

LOJA DE ROUPA E ACESSÓRIO FEMININO

FICHA TÉCNICA

Setor da Economia : terciário

Ramo de Atividade : comércio

Tipo de Negócio : loja de roupas e acessórios femininos

Produtos Ofertados/Produzidos : artigos do vestuário feminino

Investimento inicial : R\$ 80mil reais

Área : 60m²

APRESENTAÇÃO

O comércio de roupas é antigo. No início eram feitas por alfaiates e costureiras, sob medida, mas sempre de acordo com os costumes do seu tempo. Dos mais comportados e longos vestidos da década de 20 até os mais modernos modelitos exibidos nos dias de hoje, as peças do vestuário passaram por algumas revoluções de irreverência que escandalizaram cada época em que atravessaram.

Os anos 50 chegaram ao fim com uma geração de jovens, filhos do chamado "baby boom", que vivia no auge da prosperidade financeira, em um clima de euforia consumista gerada nos anos do pós-guerra nos EUA. A nova década que começava já prometia grandes mudanças no comportamento, iniciada com o sucesso do rock and roll e o rebolado frenético de Elvis Presley, seu maior símbolo. A imagem do jovem de blusão de couro, topete e jeans, em motos ou lambretas, mostrava uma rebeldia ingênua sintonizada com ídolos do cinema como James Dean e Marlon Brando. As moças bem comportadas já começavam a abandonar as saias rodadas de Dior e atacavam de calças cigarette, num prenúncio de liberdade.

Os anos 60, acima de tudo, viveram uma explosão de juventude em todos os aspectos. O movimento, que nos 50 vivia recluso em bares nos EUA, passou a caminhar pelas ruas nos anos 60 e influenciaria novas mudanças de comportamento jovem, como a contracultura e o pacifismo do final da década.

Nesse cenário, a transformação da moda iria ser radical. Era o fim da moda única, que passou a ter várias propostas e a forma de se vestir se tornava cada vez mais ligada ao comportamento.

Conscientes desse novo mercado consumidor e de sua voracidade, as empresas criaram produtos específicos para os jovens, que, pela primeira vez, tiveram sua própria moda, não mais derivada dos mais velhos. Esse novo conceito atravessou gerações e hoje se encontra num patamar de aceitação, inclusive entre as pessoas de mais idade.

MERCADO

Na hora de delimitar o seu mercado, deve fazer três análises: o consumidor, o concorrente e o fornecedor.

Primeiro você deve saber qual é o perfil da clientela que deseja atingir, o que ela precisa e que tipo de roupa que usa. 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. Roupa é um bem de consumo necessário a todo ser humano e, portanto sempre terá o seu lugar garantido. Não obstante, a necessidade de vestir as mulheres têm, ainda, a vaidade como um estímulo a mais para comprar roupas e acessórios. Estar na moda faz parte da competitividade feminina.

O segundo passo é contatar os fornecedores. Geralmente as fábricas de roupas são reunidas em aglomerados formando pólos industriais. Isso facilita a compra dos produtos, pois numa só viagem é possível visitar mais de um fabricante. Além disso, você pode contar com visitas periódicas dos representantes, principalmente das grandes marcas.

O terceiro estudo é o mercado concorrente. Visite-os e verifique tudo: qualidade, quais são os serviços agregados aos produtos 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 comerciais em bairros movimentados. Avalie, também, o poder aquisitivo do seu público potencial. 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 60m². No layout deve-se levar em consideração uma área para 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 bolsas e acessórios, que ocupam mais espaço;
- Estantes para a organização das peças, além de móvel grande com gavetas para as peças menores;
- 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;
- Vitrinas e manequins;
- Espelhos;
- Aparelhos de ar condicionado;
- ECF – Emissor de Cupom Fiscal, Computadores, telefone, etc.

Informatização: uma empresa informatizada tem grandes chances de sair na frente do concorrente. Além de facilitar os processos, 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.), passando pela automação inclusive: impressoras de grande porte e sistema de código de barras, 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).

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 60m², será necessário um investimento de R\$ 80 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.

PESSOAL

No início das atividades dois vendedores e um gerente de vendas são suficientes. As lojas especializadas em roupas e acessórios femininos costumam contratar pessoas cujas características físicas chegam o mais próximo possível da realidade dos clientes. Isso facilita o entendimento e a comunicação entre eles. Normalmente são vendedoras (sexo feminino), isso fará com que o público se sentirá mais a vontade.

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 os produtos certos e oriente a compra dos clientes, buscando dentre as alternativas existentes no estoque aquele que atenderá às necessidades de um público especial e 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.

Os produtos básicos são: calças, bermudas, blusas, vestidos, terninhos, casacos, bijuterias, chapéus, lenços, cintos, sapatos, bolsas, etc.

Administrando a loja

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. E 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.

Serviços

O contato inicial com o cliente se dá normalmente por indicação. O profissional vai até o local a ser trabalhado e faz o orçamento dos seus serviços. Aprovado pelo cliente inicia-se a elaboração do projeto e com a anuência do dono parte para a execução. É também papel do decorador contratar os serviços e fornecimento de produtos, mobiliários, adornos e mão-de-obra. A seleção de bons fornecedores é fundamental para o sucesso do empreendimento. É necessário a criação e manutenção de um cadastro.

DIVULGAÇÃO

Trazer os clientes até a sua loja não é uma tarefa fácil, por isso, você deve traçar um plano para divulgar a loja e sua 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 – dia das mães, por exemplo.

DIVERSIFICAÇÃO

Estabelecer estratégias que possibilitem diferenciar-se da concorrência é fundamental para alcançar o sucesso nesse ramo de atividade. Uma alternativa é oferecer serviços que facilitem a vida dos clientes: ajuste de roupas. Para isso você pode ter na própria loja uma boa costureira e uma sala especialmente equipada ou sub-contratar o serviço com profissionais estabelecidos nas proximidades da loja.

NOTÍCIAS

Moda capixaba rompe fronteiras

03/09/2008 - 19h05 ([Daniella Zanotti](#) - Redação Gazeta Rádios e Internet)

foto: Divulgação

A moda capixaba está em ascensão e prova disso é o sucesso do I Vitória Fashion Show, que acontece no Centro de Convenções de Vitória, em Santa Lúcia. Mais de 1,5 mil pessoas já compareceram ao evento, que reúne a produção dos setores têxtil e de vestuário, além da realização de palestras, oficinas e desfiles, sempre muito concorridos. Mais de 60% das grifes expostas na feira são de Colatina. O município se destaca na economia capixaba por possuir um dos maiores aglomerados industriais na área de confecções.

O presidente da Câmara Setorial do Vestuário, Paulo Vieira, garante que o Vitória Fashion Show vai colocar o Espírito Santo em evidência e dar mais visibilidade para as confecções regionais. O evento até agora superou todas as expectativas.

"Acertamos no formato do evento, que engloba não só desfiles ou exposições, mas juntamos tudo em um só espaço. Temos ainda palestras e oficinas, que têm sido muito elogiadas, e a feira não é comercial, é de apresentação do setor ao mercado e aos profissionais e do próprio Estado. Estamos conseguindo alcançar sucesso", ressaltou.

O Vitória Fashion Show prevê investimento de quase R\$ 1 milhão. Em nível nacional, a produção do setor ligado à moda no Espírito Santo equivale a 2% e a expectativa dos organizadores é de que esse índice aumente significativamente nos próximos anos e ultrapasse os 30 mil postos de trabalho que hoje o setor gera.

Colatina destaca-se como um dos principais pólos produtores e, apesar da redução das exportações em função da queda do dólar, as grandes confecções continuam produzindo para mercados no exterior, como Grécia, Chile, México e países asiáticos.

Internacional

O faturamento do segmento de vestuário cresceu neste ano 7,5% no Brasil e 10% no Espírito Santo. Segundo o professor e consultor de moda Edson Lisboa, o evento é oportuno para mostrar essa alavanca da economia regional, principalmente de Colatina, que produz o dobro que toda a região da Grande Vitória. "O município tem um pólo de produção de roupas conhecido nacionalmente e também internacionalmente. As grandes empresas levam tecnologia para as pequenas, pela nova estratégia de produção, porque elas terceirizam os serviços. Então, a pequena empresa acaba sendo alavancada por essas que estão na feira,

porque têm a demanda, mas não têm mais o domínio da base de produção", destaca.

O I Vitória Fashion Show é composto por um Espaço Business, com 30 estandes destinados à indústria capixaba, distribuídos em uma área expositiva total de 1.200 m² e vai até quinta-feira (04), no Centro de Convenções de Vitória, em Santa Lúcia. A entrada é gratuita.

Setor de confecções capixaba é destaque na economia regional

Redação Gazeta Rádios e Internet

Com cerca de 1600 empresas, a indústria de confecções capixaba é destaque na economia regional. O segmento cria 23 mil empregos diretos e permanentes e cerca de 3 mil variáveis e temporários, principalmente, no 2º semestre. O setor é formado, principalmente, por micro e pequenas empresas, 98%.

A maioria das empresas do setor estão concentradas nos municípios de Vila Velha, Colatina, Linhares, Cachoeiro de Itapemirim, São Gabriel da Palha, Serra e Vitória. Do total existente, o município de Vila Velha abriga aproximadamente 42%; em segundo lugar está Colatina, com 16,7%, depois segue Linhares, com 12,8% do total. A informalidade é uma característica marcante do setor, com percentuais elevados em todos os municípios.

As empresas capixabas buscam na diferenciação de produção sua forma de competir nos mercados regional e nacional. Dessas empresas, 30% baseiam-se em modas onde sua capacidade de inovar e imitar é crucial para a sobrevivência, 7% usam o artifício da marca, mas o que é realmente produzido são os produtos padronizados e esses têm sofrido com o acirramento da concorrência de grandes grupos e empresas estrangeiras.

Grande maioria das empresas está restrita a um mercado eminentemente local. A participação da indústria capixaba de confecções no mercado brasileiro ainda é pequena, correspondendo a apenas 1,7%. Entretanto, o setor atravessa uma expansão em seus mercados consumidores.

Estão catalogadas 993 empresas nas atividades econômicas da fabricação de produtos têxteis e confecção de artigos do vestuário e acessórios, com geração de 4466 empregos diretos, vale dizer o 2º maior gerador de empregos seguinte à construção civil.

Estimativas de levantamentos anteriores, sem obediência à Classificação Nacional de Atividades Econômicas, indicam um número ao redor de 1600 empresas gerando 22 mil empregos, implicando em altíssimo número de empresas informais atuando na atividade, sendo 800 empresas na Grande Vitória, 400 em Colatina, 200 em São Gabriel da Palha, 50 em Cachoeiro de Itapemirim, outras 50 em Linhares e 100 espalhadas por outros municípios.

Deste número, 98% são pequenas e micro empresas e 2% de médio e grande porte. Apesar de o maior número de empresas ser encontrado no centro produtor de Vila Velha, as empresas de Colatina são de maior porte e nesses dois municípios concentram-se 2/3 da produção estadual e diferenciam-se, na primeira, a produção de malhas (com 80% da produção local e 35% da estadual) e em Colatina, a produção de jeans (80% da produção local e 44% da produção estadual).

PERFIL

Indústrias: 1600;
Produção anual: 73 milhões de peças;
Participação no mercado nacional: 1,7%;
Receita anual: R\$ 400 milhões;
Empregos diretos: 23 mil;
Empregos temporários: 3 mil;
Pólos produtores: Vila Velha, Colatina, Linhares, Cachoeiro de Itapemirim, São Gabriel da Palha, Serra e Vitória.
Fonte: CETECON - Centro de Tecnologia da Indústria de Confecções

CURSOS E TREINAMENTOS

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.

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 (carga horária de 72h); Administração Básica para Pequenas Empresas (carga horária de 20h); entre outros.

Palestras Gerenciais : 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.

SEBRAE/ES

Av. Jerônimo Monteiro, 935, Ed. Sebrae, Centro. Vitória/ES
CEP: 29010-003
Tel.: 0800 570 0800
<http://www.es.sebrae.com.br>

EVENTOS

FASHION BUSINESS RIO
Tel.: (21) 2178-2315/ 2178-2315
<http://www.escalaeventos.com.br>

FENIT - Feira Internacional da Indústria Têxtil
<http://www.fenit.com.br>

SPFW - São Paulo Fashion Week

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

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

Essa atividade exige o conhecimento de algumas leis:

- **Lei nº. 6.080/2003** – Código de Posturas e Atividades Urbanas do Município de Vitória - Regulamentada pelo Decreto nº 11.975/04. Ref. Proc. 5766168/03. Lei nº 6412-05-acrescenta inciso IX ao § 2º. Alterada pelas Leis nºs 6679/06 e 6680/06. Acrescentado inciso IX ao § 2º do Art. 99, pela Lei nº 7.063/07. Regulamentado inciso III do Art. 194, pelo Decreto nº 13.853/08.

- **Lei Federal 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 e Medida Provisória nº 1.890-67/1999.

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:

- Você deve procurar a prefeitura da cidade onde pretende montar a sua loja para fazer a consulta de local;
- Registro na Junta Comercial;
- Registro na Secretaria da Receita Federal (CNPJ);
- Registro na Secretaria Estadual de Fazenda – Sefaz-ES;
- Registro na Prefeitura do Município para obter o alvará de funcionamento;
- Enquadramento na Entidade Sindical Patronal (empresa ficará obrigada a recolher

por ocasião da constituição e até o dia 31 de janeiro de cada ano, a Contribuição Sindical Patronal);

- Cadastramento junto à Caixa Econômica Federal no sistema “Conectividade Social - INSS”.

- Corpo de Bombeiros Militar.

ENTIDADES

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>

Abravest – Associação Brasileira do Vestuário
Rua Chico Pontes, 1500, Mart Center, Vila Guilherme, São Paulo/ SP
CEP: 02067- 002
Tel.: (11) 6901-4333/ 6909-9420
<http://www.abravest.org.br>

Sinvesco – Sindicato das Indústrias do Vestuário de Colatina - ES
Rodovia do Café Km 02, S. Silvano, Colatina/ES
CEP: 29.705-200
Tel.: (27) 3721-3499
<http://www.sinvesco.com.br/>

Sinconfec – Sindicato das Indústrias de Confecções de Roupas do ES
Av. Nossa Senhora da Penha, 2053, Ed. Findes, 1º Andar, Santa Lucia, Vitória/ES
CEP: 29.045-401
Tel.: (27) 3334-5687

Cetecon - Centro Tecnológico da Indústria de Confecções do ES
Av. Carlos Lindenberg, 978, Glória, Vila Velha/ES
CEP: 29.122-035
Tel.: (27) 3339-9719
E-mail: cetecon@cetecon.org.br

CENTRAL FÁCIL – CENTRAL DE ATENDIMENTO EMPRESARIAL

É um sistema de atendimento que prevê a simplificação, racionalização e padronização dos processos de abertura de empresas com redução da burocracia.
Avenida Nossa Senhora da Penha, 1433 – Santa Luzia – Vitória – ES
CEP 29045-401
Fone: (27) 2127- 3000

Procon – Vitória

Casa do Cidadão João Luiz Barone
Av. Maruípe, nº. 2544, Itararé, Vitória/ES

CEP: 29.045-230
Tel.: (27) 3382-5543
<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.: (27) 3135-3167
<http://www.jucerja.rj.gov.br> - Site do Estado do Rio de Janeiro.

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 da Receita Federal

Rua Pietrângelo de Biase, n.º. 56, Centro, Vitória/ES
Tel.: (27) 3322-0711 e 146

Sefaz – Secretaria de Estado da Fazenda do Espírito Santo

Rua Duque de Caxias, no. 105, Centro, Vitória/ES
CEP: 29010-000
Tel.: (27) 3380-3771 / 3380-3772
<http://www.sefaz.es.gov.br>
E-mail: crrvitoria@sefa.es.gov.br

FORNECEDORES E FABRICANTES

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

Artigos do vestuário

Presidium
Tel.: (27) 3723-2122
<http://www.presidium.com.br>
E-mail: presidium@presidium.com.br

Leibásica
Rua Fioravante Rossi, 3601, Honário Braga, Colatina/ES
CEP: 29701-810
<http://www.leibasica.com.br>
E-mail: leibasica@leibasica.com.br

Cobradágua
Rua Alberto Queiroz, 100, Pólo Industrial, , Sta Inês, Vila Velha/ES

CEP: 29108-016
TEL.: (27) 2122-9000
<http://www.cobradagua.com.br>

Guia da Indústria do Vestuário 2008
Produto: Indústria/confecções de roupas do Espírito Santo.
<http://www.guiarte.com.br/guiarte>

Maratiah
Rua Expedicionário Waldemar Pedro, 41, Bairro Santa Lúcia, Belo Horizonte/MG
CEP: 30830-350

Eduardo Suppes
Tel.: (31) 3223-2558 / 3223-8752
<http://www.eduardosupes.com.br>

Maria Bonita Extra
Tel.: (21) 2537-5408 / 2226-7757
<http://www.mariabonitaextra.com.br>

Laranja Lima
Rua Holanda Lima, 33, Bairro Gutierrez, Belo Horizonte/MG
CEP: 30430-100

Maracujá - Moda feminina
Rua Coletor Celso Werneck, 144, Bairro Santo Antônio, Belo Horizonte/MG
CEP: 30350-010

Latifúndio Moda feminina, jeanswear
Rua Mato Grosso, 539/213/214, Bairro Barro Preto, Belo Horizonte/MG
CEP: 30190-080

A Liberdex - Liberdade Export Ltda.
Av. quarta radial, 1047 a 1051, Jardim Esmeralda, Goiânia/GO
CEP: 74830-130
Tel.: (62) 3255-5161
<http://www.liberdex.com.br>

Madrepérola
Rua Pirapetinga, 66, Bairro Serra - Belo Horizonte/MG
CEP: 30220-150

Acessórios femininos

Lázara Design - Bijouterias finas com design exclusivo.
Av Contagem, 1275/102 , Bairro Santa Inês, Belo Horizonte/MG
CEP: 31080-000

Leka Bijoux - Bijouterias e acessórios de moda .
Rua Major Felicíssimo, 528 - Sala 202, Bairro Centro, Visconde do Rio Branco/MG
CEP: 36520-000

Cristina Luiza - Bijouterias finas.
Rua Tomé de Souza, 830 sala 604, Bairro Savassi, Belo Horizonte/MG
CEP: 30140-131

Calçados

Calçados Rio Negro - Calçados femininos, bolsas, cintos e calçados infantis .
Av Pedro II, 1512, Bairro Carlos Prates, Belo Horizonte/MG
CEP: 30710-010

Equipamentos e mobiliário para lojas

Equipaloja Equipamentos para Lojas Ltda.
Rua São Caetano, 537, Luz, São Paulo/SP
CEP: 01104-001
Tel.: (11) 3228-6633
<http://www.equipaloja.com.br>

EMBALAGENS E CIA

Produtos: embalagens e sacolas que podem ser confeccionadas em papel ou plástico com cores variadas e todo tipo de logomarca.
Endereço: Av. CD, 11 - Qda. 25 A - Manoel Plaza - Serra - ES
Tel/Fax: (27) 3338-9969
E-mail: vendas@embcia.com.br
Site: <http://www.embcia.com.br>

BEMATECH – TECNOLOGIA EM AUTOMAÇÃO

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

DI MARGON INFORMÁTICA

Av. Rosendo Serapião de Souza Filho, 595, lj. 3,
Mata da Praia Shopping – Vitória/ES
Tel.: (27) 3382-5333
Site: <http://www.dimargon.com.br>

Software Gerenciador Loja de roupas e calçados

Empresa: Centro de Produção Técnica de Viçosa – CPT
Telefone: 31-3899- 7600
Site: <http://www.cptsoftware.com.br>

ESYS SISTEMAS – AUTOMAÇÃO COMERCIAL

R. Coronel Artur de Godói - Nº 7, Vila Mariana / SP
CEP: 04018-050
Tele fax: (11) 3323-3700
Site: <http://www.colibri.com.br>

TRONSOFT – SOLUÇÕES EM SOFTWARES

Softwares comerciais para boates, restaurantes, bares, fast food e similares.

Rua Portinari, 27 – sl. 501 - Santa Luíza Vitória / ES
Tel.: (27) 3225-4207
Site: <http://www.tronsoft.com.br>

ATACADÃO SÃO PAULO

Material para escritório (papeleria)
Av. Vitória, 2703 - Horto, Vitória/ES
CEP: 29050-141
Tel.: (27) 2121-5050
<http://www.atacadosaopaulo.com.br>

DISK MÓVEIS - EQUIPAMENTOS DE ESCRITÓRIO

Av. João dos Santos Filho, 165, Ilha de Santa Maria, Vitória/ES
CEP: 29051-145
Tel.: (27) 2124-5800
www.diskmoveis.com.br

TELEMÓVEIS

Av. Alberto Torres, 99, Ilha de Santa Maria
Vitória/ES
CEP: 29040-700
Tel.: (27) 3200-2350 / 3323-1892

INFORVIX COMÉRCIO E MANUTENÇÃO

Rua Taciano Abaurre, 225, cj. 601/602/603, Ed. Centro Empresarial da Praia, Sala 603, Enseada do Suá - Vitória/ES
CEP: 29.050-470
Tele Fax: (27) 3324-3510
www.inforvix.com.br

SITES DE INTERESSE

- <http://www.guiarte.com.br/guiarte>
- <http://www.modaeconsultoria.com.br>
- <http://www.sinvesco.com.br>
- <http://www.omelhordamoda.com.br/>
- <http://www.guialingerie.com/>

BIBLIOGRAFIA

SANDHUSEN, Richard L. **Marketing Básico**. São Paulo. Editora Saraiva. 2000.

SEBRAE/PR. **Loja de confecção Feminina**. Curitiba: SEBRAE/PR, 2003.p. 56

DANIELLA ZANOTTI. **Moda capixaba rompe fronteiras**. Disponível em: <http://gazetaonline.globo.com/index.php?id=/local/minuto_a_minuto/local/materia.php&cd_matia=16399>. Acesso em: 17 set. 2008.

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

UCA – Unidade de Captação de Recursos & Atendimento - UCA

Data última atualização: setembro de 2008