

LOJA DE APARELHOS DE CELULAR

FICHA TÉCNICA

Setor da Economia: terciário

Ramo de Atividade: comércio

Tipo de Negócio: loja de aparelhos de celular

Produtos Ofertados/Produzidos: aparelhos de celular

Investimento inicial: 47 mil reais

Área: 40m²

APRESENTAÇÃO

A história do celular é recente, mas remonta ao passado. A mãe do telefone móvel é a austríaca Hedwig Kiesler (mais conhecida pelo nome artístico Hedy Lamaar), uma atriz de Hollywood que estrelou o clássico *Sansão e Dalila* (1949).

Já nos Estados Unidos, durante a Segunda Guerra Mundial, ela soube que alguns torpedos teleguiados da Marinha haviam sido interceptados por inimigos. Ela ficou intrigada com isso, e teve a idéia: um sistema no qual duas pessoas podiam se comunicar mudando o canal, para que a conversa não fosse interrompida. Era a base dos celulares, patenteada em 1940.

A telefonia móvel foi introduzida no Brasil em 1972, por um sistema anterior à tecnologia celular, um sistema de baixa capacidade, com tecnologia IMTS (Improved Mobile Telephone System). Instalado em Brasília esse sistema continha apenas 150 terminais. Em 1984, deu-se início à análise de sistemas de tecnologia celular sendo definido o padrão americano, analógico AMPS (Advanced Mobile Phone System ou Sistema de Comunicação de Telefonia Celular), como modelo a ser introduzido (foi implantado, também, em todos os outros países do continente americano e em alguns países da Ásia e Austrália).

Em 1990, o Rio de Janeiro é a primeira cidade brasileira a usar a Telefonia Móvel Celular, logo depois apareceu o sistema da Telebrasil em 1991. E foi seguido por Campo Grande, Belo Horizonte e Goiânia. Em 1993 houve a inauguração da Telefonia Móvel Celular em São Paulo, e em novembro deste mesmo ano a Telesp Celular lança o seu celular digital. Em 17 de novembro de 1997, começa a operar o primeiro serviço celular digital nacional da Banda B, em Brasília. Em 19 de maio são ativados os primeiros celulares digitais da região metropolitana de São Paulo. Neste mesmo ano, com a abertura de mercado de telefonia móvel, o espectro de frequência foi dividido em duas Bandas: a Banda A (825.03-834.99 MHz, abrangendo os canais de 1 a 333), e a Banda B (845.01-846.48 MHz, abrangendo os canais de 334 a 666). Ambas as bandas possuem uma faixa expandida que variam para a Banda A de 824.04 a 825.03 MHz, abrangendo os canais de 991 a 1023 MHz, e a Banda B de 846.51 a 848.97 MHz abrangendo os canais de 717 a 799. Hoje grande parte do território nacional já dispõe de telefonia celular e com a liberação da Banda B para empresas privadas, o sistema tende a aumentar as áreas de abrangência e o número de terminais. E recentemente a ANATEL (Agência Nacional de Telecomunicações) divulgou a faixa de frequência para a nova Banda C, que será de 1,8 GHz, utilizando o padrão GSM (Global System for Mobile Communications), utilizado na Europa e Ásia.

MERCADO

A telefonia celular é um dos serviços que mais crescem no mundo. No Brasil, por exemplo, o número de aparelhos celulares já ultrapassou o de telefones fixos há tempo. O Brasil chegou a 154.596.643 de acessos no Serviço Móvel Pessoal (SMP), com 923.504 novas habilitações em abril de 2009, o que representa um crescimento de 0,60% no número de assinantes. Do total de acessos do País, 81,60% são pré-pagos e 18,40%, pós-pagos.

A teledensidade é o indicador utilizado internacionalmente para demonstrar o número de

telefones em serviço em cada grupo de 100 habitantes. Os maiores crescimentos da teledensidade em abril foram registrados no Amapá, Maranhão, Amazonas, Pará e São Paulo. Nos quatro primeiros meses do ano, destacam-se Rondônia, Amapá, Tocantins, São Paulo e Amazonas.

Segundo dados da Anatel apresentados no mês de março/2010, Salvador lidera a teledensidade móvel brasileira, com índice de 139,76 - média de 1,39 telefone para cada habitante. O Distrito Federal, segundo colocado no ranking, com índice de 133,59. Em terceiro no indicador, está São Paulo com índice de 121,7. Vitória aparece em 14^º. Lugar no ranking nacional com índice de 104,75, ou seja, 1,04 telefone para cada habitante. No Espírito Santo o número de acessos total foi de 3.450.119 sendo que 2.689.985 foi pré-pago e 760.134 pós-pago, representando 1,93% do mercado nacional.

LOCALIZAÇÃO

O local deve oferecer infra-estrutura adequada e condições que propiciem o desenvolvimento da loja. É fundamental avaliar a facilidade do acesso considerando a entrada e saída de clientes. Procure instalar-se em pólos comerciais movimentados, ruas comerciais ou shopping center.

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 estrutura básica deve contar com uma área mínima de 40m². Uma loja ampla onde serão dispostos o mobiliário, vitrinas e produtos à venda.

EQUIPAMENTOS

Os equipamentos básicos são:

- Balcão;
- Mesas e cadeiras;
- Vitrinas;
- Computador, telefone, fax, 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.).

INVESTIMENTOS

O investimento varia muito de acordo com o porte do empreendimento. Considerando uma loja de pequeno porte, montada numa área de 40m², será necessário um investimento de R\$ 47mil 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

As atividades de venda de aparelhos celular podem ser iniciadas com duas pessoas no atendimento e uma na administração.

PROCESSOS PRODUTIVOS

O empreendedor ao estruturar a loja de aparelhos de celular tem três caminhos a seguir: loja independente, filiada a uma única operadora ou filiada a mais de uma operadora.

Loja independente: essas lojas vendem telefones de diversas marcas de modelos, mas não oferecem o serviço. O cliente ao adquirir um aparelho neste tipo de loja deve se dirigir a uma operadora para colocá-lo com funcionamento.

Loja filiada exclusivamente a uma operadora: geralmente as pequenas empresas vendem aparelhos mais o serviço de telefonia móvel de uma única operadora, contratada anteriormente. Usa-se nesse caso, o nome da operadora e o cliente sai da loja com o aparelho em pleno funcionamento de acordo com a tecnologia da operadora filiada.

Loja filiada a mais de uma operadora: grandes centros comerciais costumam vender os aparelhos mais o serviço de telefonia móvel de várias operadoras. Ou seja, o cliente pode escolher não só o aparelho, mas também a tecnologia dependendo da operadora. A principal característica da telefonia celular é a mobilidade, ou seja, com ela o usuário consegue manter uma comunicação telefônica mesmo em deslocamento. Isso é possível porque na telefonia celular a comunicação é feita através de ondas de radiodifusão, que dispensam o uso de fios para estabelecer a ligação entre o telefone celular e uma Estação Rádio-Base.

O sistema celular é formado por três componentes:

- A Estação Móvel, que é o nome dado ao telefone celular.
- A Estação Rádio-Base (ERB), que encaminha as ligações para a Central de Comutação e Controle (CCC).
- E a Central de Comutação e Controle (CCC), que funciona como o "cérebro" do sistema, ligando-se a todas as Estações Rádio-Base e controlando as chamadas. A transmissão é feita por faixas de frequência, ou bandas, classificadas como A, B, C, D, E. Além disso, todos ERBs (estações rádio-base) da operadora atendem aos limites de segurança exigidos pela ANATEL (Agência Nacional de Telecomunicações).

Tecnologias:

GSM – Global System for Mobile Communications - sistema de comunicação móvel digital mais seguro do mundo. A tecnologia oferece proteção máxima contra clonagem e solicita autenticação de senha toda vez que você ligar seu aparelho. Funciona assim: sempre que seu telefone for desligado, ele trava automaticamente, evitando que outras pessoas usem sua linha sem autorização. Ao ligar, você só precisa digitar sua senha e usar normalmente. GSM é a tecnologia mais usada do mundo: 580 operadoras de mais de 200 países diferentes usam o sistema. Por isso, o GSM já conquistou 72% do mercado mundial digital e 71% do mercado wireless mundial, totalizando cerca de 1 bilhão de clientes satisfeitos. E esse número não pára de crescer.

CDMA - Code Division Multiple Access - é a base da telefonia celular de terceira geração e está presente no Brasil e no mundo. O grande diferencial tecnológico baseia-se em oferecer maior capacidade de absorção de usuários e ainda permitir que todos utilizem serviços e taxas mais elevadas de transmissão. Na prática, o cliente tem mais qualidade e privacidade na comunicação, maior autonomia de baterias, redução no nível de interferência e serviços mais velozes de transmissão de voz e dados.

TDMA - Time Divison Multiple Access: um dos padrões mundiais de telefonia celular. A tradução seria algo como "acesso múltiplo por divisão de tempo". Na prática, significa que essa tecnologia divide cada canal do seu celular em três partes para aumentar a capacidade da rede, permitindo que mais pessoas falem ao mesmo tempo. A qualidade do sinal é bem melhor comparada à tecnologia analógica e o risco de interferências é bem menor.

Operadoras e suas tecnologias:

Vivo – GSM

TIM – GSM, TDMA
OI – GSM
CLARO – GSM

DIVULGAÇÃO

Conquistar a preferência dos clientes pelos seus produtos 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 definição da melhor forma de atendimento ao público. Componentes do marketing: nome; logomarca e slogan; o estabelecimento e a divulgação. Esta última 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 da qualidade do serviço direcionada a atuações específicas.

DIVERSIFICAÇÃO

A empresa pode diferenciar-se da concorrência demonstrando preocupação com o meio ambiente e ajudando os clientes a se livrarem de um problema: as baterias inutilizáveis. Dar destino seguro para as baterias usadas de celular faz parte das atividades de comércio desses aparelhos. As unidades devolvidas pelos usuários nos pontos de venda são encaminhadas aos fabricantes.

NOTÍCIAS

Celular é movido a Coca-Cola

O conceito substitui a bateria tradicional por uma que utiliza carboidratos

Da Redação - 08/01/2010

A designer chinesa Daizi Zheng criou um celular para a Nokia cuja bateria gera eletricidade a partir de carboidratos da Coca-Cola. A bateria retira os carboidratos do açúcar e, na realidade, pode funcionar com qualquer líquido açucarado. O potencial é de três a quatro vezes mais alto que a bateria convencional, gera oxigênio e água enquanto é consumida e é totalmente biodegradável.

Fonte: <http://revistapegn.globo.com/Revista/Common/0,,EMI114948-17180,00-CELULAR+E+MOVIDO+A+COCACOLA.html>

Empresas apostam nos aplicativos para celular

Escrito por Marcel de Lima em 08.10.2009 - Categorias: [Inovação](#)

Oficialmente, em um ano de comercialização de iPhones no Brasil as operadoras já venderam 175 900 telefones, sem contar os aparelhos que entraram via ilícita no país.

No terceiro semestre de 2009 houve um aumento de 500% em relação ao ano anterior nas vendas mundiais, alcançando 5,4 milhões de telefones vendidos, de acordo com dados da consultoria norte-americana Gartner.

Parte do sucesso do iPhone deve-se aos aplicativos, que são separados em categorias como jogos, negócios, educação, entretenimento, finanças e fitness. E todos os dias, desenvolvedores do mundo inteiro despejam seus aplicativos na App Store. Segundo a Apple, já foram feitos 2 bilhões de downloads desses aplicativos.

Algumas empresas brasileiras já enxergaram esse mercado e estão produzindo aplicativos, seja para divulgar a marca ou para fazer vendas direto do aparelho. Para o lançamento do novo Honda City, por exemplo, a empresa criou um jogo de corrida em

que você escolhe qual pista brincar: São Paulo, Rio de Janeiro ou Curitiba.

O Bradesco está indo além, o banco pretende lançar o primeiro aplicativo brasileiro de realidade aumentada, o Presença. Ao ligar a câmera do telefone o usuário enxergará uma rosa dos ventos indicando o endereço e a distância das agências mais próximas.

Com o início da [loja on-line da Apple no Brasil](#) ficou ainda mais fácil para os donos dos aparelhos baixarem os aplicativos. Vale a pena acessar a loja e baixar alguns aplicativos para inspiração, pois as opções são infinitas vão desde entrega de pizza, como o aplicativo da rede americana Domino's, até a criação e encomenda de roupas da grife Ralph Lauren.

Fonte: <http://www.papodeempreendedor.com.br/inovacao/empresas-apostam-nos-aplicativos-para-celular/>

CURSOS E TREINAMENTOS

Curso de Telefonia Celular

<http://www.tellematica.com.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

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.

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

e no site do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior -

http://www.mdic.gov.br/sitio/sistema/expofeira/calFeirasExposicoes/feiExposicoes_P.php

SET 2010 BROADCAST & CABLE - 19ª Feira Internacional de Tecnologia em

Equipamentos e Serviços para Engenharia de Televisão, Radiofusão e Telecomunicações

Período: 25/08/2010 a 27/08/2010

Setor: Comunicação, Divulgação e Publicidade

Linhas de Produtos e/ou Serviços: TV aberta, TV paga, broadcasting, cable, rádio, telecomunicações, satélite, internet e streaming, wireless mídia, cinema digital, educação e treinamento. Com cerca de 130 expositores será aberto(a) a empresários das 12h às 20h.

Local: Centro de Exposições Imigrantes - São Paulo/SP

Organização: Certame Display Montagens e Locação de Equipamentos S/C Ltda.

Tel: (21) 3974-2000 - Fax: 2524-2991 - Av. Presidente Wilson, 210 - 11º andar – Centro, Rio de Janeiro/RJ. CEP: 20.030-021. E-mail: eventos@certame.com – <http://www.certame.com>

FUTURECOM 2010 - 12ª Exposição de Produtos e Serviços de Telecomunicações

Período: 26/10/2010 a 29/10/2010

Setor: Informática, Tecnologia da Informação e Telecomunicações

Linhas de Produtos e/ou Serviços: inovações e soluções em telecom e TI, empresas, IP, internet, fornecedores de serviços, redes e cabos, distribuidores, satélites, consultorias, segurança da informação, data centers, aplicativos, software houses, integradoras, etc.

Local: Transamerica Expo Center - São Paulo/SP

Organização: Provisuale Participações Ltda. - Tel: (41) 3314-3200 - Rua João Bettega, 101 - Conj. 812. Curitiba/PR. CEP: 81070-000 - E-mail: rogerio.mota@provisuale.com.br - <http://www.futurecom.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

- **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).

Essa atividade exige o conhecimento de algumas leis:

- 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.

- Lei Municipal nº. 6.080/2003 – Código de Posturas e Atividades Urbanas do Município de Vitória - Altera os artigos nºs 20,27,43 e 67 da Lei nº 5.954/03 -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. Acrescentado artigos pela Lei nº 7598/08. Acrescentado § 3º no Art. 43, pela Lei nº 7.768/09 - § 3º. Na fixação de nomes de bens públicos municipais deverá ser reservado um percentual de 50% (cinquenta por cento), no mínimo, para o gênero feminino.”(NR) - Alterada Redação do § 1] do Art. 19 pela Lei nº 7.775/09. Acrescentado Parágrafo único ao Art. 27, pela Lei nº 7.842/09. Alterado o Parágrafo único do Art. 145 pela Lei 7802.

- Lei Municipal 6.705/2006 – Aprovou o PDU do Município de Vitória. Regulamentada

pelo Decreto nº 13.076/06 - Alterado Art. 302 pela Lei nº 6.946/07 - Alterado o Art. 155 pela Lei nº 7.216/07 - Alterado Parágrafo único do Art. 156 e OBS. do Anexo 9 pela Lei nº 7.669/09 - Alterado Limite ZPA2 e ZPA3 - Anexo 2 pelo Decreto nº 14.230/09 - Alterado Item 03 das OBS. do Anexo 9.24 pela Lei nº 7.739/09 - Alterado Art. 46 pela Lei nº 7.750/09

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

Anatel - Unidade Operacional 021

Rua Abail do Amaral Carneiro, nº 41, 5º andar, Ed. Palácio Enseada, Enseada Suá.
CEP: 29050-908. Vitória/ES. Tel.: (27) 4009-6700 Fax: (27) 4009-6720 -
<http://www.anatel.gov.br>

ABES – Associação Brasileira das Empresas de Software - AV. Ibirapuera, 2907 8º andar CJ 811. Moema CEP: 04029-200 - São Paulo/SP - Tel.: (11) 5044-7900 / Fax: (11) 5044-8338 - Telepirata: 0800-11-0039. E-mail: abes@abes.org.br
<http://www.abes.org.br>

Procon Vitória - Casa do Cidadão João Luiz Barone - Av. Maruípe, nº. 2544, Itararé. Vitória/ES - CEP: 29.045-230 - Tel.: (27) 3382-5545

Procon Estadual – Av. Princesa Isabel, Ed. Março, Nº 599, 6º andar - Centro - CEP: 29010-361 – Vitória/ES – Tel.: 151 - <http://www.procon.es.gov.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, através de redução da burocracia. Avenida Nossa Senhora da Penha, 1433, Santa Luzia, Vitória/ES. CEP 29045-401 – Tel.: (27) 2127- 3000 - E-mail: facil@es.sebrae.com.br Horário de funcionamento: segunda a sexta: 12 as 17:30 h

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 da Receita Federal

Rua Pietrângelo de Biase, nº. 56, Centro, Vitória/ES - Tel.: 3322-0711 e 146 <http://www.receita.fazenda.gov.br>

Secretaria de Estado da Fazenda do Espírito Santo

Rua Duque de Caxias, no. 189, Centro – Vitória/ES CEP: 29010-120 Tel.: (27) 3222-6284 / 7119 - Fax: (27) 3222-6285 - <http://www.sefaz.es.gov.br>

Corpo de Bombeiros de Vitória

Rua Ten. Mário Francisco de Brito, 100, Enseada do Suá, Vitória - Espírito Santo - CEP 29.050-555 - Tel.: (27) 3137-4471 - <http://www.cb.es.gov.br>

FORNECEDORES E FABRICANTES

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

Operadoras

Vivo – Portugal Telecom e Telefônica - Tel.: 1058 - <http://www.vivo.com.br>

Tim Participações - Grupo Telecom Italia – Tel.: 1056 - <http://www.tim.com.br>

Oi – Grupo Telemar – Tel.: 1057 - <http://www.oi.com.br>

Claro - Grupo América Móvil - Tel.: 1052 - <http://www.claro.com.br>

Aparelhos de Celular

Blackberry - Fone: (48) 9972 – 8923 - E-mail: comercial@blackberrybrasil.com.br - <http://www.blackberrybrasil.com.br>

Gradiente – Tel.: (11) 3088-4122 / (11) 3097-7050 - <http://www.gradiente.com>

Motorola - <http://www.motorola.com.br>

Nokia -<http://www.nokia.com.br>

Samsung – Tel.: 4004-4000 - <http://www.samsung.com.br>

Siemens -<http://www.siemens.com.br>

Sony Ericsson – Tel.: 4001-0444 - <http://www.sonyericsson.com.br>

BIBLIOGRAFIA

Participação de Mercado por UF, Pré-Pago e Pós-Pago por Prestadora. Disponível em: http://www.anatel.gov.br/Portal/exibirPortalInternet.do#_. Acesso em 18 maio 2010.

Total de Acessos Móveis Pré-pago e Pós-pago Por UF . Disponível em: <http://www.anatel.gov.br/Portal/exibirPortalInternet.do#> . Acesso em 18 maio 2010.

Ranking de Teledensidade Por Código Nacional do Serviço Móvel Pessoal . Disponível em: <http://www.anatel.gov.br/Portal/exibirPortalInternet.do#> . Acesso em 18 maio 2010.

Celular é movido a Coca-Cola : O conceito substitui a bateria tradicional por uma que utiliza carboidratos. Disponível em:

<http://revistapegn.globo.com/Revista/Common/0,,EMI114948-17180,00-CELULAR+E+MOVIDO+A+COCACOLA.html> . Acesso em 18 maio 2010.

LIMA, Marcel. Empresas apostam nos aplicativos para celular. Disponível em: <http://www.papodeempreendedor.com.br/inovacao/empresas-apostam-nos-aplicativos-para-celular/>. Acesso em 18 maio 2010.

A Oportunidade de Negócio 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: maio de 2010