



Um guia prático para transformar sua loja de roupas, calçados e acessórios em um negócio promissor e rentável.

LUCRO NA MODA:

Como organizar as finanças, usar crédito com inteligência e vender mais.

© 2025. Todos os direitos reservados

A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação aos direitos autorais (Lei nº 9.610). B

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae Bahia), Rua Arthur de Azevêdo Machado, 1225, Civil Towers | Torre Cirrus. Costa Azul.

Salvador - BA. CEP: 41760-000.

Tel.: 0800 570 0800

Site: www.sebrae.com.br

Presidente do Conselho Deliberativo Estadual

Humberto Miranda

Diretor-Superintendente

Jorge Khoury

Diretor-técnico

Franklin Santos

Diretora de Administração e Finanças

Vitor Lopes

Unidade de Gestão do Portfólio

Gerente

Norma Lucia Oliveira da Silva

Gerente-adjunta

Cyntia Ferraz de Sá Bittencourt Câmara

Conteúdo

Liliane Santos Rocha

Diagramação

Redaweb

Sumário

Apresentação.....5

Seção 1: O Negócio do Varejo de Moda.....7

1. O papel do varejo de moda.....8

2. O modelo de negócio no comércio de moda.....8

3. Fatores que impactam o faturamento e a lucratividade.....9

4. O desafio da rentabilidade no setor.....10

Seção 2: Entendendo os Custos no Varejo de Moda.....11

1. Custos Fixos.....12

2. Custos Variáveis.....13

3. CMV – Custo da Mercadoria Vendida.....14

Seção 3: Ferramentas de Gestão Financeira no Varejo de Moda.....16

1. Fluxo de Caixa no Comércio de Moda.....17

2. Precificação Correta.....19

3. Vendas em Diferentes Canais e Formas de Pagamento.....20

Seção 4: Preços, Promoções e Políticas Comerciais no Varejo de Moda.....22

1. Custos de Embalagens.....23

2. Investimentos no Digital.....	23
3. Compras em Lotes e Negociação.....	24
4. Políticas de Descontos.....	24
5. Políticas de Trocas.....	25

Seção 5: Vendas à Vista, a Prazo e Uso do Cartão de Crédito.....26

1. Vendas à Vista.....	27
2. Vendas a Prazo.....	27
3. Cartão de Crédito.....	28

Seção 6: Estratégias para Aumentar a Rentabilidade no Varejo de Moda.....29

1. Cross Selling e Upselling.....	30
2. Aumentando o Ticket Médio.....	30
3. Promoções Inteligentes.....	31
4. Formas de Pagamento e Parcelamento.....	32
5. Fidelização de Clientes.....	33

Seção 7: Crédito no Varejo de Moda.....34

1. Quando buscar crédito?.....	35
2. Tipos de crédito para o comércio de moda.....	36
3. Onde buscar crédito?.....	37
4. FAMPE – Fundo de Aval às Micro e Pequenas Empresas.....	38

Checklist Financeiro do Lojista de Moda.....40

Conheça as soluções do Sebrae que podem ajudar o seu negócio, nesta jornada financeira.....43



Apresentação

“Administrar uma loja de moda vai muito além de escolher peças bonitas para a vitrine – o sucesso depende de uma gestão financeira eficiente e estratégica.”

O universo da moda é dinâmico e cheio de oportunidades. Cada estação traz novidades, tendências e chances de conquistar novos clientes. Mas, ao mesmo tempo, o setor também impõe desafios: lidar com estoque encalhado de coleções passadas, enfrentar períodos de baixa nas vendas e equilibrar o caixa diante das promoções e liquidações necessárias para girar mercadoria.

Muitos lojistas conseguem atrair clientes e gerar vendas, mas ainda enfrentam dificuldades para transformar esse movimento em **lucro real e sustentável**. A boa notícia é que, com organização, planejamento e as ferramentas certas, é possível mudar esse cenário e tornar sua loja mais rentável.

O que este guia vai oferecer a você?

Este material foi desenvolvido para ajudar micro e pequenas empresas de moda e acessórios a:

- Organizar suas finanças e conhecer melhor seus custos.
- Controlar o fluxo de caixa e planejar-se para cada estação do ano.
- Definir estratégias de estoque e promoções inteligentes para aumentar o giro.
- Aproveitar datas comemorativas de forma estruturada e lucrativa.
- Avaliar opções de crédito com segurança, especialmente para reforçar capital de giro em períodos de alta demanda.

Como o Sebrae pode apoiar seu negócio

O Sebrae entende os desafios do comércio de moda e está ao seu lado nessa jornada. Além deste guia, você pode contar com:

- **Consultorias especializadas** em finanças, marketing e gestão de estoques.
- **Cursos e capacitações**, presenciais e online.
- **Ferramentas digitais** que facilitam o controle diário do negócio.
- **Apoio no acesso ao crédito**, inclusive com o Fundo de Aval às Micro e Pequenas Empresas (**FAMPE**), que pode ser o aval necessário para você conquistar melhores condições de financiamento.

Você não precisa enfrentar sozinho os desafios do varejo de moda. Com informação, planejamento e apoio, sua loja pode se transformar em um negócio sólido, lucrativo e sustentável.



Seção 1

O Negócio do Varejo de Moda

1. O papel do varejo de moda

As lojas de roupas, calçados e acessórios não vendem apenas produtos: entregam **autoestima, estilo e pertencimento**. A moda é um setor que se renova a cada estação, ditando tendências e influenciando diretamente o comportamento de consumo.

O varejo de moda é altamente competitivo, exigindo não apenas boas escolhas de produtos, mas também **planejamento financeiro, gestão de estoque e estratégias de vendas inteligentes**.

2. O modelo de negócio no comércio de moda

- **Venda de produtos:** roupas femininas, masculinas, infantis, calçados, acessórios.
- **Serviços complementares:** ajustes de roupas, embalagens para presente, cartão fidelidade.
- **Canais de venda:** loja física, redes sociais, marketplaces, e-commerce próprio.

Ponto de atenção: expandir canais de venda pode aumentar o faturamento, mas também eleva custos (taxas de plataformas, logística, comissões). É preciso acompanhar a rentabilidade real de cada canal.



3. Fatores que impactam o faturamento e a lucratividade

- **Sazonalidade:** vendas aquecem em datas comemorativas (Dia das Mães, Namorados, Pais, Natal) e caem em períodos intermediários.
- **Coleções por estação:** Primavera/Verão e Outono/Inverno exigem renovação de estoque.
- **Localização da loja:** influencia no fluxo de clientes, mas também no custo do aluguel.
- **Concorrência direta e indireta:** outras lojas físicas, outlets, além do e-commerce.
- **Gestão de estoque:** peças encalhadas reduzem margem e comprometem o fluxo de caixa.
- **Formas de pagamento:** vendas parceladas no cartão podem atrasar o recebimento do dinheiro, exigindo planejamento.



4. O desafio da rentabilidade no setor

Muitos lojistas conseguem vender bem, mas ainda assim têm margens apertadas porque:

- Não calculam corretamente o **custo da mercadoria vendida (CMV)**.
- Compram estoque em excesso sem avaliar a demanda real.
- Realizam promoções mal planejadas que corroem o lucro.
- Dependem excessivamente de um único canal (ex.: vendas parceladas no cartão, sem considerar prazo de recebimento).

Mensagem-chave desta seção: “O varejo de moda é dinâmico e cheio de oportunidades, mas também exige atenção redobrada à gestão financeira. Mais do que vender muito, é preciso vender com margem, planejar as compras de acordo com a sazonalidade e transformar cada venda em resultado positivo para o negócio.”

Seção 2 Entendendo os Custos no Varejo de Moda

Gerir uma loja de roupas, calçados ou acessórios exige clareza sobre os custos que compõem a operação. Muitos lojistas se surpreendem ao perceber que, mesmo vendendo bastante, o resultado financeiro é baixo — justamente porque não conseguem identificar para onde o dinheiro está indo.

Nesta seção, você vai aprender a separar **custos fixos e variáveis**, calcular corretamente o **CMV (Custo da Mercadoria Vendida)** e identificar oportunidades de reduzir gastos sem comprometer a qualidade do atendimento ou a atratividade da loja.

1. Custos Fixos

São aqueles que não mudam muito de acordo com as vendas. Mesmo que a loja esteja em um período de baixa, eles continuam existindo.

Exemplos comuns no varejo de moda:

- Aluguel ou financiamento do ponto comercial.
- Salários da equipe (vendedores, caixas, estoquistas).
- Contas de energia, água, internet, telefone.
- Softwares de gestão ou sistemas de frente de caixa.
- Impostos fixos (alvarás, taxas municipais).

Ponto de atenção: o ideal é que os custos fixos não ultrapassem 30% a 40% do faturamento médio mensal.

Exemplo prático:

Se sua loja fatura R\$ 80 mil por mês, os custos fixos devem ficar no máximo em torno de R\$ 32 mil. Acima disso, o risco de comprometer o lucro é grande.

Dicas práticas:

- Negocie contratos de aluguel periodicamente.
- Adote políticas de economia de energia e água.
- Avalie pacotes de internet e sistemas mais acessíveis.

2. Custos Variáveis

São aqueles que aumentam ou diminuem conforme o volume de vendas. Quanto mais a loja vende, maiores tendem a ser esses custos.

Exemplos comuns no varejo de moda:

- Compra de mercadorias (peças de roupa, calçados, acessórios).
- Embalagens (sacolas, caixas de presente, tags).
- Comissões de vendedores.
- Taxas de cartão de crédito/débito.
- Frete (no caso de vendas online).

Ponto de atenção: muitos lojistas perdem margem por não acompanhar de perto esses custos. Uma taxa alta de cartão ou um frete não repassado ao cliente pode reduzir significativamente o lucro.

Exemplo prático:

Uma peça é vendida por R\$ 100.

- Taxa do cartão: 4% = R\$ 4.
- Custo da peça (fornecedor): R\$ 50.
- Embalagem: R\$ 2.

Lucro líquido real: **R\$ 44** (e não R\$ 50, como parecia à primeira vista).

Dicas práticas:

- Negocie taxas com operadoras de cartão.
- Planeje compras para ter melhores condições com fornecedores.
- Evite excesso de embalagens desnecessárias.



3. CMV – Custo da Mercadoria Vendida

O CMV mostra quanto a loja gastou com mercadorias que realmente foram vendidas em um período. É um dos cálculos mais importantes para precificar corretamente.

Fórmula:

(Estoque inicial + Compras do período) – Estoque final = CMV

Exemplo prático:

- Estoque inicial: R\$ 40.000
- Compras do mês: R\$ 25.000
- Estoque final: R\$ 35.000

➡ **CMV = R\$ 30.000**

Se nesse mês você faturou R\$ 60.000 em vendas, isso significa que **50% da receita foi consumida pelo custo da mercadoria.**

Ponto de atenção: se o CMV representar uma fatia muito alta do faturamento (acima de 60%), é sinal de que a precificação ou as condições de compra precisam ser revistas.



Dicas práticas:

- Calcule mensalmente o CMV.
- Compare com a receita para entender a margem bruta real.
- Use esse indicador para planejar promoções sem comprometer o lucro.

Resumo prático da seção:

- Custos fixos precisam ser monitorados e, se possível, reduzidos.
- Custos variáveis devem ser acompanhados diariamente para evitar perdas.
- O CMV é essencial para precificação e análise de margens.



Seção 3

Ferramentas de Gestão Financeira no Varejo de Moda

Uma boa gestão financeira vai muito além de anotações em cadernos ou planilhas improvisadas. Para que sua loja seja saudável e rentável, é preciso ter **ferramentas práticas** que ajudem a controlar entradas e saídas, precificar corretamente, equilibrar vendas nos diferentes canais e tomar decisões baseadas em dados – não em achismos.

Nesta seção, vamos apresentar três pilares fundamentais para manter o negócio no rumo certo:

1. Fluxo de Caixa no Comércio de Moda

O fluxo de caixa é como o **mapa da saúde financeira** da sua loja. Ele mostra de onde o dinheiro entra, para onde sai e em que momentos pode faltar ou sobrar recurso.

Entradas típicas:

- Vendas à vista (dinheiro, Pix, débito).
- Vendas parceladas no cartão de crédito.
- Vendas online (marketplaces, e-commerce próprio).

Saídas típicas:

- Compras de mercadorias.
- Salários e comissões de vendedores.
- Aluguel e contas fixas.
- Impostos e taxas.
- Investimentos (modernização da vitrine, marketing digital).

Atenção especial: o prazo de recebimento das vendas no cartão de crédito. Uma venda feita hoje pode demorar até 30 dias (ou mais, se parcelada) para entrar no caixa. Se não houver planejamento, o lojista pode ter vendas em alta e mesmo assim enfrentar falta de dinheiro para pagar fornecedores.

Exemplo prático:

Se você faturou R\$ 100 mil em dezembro, mas 70% foi parcelado em até 6 vezes, terá entradas pequenas ao longo de 6 meses, enquanto os fornecedores vão cobrar à vista. Daí a importância de planejar.

Dicas práticas:

- Registre todas as entradas e saídas diariamente.
- Use sistemas ou planilhas que mostrem claramente o saldo projetado.
- Tenha atenção aos períodos de alta e baixa para ajustar o caixa.



Ferramenta do Sebrae:

Se sua loja ainda não tem um sistema de gestão, você não precisa ficar sem controle. O Sebrae oferece gratuitamente uma **Ferramenta de Fluxo de Caixa**, simples e prática, que ajuda a registrar entradas e saídas, planejar pagamentos e acompanhar o resultado financeiro do seu negócio.

Essa ferramenta pode ser o primeiro passo para organizar suas finanças de forma profissional, sem custos adicionais.

2. Precificação Correta

Um dos maiores erros do varejo de moda é definir preços apenas “olhando a concorrência”. Para ter lucro, é preciso calcular com base nos custos e na margem desejada.

Fórmula simplificada:

(Custos fixos + Custos variáveis + Margem de lucro) ÷ Volume esperado de vendas

Exemplo prático:

- Custos fixos mensais: R\$ 40.000
- CMV (mercadorias): R\$ 30.000
- Volume esperado de vendas: R\$ 80.000
- Margem desejada: 20%

➡ A precificação mínima deve garantir que cada peça vendida cubra parte dos custos fixos + o custo da mercadoria + margem de lucro.

Pontos de atenção:

- Se as vendas ficarem abaixo do esperado, a margem pode desaparecer.
- Liquidações devem ser planejadas para liberar estoque sem comprometer o caixa.



3. Vendas em Diferentes Canais e Formas de Pagamento

Hoje, uma loja de moda pode vender em vários canais: loja física, redes sociais, WhatsApp, e-commerce próprio, marketplaces. Isso aumenta o alcance, mas também traz desafios.

Impactos na gestão:

- **Marketplaces:** ampliam visibilidade, mas cobram comissões (10% a 20%).
- **Cartão de crédito:** aumenta as vendas, mas exige atenção às taxas e prazos de recebimento.
- **Pix e débito:** entrada imediata, ajudam no fluxo de caixa.



Exemplo prático:

Uma venda de R\$ 200 no cartão de crédito, em 6x, pode ter até 8% de taxa (R\$ 16), e o recebimento será ao longo de meses. A mesma venda no Pix entra integralmente e na hora.

Dicas práticas:

- Ofereça múltiplas formas de pagamento, mas incentive Pix e débito com pequenos descontos.
- Monitore o custo real de cada canal de venda.
- Evite depender de um único meio (ex.: só cartão de crédito).

Resumo prático da seção:

- O **fluxo de caixa** deve ser atualizado diariamente e projetado para os próximos meses.
- A **precificação correta** garante que cada peça vendida contribua para o lucro.
- A diversificação de **canais de venda e formas de pagamento** precisa ser acompanhada de perto, para não perder margem em taxas e comissões.



Seção 4

Preços, Promoções e Políticas Comerciais no Varejo de Moda

O preço de uma peça vai muito além do custo de compra junto ao fornecedor. Entram nessa conta embalagens, logística, promoções, descontos e até as políticas de troca. Saber administrar esses fatores é fundamental para manter **margens de lucro saudáveis**.



1. Custos de Embalagens

- Sacolas personalizadas, caixas e papéis de presente geram valor à marca, mas impactam a margem.
- O custo deve ser **diluído no preço de venda**.
- Exemplo: sacola de R\$ 2,00 x 500 peças vendidas/mês = R\$ 1.000/mês.

Dica: reserve embalagens sofisticadas apenas para presentes.

2. Investimentos no Digital

- **Redes sociais:** vitrine gratuita e essencial.
- **E-commerce e marketplaces:** ampliam alcance, mas exigem cálculo das comissões.
- **Marketing digital pago:** pode gerar alto retorno (R\$ 500 em anúncios → até R\$ 5.000 em vendas adicionais, se bem segmentado).

Dica: monitore sempre o ROI (retorno sobre investimento) de cada ação digital.



3. Compras em Lotes e Negociação

- Comprar em maior quantidade pode reduzir custos.
- Mas cuidado: **estoque parado = dinheiro parado**.
- Negocie descontos por pagamento à vista ou fidelidade, não apenas por volume.

Dica prática: sempre projete o giro de estoque antes de aproveitar descontos em lotes.

4. Políticas de Descontos

- Descontos devem ser **estratégicos**, e não rotina.
- Prefira descontos progressivos ou combos (ex.: leve 3 e pague 2).
- Liquidações devem ser planejadas (fim de estação, Black Friday, Natal).



5. Políticas de Trocas

- Uma boa política de trocas gera **segurança e fidelização**.
- Defina prazos claros (ex.: até 30 dias com nota fiscal).
- Produtos em liquidação podem ter regras específicas, desde que informadas.

Dica: aproveite o retorno do cliente para estimular nova venda durante a troca.

Resumo prático:

- Inclua custos de embalagens no preço.
- Invista no digital como canal de vendas e marketing.
- Use descontos e lotes com estratégia.
- Tenha políticas de trocas claras e bem comunicadas.



Seção 5

Vendas à Vista, a Prazo e Uso do Cartão de Crédito

No comércio de moda, a forma de pagamento influencia diretamente o **fluxo de caixa** e a **rentabilidade**. Entender as vantagens e riscos de cada modalidade ajuda a tomar melhores decisões.



1. Vendas à Vista

- Entram no caixa imediatamente (dinheiro, Pix, débito).
- Ajudam a manter o fluxo de caixa saudável.
- Podem ser incentivadas com pequenos descontos (ex.: 5% no Pix).

Dica: promova campanhas de “desconto à vista” em datas de alto giro, como liquidações de estação.

2. Vendas a Prazo

- Atraem clientes, mas aumentam o risco de inadimplência (quando a venda é no crediário próprio).
- Exigem controle rigoroso do recebimento.

Dica: se optar pelo crediário, use sistemas de gestão para acompanhar clientes inadimplentes e definir limites de crédito.

3. Cartão de Crédito

- Muito utilizado no varejo de moda, especialmente para compras parceladas.
- **Vantagem:** facilita a venda e aumenta o ticket médio.
- **Risco:** os recebimentos podem demorar até 30 dias, ou mais se parcelados.

Exemplo: uma venda de R\$ 600 em 6x pode render apenas R\$ 550 líquidos (considerando taxas e antecipação), e o dinheiro entra ao longo de meses.

Dicas práticas:

- Negocie taxas com a operadora.
- Avalie se vale a pena antecipar recebíveis (cuidado com os juros).
- Ofereça parcelamento com critérios (ex.: até 3x sem juros, acima disso repasse parte da taxa).

Resumo prático:

- **À vista** fortalece o caixa.
- **A prazo** pode ampliar vendas, mas exige controle.
- **Cartão de crédito** é essencial, mas deve ser administrado para não corroer margens.



Seção 6

Estratégias para Aumentar a Rentabilidade no Varejo de Moda

No comércio de moda, não basta vender muito. O verdadeiro diferencial está em **vender com margem**, aumentar o valor médio de cada compra e fidelizar clientes para que voltem a consumir. Isso exige planejamento, criatividade e acompanhamento constante dos resultados.

Aqui estão algumas estratégias práticas:

1. Cross Selling e Upselling

- **Cross Selling (venda cruzada):** oferecer produtos complementares.

Exemplo: o cliente compra um vestido → você oferece uma bolsa ou um colar com desconto especial.

- **Upselling (venda de upgrade):** incentivar a compra de um produto de maior valor ou qualidade.

Exemplo: o cliente escolhe uma sandália simples → você apresenta um modelo premium com pequeno acréscimo de preço.

Ponto de atenção: essas estratégias devem parecer uma *sugestão de valor* e não uma *"pressão de venda"*.

2. Aumentando o Ticket Médio

O **ticket médio** é o valor médio gasto por cliente em cada compra. Quanto maior ele for, maior a rentabilidade da loja.

Como aumentar:

- Descontos progressivos: "Leve 2 peças e ganhe 10%, leve 3 peças e ganhe 20%".
- Kits promocionais: blusa + calça + acessório por um preço especial.
- Produtos de giro rápido próximos ao caixa (bijuterias, meias, cintos).



3. Promoções Inteligentes

As promoções são necessárias para girar estoque, mas precisam ser planejadas para não comprometer a margem.

Boas práticas:

- Faça liquidações de fim de estação para liberar espaço para a nova coleção.
- Planeje promoções alinhadas a datas comemorativas (Dia das Mães, Black Friday, Natal).
- Ofereça condições especiais para clientes fidelizados antes de abrir ao público geral.

Erros comuns:

- Reduzir preços sem calcular o impacto no lucro.
- Manter promoções por muito tempo, acostumando o cliente a só comprar com desconto.



4. Formas de Pagamento e Parcelamento

Oferecer diferentes formas de pagamento aumenta as vendas, mas exige controle:

- **Pix e débito:** entrada imediata, ajudam no fluxo de caixa.
- **Cartão de crédito:** amplia as vendas, mas atenção às taxas e prazos de recebimento.
- **Parcelamento:** atrai clientes, mas pode gerar descasamento de caixa.

Dica prática: incentive pagamentos à vista oferecendo pequenas vantagens (ex.: 5% de desconto no Pix).



5. Fidelização de Clientes

Um cliente fiel custa menos que conquistar um novo. Criar programas de relacionamento pode garantir fluxo constante de vendas.

Exemplos:

- Cartão fidelidade (a cada 10 compras, ganha um brinde).
- Clube de clientes com ofertas exclusivas.
- Cadastro para envio de novidades e cupons em datas especiais.

Resumo prático da seção:

- **Cross selling** e **upselling** aumentam o valor de cada venda.
- **Promoções inteligentes** giram estoque sem sacrificar margens.
- **Pagamentos à vista** fortalecem o fluxo de caixa.
- **Fidelização** garante retorno do cliente e vendas recorrentes.



Seção 7

Crédito no Varejo de Moda

Muitos lojistas veem o crédito como uma solução rápida para problemas financeiros. Mas é importante lembrar: **crédito não é dinheiro extra, é um compromisso futuro**. Se bem utilizado, pode ser a chave para o crescimento da sua loja; se mal planejado, pode virar uma armadilha.

Nesta seção, você vai aprender **quando faz sentido buscar crédito, quais são os tipos mais comuns no comércio de moda e como o Sebrae pode apoiar seu acesso ao financiamento**.



1. Quando buscar crédito?

O crédito deve ser usado como **ferramenta estratégica**, e não como “tampão” para falhas de gestão.

Bons motivos para buscar crédito:

- Reforçar **estoque em datas de alta demanda** (Dia das Mães, Dia dos Namorados, Natal, Black Friday).
- Garantir **capital de giro** para honrar pagamentos de fornecedores quando a maior parte das vendas é parcelada.
- Investir em **modernização da loja** (vitrine, iluminação, mobiliário).
- Implantar **tecnologia de gestão** (sistemas de estoque, PDV, e-commerce).

Evite usar crédito para:

- Cobrir despesas do dia a dia sem planejamento.
- Pagar dívidas antigas sem revisar a gestão.
- Custos supérfluos que não aumentam faturamento.



2. Tipos de crédito para o comércio de moda

- **Capital de giro:** Crédito para reforçar o caixa e manter as operações do dia a dia. Ideal para sazonalidade.
- **Antecipação de recebíveis:** Transformar em dinheiro imediato as vendas parceladas no cartão. Útil em datas como Natal e Dia das Mães, mas exige atenção às taxas.
- **Crédito para investimento:** Voltado para melhorias estruturais, compra de equipamentos, sistemas de gestão ou abertura de uma nova unidade.
- **Financiamentos com cooperativas de crédito:** Costumam ter juros menores e condições mais flexíveis que bancos tradicionais.



3. Onde buscar crédito?

Hoje, os lojistas têm várias opções:

- **Bancos tradicionais:** oferecem linhas específicas para pequenas empresas, mas costumam exigir garantias.
- **Cooperativas de crédito:** taxas mais baixas e atendimento mais próximo.
- **Fintechs e bancos digitais:** crédito rápido e digital, mas com juros que precisam ser avaliados com cuidado.
- **Programas de fomento regionais:** linhas criadas por governos estaduais ou municipais para apoiar o varejo local.



4. FAMPE – Fundo de Aval às Micro e Pequenas Empresas

Um dos maiores desafios para micro e pequenas lojas de moda é a falta de garantias para conseguir crédito. É aí que entra o **FAMPE (Fundo de Aval às Micro e Pequenas Empresas)**, oferecido pelo Sebrae.

Como funciona:

- O Sebrae atua como **avalista** do seu financiamento.
- O FAMPE pode garantir até **80% do valor solicitado**, facilitando a aprovação no banco.
- Está disponível para **MEIs, Microempresas (ME) e Empresas de Pequeno Porte (EPP)**.
- Pode ser usado para **capital de giro, compra de estoque, modernização da loja e inovação**.



Diferenciais:

- **FAMPE Mulher:** condições especiais de garantia para empreendedoras do varejo de moda, facilitando ainda mais o acesso ao crédito.
- **Acompanhamento Sebrae:** além de viabilizar o crédito, o Sebrae oferece consultorias e orientações no **pós-crédito**, ajudando você a aplicar os recursos de forma estratégica e sustentável.

Resumo prático da seção:

- Crédito deve ser buscado com **planejamento e objetivo claro**.
- As linhas mais comuns no comércio de moda são: **capital de giro, antecipação de recebíveis e crédito para investimento**.
- O **FAMPE** é um aliado importante, inclusive com condições especiais no **FAMPE Mulher**.
- Com o **pós-crédito do Sebrae**, você recebe acompanhamento para transformar o recurso em **crescimento real e sustentável**.

Checklist Financeiro do Lojista de Moda

Antes de pensar em expandir ou lançar novas coleções, responda com sinceridade: você já faz tudo isso no dia a dia?

Organização e Custos

- ☒ Separar contas pessoais e empresariais.
- ☒ Calcular mensalmente o **CMV (Custo da Mercadoria Vendida)**.
- ☒ Controlar custos fixos para que não ultrapassem 30% a 40% do faturamento.
- ☒ Negociar condições com fornecedores e operadoras de cartão.

Estoque e Sazonalidade

- ☒ Planejar compras de acordo com as estações (Primavera/Verão e Outono/Inverno).
- ☒ Preparar o estoque para **datas comemorativas** (Dia das Mães, Namorados, Pais, Black Friday, Natal).
- ☒ Acompanhar o **giro de estoque** e evitar mercadorias paradas.
- ☒ Criar promoções estratégicas para liberar espaço e caixa.

Fluxo de Caixa e Crédito

- ☒ Atualizar o fluxo de caixa diariamente.
- ☒ Usar ferramentas de gestão ou a **planilha de Fluxo de Caixa do Sebrae** se ainda não tiver sistema.
- ☒ Avaliar a real necessidade antes de buscar crédito.
- ☒ Conhecer linhas como **capital de giro, antecipação de recebíveis e FAMPE** (inclusive o **FAMPE Mulher**).
- ☒ Utilizar crédito com planejamento e contar com o apoio do Sebrae no **pós-crédito**.

Vendas e Rentabilidade

- ☒ Aplicar estratégias de **cross selling** e **upselling**.
- ☒ Trabalhar promoções inteligentes e descontos planejados.
- ☒ Incentivar pagamentos à vista para fortalecer o caixa.
- ☒ Oferecer cartão de crédito com critérios (parcelamento consciente).
- ☒ Criar políticas claras de descontos e trocas.
- ☒ Investir no digital (redes sociais, e-commerce, marketplaces) para ampliar vendas.
- ☒ Monitorar o **ticket médio** e buscar formas de aumentá-lo.

Se a maioria das respostas for **NÃO**, está na hora de agir. Cada ponto desse checklist pode representar a diferença entre prejuízo e lucro no fim do mês.



Conheça as soluções do Sebrae que podem ajudar o seu negócio, nesta jornada financeira.

Encerramento

Gerir uma loja de moda vai além de escolher peças bonitas para a vitrine. É cuidar da saúde financeira, planejar compras, calcular corretamente preços e margens, usar crédito de forma consciente e criar estratégias de vendas que aumentem a rentabilidade.

O varejo de moda é dinâmico, desafiador e cheio de oportunidades. Com **organização, planejamento e apoio especializado**, é possível transformar sua loja em um negócio sólido, lucrativo e preparado para crescer.

O Sebrae está ao seu lado nessa jornada: oferecendo **consultorias, cursos, ferramentas e acesso ao crédito** (inclusive com o apoio do FAMPE).

Não espere a próxima estação para agir: comece agora a organizar sua gestão financeira e colha os resultados no futuro da sua loja!

QR code

Texto descritivo aqui, texto de exemplo descritivo vai aqui, texto exemplo.

QR code

Texto descritivo aqui, texto de exemplo descritivo vai aqui, texto exemplo.

QR code

Texto descritivo aqui, texto de exemplo descritivo vai aqui, texto exemplo.

QR code

Texto descritivo aqui, texto de exemplo descritivo vai aqui, texto exemplo.

QR code

Texto descritivo aqui, texto de exemplo descritivo vai aqui, texto exemplo.

QR code

Texto descritivo aqui, texto de exemplo descritivo vai aqui, texto exemplo.



www.sebrae.com.br | 0800 570 0800

