

## LOJA VIRTUAL

### FICHA TÉCNICA

**Setor da Economia:** terciário

**Ramo de Atividade:** comércio

**Tipo de Negócio:** comércio eletrônico

**Produtos Ofertados/Produzidos:** de acordo com a escolha do empresário

**Investimento inicial:** varia de acordo com a especialidade do negócio.

**Área:** varia de acordo com a modalidade implantada.

### APRESENTAÇÃO

A Internet é, sem dúvida, um marco na maior evolução das comunicações mundiais e seu impacto na economia iguala-se ao causado pela Revolução Industrial. À medida que a Internet vai se tornando um meio de comunicação tão importante quanto a televisão e o telefone, a necessidade de estar nela torna-se praticamente uma questão de sobrevivência, assim como aconteceu com os microcomputadores no início da década de 1980. A partir dela milhões de pessoas no mundo todo são conduzidas a uma gama infindável de informações, que servirão de base para o desenvolvimento pessoal, comercial e político. A expansão comercial acelerou o uso da tecnologia da informação, estimulando o comércio eletrônico, e conseqüentemente o surgimento de várias empresas e diferentes opções para abertura de lojas virtuais. Diversos setores da economia viram a necessidade de aderir às novas tecnologias aliadas à implementação de controles gerenciais de última geração, com vistas a acompanhar a evolução mercadológica.

É muito bom ter uma loja que nunca fecha, que não precisa de balconista nem de estoque, segura, que exige baixo investimento e que funciona com custos fixos próximos de zero. Esse é o sonho de todo comerciante e o caminho para concretizá-lo e a rede mundial de computadores, a Internet. Além dos atrativos operacionais, a loja virtual tem a vantagem de expor os produtos ou serviços a uma seleta população, formada por pessoas de elevado nível cultural e financeiro, cujo consumo por intermédio da rede cresce rapidamente.

A prestação de serviço é um ato ou desempenho essencialmente intangível, que vai ser vendido para satisfazer um desejo ou necessidade. Sem a posse de um bem físico fica difícil medir, provar, sentir, ouvir ou cheirar, antes de comprar, por isso, você deve oferecê-lo de modo que o consumidor o veja como algo seguro e confiável. É importante adotar um bom sistema de segurança, pois esta é uma das maiores preocupações do cliente virtual. Ao comprar por meio eletrônico ele espera que sua identidade seja preservada.

### MERCADO

Numa evolução espantosa criam-se excelentes perspectivas de negócios, levando o empresário varejista a considerar a possibilidade de ingressar no universo comercial dos bits. Por enquanto os mais interessados são os que atuam em áreas passíveis de padronização dos produtos ou serviços, como livros, discos, flores, eletrônicos, congelados, seguros, etc. Uma pesquisa feita pela AT&T, revelou que 40% dos entrevistados já compram na grande rede e que 95% destes, pretendem voltar a comprar. Da mesma forma uma pesquisa brasileira (Cadê-IBOPE) mostrou que 24% dos internautas brasileiros já negociaram na internet.

Somente no Brasil, as empresas de e-commerce vão faturar cerca de R\$ 2,3 bilhões neste ano de 2005. Um crescimento de 47% em relação ao ano passado, segundo

dados da empresa de consultoria eBit.

## LOCALIZAÇÃO

A escolha do local e do espaço físico necessário para instalar uma loja virtual não é tão relevante uma vez que esta servirá apenas para a instalação de equipamentos e possível acondicionamento de estoque. Muito embora seja necessário à sua personalização jurídica. O local deve oferecer infra-estrutura adequada e condições que propiciem o seu desenvolvimento. Na maioria das cidades as atividades comerciais são regulamentadas pelo Plano Diretor Urbano (PDU). É essa Lei que determina o tipo de atividade que pode funcionar em determinado local. A consulta de local junto à Prefeitura é o primeiro passo para avaliar a implantação de sua loja virtual. Na Prefeitura de Vitória o PDU é fornecido a partir de consulta no site.

## ESTRUTURA

O espaço físico deve ser o suficiente para abrigar os equipamentos, neste caso uma **área de 35m<sup>2</sup>** é o suficiente. Para aqueles empreendedores que desejam montar uma loja exclusivamente virtual, ou seja, aquela onde a compra só pode ser feita via internet, se faz necessário ter uma estrutura maior (galpão para o estoque das mercadorias), como também um montante maior a ser investido, visto que, neste caso terá que adquirir as mercadorias.

## EQUIPAMENTOS

Os equipamentos básicos são:

- Linhas telefônicas;
- Modem's;
- Software's;
- Computadores p/ monitoramentos, etc.

## INVESTIMENTOS

Irá variar de acordo com a estrutura do empreendimento. Considerando equipamentos de bom porte, gira em torno de R\$ 10 Mil.

## PESSOAL

Na hora de selecionar as pessoas que irão trabalhar na sua empresa, você deve levar em consideração as habilidades específicas exigidas para cada tipo de atividade que irão desenvolver. Neste tipo de negócio é mais importante que a pessoa tenha conhecimento, habilidade e gosto pela informática. Mas existem características que são comuns a profissionais de todas as áreas: pessoas felizes com a vida, criativas, ágeis, prestativas e que tenham iniciativa. Essas características podem ser desenvolvidas através de treinamentos periódicos, lembrando que não só os funcionários e gerentes devem ser treinados, mas também, o dono do empreendimento deve sempre se atualizar para se manter competitivo no mercado.

## PROCESSOS PRODUTIVOS

### CRIAR O COMÉRCIO ELETRÔNICO

Abrir um comércio eletrônico não é tarefa inacessível para pequenos empreendedores, atestam os empresários do ramo. A rigor, basta elaborar um site (espaço eletrônico no qual estão as páginas com informações e imagens do negócio), escolher um provedor para hospedar a loja virtual e formatar a rotina

interna para o recebimento dos pedidos e a expedição das mercadorias / serviços. Para criar um site, o empreendedor pode contratar uma empresa especializada ou aventurar-se sozinho. Hoje, a tarefa de quem pretende ser auto-suficiente nesse ramo foi facilitada pela existência de diversos programas, que detalham todos os passos para o desenvolvimento de uma home page.

### **TIPOS DE LOJA VIRTUAL**

Tipo Convencional - Os produtos são colocados dentro de um carrinho, e no fim realiza-se a compra fazendo o pagamento;

Tipo Catalogo on-line - A transação de venda não é efetuada com o correspondente recebimento do valor vendido. A Loja está como um catálogo (cada produto com a sua descrição, preço, código do produto, foto se desejar, etc.), que depois de escolhido(s) o(s) produto(s), de dentro da própria Loja o cliente envia um e-mail com o seu pedido para ser processado.

### **MODALIDADES DE FUNCIONAMENTO DA LOJA**

Por Terceirização - A loja pode ser terceirizada, isso não significa a operacionalização, mas sim o aluguel e a manutenção mensal. A operação de venda é direta com a empresa. Por Sociedade - Outra assume os investimentos necessários para fazer uma Loja exclusiva para os seus produtos. Neste caso, vai depender das condições de comercialização, lucratividade, potencialidade do negocio, etc. Por Licenciamento dos Programas da Loja mais a Consultoria - Neste caso instala-se um server especial na empresa, conectado diretamente com a Internet, com toda a estrutura necessária. Essa é a modalidade que envolve maior investimento, compatível com as necessidades das empresas médias e grandes.

### **ETAPAS DE DESENVOLVIMENTO**

1º Passo - Dotar a página de mecanismos que garantam a total segurança na transação de dados e informações entre a loja e clientes. Uma das melhores tecnologias para se criptografar dados é a Secure Socket Layer, da empresa americana Versing.

2º Passo - Antes de a home page (página eletrônica) estar disponível para acesso, deve-se requerer o registro de domínio (é o seu endereço na Internet), junto à entidade competente. No Brasil, a Fapesp – Fundação de Amparo à pesquisa do Estado de São Paulo, é o órgão credenciado para fazer o cadastro de sites. Paga-se uma taxa de inscrição e a expedição do registro é rápida e sem burocracias, podendo ser solicitada pela Internet. Registrar o endereço eletrônico na Fapesp equivale ao cadastro da empresa na Junta Comercial.

3º Passo - Para o principiante na área é aconselhável, enquanto se desenrolam as etapas descritas acima, que ele providencie a inscrição nas administradoras de cartões de crédito, o que, segundo a maioria dos empreendedores, é tarefa burocrática e demorada. Embora tenha como opção outras formas de pagamento (cobrança bancária ou cheque, por exemplo), uma loja não funciona bem sem a aceitação de cartões. Quem já trabalha com eles enfrenta uma burocracia menor. Necessita apenas acertar uma sistemática, denominada “assinatura em arquivo”, que permite realizar transações digitais.

### **CUSTO**

O custo de desenvolvimento do site dependerá do número de páginas e do produto vendido. Uma loja de artigos para informática, por exemplo, necessitará de mais espaço que uma floricultura, pois terá de expor preços, especificações dos produtos

fotos de milhares de itens ofertados.

## **DESPESAS**

O dia-a-dia desse ramo não envolve grandes despesas. Numa empresa que atua exclusivamente de forma virtual os gastos são mais elevados, pois demandam a montagem de um escritório só para atender ao negócio. Já para um empreendedor que mantenha o comércio na Internet apenas como mais um canal de vendas, os custos acabam sendo diluídos nas despesas da própria loja física. A administração de ambos os casos pode ser feita facilmente pelo dono e um ajudante, que ficará responsável pela verificação dos pedidos e despacho das mercadorias, enquanto que as entregas, normalmente, podem ser confiadas a terceiros.

## **COMEÇANDO**

Uma vez colocado em funcionamento o novo negócio, estabelece-se um novo desafio: a sua gestão competitiva, capaz de oferecer ao mercado os melhores produtos e serviços e assegurar o retorno do capital investido. Gerenciar o negócio significa colocar à prova o talento, o conhecimento e a experiência do empreendedor.

Administrar é o processo de organizar o que foi planejado, assegurando a liderança e o controle na execução do trabalho de todos que fazem parte direta ou indiretamente da empresa. É usar os recursos administrativos disponíveis com vistas a alcançar os objetivos estabelecidos. É aqui que entra a importância da busca contínua de informações. Estas podem ser adquiridas através da leitura, vídeos técnicos e administrativos, em feiras, palestras, treinamentos, e outros eventos. O próprio SEBRAE oferece muitos cursos de aperfeiçoamento: Administração Básica para Pequenas Empresas, Técnicas para Negociações, Lucratividade – Crescer, Sobreviver ou Morrer, Análise e Planejamento Financeiro, Controles Financeiros, Desenvolvimento das Habilidades Gerenciais, Gestão de Pessoas, entre outros.

## **CLIENTES**

Para ganhar projeção no mercado você deve lançar um olhar crítico sobre seu futuro negócio, analisá-lo do ponto de vista do consumidor e a partir daí definir a clientela que pretende abraçar. Você pode começar identificando segmentos específicos e levantar informações como renda, idade, classe social, nível de instrução, etc., para traçar o perfil dos futuros consumidores do produto que sua empresa venderá. No comércio eletrônico o “mundo” pode ser seu cliente, tem um público muito diversificado, porém pode ser direcionado.

## **DIVULGAÇÃO**

Para a divulgação da loja o empreendedor deve utilizar, além da mídia tradicional, a própria Internet, sendo esta uma ação indispensável para alavancar suas vendas, colocando banners (pequenos anúncios) em outros sites que tenha a ver com sua atividade. A empresa que utiliza a Internet corretamente, melhora a eficiência no atendimento ao cliente e permite realizar um serviço personalizado e ágil de acordo com o perfil do consumidor. Por outro lado, para que se possa desenvolver e orientar um comércio virtual é preciso, antes de tudo, conhecer o perfil do mercado e entender a linguagem usada no mundo do e-commerce.

## **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.

## LEMBRETES

Numa economia que tende à estabilização, saber definir o preço certo dos seus produtos é uma das ferramentas mais importantes da sua empresa. Harmonizar o desejo do consumidor e a expectativa de ganho do proprietário é o grande desafio. Enquanto o consumidor sempre deseja pagar menos e ter mercadorias de qualidade, o sonho do empresário é obter o melhor retorno, com o menor custo. Uma sugestão é buscar inspiração para essa "arte" em cursos que orientem o empreendedor a equacionar essa questão, como por exemplo, aqueles que ensinam formação de preços.

## LEGISLAÇÃO ESPECÍFICA

Cabe sugerir consulta à “ **CARTILHA DO FORNECEDOR CAPIXABA** ”, que se encontra disponível na Biblioteca do SEBRAE/ES ou pelo site:

[http://www.procon.es.gov.br/download/Cartilha\\_Fornecedor\\_Capixaba.pdf](http://www.procon.es.gov.br/download/Cartilha_Fornecedor_Capixaba.pdf)

Além disso, deve consultar o PROCON para adequar seus produtos às especificações do Código de Defesa do Consumidor (Lei nº 8.078 de 11/09/1990 - 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 e Lei nº 11.800/2008)

Leis específicas:

Lei de Programa de Computador nº. 9.609/98. Promulgada em 19/02/98, substituiu a Lei 7.646/87 e entrou em vigor na data de sua publicação, dando liberdade de produção e comercialização de softwares de fabricação nacional ou estrangeira. (O Decreto nº 2.556/98 regulamentou o art. 3º da Lei nº 9.609/98)

Lei de direitos autorais nº. 9.610/98. Substituiu a Lei 5.988/73, entrou em vigor 120 dias após sua publicação; foi promulgada em 19 de fevereiro de 1998. Assegurou a integral proteção dos direitos dos seus autores e estabeleceu penas rigorosas a quem os violar. Assim, piratear programas de computador se tornou crime, passível de pena de seis meses a dois anos de prisão. (O Decreto nº 4.533/2002 regulamentou o art. 113 da Lei nº 9.610/98)

Lei de informática nº. 10.176/2001. Alterou a Lei nº. 8.248/91, a Lei nº. 8.387/91 e o Decreto-Lei nº. 288/67, dispondo sobre a capacitação e competitividade do setor de tecnologia da informação. Alterada pela Lei nº 11.077/2004. O Decreto nº 3.800/2001 (regulamentou o art. 8º e 11 da Lei nº 10.176/2001), o Decreto nº 4.401/2002 (regulamentou o art. 8º da Lei nº 10.176/2001).

Desde o dia 04 de abril de 2002, não existe mais o limite máximo de 10 domínios por CNPJ/CPF, agora uma entidade poderá registrar, sob um DPN, quantos domínios quiser.

OBS.: outra armadilha para os donos de lojas de informática são os produtos importados, que muitas vezes chegam aos comerciantes por vias ilícitas, tornando importantíssimo, que o empreendedor certifique-se de que os produtos e equipamentos importados que chegam à sua loja têm procedência lícita, caso contrário, poderá ser enquadrado como cúmplice em crime de contrabando.

O Instituto Nacional da Propriedade Industrial - INPI, autarquia federal vinculada ao Ministério da Indústria, Comércio e Turismo é o órgão responsável pelos registros dos programas de computador. Para que possa garantir a exclusividade na produção uso e comercialização de um programa de computador, o interessado deve comprovar a autoria do mesmo.

## **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.

Torna-se necessário tomar algumas providências para legalização da empresa, tais como:

- Registro na Junta Comercial;
- Registro na Secretaria da Receita Federal
- Registro na Prefeitura do Município;
- O novo empresário deve procurar a prefeitura da cidade onde pretende montar a sua loja virtual para fazer a consulta de local e efetuar a inscrição municipal para obter o alvará de funcionamento.
- Em relação ao Sindicato a empresa ficará obrigada a recolher por ocasião da constituição e até o dia 31 de janeiro de cada ano, a Contribuição Sindical Patronal.
- Em relação ao INSS a empresa deverá efetuar o seu cadastramento junto a CEF (Conectividade Social)

## **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**

#### **Empretec**

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

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.: 0800 - 570 0800

## EVENTOS

O empreendedor deve estar sempre em contato com as entidades e associações para obter informações sobre os eventos que ocorrerão dentro da sua área (tipo, data, local de realização). Os eventos como feiras, roda de negócios, congressos, etc., são muito importantes para o empresário ficar por dentro das tendências de mercado, conhecer novos produtos e tecnologias, realizar parcerias e fazer bons negócios.

## FENASOFT

Local: Expo Center Norte - São Paulo/SP

Depto. Comercial - São Paulo

Trade Network

Rua Joaquim Nabuco, 47 - 9º andar - conjuntos 91/92 - Brooklin - 04621000

Tel.: (0xx11) 3055-1310

Fax:(0xx11) 3055-1311

e-mail: vendas@tradenetwork.com.br

Florianópolis - Sede

Rodovia SC 401 - km 01

Parque Tecnológico Alpha - Sede Fenasoft

CEP 88030-000

Florianópolis - SC

Tel.: (0xx48) 334-8000

Fax: (0xx48) 334-8249

e-mail: fenasoft@fenasoft.com.br

## CURSOS E TREINAMENTOS

DevMedia Group

Tel.: (21) 3382-5038

<http://www.devmedia.com.br/cursos/>

E-Commerce

<http://www.e-commerce.org.br/index.htm>

## NOTÍCIAS

Fique sempre atento aos noticiários, programas de televisão, revistas específicas, jornais (cadernos especiais), etc., pois estes são meios de manter-se atualizado quanto às novidades da sua área de atuação.

### **Comércio na internet dá lucro para empresários**

10.05.2009

Pequenas empresas aproveitam a boa fase da internet e criam oportunidades de negócio. Em 2008 o mercado movimentou mais de oito bilhões de reais. Um crescimento de 30% em relação a 2007. E no primeiro semestre de 2009, a previsão já é de crescimento.

No Brasil, mais de 13 milhões de pessoas já compraram pelo menos uma vez pela internet. Uma pesquisa realizada pela consultoria digital e-bit, prevê que mesmo com a crise econômica, as lojas virtuais brasileiras faturem 4 bilhões e meio de reais no primeiro semestre deste ano, 20% a mais do que no mesmo período do ano passado.

As mulheres representam 51% dos consumidores virtuais.

“Eu compro pela internet porque é mais prático, mais rápido. É mais seguro”, diz a assistente financeira, Cristine Vieira.

“O principal fator que colabora para o crescimento é o aumento do número de usuários de internet. A gente prevê para esse ano um crescimento de mais de 20% do número de pessoas que compram pela internet”, diz o consultor Pedro Guasti.

Para atingir esse mercado promissor, os empresários Marcelo e Regina Chao apostaram na venda de lingerie. Eles têm duas lojas físicas e uma virtual. O negócio cresce 50 % ao ano.

“Eu tenho uma loja real que atende o meu bairro. A virtual eu posso atender até Tóquio”, diz Regina.

Por mês, a loja online tem 600 mil acessos e vende, em média, 2 mil produtos.

O grande desafio da loja virtual é entregar a mercadoria para o cliente em no máximo de dois dias. A estratégia utilizada pelos empresários é sempre manter o estoque com pelo menos 10 peças para cada produto a venda na internet.

O investimento para abrir uma loja virtual como esta é de 500 mil reais. 400 mil são para compra de mercadorias.

Para fisgar os internautas na rede, os empresários abastecem o site com novos produtos todos os dias.

“A compra é fácil. A entrega é ótima e eu não preciso me locomover, já que eu tenho uma vida tão corrida”, diz a cliente Sueli de Carvalho.

A nossa loja é como um carro. A gente pisa no acelerador direitinho e ele vai.

Além do público feminino, a classe c também alavancou as vendas pela internet. De acordo com a pesquisa feita pela consultoria digital e-bit, a facilidade de comparar preços e a possibilidade de parcelar o pagamento conquistaram esses consumidores.

Um público que até pouco tempo não comprava e agora tem acesso a computador. (emenda) a classe c ela foi responsável o ano passado por 42% de todas as compras. Bastante expressivo.

Os pequenos empresários estão de olho neste mercado. É o caso de Henrique Prado. Ele é dono desta loja especializada na venda de telefones e produtos de informática há 10 anos. Em 2007, abriu uma loja virtual. O faturamento da empresa triplicou.

Para abrir essa loja virtual o empresário investiu R\$ 65 mil. A maior parte do dinheiro foi usada para capital de giro e publicidade com anúncios em sites de busca. O investimento foi recuperado em um ano.

Na loja Virtualtem computadores, aparelhos de telefone, celulares. São mais de 1.300 produtos. Os preços variam de 10 reais a 15 mil reais. Esta capa de celular é o produto mais vendido e custa R\$ 35.

Por mês, o empresário vende pela internet 200 capas de celular.

“Os produtos mais vendidos são os mais baratos por atingirem a classe c e são mais acessíveis. Temos formas de parcelamento, temos formas de facilitar essa compra, entrega na casa da pessoa sem que a pessoa tenha acesso à loja física”, diz Henrique Prado, empresário.

A empresa tem um estoque de mil peças. Por falta de espaço para guardar a mercadoria, a maior parte dos produtos é comprada do fornecedor apenas depois que a venda é feita pela internet.

A entrega dos produtos é feita em no máximo dois dias. Para cumprir o prazo e reduzir custos, o empresário utiliza as transportadoras, os correios e na grande São Paulo, o serviço de motoboys.

“Eu compro nessa loja pelo preço, pelo prazo de entrega, pela rapidez dele em me



atender”, diz a cliente Ana Luzia Neves.

Eu acho que se a gente conseguir aumentar mais ainda a gama de produtos a gente vai atingir uma classe maior ainda de clientes no Brasil inteiro.

Fonte: <http://pegntv.globo.com/Pegn/0,6993,LIR334813-5027,00.html>

## **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 as 17:30 h.

### **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.jucees.es.gov.br/>

### **PREFEITURA DE VITÓRIA**

SEMUS - Sec. Municipal de Saúde – Vigilância Sanitária do Município de Vitória.

Av. Mal. Mascarenhas de Moraes, 1185

Forte São João – Vitória/ES

CEP: 29010-331

Tel.: (0xx27) 3132-5047 / 3132-5044 / 3132-5045

<http://www.vitoria.es.gov.br/home.htm>

### **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>

**INMETRO – ESPIRITO SANTO**

Av. Mal. Mascarenhas de Moraes, 1635  
Ilha de Monte Belo – Vitória/ES  
CEP: 29053-245  
Tel.: (027) 3381-6677 / 6679  
Fax: (027) 3222-0352  
e-mail: [agencia@inmetro-es.gov.br](mailto:agencia@inmetro-es.gov.br)  
<http://www.inmetro-es.gov.br>

**INPI/ES - INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL**

Rua Abiail do Amaral Carneiro 191 ed. Arábica sala 314  
Enseada do Suá – Vitória/ES  
CEP: 29055-907  
Tel.: 3235-7788  
Horário de funcionamento: de 10 às 16h

**ABNT - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS**

Av. Treze de Maio, 13 - 28º andar  
Rio de Janeiro/RJ  
CEP: 20003-900  
Tel.: (021) 3974-2300  
Fax: (021) 3974-2347  
E-mail: [atendimento.rj@abnt.org.br](mailto:atendimento.rj@abnt.org.br)  
<http://www.abnt.org.br>

**SENAC - Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial**

Av. Marechal Mascarenhas de Moraes, 2077  
Bento Ferreira – Vitória/ES  
CEP: 29050-625  
Tel.: (027) 3325-8222  
<http://www.es.senac.br>

**COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL**

E-mail: [info@cg.org.br](mailto:info@cg.org.br)  
<http://www.cg.org.br>

**SUCESU-ES - Sociedade de Usuários de Informática e Telecomunicações do Espírito Santo**

Rua Fortunato Ramos 30, sl. 310 3º andar – Ed. Cima Center  
Santa Lúcia – ES  
CEP 29056-020  
Tel.: (27) 3225-9955  
E-mail: [sucesu@sucesues.org.br](mailto:sucesu@sucesues.org.br)  
<http://www.sucesues.org.br>

**ASSESPRO - Associação Brasileira das Empresas de Tecnologia de Informação**

Rua Buenos Aires, nº. 68 - 14º andar  
Centro - Rio de Janeiro/RJ  
CEP: 20070-022  
[contato@assespro.org.br](mailto:contato@assespro.org.br)  
Tel.: (021) 2507-8506

<http://www.assespro.org.br>  
Contato no Espírito Santo:  
E-mail: leonardo@cpd.com.br  
Tel.: (027) 3224-4144

**Ministério da Ciência e Tecnologia**

Esplanada dos Ministérios, Bloco "E"  
Brasília/DF  
CEP: 70067-900  
Tel.: (061) 3317-7500  
<http://www.mct.gov.br>

**IBICT - Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia**

SAS Quadra 5, Lote 6, Bloco H  
Brasília - DF  
CEP: 70070-912  
Tel.: (061) 3217-6360 / 3321-5894  
Fax: (061) 226-2677  
E-mail: emir@ibict.br

**SEPIN - Secretaria de Política de Informática e Automação**

Esplanada dos Ministérios – Bloco E, 3º. andar  
Brasília - (DF)  
CEP: 70067-900  
Tel.: (061) 3317-7900  
Fax: (061) 3317-7855  
<http://www.mct.gov.br/sepim>

**ABES – Associação Brasileira das Empresas de Software**

Av. Ibirapuera, 2907, 8º andar, CJ 811  
Moema – São Paulo/SP  
CEP: 04029-200  
Tel.: (011) 5044.7900  
Fax: (011) 5044.8338  
Telepirata: 0800-11-0039  
E-mail.: abes@abes.org.br  
<http://www.abes.org.br>

**FAPESP - Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo**

Rua Pio XI, 1500  
Alto da Lapa - São Paulo/SP  
CEP: 05468-901  
Tel.: (011) 6978-5323  
E-mail: atendimento@plugweb.com.br  
<http://www.fapesp.org>

**Oi/TELEMAR**

Rua do Rosário, 150 – Centro  
Vitória/ES  
CEP: 29016-095  
Tel.: 0800310104  
<http://www.telemar.com.br>

## **EMBRATEL**

Tel.: 08007012180

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

## **FORNECEDORES E FABRICANTES**

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

### **A/C Registro.br - Registro e Hospedagem de endereço na Internet**

Av. das Nações Unidas, 11541, 7º andar

São Paulo/SP

CEP: 04578-000

Tel.: (011) 5509-3500

<http://registro.br>

### **Hewlett-Packard - Matriz no Brasil**

Alameda Rio Negro, 750

Alphaville – Barueri/SP

CEP: 06454-000

Tel.: (011) 4197-8000 / 4197-6700

fax: (011) 4195-1244

Vendas: 0800 709-7751

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

### **IBM Brasil**

Rua Tutóia, 1157

São Paulo/SP

CEP: 04007-900

Compra de produtos IBM – Tel.: 0800-7071426

Atendimento a parceiros da IBM – Tel.: 0800-7074 837

IBM e Você 0800-7014 262

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

### **Itautec Brasil**

Televendas Itautec: 0800-121444

Itautec Empresa - Atendimento Corporativo: 0800-127373

Televendas Philco: 0800-148007

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

### **Proad – Divisão de Informática**

Av. Nossa Senhora da Penha, 536

Praia do Canto - Vitória/ES

CEP: 29055-131

Tel.: (027) 3227-5733

### **Data Point – Informática e Consultoria**

Rua Dr. Eurico de Aguiar, nº. 403

Santa Lúcia - Vitória/ES

Tel.: (027) 3324-6688

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

## **FENASOFT - Feira Fenasoft Brasil Software Week**

Local: Expo Center Norte - São Paulo – (SP)

Depto. Comercial - São Paulo

Trade Network

Rua Joaquim Nabuco, 47 - 9º andar - conjuntos 91/92 - Brooklin - 04621000

Tel: (0xx11) 3055-1310

Fax:(0xx11) 3055-1311

e-mail: vendas@tradenetwork.com.br

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

## **LINKS INTERESSANTES**

Desenvolvimento de lojas virtuais

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

Fundação de Amparo a Pesquisa do Estado de São Paulo

<http://www.fapesp.br>

Site do Comitê Gestor da Internet no Brasil

<http://www.cg.org.br>

Site de busca

[www.google.com.br](http://www.google.com.br)

Site do SENAC - ES

<http://www.es.senac.br/>

Associação Brasileira das Empresas de Software

<http://www.abes.org.br>

Site informativo sobre os procedimentos de registro de domínio

<http://registro.br/>

Site de busca

<http://www.aonde.com>

## **BIBLIOGRAFIA**

PROGRAMA PEGN (São Paulo). **Comércio na internet dá lucro para empresários.** Disponível em: <<http://pegntv.globo.com/Pegn/0,6993,LIR334813-5027,00.html>>. Acesso em: 13 maio 2009.

SOUZA, Lázaro Evair de. Loja Virtual. **Pequenas Empresas Grandes Negócios.** jul.1998. n. 114. p.78 a 82.

Aiub, George Wilson. **Plano de Negócios:** Serviços. 2.ed. Porto Alegre : SEBRAE, 2000.

Site: [www.netface.com.br](http://www.netface.com.br)

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 da última atualização: maio de 2009