

## LOJA DE SURFWEAR

### FICHA TÉCNICA

**Setor da Economia:** terciário

**Ramo de Atividade:** comércio

**Tipo de Negócio:** loja de produtos da moda surfwear

**Produtos Ofertados/Produzidos:** roupas e acessórios

**Investimento inicial:** 70mil reais

**Área:** 30m<sup>2</sup>

### APRESENTAÇÃO

Com origem nas disputas entre nobres e reis das ilhas do Pacífico, o surf daquela época guardava certas restrições à sua prática. Ao homem do povo era proibido equilibrar-se em pé sobre a prancha. Ele só tinha permissão para deslizar sobre as ondas deitado em pranchas menores e despido de qualquer vestimenta.

As pranchas eram fabricadas segundo um ritual sagrado, praticado pelo sacerdote local, que ao pé da árvore de madeira especial a ser cortada, colocava oferendas para os deuses do mar. Todo esse aparato não impedia que a prancha medisse entre 5 e 6 metros (feita com um material que a tornava pesadíssima após algum tempo dentro da água) e chegasse a pesar 80 kg.

Era o século XVIII, no Hawai, e o capitão James Cook acabara de transformar-se no primeiro europeu a ver um surfista deslizando sobre ondas. Impressionado com aquela arte, Cook divulgou o esporte na Europa. A partir de então, e aos poucos, o surf começou a "freqüentar" outras praias. Em 1910 nos E.U.A, e em 1947 o Rio de Janeiro foi apresentado à famosa DC-4, assim conhecida por causa do seu peso e tamanho. No começo as pranchas eram de madeira, depois de compensados, e mais tarde, madeirite. As pranchas de fibra de vidro vieram na década de 1960.

### MERCADO

O mercado deve ser analisado por três ângulos distintos: o consumidor, o concorrente e o fornecedor.

Primeiro você deve saber quais são as preferências dos seus clientes, o que eles precisam e que tipo de produtos que procuram adquirir. A melhor forma de obter essas informações é realizando uma pesquisa de mercado. Esse é um trabalho que deve ser conduzido ou, pelo menos, assessorado por um técnico especializado. A dinâmica dos produtos surfwear é semelhante aos da moda. A diferença é que aqui temos clientes bem definidos: ou são surfistas ou são pessoas que se identificam com o estilo por eles adotado. Por tratar-se de peças com estilo próprio veraneio, a melhor época de movimento é o verão. Fora dessa temporada, a procura pelos produtos tende a cair, porém o público mais fiel, os surfistas, continuam a freqüentá-la com a mesma afeição.

O segundo passo é contatar os fornecedores. Geralmente as fábricas de produtos surfwear, mantêm representantes em praticamente todas as cidades de médio e grande porte do país. A seleção de bons fornecedores é fundamental para o sucesso do empreendimento. É necessário a criação e manutenção de um cadastro.

O terceiro estudo é o mercado concorrente. Visite-os e verifique tudo: qualidade, quais são os serviços que oferecem, preços, horário de funcionamento, número de empregados, tipo de instalação e principalmente o grau de satisfação dos clientes.

## LOCALIZAÇÃO

O local deve oferecer infra-estrutura adequada e condições que propiciem o desenvolvimento da loja. É fundamental avaliar a facilidade do acesso considerando o perfil do seu público. Procure instalar-se em Shopping Centers, ruas de comércio de roupas e pontos próximos às praias (no caso de a cidade ser litorânea). Lembre-se que o público jovem costuma marcar este tipo de comércio como ponto de encontro. Basta, para isso, que o local ofereça condições propícias.

As atividades econômicas da maioria das cidades são regulamentadas pelo Plano Diretor Urbano (PDU). É essa 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 loja. Na Prefeitura de Vitória o PDU é fornecido a partir de consulta no site.

## ESTRUTURA

A loja deve ter aproximadamente 30m<sup>2</sup>. No layout deve-se levar em consideração uma separação para o estoque, venda e exposição dos produtos:

- A distribuição das araras (onde são pendurados os cabides com as roupas), pode ser feita em dois níveis, um em cima e outro em baixo;
- Criar uma área de exposição para as pranchas, que ocupam bastante espaço, devendo criar uma armação para que elas fiquem bem posicionadas e não sejam atingidas pela passagem de funcionários ou clientes, o que poderia danificá-las;
- Estantes para a organização das peças, além de móvel grande com gavetas para as peças menores, é aconselhável ter na loja um "mezanino" e deixá-lo à vista, pois as peças de Surfwear costumam ser bastante coloridas, e se bem organizadas em estantes reproduzem um belo efeito, além de poder ser utilizado como estoque;
- Balcão para o caixa deve ter bastante espaço para dobrar roupas e expor momentaneamente as mercadorias;
- Ter pelo menos dois provadores com espelhos e boa iluminação e um espelho maior do lado de fora;
- Instalar um aparelho de som é uma boa opção para caracterizar a loja. As músicas certas harmonizam o ambiente provocando uma identificação dos clientes com o local.

## EQUIPAMENTOS

Os equipamentos básicos são:

- Balcões para exposição;
- Prateleiras;
- Materiais de escritório;
- ECF – Emissor de Cupom Fiscal, Computadores, telefone, etc.

## INVESTIMENTOS

O investimento varia muito de acordo com o porte do empreendimento e do quantitativo de que dispõe o investidor. Considerando uma loja de pequeno porte, montada numa área de 30m<sup>2</sup>, será necessário um investimento de R\$70mil 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

No início das atividades dois vendedores e um gerente de vendas são suficientes. As lojas de surfwear costumam contratar pessoas jovens para nivelar a linguagem com os clientes e de ambos os sexos (masculino e feminino), a fim de agradar a todos os clientes.

É necessário que tanto o proprietário como os funcionários sejam bem informados com relação ao ramo para poderem conquistar cada vez mais a clientela e torná-la fiel, independente da alta temporada.

## PROCESSOS PRODUTIVOS

Como todo comércio o processo produtivo envolve compras de produtos selecionados de boa qualidade, vendas por meio de atendimento especializado, dimensionamento do estoque e controles financeiros.

A atividade comercial necessita de profissionais de venda que apresentem e orientem a compra dos clientes, buscando dentre as alternativas existentes no estoque aquele que atenderá às necessidades de um público cada vez mais exigente.

A partir da venda surgem outros controles (contas a receber, vendas, estoque, etc.) que possibilitam ao empreendedor tomar decisões acertadas na gestão do negócio.

O empreendedor deve ter em mente que a reposição ou diversificação nos produtos ofertados garantem o retorno do cliente. É certo que preços competitivos e ambiente propício são fatores de atração e somados ao atendimento diferenciado e variedade de produtos podem transformar o seu negócio em sucesso empresarial.

Pode-se dar dicas de conservação de pranchas e acessórios aos clientes e aproveitar para oferecer os produtos que são utilizados na conservação, desse modo agrada-se ao cliente e ainda pode sair ganhando.

Produtos:

- *Vídeos*: há poucos títulos, geralmente à disposição para venda e/ou locação em lojas de surfwear, porque as locadoras ainda não despertaram para o potencial do segmento. O praticante é ávido pelo produto, revê inúmeras vezes para acompanhar manobras radicais;
- *Pranchas para pronta-entrega*: com ampla diversificação de tamanho e design - embora esse mercado tenha muitos fabricantes, boa parte das indústrias são

pequenas, destinando significativa parcela da produção à encomendas. Nas lojas é mais fácil encontrar unidades standard, para o chamado "tamanho médio" brasileiro na relação comprimento X peso. A oferta de semi-novas também é incipiente;

- *Variedade de roupas de neopreme com tecnologia de ponta.* Há fabricantes locais, como a Mormaii, mas a oferta de modelos importados com detalhes de última geração (como titânio na composição do tecido emborrachado, a última palavra em conforto térmico) é insuficiente;

- *Confecção técnica:* vestuário é o segmento com maior número de empreendimentos e, também, rotatividade, mas há espaço para quem é do ramo e entende as reais necessidades dos esportistas, oferecendo peças confortáveis, funcionais e principalmente resistentes.

## DIVERSIFICAÇÃO

Para alcançar o sucesso neste mercado é importante oferecer diferenciais. Procurar novas formas de apresentar os produtos tornando-os mais atrativos que os do concorrente. Incrementar as vendas, atuando com produtos direcionados à consumidores de mercados similares, como por exemplo: skatewear. Além de roupas e pranchas a loja pode oferecer equipamentos de segurança usados na prática do esporte.

## DIVULGAÇÃO

Trazer os clientes até a sua loja não é uma tarefa fácil, por isso, 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. Ele começa na escolha do nome da empresa e vai até as campanhas publicitárias, passando pela decoração da loja e pela definição da melhor forma de atendimento ao público.

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.

- O estabelecimento – a fachada deve ser atraente aos olhos de quem passa por ali, Para que entrem apenas pelo que viu do lado de fora. Ao entrar é bom que não se decepcione. Por isso capriche na decoração e arranjo interno.

- 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, *out-door*, 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 mantém os clientes assíduos. A terceira é a específica - direcionada para eventos específicos ou datas comemorativas - um lual na praia, por exemplo.

## NOTÍCIAS

### Expectativas para 2006

Por Daniella Velloso

A 13ª Surf & Beach Show - que, realizada simultaneamente à 9ª Beach&Bikini Fashion Show, a 8ª Streetwear & Skate Show e 4ª Surf&Beach Tex Preview, ocorrerá de 27 a 30 de Junho de 2006 das 12 às 22h, no Centro de Exposições Imigrantes ( Rod.dos Imigrantes, km1.5 - a 1.500m do final da Av.dos Bandeirantes ), em São Paulo.

A Surf & Beach Show representa o maior evento comercial dos segmentos surf, skate e moda praia da América Latina. Registrou em sua última edição cerca de 40.000 visitantes e negócios da ordem de R\$ 230 milhões.

A Surf & Beach Show atrai uma grande concentração de compradores para um ambiente descontraído e propício para vendas. Nesse ambiente é possível analisar a reação do consumidor sobre os produtos expostos, além de acompanhar as atividades da concorrência e com isso criar novas estratégias.

Ao concentrarmos em um mesmo local todos clientes de um mesmo mercado, aumentamos o grau de exposição. Em função disso, tudo o que acontece nos mercados de surf, street, skate e moda praia estará na feira.

Em um único local e ao mesmo tempo é possível pesquisar sobre aproximadamente 500 marcas e assim se conscientizar de tudo que o mercado oferece.

Nosso objetivo é criar oportunidades para que as empresas negociem seus produtos e/ou serviços e estabeleçam novas parcerias.

Nessa atmosfera ideal de compra é possível surpreender o consumidor e fixar a marca.

Daniella Velloso, arquiteta das feiras e responsável pelo marketing, afirma que "as feiras são o principal evento de contato e relacionamento da fábrica com as lojas. O contato com os lojistas no stand direciona a fábrica a produzir. Ao produzir apenas o que agradou o lojista há menor custo de produção. O menor custo final, faz com que a fábrica ofereça melhor preço às lojas, e conseqüentemente, maior força de negociação dos lojistas no ponto de venda. Assim, fica evidente que a movimentação dos milhares de visitantes, é sinônimo de excelentes negócios para todos" comenta ela.

A indústria do surfwear movimenta atualmente R\$ 2,5 bilhões no Brasil e seu crescimento é cada vez maior. Segundo dados da ABIT – Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção – os segmentos de surfwear, streetwear e moda praia representam 15% da indústria têxtil nacional.

O Brasil é o segundo país no mundo em consumo de artigos de surf e skate e o primeiro no consumo de beachwear. O país possui a sexta maior população jovem do planeta.

Para Claudio Martins de Andrade, surfista, um dos fundadores da Rev. Fluir e diretor da feira "temos que aproveitar nossa condição de dirigentes para exigir um diálogo com todos os setores oficiais dos governos, às suas secretarias de esporte e educação, ao ministério de relações exteriores e ao de turismo, para que reconheçam a força de nosso setor e venham dar sua contribuição.

Temos que oferecer o que o esporte tem de sobra - juventude, saúde, capacidade de formação individual, conhecimento do mar e amor pela proteção do meio ambiente, enfim, nossa cultura".

Cecília Castro de Andrade, também diretora da feira, afirma que "a cada ano que passa, a Waves Promoções busca profissionalizar cada vez mais o setor, oferecendo ferramentas eficientes que culminem no sucesso de vendas da marca, tanto no Brasil como no exterior".

Pela quarta vez consecutiva a Waves Promoções em parceria com a ABIT - Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção - entidade que representa perto de 30 mil empresas no país, desde as produtoras de fibras até as confecções - e a Agência de Promoção de Exportações e Investimentos do Brasil (Apex-Brasil), proporcionaram à feira uma Central de Apoio à Exportação. (...)

Para destacar a importância do trabalho efetuado pelo representante comercial teremos o 4º Prêmio Representante Nota 10.

Eleitos pelos lojistas, serão premiados os profissionais mais votados da capital, interior e litoral de cada estado brasileiro. Os vencedores serão divulgados nos sites

Surfbeach.com.br e Waves.Terra, e receberão o troféu durante o evento. A cerimônia de premiação está prevista para o dia 29 de junho, quinta-feira às 16 horas.

Ao mesmo tempo em que é possível conferir as tendências do verão 2007, o público poderá curtir o Surf & Beach Club, que compreende uma Arena de Desfiles Oficiais, Arena de Skate, e o Espaço Beauty Beach.

Tudo isso porque a feira a partir da edição 2005, é aberta ao visitante qualificado em horário diferenciado, que poderá desfrutar de áreas totalmente voltadas ao entretenimento.

Para lojistas e profissionais do setor o horário é das 10 às 20h, para o visitante qualificado, o horário é a partir das 16h, mediante ingresso que deverá ser comprado no local.

Graças a Arena de Desfiles, a Surf&Beach Show é considerada a maior vitrine da América Latina para nossos segmentos. Uma oportunidade única de conferir o que está sendo produzido de melhor em surfwear, skatewear e moda praia no Brasil. Serão realizados de 27 a 29 de junho, a partir das 16h.

Pela primeira vez uma área 100% bodyboard foi apresentada em uma feira de negócios. A Surf&Beach Show realizará novamente a Bodyboard Business Area. O principal objetivo do espaço é reforçar a necessidade de maior segmentação desse mercado dentro do ponto-de-venda.

Hoje, o crescimento intuitivo precisa ceder espaço para o desenvolvimento pautado em planejamento e foco de atuação. A necessidade da adoção de um posicionamento mercadológico bem definido passou a ser condição de sobrevivência para as empresas. Por isso investimos na profissionalização do varejo, por intermédio de workshops gratuitos, focados em assuntos de interesse do lojista.

Depois de quatro dias de negócios, o real espírito do surf é celebrado em uma confraternização única - o campeonato Surf & Beach Super Masters que encerra a programação do evento reunindo os pioneiros do esporte no país, em Maresias nos dias 1 e 2 de Julho.

O campeonato é apadrinhado pelo primeiro campeão mundial de surf da IPS/ASP, o australiano Peter "PT" Townend, uma das maiores lendas do surf mundial.

Fonte: <http://waves.terra.com.br> - 17/03/2006

## **CURSOS E TREINAMENTOS**

Os cursos de empreendedorismo dão base para estruturar o seu plano de negócios, planejar a empresa e desenvolver características próprias e indispensáveis a empreendedores.

### **Iniciando um Pequeno Grande Negócio**

Carga horária: 30h

### **Empretec**

Carga horária: 72h

### **Administração Básica para Pequenas Empresas**

Carga horária: 20h

O Administração Básica para Pequenas Empresas tem o objetivo de levar aos empresários informações sobre as principais áreas da administração de uma pequena empresa. É um instrumento para que os obstáculos encontrados sejam superados com maior facilidade ampliando, conseqüentemente, o horizonte de conhecimentos necessários nessa função.

SEBRAE/ES

Av. Jerônimo Monteiro, 935

Ed. Sebrae – Centro

Vitória/ES

CEP: 29010-003  
Tel.: 3331-5500

## EVENTOS

### **Surf & Beach Show** – 13ª Feira Internacional do Surfwear e Beachwear

Data: 27 a 30 de Junho de 2006  
Local: Centro de Exposições Imigrantes  
Organização: Waves Produções  
Tel.: (11) 3884-4544  
<http://www.surfbeach.com.br>

### **Beach & Bikini Fashion Show** – 9ª Feira Internacional do Biquíni

Data: 27 a 30 de Junho de 2006  
Local: Centro de Exposições Imigrantes  
Organização: Waves Produções  
Tel.: (11) 3884-4544  
<http://www.surfbeach.com.br>

### **Streetwear & Skate Show** – 8ª Feira Internacional da Moda de Rua

Data: 27 a 30 de Junho de 2006  
Local: Centro de Exposições Imigrantes  
Organização: Waves Produções  
Tel.: (11) 3884-4544  
<http://www.surfbeach.com.br>

### **Surf & Beach Tex Preview** – 4ª Feira da Indústria Têxtil para o Surfwear e Beachwear

Data: 27 a 30 de Junho de 2006  
Local: Centro de Exposições Imigrantes  
Organização: Waves Produções  
Tel.: (11) 3884-4544  
<http://www.surfbeach.com.br>

## LEGISLAÇÃO ESPECÍFICA

É interessante fazer uma consulta à “**CARTILHA DO FORNECEDOR CAPIXABA**”, que se encontra disponível na Biblioteca do SEBRAE/ES.

Essa atividade exige o conhecimento de algumas leis:

- Lei nº. 6.080/2003 – Código de Posturas e Atividades Urbanas do Município de Vitória.
- Lei nº. 8.078/1990 - Código de Defesa do Consumidor.

## REGISTRO ESPECIAL

Para registrar sua empresa você precisa de um contador. Profissional legalmente habilitado para elaborar os atos constitutivos da empresa, auxilia-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 Secretaria 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**

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

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

### **PROCON – VITÓRIA**

Casa do Cidadão João Luiz Barone  
Av. Maruípe, nº. 2544 - Itararé  
Vitória/ES  
CEP: 29.045-230  
Tel.: (0xx27) 3382-5545  
<http://www.vitoria.es.gov.br/procon/procon.htm>

### **JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO**

Av. Nossa Senhora da Penha, 1433  
Praia do Canto - Vitória/ES  
CEP: 29045-401  
Tel.: (027) 3135-3167  
<http://www.jucerja.rj.gov.br> - Site do Estado do Rio de Janeiro.

### **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.: (0xx27) 3135-1097  
<http://www.vitoria.es.gov.br/home.htm>

### **SECRETARIA DA RECEITA FEDERAL**

Rua Pietrângelo de Biase, nº. 56, Centro  
Vitória/ES  
Tel.: 3322-0711 e 146

### **SECRETARIA DE ESTADO DA FAZENDA DO ESPÍRITO SANTO**

Rua Duque de Caxias, no. 105  
Centro – Vitória/ES  
CEP: 29010-000



Tels.: (027) 3380-3771  
FAX: (027) 3380-3772  
E-mail: [crrvitoria@sefa.es.gov.br](mailto:crrvitoria@sefa.es.gov.br)  
<http://www.sefaz.es.gov.br>

## **FORNECEDORES E FABRICANTES**

### **Argos Comércio e Representação Ltda**

Av. Nossa Senhora da Penha, 565 - lj 12/13  
Praia do Canto, Vitória/ES  
Tel.: (27) 3324-1615  
E-mail: [argosrep@veloxmail.com.br](mailto:argosrep@veloxmail.com.br)

### **Mormaii**

Tel.: (51) 3231-0249  
Dúvidas ou informações: (51) 3231-0249  
E-mail [mormaiishop@mormaiishop.com.br](mailto:mormaiishop@mormaiishop.com.br)  
<http://www.mormaii.com.br>

### **Da Voll'us Darts**

E-mail: [magia@magiamalhas.com.br](mailto:magia@magiamalhas.com.br)  
Tel.: (51) 3762-7222 / 3762-7061  
<http://www.vollus.com.br>

### **Billabong**

Rua Tenente Alberto Spicciati, 200  
Barra Funda, São Paulo/SP  
CEP: 01140-130  
Tel.: (11) 3618-8600  
Fax: (11) 3618-8636  
<http://www.billabongsa.com.br>

### **Allui Rucah Wetsuits**

*Tel.: (51) 3023-7300*  
E-mail: [alluirucah@bol.com.br](mailto:alluirucah@bol.com.br)  
<http://www.alluirucah.com.br>

### **CEPP LTDA**

Rua Tumiaru, 30, Ibirapuera,  
São Paulo, SP  
CEP: 04008-050  
Tel.: (11) 3057-0120  
<http://www.actualsports.com.br>

## **BIBLIOGRAFIA**

TIPS Brasil - Consulta: Nº SB4919 /CE  
Revista Pequenas Empresas Grandes Negócios - junho/1997  
Gazeta Mercantil, 31/03/00 - Onda de investimento no surfe.  
- SANDHUSEN, Richard L. Marketing Básico. Editora Saraiva. 2000.  
Sites:  
<http://Surfbeach.com.br>  
<http://waves.terra.com.br> - Comunidade virtual do surf  
<http://www.sebraesp.com.br/> artigos / informática

## **ÁREA RESPONSÁVEL E DATA DE ATUALIZAÇÃO**

UCE – Unidade de Capacitação Empresarial - SEBRAE/ES

Data de atualização: Abril de 2006.