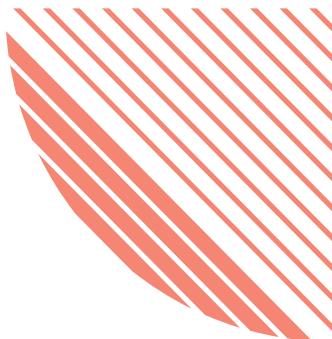
APRESENTAÇÃO DO NEGÓCIO

Quem não ouviu falar no famoso “mercado das pulgas” que iniciou as suas atividades no Rio de Janeiro por volta dos anos 1970?

A atividade relacionada ao serviço de brechó, uma das mais antigas formas de comércio, é direcionada à compra e venda de artigos do vestuário masculino e feminino, e possibilita ao público encontrar roupas e acessórios, em boas condições de uso, algumas até mesmo ainda não utilizadas, além de objetos de decoração, artigos de produção de teatro, televisão e cinema.

Antes visto como sinônimo de mofo, traça e naftalina, hoje o brechó é uma excelente opção de compra de roupas, bijuterias, bolsas, calçados e acessórios pessoais, embora ainda exista preconceito em relação a este tipo de negócio.

Quem vence essa barreira tende a ganhar: compras em brechó possibilitam economia de até 80% em relação às lojas tradicionais.



Como a moda vive se reinventando, a combinação de roupas de décadas passadas com peças originais possibilita às clientes fugir do lugar comum e adotar estilos únicos. Temos mais smartphone do que gente no Brasil! Já no item usuários de internet em computadores, somos 149 milhões.

Populares na Europa e nos Estados Unidos, é possível encontrar, nesse ambiente, grande variedade de peças originais a preços tentadores. O brechó atende a todas as classes sociais, com interesses que variam desde a procura por marcas famosas até a economia na aquisição de produtos.

Os clientes dos brechós são encontrados em todas as idades, independente de sexo e de poder aquisitivo.

Além de artigos de vestuário, as lojas podem extrapolar e oferecer eletrodomésticos, móveis, livros, discos, perfumes, instrumentos musicais, brinquedos, artigos esportivos, peças de decoração e outros objetos usados no seu mix de produtos.

Ter um brechó diversificado exige cuidados especiais quanto à organização e limpeza da loja, para que o lugar não fique com aparência de "coisa velha e suja". Uma boa decoração e ambientação é importante para deixar a loja com aparência de modernidade e jovialidade.

Como o valor médio dos artigos comercializados é baixo, o empresário deve ter atenção ao ponto de equilíbrio do negócio, uma vez que está relacionado ao volume de vendas. Deve-se evitar a troca de mercadorias ou conserto de roupas, que podem gerar custos excessivos.

Para se diferenciar da concorrência e atrair uma clientela fiel, o empreendedor precisa profissionalizar a gestão. Foi-se o tempo em que a quantidade de produtos era o único fator que importava para o sucesso de um brechó.

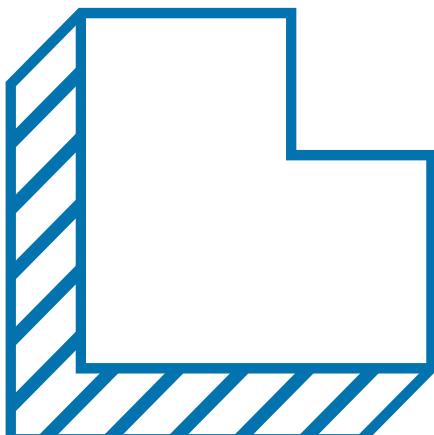
Peças com defeitos graves, sujas, rasgadas ou manchadas não são admitidas pelos clientes, cada vez mais exigentes e detalhistas.

Os produtos adquiridos precisam ter qualidade e durabilidade, além de serem lavados, dobrados e organizados antes de disponibilizados para revenda.

Por meio deste novo conceito, o segmento de brechós ganha, a cada dia, mais espaço no mercado comercial brasileiro. Novos estabelecimentos estão sendo abertos e outros reformulados para atrair um público renovado de jovens, adultos e idosos.

De acordo com dados do setor, o segmento de brechós já movimenta, pelo menos, R\$ 5 milhões por ano.

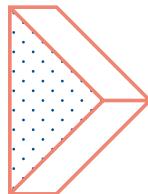
O crescimento é registrado pelo aumento da quantidade de lojas e ampliação das já existentes.



Aos poucos, as pessoas percebem que o guarda-roupa ideal é aquele que melhor lhes atende num breve momento, e não um estoque eterno de peças repetidas.

Trata-se de uma segunda chance, tanto para quem quer se desfazer de roupas encalhadas no armário quanto para quem quer adquirir itens diferenciados.

E, claro, o brechó é uma excelente oportunidade para empreendedores que trabalham para realizar o desejo destes dois públicos.



LOCALIZAÇÃO

A localização de uma loja de brechó deve estar alinhada à estratégia do negócio, de acordo com o perfil da clientela.

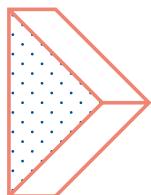
Dentre todos os aspectos importantes para a escolha do ponto, deve-se considerar, prioritariamente:

- *Densidade populacional,*
- *Perfil dos consumidores locais,*
- *Concorrência,*
- *Fatores de acesso e locomoção,*
- *Visibilidade,*
- *Proximidade com fornecedores,*
- *Segurança*
- *Limpeza do local.*

Alguns detalhes devem ser observados na definição da localização:

- Verificar se o imóvel atende às necessidades operacionais referentes à localização, capacidade de instalação, possibilidade de expansão, características da vizinhança e disponibilidade dos serviços de água, luz, esgoto, telefone e internet;

- Observar se o ponto é de fácil acesso, possui estacionamento, local para carga e descarga de mercadorias e serviços de transporte coletivo nas redondezas;
 - Consultar a prefeitura sobre a possibilidade de instalação desse tipo de negócio na região escolhida;
 - Verificar se o local está livre do risco de inundações ou próximo a zonas de perigo.
- Dica: um brechó deve estar instalado nas proximidades do local de residência do público-alvo, ou em locais de grande fluxo de público, como em centros comerciais de bairro, que favoreçam o estacionamento e possuam boas condições ambientais.
- Vale lembrar que o melhor ponto não é necessariamente aquele que proporcionará o maior faturamento, e sim aquele que trará o melhor resultado a longo prazo.



EXIGÊNCIAS LEGAIS

Inicialmente, é necessário contratar um contador profissional legalmente habilitado para elaborar os atos constitutivos da empresa, auxiliá-lo na escolha da forma jurídica adequada ao projeto e preencher os formulários de inscrição exigidos pelos órgãos públicos.

Mas, atenção: certifique-se de que este prestador de serviços seja um profissional habilitado no Conselho Regional de Contabilidade, e que não existam reclamações registradas contra ele. Dê preferência aos contadores que ofereçam, além de assessoria fiscal e tributária, outros serviços contábeis.

O brechó somente pode iniciar suas atividades depois de cumpridas as seguintes etapas:

- Registro da empresa nos seguintes órgãos:

- Junta Comercial;
- Secretaria da Receita Federal (CNPJ);
- Secretaria Estadual de Fazenda;
- Prefeitura Municipal, para obter o alvará de funcionamento;
- Enquadramento na Entidade Sindical Patronal em que a empresa se enquadra (é obrigatório o recolhimento da Contribuição Sindical Patronal por ocasião da constituição da empresa até o dia 31 de janeiro de cada ano);

- Caixa Econômica Federal, para cadastramento no sistema "Conectividade Social – INSS/FGTS";
- Corpo de Bombeiros Militar.

- Visita à Prefeitura da cidade onde pretende instalar a loja, para fazer a consulta do local e emissão das certidões de Uso do Solo e Número Oficial.
- Registro na Previdência Social para inscrição da empresa no INSS.

As empresas que fornecem serviços e produtos no mercado de consumo devem observar as regras de proteção ao consumidor, estabelecidas pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC). O fato de o brechó vender produtos usados não o desobriga de obedecer ao CDC.

Publicado em 11 de setembro de 1990, o documento regula a relação de consumo em todo o território nacional, na busca por equilibrar a relação entre consumidores e fornecedores.

Um dos problemas comuns que ocorrem em brechós é o chamado “vício oculto”, ou seja, os defeitos imperceptíveis ao consumidor no momento da compra. Casos de vícios ocultos não informados pelo fornecedor podem ser encaminhados ao Procon. Segundo o artigo 27 do CDC, o prazo para pedir a reparação dos prejuízos causados pela venda é de cinco anos. Porém, nas situações em que a mercadoria foi adquirida por meio de troca, a comprovação das irregularidades é mais difícil.

ESTRUTURA E PESSOAL (EQUIPE E EQUIPAMENTOS)

Para uma estrutura mínima de brechó, com exposição para comercialização de aproximadamente dois mil itens, estima-se ser necessária uma área de 50m², com flexibilidade para ampliação conforme desenvolvimento.

Os ambientes devem ser divididos em:

- Área para exposição de mercadorias,
- Recepção,
- Provadores,
- Banheiro,
- Oficina para pequenos reparos

A área da loja deve ser limpa e organizada, diferente do antigo conceito de brechó, com caixas empilhadas e mercadorias amontoadas. As araras e prateleiras devem valorizar as peças mais bonitas e facilitar a visualização de todo o estoque.

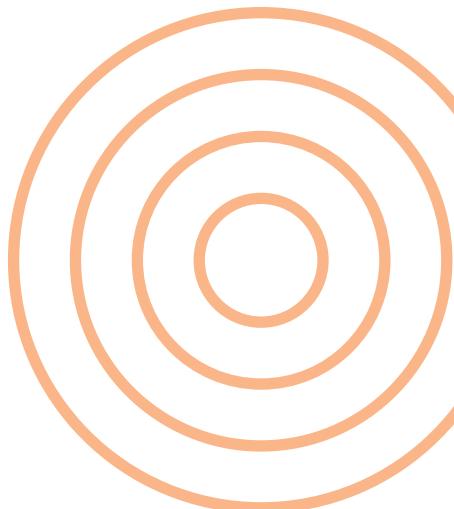
A parede e o teto devem estar conservados, sem rachaduras, goteiras, infiltrações, mofo e descascamentos. O piso deve ser de alta resistência, durabilidade e fácil manutenção. Cerâmicas e ladrilhos coloridos proporcionam um toque especial, enquanto granito e porcelanato oferecem luxo e sofisticação ao ambiente.

Paredes pintadas com tinta acrílica otimizam a limpeza, enquanto cores claras facilitam a iluminação e proporcionam um ambiente mais limpo e agradável. Texturas e tintas especiais na fachada externa personalizam e valorizam o ponto.

A fachada da loja cumpre o importante papel de atrair potenciais clientes e transmitir os conceitos do ambiente. Portanto, a decoração da vitrine precisa causar impacto aos transeuntes e convidá-los a conhecer a loja.

Criatividade e bom gosto fazem a diferença para valorizar as mercadorias de um brechó. Trata-se da principal ferramenta de divulgação da loja e de um excelente recurso de vendas. O empreendedor pode solicitar uma consultoria com profissionais especializados em montagem de vitrines (vitrinistas).

Outros profissionais qualificados (arquitetos, engenheiros, decoradores) poderão ajudar a definir as alterações a serem feitas para funcionamento da loja, orientando em questões sobre ergonomia, fluxo de operação, design dos móveis, iluminação, ventilação e etc, favorecendo o negócio.



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

- *Gerente: responsável pelas atividades administrativas, financeiras, de controle de estoque e da comercialização. Deve ter conhecimento da gestão do negócio, do processo produtivo e do mercado. Deve conhecer em profundidade o perfil dos clientes para definir o que comprar e quanto pagar pelas peças usadas. Pode ser o proprietário.*
- *Vendedor: responsável pelo atendimento aos clientes e venda dos produtos. Suas principais qualidades devem ser conhecer os produtos oferecidos, entender necessidades e expectativas dos clientes e estar alinhado à cultura da empresa, dentre outros.*
- *Reparador: responsável por pequenos consertos nas peças adquiridas. Deve ser capaz de pregar botões, costurar ajustes, tirar manchas, fazer barras em calças e outras atividades que o ramo requer.*

Normalmente, o brechó funciona em horário comercial, mas sábados e domingos são dias de grande faturamento e a alternativa deve ser avaliada. Dependendo do movimento e da época do ano, pode ser necessária a ampliação do horário de funcionamento, exigindo a contratação temporária de mais vendedores.

Esta expansão do negócio precisa ser planejada conforme o aumento do faturamento.

O atendimento é um item que merece atenção especial, visto que, nesse segmento de negócio, há tendência ao relacionamento de longo prazo com o cliente e à indicação de novos clientes. O atendimento personalizado e qualificado é um item que visa à manutenção e fidelização da clientela.



Como escolher funcionários

A qualificação de profissionais aumenta o comprometimento com a empresa, eleva o nível de retenção de funcionários, melhora a performance do negócio e diminui os custos trabalhistas com a rotatividade de pessoal.

O treinamento dos colaboradores deve desenvolver as seguintes competências:

- Capacidade de percepção para entender e atender expectativas;
- Agilidade e presteza no atendimento;
- Capacidade de apresentar e vender os produtos da loja;
- Motivação para crescer.

O Sebrae pode ser consultado para aprofundar as orientações sobre o perfil do pessoal e treinamentos adequados.

Por fim, a definição do porte é fundamental para a aquisição dos equipamentos.

Veja o conjunto de equipamentos, móveis e máquinas para um negócio de pequeno porte sugerido pela nossa equipe:

Equipamentos e móveis para a área de administração:

- 01 Microcomputador completo;
- 01 Impressora multifuncional;
- 02 Telefones;
- 02 Mesas;
- 06 Cadeiras;
- 01 Armário para o escritório;
- 01 Arquivo;
- 01 Aparelho de fax;

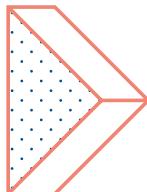
Equipamentos e móveis para a área de administração:

- 01 Microcomputador completo;
- 01 Impressora multifuncional;
- 02 Telefones;
- 02 Mesas;
- 06 Cadeiras;
- 01 Armário para o escritório;
- 01 Arquivo;
- 01 Aparelho de fax;

Equipamentos e móveis para a área de exposição e vendas:

- 01 balcão de atendimento, caixa, vitrine e expositor;
- 05 araras;
- 02 armários;
- 05 provadores com espelhos;
- 05 estantes com prateleiras;
- 300 cabides de madeira;
- 02 conjuntos de sofá para espera com 2 e 3 lugares;
- 04 cadeiras;
- 01 telefone;
- 03 microcomputadores completos;
- 01 impressora de cupom fiscal;
- 02 manequins para expor peças;
- 03 aparelhos de ar condicionado plit 12.000 btus.

A disposição das estantes, araras, prateleiras e aparadores é importante para proporcionar conforto e facilitar o encontro de peças desejadas. Ao fazer o layout do brechó, leve em consideração a ambientação, decoração, circulação, ventilação e iluminação. Na área externa, deve-se atentar para fachada, letreiros, entradas, saídas e estacionamento.



MATÉRIA-PRIMA E MERCADORIAS

A gestão de estoques no varejo é a procura do constante equilíbrio entre a oferta e a demanda. Este equilíbrio deve ser sistematicamente aferido através de três importantes indicadores de desempenho:

Giro dos estoques: indica o número de vezes em que o capital investido em estoques é recuperado através das vendas.

Cobertura dos estoques: indicação do período de tempo que o estoque, em determinado momento, consegue cobrir as vendas futuras, sem que haja suprimento.
Nível de serviço ao cliente: indicador para o ambiente de varejo de pronta entrega, isto é, o segmento de negócio em que o cliente quer receber a mercadoria, ou serviço, imediatamente após a escolha.

Demonstra o número de oportunidades de venda que poderiam ter sido perdidas pelo fato de não existir a mercadoria em estoque ou não se poder executar o serviço com prontidão.

O estoque dos produtos para loja de brechó deve ser mínimo, visando menor impacto na alocação do capital de giro. O estoque mínimo deve ser calculado levando-se em conta o número de dias entre o pedido de compra e a entrega dos produtos na sede da empresa.

O estoque de mercadorias irá definir o sucesso ou o fracasso de um brechó. O empreendedor deve conhecer o perfil de sua clientela e adquirir peças que satisfaçam os seus desejos de consumo.

Uma forma de minimizar o risco do negócio é oferecer ampla variedade de produtos e investir nas mercadorias com mais procura.

Especificamente, no brechó, um fornecedor é um potencial cliente, e vice-versa. Portanto, intensifique ao máximo o contato com fornecedores e clientes para que a loja não tenha estoque elevado nem escassez de produto.

A oferta de novidades é a principal fonte de atração de clientes.

Além da renovação do estoque, o empreendedor pode aumentar a oferta através do lançamento de novas linhas de venda.

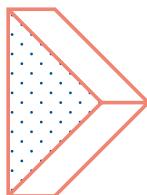
Produtos como roupas de cama, mesa e banho, calçados, bolsas, semijoias, objetos de decoração, livros, discos, perfumes, móveis, eletrodomésticos e eletroeletrônicos podem atrair consumidores e aumentar o faturamento da loja.



É essencial possuir em estoque alguns itens utilizados nas reformas das roupas com defeitos ou que necessitam de pequenos ajustes. Tais itens são:

- Linhas de diversas cores;
- Agulhas;
- Zipper;
- Elástico;
- Tecido;
- Alfinete;
- Velcro;
- Botões (dos tipos mais comuns);
- Fita métrica.





INVESTIMENTO E CAPITAL DE GIRO

Investimento compreende todo o capital empregado para iniciar e viabilizar o negócio até o momento de sua autossustentação. Pode ser caracterizado como:

- *Investimento fixo – compreende o capital empregado na compra de imóveis, equipamentos, móveis, utensílios, instalações, reformas etc.;*
- *Investimentos pré-operacionais – são todos os gastos ou despesas realizadas com projetos, pesquisas de mercado, registro da empresa, projeto de decoração, honorários profissionais e outros;*
- *Capital de giro – é o capital necessário para suportar todos os gastos e despesas iniciais, geradas pela atividade produtiva da empresa. Destina-se a viabilizar as compras iniciais, pagamento de salários nos primeiros meses de funcionamento, impostos, taxas, honorários de contador, despesas de manutenção e outros.*

Capital de giro é o montante de recursos financeiros que a empresa precisa manter para garantir fluidez dos ciclos de caixa. O capital de giro funciona com uma quantia imobilizada no caixa (inclusive banco) da empresa para suportar as oscilações da demanda.

O capital de giro é regulado pelos prazos praticados pela empresa, dentre prazos médios, recebidos de fornecedores (PMF) e prazos médios concedidos a clientes (PMCC).

Quanto maior o prazo concedido aos clientes, maior a necessidade de capital de giro. Portanto, saber o limite de prazo a conceder ao cliente pode melhorar muito a necessidade de imobilização de dinheiro em caixa.

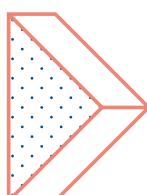
Um fluxo de caixa, com previsão de saldos futuros de caixa, deve ser implantado na empresa para a gestão competente da necessidade de capital de giro. Só assim as variações nas vendas e nos prazos praticados no mercado poderão ser geridas com precisão.

O desafio da gestão do capital de giro está, principalmente, na ocorrência dos fatores a seguir:

- Variação dos diversos custos absorvidos pela empresa;
- Aumento de despesas financeiras, em decorrência das instabilidades do mercado;
- Baixo volume de vendas;
- Aumento dos índices de inadimplência, em caso de vendas a prazo;
- Alto nível dos estoques.

O empreendedor deve ter um controle orçamentário rígido, de forma a não consumir recursos sem previsão. Também precisa evitar a retirada de valores além do pró-labore estipulado, pois, no início, todo recurso que entrar na empresa nela deverá permanecer, possibilitando o crescimento e a expansão do negócio.

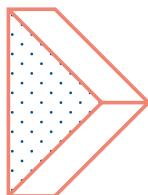
Reserve em torno de 20% do total do investimento inicial para o capital de giro.



CANAL DE DISTRIBUIÇÃO

O canal de distribuição é o ambiente onde funciona o brechó. A criatividade do empreendedor é fundamental para gerar formas alternativas de alcance ao consumidor.

A loja tem como canal básico a venda direta, realizada em ponto próprio, e a entrega do produto na finalização da compra pelo consumidor.



CUSTOS

São todos os gastos realizados na produção de um bem ou serviço, incorporados posteriormente ao preço dos produtos ou serviços prestados, como aluguel, água, luz, salários, honorários profissionais, despesas de vendas e insumos consumidos no processo de estoque e comercialização.

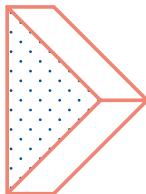
O cuidado na administração e redução de todos os custos envolvidos na compra, produção e venda de produtos que compõem o negócio indica que o empreendedor pode ter sucesso à medida em que encara a redução de desperdícios, a compra pelo melhor preço e o controle de todas as despesas internas.

Quanto menores os custos, maior a chance de bons resultados.

As despesas, por sua vez, são os gastos realizados para operar o negócio e devem ser estimadas considerando os itens abaixo:

- Aluguel, taxa de condomínio, segurança;
- Água, luz, telefone e acesso à internet;
- Assessoria contábil;
- Despesas com armazenamento e transporte;
- Despesas com vendas;
- Produtos para higiene e limpeza da empresa e funcionários;
- Propaganda e publicidade da empresa;
- Recursos para manutenções corretivas.





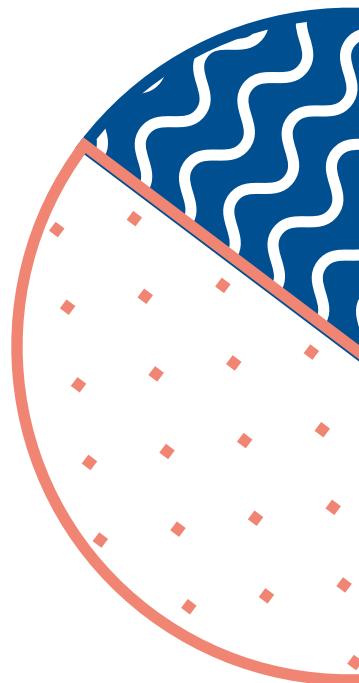
AGREGAÇÃO DE VALOR

Agregar valor significa oferecer produtos e serviços complementares ao produto principal, diferenciando-se da concorrência e atraindo o público-alvo.

Não basta possuir algo que os produtos concorrentes não oferecem: é necessário que esse algo mais seja reconhecido pelo cliente como vantagem competitiva e aumente o seu nível de satisfação com o produto ou serviço prestado.

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

- *Criação de programas de fidelidade para as clientes mais assíduas;*
- *Montagem de seções específicas de roupas para casamento ou festas bregas;*
- *Separação das mercadorias em estilos: por exemplo, anos 60, anos 70, anos 80; - Ampliação de linhas de produtos, como calçados, bolsas, bijuterias, objetos de decoração, artesanatos, livros, discos, instrumentos musicais, brinquedos, artigos esportivos, eletrodomésticos e móveis;*
- *- Montagem de um brechó infantil, com tudo relacionado a bebê: roupas, calçados, carrinhos, cadeirinhas, berços, cômodas, brinquedos, etc.*



Mais do que em outros negócios, convém zelar pelo bom tratamento às pessoas que chegam à loja para vender seus bens, já que elas serão os futuros clientes do brechó. Mesmo que não haja interesse na aquisição de uma mercadoria, ofereça a oportunidade de deixar o produto em consignação e incentive o freguês a passear pela loja.



Se Oriente

O desenvolvimento de um site na internet com divulgação de serviços realizados pela empresa, depoimento dos clientes e fotografia de tratamentos realizados (desde que autorizados previamente) é uma poderosa arma de marketing.

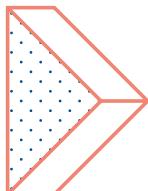
Através do site, ou por chat, e-mail, ou redes sociais, o cliente pode fazer contato com a empresa, preencher cadastro, agendar atendimento personalizado, solicitar orçamentos e avaliar a qualidade dos serviços prestados.

A internet é uma opção de contato com o cliente que pode ser um canal vigoroso de vendas, desde que possua uma boa estrutura e design adequado.

O atendimento pessoal qualificado é um fator que agrega valor de alto significado. É fundamental, na construção de relacionamento duradouro, conhecer quem são os clientes e entender suas reais necessidades.

É importante pesquisar os concorrentes para conhecer os serviços que estão sendo adicionados e desenvolver opções específicas, com o objetivo de proporcionar ao cliente um produto diferenciado.

Além disso, identificar suas expectativas é essencial para o desenvolvimento de novos serviços ou produtos personalizados, o que amplia as possibilidades de fidelizar os atuais clientes, além de cativar novos.



DIVULGAÇÃO

A divulgação é um componente fundamental para o sucesso de um brechó. As campanhas publicitárias devem ser adequadas ao orçamento da empresa, à sua região de abrangência e às peculiaridades do local.

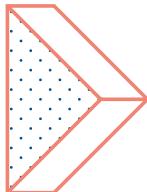
Essas ações mercadológicas são acessíveis e eficientes:

- Confeccionar *folders* e *flyers* para a distribuição em escritórios e residências;
 - Participar de feiras de artesanatos e mercados de pulgas;
 - Oferecer brindes para clientes que indicam outros clientes;
 - Anunciar em jornais de bairro e revistas locais de moda;
 - Oferecer descontos e pacotes promocionais para produtos combinados;
 - Realizar promoções conjuntas com estabelecimentos comerciais vizinhos;
 - Oferecer vale-compras para fornecedores que vendem produtos à loja ou deixam produtos em consignação.
- Outras alternativas são os anúncios em jornais de bairro e propaganda em rádio.*

A divulgação através da internet deve ser considerada, pois o acesso de pessoas à rede cresce permanentemente e em larga escala, atingindo os mais diversos públicos, desde os que possuem maior poder aquisitivo até os que estão na outra ponta.

Ressalte-se que esse canal apresenta custo relativamente baixo e com forte e crescente apelo popular.

É fundamental adicioná-lo em diretórios especializados para empresas e motores de busca de inclusão manual como Google Adwords, Ask, Yahoo Search Marketing, Microsoft Digital Advertising Solutions, Hot Words, dentre outros.



INFORMAÇÕES TRIBUTÁRIAS

O segmento de BRECHÓ, entendido pela CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) 4785-7/99 como a atividade de comércio de artigos usados, tais como móveis, utensílios domésticos, eletrodomésticos, roupas e calçados, material de demolição, pode optar pelo SIMPLES Nacional, Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas ME (Microempresas) e EPP (Empresas de Pequeno Porte), instituído pela Lei Complementar nº 123/2006, desde que a receita bruta anual de sua atividade não ultrapasse R\$ 360.000,00 para micro empresa e R\$3.600.000,00 para empresa de pequeno porte, respeitando os demais requisitos previstos na Lei.

Nesse regime, o empreendedor pode recolher os seguintes tributos e contribuições por meio de apenas um documento fiscal, o DAS (Documento de Arrecadação do Simples Nacional):

- IRPJ (imposto de renda da pessoa jurídica);
- CSLL (contribuição social sobre o lucro);
- PIS (programa de integração social);
- COFINS (contribuição para o financiamento da seguridade social);
- ICMS (imposto sobre circulação de mercadorias e serviços);
- INSS (contribuição para a Seguridade Social relativa a parte patronal)

Conforme a Lei Complementar nº 123/2006, as alíquotas do SIMPLES Nacional, para esse ramo de atividade, variam de 4% a 11,61%, dependendo da receita bruta auferida. No caso de início de atividade no próprio ano-calendário da opção pelo SIMPLES Nacional, para efeito de determinação da alíquota no primeiro mês de atividade, os valores de receita bruta acumulada devem ser proporcionais ao número de meses de atividade no período.



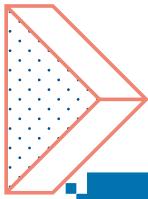
Se o estado em que o empreendedor exerce atividade conceder benefícios tributários para o ICMS (desde que a atividade seja tributada por esse imposto), a alíquota pode ser reduzida conforme o caso. Na esfera federal pode ocorrer redução quando se tratar de PIS e/ou COFINS.

Se a receita bruta anual não ultrapassar a R\$ 60.000,00, o empreendedor, desde que não possua e não seja sócio de outra empresa, poderá optar pelo regime denominado MEI, ou Microempreendedor Individual. Para se enquadrar no MEI o CNAE de sua atividade deve constar e ser tributado conforme a tabela da Resolução CGSN nº 94/2011.

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

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





DICAS DE NEGÓCIOS

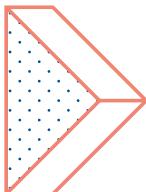
- Invista na qualidade global de atendimento ao cliente, ou seja: qualidade do serviço, ambiente agradável, profissionais atenciosos, respeitosos e interessados, além de comodidades adicionais com respeito a estacionamento, ambiente agradável e confortável.

Procure fidelizar a clientela com ações de pós-venda, como remessa de cartões de aniversário, comunicação de novos itens colocados à venda, contato telefônico para oferecer produtos de interesse do cliente, etc.;

- A presença do proprietário em tempo integral é fundamental para o sucesso do empreendimento;

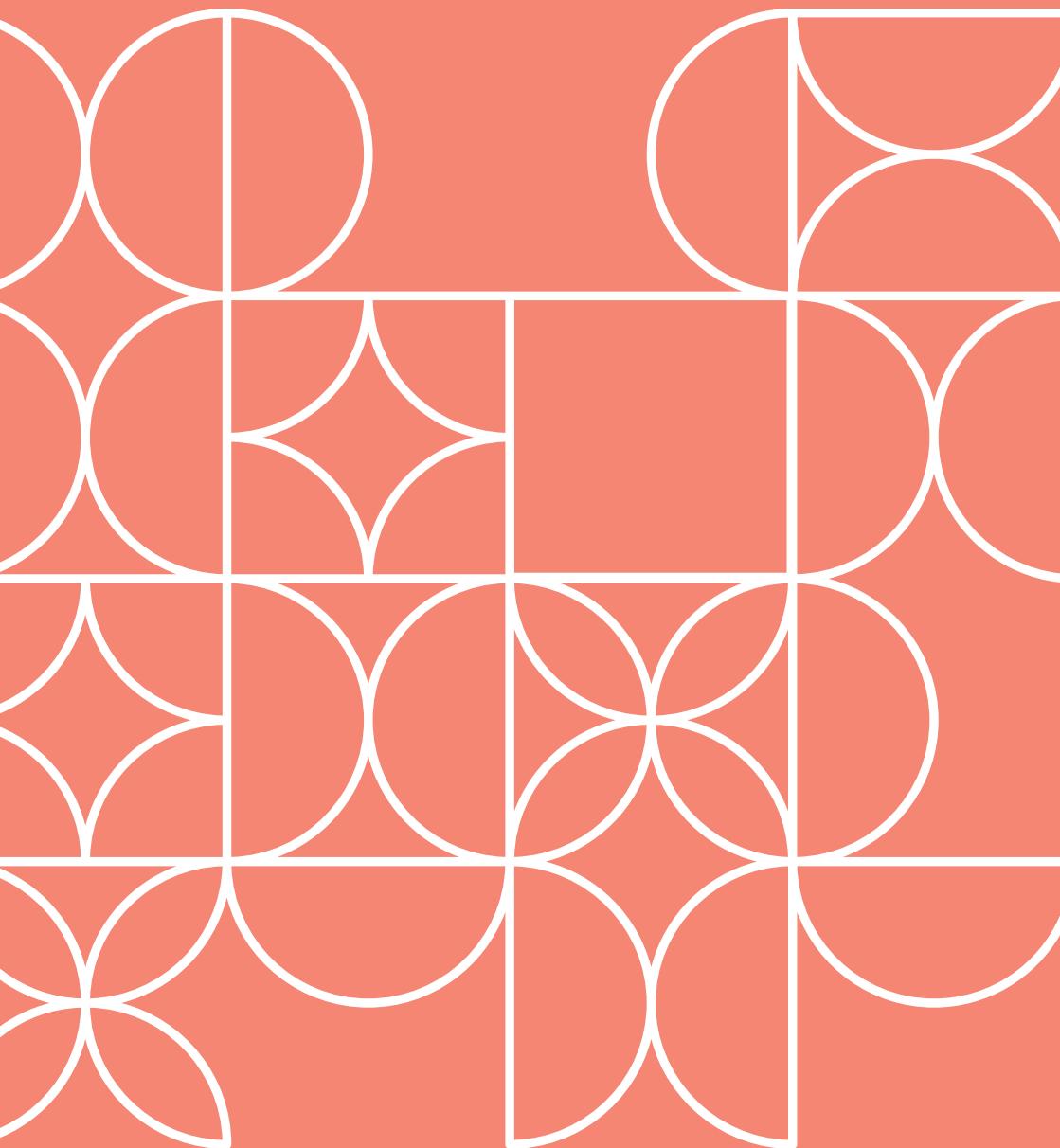
- O empreendedor deve estar sintonizado com a evolução do setor, pois esse é um negócio que requer adaptação constantes, face às novas tendências;

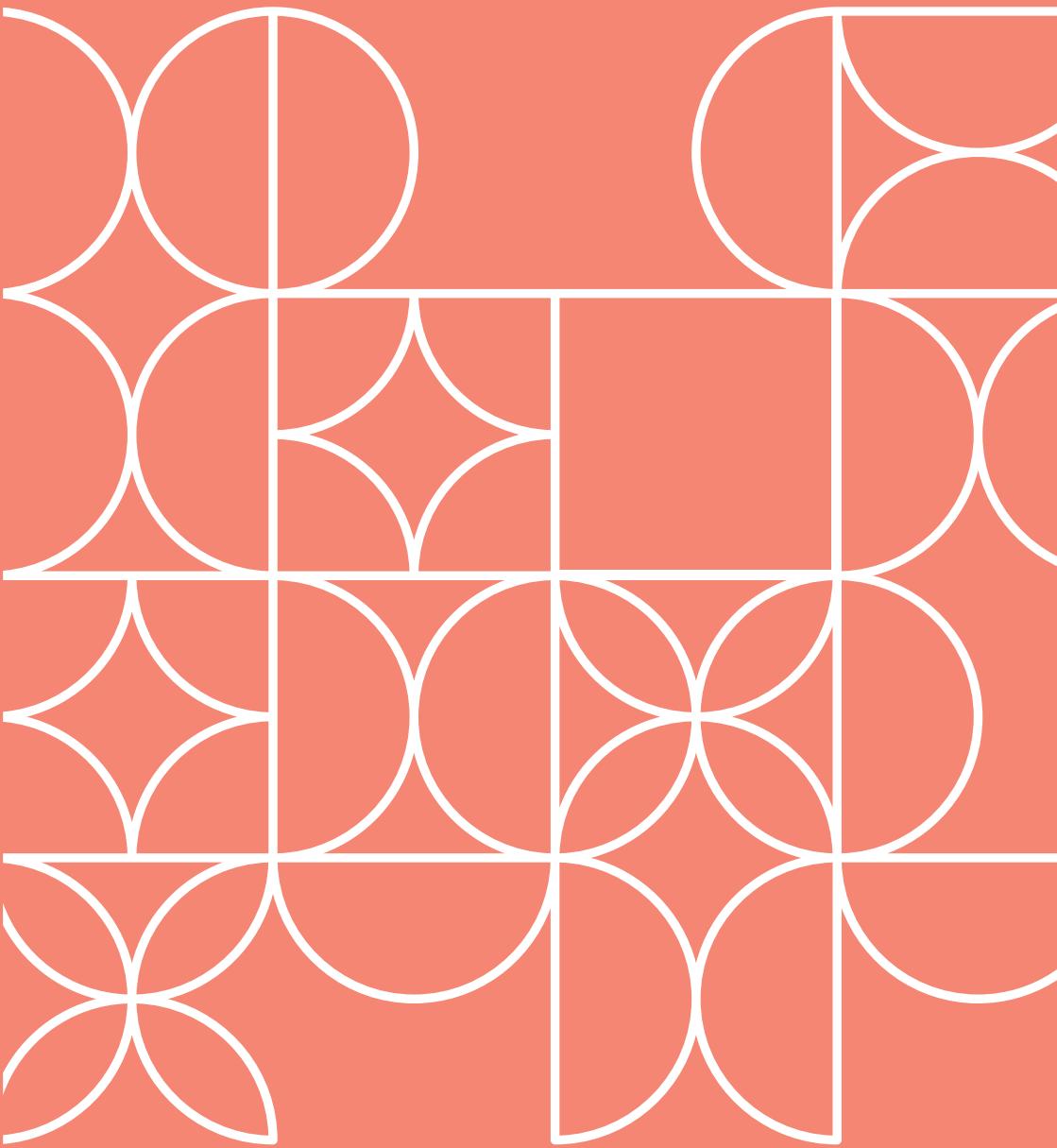
- O empreendedor deve ser criativo e ousado, validando conceitos de comunicação inovadores, para manter o empreendimento em evidência no mercado e diante dos consumidores atuais e potenciais.



BIBLIOGRAFIA

- AIUB, George Wilson et al. *Plano de Negócios: serviços.* 2. ed. Porto Alegre: Sebrae, 2000.
- ANDRADE, Patrícia Carlos de. *Oriente-se: guia de profissões e mercado de trabalho.* Rio de Janeiro: Ed. Oriente-se, 2000.
- BARBOSA, Mônica de Barros; LIMA, Carlos Eduardo de. *A Cartilha do Ponto Comercial: como escolher o lugar certo para o sucesso do seu negócio.* São Paulo: Clio Editora, 2004.
- BIRLEY, Sue; MUZYKA, Daniel F. *Dominando os Desafios do Empreendedor.* São Paulo: Pearson/Prentice Hall, 2004.
- COSTA, Nelson Pereira. *Marketing para Empreendedores: um guia para montar e manter um negócio.* Rio de Janeiro: Qualitymark, 2003.
- DAUD, Miguel; RABELLO, Walter. *Marketing de Varejo: Como incrementar resultados com a prestação de Serviços.* São Paulo: Artmed, 2006.
- DIÁRIO DA BORBOREMA. *O Lucrativo negócio dos brechós.* Disponível em http://www.diariodaborborema.com.br/2010/07/18/economia1_0.php. Acesso em 12 de março de 2012.
- DOLABELA, Fernando. *O Segredo de Luisa.* 14. ed. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.
- KOTLER, Philip. *Administração de Marketing: a edição do novo milênio.* 10. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.
- PARENTE, Juracy. *Varejo no Brasil.* São Paulo: Atlas, 2000.
- RATTO, LUIZ. *Comercio: Um Mundo de Negócios.* Rio de Janeiro: Ed. Senac Nacional, 2004.
- REVISTA ÉPOCA. *O Brilho dos Brechós.* Disponível em <http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EDR56500-6014,00.html>. Acesso em 14 de março de 2012.
- SILVA, José Pereira. *Análise Financeira das Empresas.* 4. Ed. São Paulo: Atlas, 2006.







*Quer saber mais?
Acesse o site do Sebrae e conheça outros conteúdos.*

www.sebraeatende.com.br 0800 570 0800



SebraeBahia