

## CONFECÇÃO DE ROUPA ÍNTIMA

### FICHA TÉCNICA

Setor da Economia: secundário

Ramo de Atividade: indústria

Tipo de Negócio: confecção de roupa íntima

Produtos Ofertados/Produzidos: roupas e acessórios

Investimento inicial: R\$65mil reais

Área: 80m<sup>2</sup>

### APRESENTAÇÃO

Roupas íntimas, roupas de baixo ou lingerie, com várias denominações ela está ligada à idéia de conjunto de peças e acessórios usados pelas mulheres. Mas não são só as mulheres que usam a vestimenta.

A trajetória do lingerie passou por uma série de transformações ao longo do tempo, acompanhando as mudanças culturais e as exigências de uma nova consumidora, que surgiu principalmente durante o século 20. A evolução tecnológica também possibilitou o emprego de novos materiais, trazendo para o lingerie mais flexibilidade, durabilidade e conforto.

Creta, segundo milênio antes de Cristo: começa a história do lingerie inspirada na Deusa com Serpentes, ideal feminino da época. As mulheres usavam um corpete simples que sustentava a base do busto, projetando os seios nus.

A mulher sofreu horrores em nome da beleza e da satisfação masculina. Do século XV ao XVII a roupa íntima feminina ficou ainda mais rígida. É nesta época que surgiu o “corps piqué”, um corpete pespontado que apertava o ventre, afinava a cintura e deixava os seios com aspecto de cones. Esta peça era construída com uma haste, que muitas vezes era feita de madeira de buxo ou marfim. Havia, ainda, uma haste de metal central que, em alguns modelos, chegava a pesar até um quilo. No entanto, estes corpetes começaram a causar polêmica entre médicos esclarecidos, pois comprimiam órgãos internos, causando entrelaçamento de costelas e até a morte.

No século XVIII as mulheres começam a respirar um pouco mais aliviadas. As hastes de madeira e metal foram substituídas pelas barbatanas de baleia. Os decotes aumentaram e os corseletes passaram a ser confeccionados para comprimir a base do busto, deixando os seios em evidência. Também foi nesta época que os corseletes ganharam sofisticação. Eram bem trabalhados com bordados, laços e tecidos adamascados. E, a partir de 1770, junto com as idéias iluministas que culminaram com a Revolução francesa, houve uma espécie de cruzada anti-espartilho. Médicos, escritores, filósofos militavam contra os corseletes.

A partir de 1900, o espartilho começou a se tornar mais flexível. Em 1930, a Dunlop Company inventou um fio elástico muito fino, o látex. A roupa de baixo passou a ser fabricada em modelagens que respeitavam ainda mais a diversidade dos corpos femininos.

No final dos anos 70 e início dos 80, a inspiração romântica tomou conta da moda. Cintaliga, meias 7/8 e corseletes, sem a antiga modelagem claustrofóbica, voltaram à moda. Rendas, laços e tecidos delicados enfeitavam calcinhas e sutiãs.

Nos dias atuais, a moda do lingerie, não segue apenas um único estilo. Modelagens retro convivem com as calcinhas estilo cueca. Os sutiãs desestruturados dividem as mesmas gavetas com os modelos de bojo. Tecidos naturais, como o algodão, são empregados do mesmo jeito que os tecidos tecnológicos.

### MERCADO

Setor de moda íntima produziu 739 milhões de peças em 2007, volume que gerou um faturamento da ordem de R\$ 4,07 bilhões. No período de dois anos, 2005 a 2007, o mercado cresceu 22% e em 2008 era esperado um aumento de produção de 15% o

volume registrado no ano anterior.

Estes números refletem a pesquisa informal realizada pela New Stage, promotora do Salão Lingerie Brasil, feira que reúne as principais confecções em atuação no setor. Para obter os dados, foram cruzadas informações fornecidas por empresas que compõem a cadeia têxtil e confeccionista de moda íntima, como fornecedores de fios, tecidos e confecções. “Fonte dos dados <http://fashionbubbles.com/moda/5-salao-lingerie-brasil-promete-aquecer-mercado-de-moda-intima>”.

Na moda íntima registra-se a mulher como principal cliente. Mas não são só as mulheres que usam a vestimenta, embora correspondam a uma boa fatia desse mercado. Hoje os homens também têm procurado associar conforto, beleza e sensualidade na hora de vestir-se. E lembre-se que a fábrica produz para o consumidor final, mas seus clientes são os estabelecimentos comerciais de roupas-íntimas.

Identifique os seus fornecedores. Geralmente as fábricas de tecidos e aviamentos, mantêm representantes em praticamente todas as cidades de médio e grande porte do país. O melhor para os proprietários de confecção de lingerie é adquirir a matéria-prima e os insumos junto a esses representantes, que normalmente concedem algum desconto para os clientes assíduos.

Avalie seus concorrentes. Visite-os e verifique tudo: qualidade, quais são os produtos que fabricam, preços, horário de funcionamento, número de empregados, tipo de instalação e principalmente o grau de satisfação dos clientes.

## LOCALIZAÇÃO

Leve em conta toda a infra-estrutura que tem a região do ponto. O local deve ser adequado e oferecer condições que propiciem o desenvolvimento da confecção. É fundamental avaliar a facilidade do acesso considerando a entrada de insumos e expedição de produtos acabados. Procure instalar-se em pólos industriais específicos ou mais próximo dos insumos. O estado do Espírito Santo conta com alguns pólos de confecção: Pólo da Glória – Vila Velha; Pólo de Colatina; Linhares; São Gabriel da Palha. O local está ainda sujeito ao Plano Diretor Urbano (PDU) do município. É uma Lei que determina o tipo de atividade que pode funcionar em determinado endereço. A consulta de local junto à Prefeitura é o primeiro passo para avaliar a implantação de sua fábrica. Na Prefeitura de Vitória o PDU é fornecido a partir de consulta no site.

## ESTRUTURA

Basicamente, para se confeccionar roupas íntimas é preciso uma área aproximada de 80m<sup>2</sup>. O ambiente de produção deve ser bastante limpo - de preferência com seus cantos arredondados, pintura com tinta a óleo e um piso claro a fim de se garantir o máximo de cuidado com o produto.

Para integrar as atividades a serem executadas e alcançar satisfatoriamente a produção desejada, você deverá considerar o layout interno (ambiente, decoração, facilidade de movimentação, luminosidade, entre outros) e o externo (facilidade de acesso, pavimentação das ruas adjacentes, etc.) da sua empresa.

## EQUIPAMENTOS

Os equipamentos básicos são:

- Máquinas de corte de tecido;
- Máquinas de costura;
- Máquinas para dar o acabamento às peças;
- Mesas especiais para confecção;
- Móveis de escritório, computador, telefone, fax, etc.

## INVESTIMENTOS

Considerando uma confecção de pequeno porte, montada numa área de 80m<sup>2</sup>, será necessário um investimento de R\$65 mil aproximadamente.

Obs.: os valores apresentados são indicativos e servem de base para o empresário

decidir se vale ou não a pena aprofundar a análise de investimento. Neste valor não está incluído o da aquisição do imóvel.

### **Investindo em Informatização**

Uma empresa informatizada tem grandes chances de sair na frente do concorrente. Além de facilitar os processos de venda, garantem 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.).

Existem no mercado atualmente, três grandes grupos de softwares: SGE Sistema de Gestão Empresarial; SGC Sistema de Gerenciamento de Clientes e Básicos. Eles podem ser encontrados nas empresas especializadas ou na Internet, através dos sistemas disponibilizados nas Provedoras de Serviços de Software (ASP - application service provider).

### **PESSOAL**

Uma pequena confecção pode iniciar as atividades com um número reduzido de empregados. Computando-se aproximadamente quatro, entre eles: uma costureira, duas pessoas para corte e acabamento, um auxiliares, além de você na gerência e administração do negócio.

### **PROCESSOS PRODUTIVOS**

O processo produtivo segue os seguintes passos:

- 1<sup>o</sup> PASSO: definição do quantitativo e qualitativo a ser produzido de acordo com a demanda;
- 2<sup>o</sup> PASSO: modelagem e desenho;
- 3<sup>o</sup> PASSO: consiste no corte,
- 4<sup>o</sup>. PASSO: costura em máquinas de industriais usando linhas próprias para confecção disponíveis no mercado;
- 5<sup>o</sup>. PASSO: acabamento das peças;
- 6<sup>o</sup>. PASSO: embalagem e expedição.

Peças que podem ser produzidas:

Sutiã básico, com bojo, sem bojo, casual, frente única, nadador, reforçado; calcinhas básicas, de cotton, de microfibra, fio dental, cintura alta, tipo biquíni; cinta-liga; camisola; pijama; babydoll; short doll; etc. Dentro da linha sensual pode produzir luvas, persex, venda, espartilho, fantasias, etc.

Dica: o Serviço Brasileiro de Resposta técnica – SBRT é um conjunto de instituições que trabalha com o objetivo de orientar tecnicamente os processos produtivos de produtos. Apresenta soluções de problemas tecnológicos de baixa complexidade, em áreas específicas, mediante o fornecimento de resposta técnica personalizada, elaborada sob medida e gratuita. Vale à pena conferir: <http://www.respostatecnica.org.br>.

### **DIVERSIFICAÇÃO**

Pense em algo que pode ser encontrado somente nos seus produtos ou somente na sua fábrica. Ou ainda que não seja exclusivo mas que seja importante para o seu cliente. Procure novas formas de apresentar os produtos tornando-os mais atrativos que os do concorrente. Incremente as vendas, usando os meios de comunicação disponíveis no mercado, optando pela demanda no atacado, implemente sistemas de vendas diversificados. Uma boa forma de diversificar seu leque de atuação é agregando valor ao produto principal.

## DIVULGAÇÃO

Marketing é a técnica de criar, desenvolver e fixar a imagem de uma empresa junto a seus consumidores. Ele começa na escolha do nome da empresa e vai até as campanhas publicitárias, passando pela definição da melhor forma de se fazer conhecido no mercado.

Você deve traçar um plano para divulgar o estabelecimento e a marca de forma atraente e que desperte curiosidade nas pessoas. Marketing é a técnica de criar, desenvolver e fixar a imagem de uma empresa junto a seus consumidores.

Componentes do marketing:

Nome – deve ser de fácil pronuncia e memorização. Estar associado ao nome do empreendedor pode ser um bom negócio, pois personaliza e aproxima o seu relacionamento com os clientes;

- Logomarca e Slogan – a logomarca é a apresentação visual do nome da sua empresa e deve promover uma associação imediata com o estabelecimento. O slogan é o recado chamativo que acompanha a marca.

- A divulgação – está presente em três fases distintas: a primeira é a inauguração – a campanha publicitária de lançamento da sua empresa pode ser feita através de distribuição de folder, convites por mala direta, outdoor, espaços publicitários em rádio, TV, revistas e jornais e é bom que esteja associada a uma promoção ou coquetel de lançamento. A segunda é a divulgação permanente – feita dia a dia, através do serviço prestado e da qualidade do produto vendido. É a que fideliza os clientes. A terceira é a específica - direcionada para eventos específicos ou datas comemorativas.

## NOTÍCIAS

**Tão boa que você vai querer provar** - Sexta, 05 Março de 2010

SYDNEY, 5 de março /PRNewswire/ -- "A aussieBum tem uma responsabilidade com a pesquisa e o desenvolvimento contínuos de novas tecnologias de tecido. A fibra de banana apresenta como característica um bom brilho, é leve, tem ótima absorção de umidade e é considerada uma das mais ecologicamente corretas do mundo de hoje. Estamos muito orgulhosos da nossa contribuição para o desenvolvimento deste tecido. É animador e mais uma vez aproxima a Austrália do mundo!" Sean Ashby, fundador da aussieBum Imagens e vídeos com qualidade de transmissão: <http://medianet.multimediarelease.com.au/bundles/2f4d341b-4b18-4091-906f-70ff61a6c6fe>.

Todo mundo sabia que isso iria acontecer mais cedo ou mais tarde, e finalmente aconteceu. A aussieBum se "embananou", e estamos extremamente satisfeitos com o resultado. Até pode parecer estranho à primeira vista, mas as vantagens da fibra de banana são inúmeras. Em primeiro lugar, ela produz um tecido completamente natural, feito da casca da bananeira. Além disso, a banana, que tem uma fibra facilmente maleável, produz o resultado macio, liso e extremamente confortável que as pessoas se acostumaram a esperar de marcas de roupas íntimas de alta qualidade. A fibra da banana é reconhecida hoje como uma das fibras ecologicamente corretas mais confortáveis que já foram feitas, definindo um alto padrão para tecidos sustentáveis.

As bananas usadas também são 100% australianas, garantindo um produto e um design ambientalmente sustentáveis e de alta qualidade no verdadeiro estilo da aussieBum. Levando tudo em conta, parece que o pessoal da aussieBum acertou em cheio mais uma vez, pois pesquisas mostram que os consumidores estão cada vez mais exigindo quantidades maiores de produtos sustentáveis e ecologicamente corretos. Até mesmo Alan Greenspan declarou que usa a roupa íntima como o principal termômetro do clima econômico. E não há melhor maneira de começar o ano do que vendo a Austrália sair gradualmente da pior recessão financeira das últimas décadas e a aussieBum sair com uma roupa íntima que mostra o caminho rumo a um futuro sustentável.

A inovação e o design sempre foram os mantras criativos que impulsionam as roupas da aussieBum rumo ao futuro, e a empresa dá agora mais um passo à frente. Marca em crescimento depois de um início modesto, a aussieBum é guiada pela paixão por oferecer

roupas de última geração, divertidas, sexy e inovadoras a clientes fiéis. Mas de onde a aussieBum tira essas ideias? Na maior parte, este tipo de inovação só é possível porque a empresa se comunica e se compromete com o inestimável feedback dos seus clientes, tomando providências com base em sugestões e reunindo contribuições da comunidade por meio de tecnologias como Facebook, Twitter e, mais recentemente, "Four Square". Hoje em dia, as pessoas exigem roupas de baixo confortáveis e elegantes que também levem em conta a sustentabilidade ecológica e econômica, e é justamente isso que elas terão à disposição.

Contatos com a imprensa:

Lloyd Jones – AussieBum - E-mail: [lloyd@aussiebum.com](mailto:lloyd@aussiebum.com) - Fone: +61 2 9560 2626 -

Reino Unido e Europa: Kevin Cheesman AussieBum - E-mail: [kevin@aussiebum.com](mailto:kevin@aussiebum.com) -

Fone: +44 7515 94 6279 – <http://www.aussiebum.com>. Fonte: aussieBum

Fonte: <http://br.noticias.yahoo.com/s/05032010/24/economia-negocios-novidade-mundial-roupa-intima.html>

## CURSOS E TREINAMENTOS

### SINVESCO

<http://www.sinvesco.com.br>

**CETECON** – Centro Tecnológico da Indústria de Confecções do Espírito Santo

Rod. Darly Santos s/n, Araçás, Vila Velha/ES. Tel.: (27) 3339-9710

**Senac/ES** - Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial Av. Marechal Mascarenhas de Moraes, 2077, Bento Ferreira Vitória/ES CEP: 29052-121 Tel.: (27) 3325-8311 - <http://www.es.senac.br>

O SEBRAE/ES disponibiliza para o empresário uma carteira com mais de 30 títulos de cursos e palestras abordando os mais variados temas e objetivos. A Educação Empresarial do SEBRAE é um instrumento para que os obstáculos encontrados sejam superados com maior facilidade ampliando, conseqüentemente, o horizonte de conhecimentos necessários nessa função.

Av. Jerônimo Monteiro, 935, Ed. Sebrae, Centro. Vitória/ES CEP: 29010-003 Tel.: 08005700800

<http://www.sebraees.com.br>

**Cursos:** Técnicas de Vendas; Marketing: Uma Estratégia de Vendas; Gerência de Equipes de Vendas; Gerência de Rotinas e Procedimentos em Vendas; Atendimento ao Cliente; Como Vender mais e Melhor; Iniciando um Pequeno Grande Negócio (com carga horária de 30h); Empretec; Administração Básica para Pequenas Empresas (carga horária de 20h); entre outros.

**Ensino à distância:** Conect – Sebrae/ES - <http://sebraees.webensino.com.br>

Iniciando um Pequeno Grande Negócio (com carga horária de 30h); Aprender a Empreender – SEBRAE/NA - <http://www.ead.sebrae.com.br/hotsite>

**Palestras Gerenciais:** Inovação como Estratégia Competitiva da MPE; Programa Próprio (série de palestras), Atendimento a Clientes; Comece Certo – Planejamento e Análise; Determinação do Capital de Giro; Gerenciando o Fluxo de Caixa com Eficiência; Promoção de vendas; Entendendo Custos, Despesas e Preço de Venda; A Empresa e os Novos Tempos; Qualidade no relacionamento ao cliente; Como Conquistar e Manter Clientes.

## EVENTOS

**Salão Moda Brasil 2010** – 21 a 23/06/2010 – Expo Center Norte, São Paulo/SP – Organização: New Stage. Tel.: (11) 5091-6707 -<http://www.salaomodabrasil.com>



Onde pesquisar:

\*União Brasileira de Feiras e Eventos -<http://www.ubrafe.com.br>

\* Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior -

[http://www.mdic.gov.br/sitio/sistema/expofeira/calFeirasExposicoes/feiExposicoes\\_P.php](http://www.mdic.gov.br/sitio/sistema/expofeira/calFeirasExposicoes/feiExposicoes_P.php)

**Febratex** - Feira Brasileira para a Indústria Têxtil – Período: 10 a 13/08/2010. Máquinas de costura, máquinas de corte, aviamentos, etiquetas, embalagens, equipamentos, acabamentos, beneficiamentos, fios, estamparias, automação industrial, informática, teares e matérias-primas.

Vila Germânica – Blumenau/SC. Tel.: (51) 3338-0800 / (48) 3322-4427.

<http://www.febratex.com.br>

## LEGISLAÇÃO ESPECÍFICA

- **Cartilha do Fornecedor Capixaba** - é um documento que dá as diretrizes legais (direitos de deveres) que norteiam a relação cliente x fornecedor. Está disponível para consulta na Biblioteca do SEBRAE/ES ou no site: [http://www.procon.es.gov.br/download/Cartilha\\_Fornecedor\\_Capixasba.pdf](http://www.procon.es.gov.br/download/Cartilha_Fornecedor_Capixasba.pdf)

- Lei nº. 8.078/1990 (Código de Defesa do Consumidor) – Alterada pela Lei nº 8.656/1993, Lei nº 8.703/1993, Lei nº 8.884/1994, Lei nº 9.008/1995, Lei nº 9.298/1996, Lei nº 9.870/1999, Lei nº 11.785/2008, Lei nº 11.800/2008, Lei nº 11.989/2009 e Lei nº 12.039/2009.

- **Simples Federal: para enquadrar essa atividade no SIMPLES** verifique junto com seu contador se ela está de acordo com a definição de microempresa ou de empresa de pequeno porte, bem como se não está inclusa em qualquer das vedações prevista na Lei Complementar nº 123/2006 (Lei do Simples Nacional).

- NBR 13377 (1995) - Medidas do corpo humano para vestuário – Padrões referenciais. Padroniza os tamanhos de artigos do vestuário, em função das medidas do corpo humano.

- NBR 12071 (2002) - Artigos confeccionados para vestuário. 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.

- NBR 9719 - LEI DAS ETIQUETAS – regula a etiquetagem dos produtos da indústria do vestuário: têm que informar nome ou razão social, identificação fiscal do fabricante nacional ou do importador, marca registrada, país de origem do artigo têxtil, composição da peça ou do fio e cuidados para conservação. Todas essas informações deverão estar em uma ou mais etiquetas, ou nos dois lados da mesma etiqueta do produto. De acordo com o Regulamento Técnico da Lei de Etiquetagem de Produtos Têxteis, as instruções de cuidados para conservação podem ser indicadas na forma de símbolos ou textos.

## REGISTRO ESPECIAL

Para registrar sua empresa você precisa de um contador. Profissional legalmente habilitado para elaborar os atos constitutivos da empresa, auxiliá-lo na escolha da forma jurídica mais adequada para o seu projeto e preencher os formulários exigidos pelos órgãos públicos de inscrição de pessoas jurídicas. Além disso, ele é conhecedor da legislação tributária à qual está subordinada a nossa produção e comercialização. Mas, na hora de escolher tal prestador de serviço, deve-se dar preferência a profissionais qualificados, que tenha boa reputação no mercado e melhor que seja indicado por alguém que já tenha estabelecido com ele uma relação de trabalho.

Para legalizar a empresa é necessário procurar os órgãos responsáveis para as devidas inscrições:

- Registro na Junta Comercial;
- Registro na Secretariada Receita Federal;
- Registro na Secretaria de Estado da Fazenda;
- Registro na Prefeitura do Município;
- Registro no INSS;
- Registro no Sindicato Patronal (empresa ficará obrigada a recolher por ocasião da constituição e até o dia 31 de janeiro de cada ano, a Contribuição Sindical Patronal);
- Registro na Prefeitura para obter o alvará de funcionamento;
- Cadastramento junto à Caixa Econômica Federal no sistema “Conectividade Social -INSS”;
- Você deve procurar a prefeitura da cidade onde pretende montar a sua loja para fazer a consulta de local.

## ENTIDADES

### **Central Fácil – Central de Atendimento Empresarial**

É um sistema de atendimento que prevê a simplificação, racionalização e padronização dos processos de abertura de empresas, através de redução da burocracia.

Avenida Nossa Senhora da Penha, 1433 – Santa Luzia – Vitória – ES

CEP 29045-401

Fone: 27- 2127- 3000

E-mail: [facil@es.sebrae.com.br](mailto:facil@es.sebrae.com.br)

Horário de funcionamento: Segunda a sexta: 12:00 às 17:30H.

### **ABIT - Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção**

Rua Marquês de Itu, 968 - Vila Buarque, São Paulo / SP. CEP: 01223-000. Tel.: (11) 3823-6100 - <http://www.abit.org.br>

### **CETIQT - Centro de Tecnologia da Indústria Química e Têxtil**

Campus Riachuelo - Rua Magalhães Castro, 174 - Riachuelo - Rio de Janeiro/RJ.

CEP:20961-020

Tel.: (021) 2582-1000 - <http://www.cetiqt.senai.br>

**ABNT - Associação Brasileira de Normas Técnicas - Av. Treze de Maio, 13 - 28º andar. Rio de Janeiro/RJ. CEP: 20031-901. Tel.: (21) 3974-2300 - Fax: (21) 3974-2346 - E-mail: [atendimento.rj@abnt.org.br](mailto:atendimento.rj@abnt.org.br) - <http://www.abnt.org.br>**

**Procon – Av. Princesa Isabel, Ed. Marçõ, Nº 599, 6º andar - Centro - CEP: 29010-361 – Vitória/ES – Tel.: 151 - <http://www.procon.es.gov.br>**

### **Junta Comercial do Estado do Espírito Santo**

Av. Nossa Senhora da Penha, 1433 Praia do Canto -Vitória/ES - CEP: 29045-401 Tel.: (027) 3135-3146 - <https://www.jucees.es.gov.br>

### **Prefeitura de Vitória**

SEDEC – DCOPP – Secretaria de Desenvolvimento Urbano - Rua Vitória Nunes da Mota, 220, CIAC, Ed. Ítalo Batan Regis, Enseada do Suá, Vitória/ES. CEP: 29010-331 Tel.: (27) 3135-1097 - <http://www.vitoria.es.gov.br/home.htm>

### **Secretaria de Estado da Fazenda do Espírito Santo**

Rua Duque de Caxias, 189, Centro, Vitória-ES. CEP: 29010-120. Tels.: (027) 3222-7119 / 6284. E-mail: [webmaster@sefa.es.gov.br](mailto:webmaster@sefa.es.gov.br) - <http://www.sefaz.es.gov.br>

### **Secretaria da Receita Federal**

Rua Pietrângelo de Biase, n°. 56, Centro, Vitória/ES. Tel.: 3322-0711 e 146

<http://www.receita.fazenda.gov.br>

## FORNECEDORES E FABRICANTES

### O SEBRAE/ES isenta-se de responsabilidades quanto à forma da atuação das empresas no mercado

**Concordia Máquinas** - Av. Celso Garcia, 336 – Brás. São Paulo/SP. Cep: 03014-000 - Fone/Fax: (11) 2696-0322 - <http://www.concordiamaquinas.com.br>

#### **Singer do Brasil Ind. Com. Ltda.**

Revenda: F.G. Rocha Casa da Costureira - ME – Av. Republica 156, LOJA 1. Cep: 29010-700 - Fone / Fax: 27 3223 0425

Rimaquinas Com. Maq. Costura Ltda. Me - Av Duarte Lemos , 202 - Fone / Fax: 27-3233-0187 - Cep: 29025-220 - <http://www.singer.com.br>

**Silmaq** - Rua República Argentina, 2025 - Ponta Aguda – Blumenau/SC. Cep: 89050-101- Tel.: (47) 3321-4444 -E-mail: [silmaq@silmaq.com.br](mailto:silmaq@silmaq.com.br) -<http://www.silmaq.com.br>

**Avimor Aviamentos** - Rua Julio Conceição, 346, São Paulo/SP. Cep: 01.126-000 - Tel/Fax: (11) 220-4288 - <http://www.sittex.com.br/avimor/index.htm>

Tecidos

#### **Polystar Ind e Com de Produtos Sinteticos Ltda** - Via Centro - 3129

CIA, Simoes Filho/BA. CEP: 43700-000 - Tel.: (71) 3594-4600 - Fax: (71) 3594-4640 - E-mail: [fmaxixe@polystar.com.br](mailto:fmaxixe@polystar.com.br)

#### **POLTEX - Polido Têxtil S/A**

Rua Carlos Polido, nº1 - Chacara Parreiral – Serra/ES. CEP 29164-906 - Fone: (27) 2121-9800 [poltex@poltex.com.br](mailto:poltex@poltex.com.br) - <http://www.poltex.com.br>

## BIBLIOGRAFIA

Sites:

-Revista Textil On-line. Disponível em: <http://www.revistatextil.com.br>. Acesso em 17 mar. 2010.

-Garcia, Claudia. Lingerie: A História das Roupas de Baixo Femininas. Disponível em: <http://almanaque.folha.uol.com.br/lingerie.htm>. Acesso em: 19 mar. 2010.

-ROBERT, Noely Forlin. Confecção de Lingerie. REDETEC – Rede de Tecnologia do Rio de Janeiro. Disponível em: <http://sbrt.ibict.br/resposta.do>. Acessado em 17 mar. 2010.

-O Melhor da Moda. Disponível em: <http://www.omelhordamoda.com.br>. Acesso em: 18 mar. 2010.

-A História da Lingerie: Túnel do Tempo. Beija Flor Moda Íntima – 2008. Disponível em: [http://www.beijaflormodaintima.com.br/historia\\_lingerie.html](http://www.beijaflormodaintima.com.br/historia_lingerie.html). Acesso em 19 mar. 2010.

SANDHUSEN, Richard L. Marketing Básico. Editora Saraiva. 2000.

-Novidade mundial em roupa íntima masculina: empresa australiana desenvolve roupa íntima feita de fibra de banana: Tão Boa que Você Vai Querer Provar. Disponível em: <http://br.noticias.yahoo.com/s/05032010/24/economia-negocios-novidade-mundial-roupa-intima.html>. Acesso em: 17 mar. 2010.

Oportunidades de negócios é um material meramente informativo acerca dos empreendimentos existentes no segmento correspondente ao seu título. Os dados apresentados são extraídos de publicações técnicas e, em linhas gerais, não têm a pretensão de ser um guia para a implementação dos respectivos negócios. É destinada apenas à apresentação de um panorama da atividade ao futuro empresário, que poderá enriquecer suas idéias com as informações apresentadas, mas carecerá de um estudo



mais detalhado e específico para a implementação do seu empreendimento.

**ÁREA RESPONSÁVEL E DATA DE ATUALIZAÇÃO**

UAD – Unidade de Atendimento e Desenvolvimento - SEBRAE/ES

Data de atualização: março 2010.