

LOJA DE PRESENTES E ARTIGOS FINOS

FICHA TÉCNICA

Setor da Economia: terciário

Ramo de Atividade: comércio

Tipo de Negócio: loja de presentes

Produtos Ofertados/Produzidos: artigos finos para presente

Investimento inicial: 75 mil reais

Área: 60m²

APRESENTAÇÃO

Quando Cristo nasceu os Magos que vieram do Oriente para adorar o Menino Jesus trouxeram-lhe presentes: Ouro, Incenso e Mirra. Os presentes dos Reis Magos deram origem à tradição presentear as pessoas na época do Natal. E é possível notar que, com a proximidade do Natal, o corre-corre pelas compras começa nas ruas da cidade.

Presentear ajuda a fortalecer o vínculo entre as pessoas. É sempre motivo de surpresa para quem o recebe. Dar presentes é estar presente na vida de alguém. Marca a presença com a admiração e o carinho faz do ato de presentear um momento único.

Há quem elege um estilo de presente, ou lembrança, e faz disso sua marca registrada. Há pessoas que deixam sempre à disposição objetos que podem ser presenteados em momentos inesperados.

Através do presente algumas pessoas se expressam dizendo: feliz aniversário; seja bem vindo; gosto de você; muito obrigado; parabéns pela vitória; você é especial; feliz dia das mães, dos pais, das crianças, dos namorados, ou, simplesmente, lembrei-me de você.

MERCADO

O mercado nacional é aquecido pelas datas comemorativas que movimentam o comércio de um modo geral, somadas ao costume do povo brasileiro de presentear. O calendário comemorativo começa em abril com a páscoa, e segue nos meses seguintes: maio “dia das mães”, junho “dia dos namorados”, agosto “dia dos pais”, setembro “dia da sogra”, outubro “dia das crianças” e “dia dos professores” e em dezembro o mais movimentado de todos: “o natal”.

No fornecimento dos produtos deve-se fazer um cadastro selecionado cautelosamente, pois é um dos fatores mais importantes a serem considerados. Deve priorizar a qualidade, adquirindo produtos de fabricantes sólidos e de qualidade comprovada. Além disso, é importante lembrar que as mercadorias devem ser adquiridas conforme o volume demandado, visando evitar a formação de grandes estoques e a imobilização excessiva de recursos.

A concorrência não deve ser encarada como inimiga. Ela pode ajudar, e muito, no desenvolvimento da empresa iniciante. Visite-a 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

A escolha do ponto é crucial para o negócio. Ele deve estar situado em Shopping Centers ou em ruas movimentadas de bairros ou regiões de classe média e alta (principal público consumidor de artigos finos para presente).

As atividades econômicas da maioria das cidades são regulamentadas em conformidade com um Plano Diretor Urbano (PDU). É essa Lei que determina o tipo de atividade que pode funcionar no imóvel escolhido por você. Esse deve ser seu primeiro passo para avaliar a implantação de sua loja. Na Prefeitura de Vitória esse documento é fornecido a partir de consulta no site.

ESTRUTURA

A loja deve ter aproximadamente 60m². No layout deve-se levar em consideração um espaço para o estoque, venda e exposição dos produtos:

- A distribuição das gôndolas (onde são dispostos os produtos), pode ser feita em três níveis, um em cima, no meio e outro em baixo;
- Balcão para o caixa deve ter bastante espaço para fazer os embrulhos dos presentes;
- 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.

A idéia da organização em gôndolas é fazer com o cliente tenha um contato mais próximo com os produtos, facilitando a liberdade de escolha.

EQUIPAMENTOS

A montagem de uma loja de artigos para presente , não exige equipamentos sofisticados nem muito material de apoio. São basicamente:

- Prateleiras em gôndolas;
- Vitrines;
- Balcão;
- Aparelho de som;
- Mobiliário e equipamento de escritório (ECF – Emissor de Cupom Fiscal, Computador, impressora, 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, voltada para a venda no varejo, montada numa área de 60m², será necessário um investimento de R\$ 75 mil.

Aproximadamente, os móveis geralmente devem ser feitos sob medida para harmonizar o ambiente e exigem maiores investimentos, nesse valor também está incluído o estoque inicial dar início ao empreendimento.

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.

Investindo em 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: caixas eletrônicas, impressoras para preenchimento automático de cheques, código de barras nos produtos, 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

Você pode iniciar as atividades com a colaboração de dois empregados: um vendedor e um caixa, lembrando que será necessário cobrir horário de almoço e viajar para fazer compras, sendo assim, será necessário nesses períodos de mais uma pessoa para ajudar nas atividades. 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.

PROCESSOS PRODUTIVOS

O processo de comercialização das empresas desse ramo envolve compras de produtos selecionados de boa qualidade, vendas por meio de atendimento especializado, dimensionamento do estoque e controles financeiros.

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.

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. 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.

CLIENTES

É muito interessante que o empreendedor consiga definir quem serão seus clientes potenciais, onde estão localizados, quais seus gostos, desejos, classe social, nível de renda, se pessoas física e/ou jurídicas, enfim, a definição do público-alvo permite ao empresário o alinhamento de suas estratégias destinando-as aqueles essencialmente que serão seus clientes, assim localiza energias e recursos financeiros para captá-los e por meio deles buscar novos clientes.

DIVULGAÇÃO

Começa então o grande desafio: trazer os clientes até a sua loja. Essa 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 aqueles momentos especiais - uma promoção no dia das crianças, por exemplo.

DIVERSIFICAÇÃO

O grande diferencial no campo do comércio está no serviço a ser prestado. Pois os produtos quando não exclusivos podem fazer parte do estoque de qualquer comerciante, basta que compre do mesmo fornecedor ou similar.

As oportunidades para oferecer algo extra ao cliente são infinitas! É só olhar para a empresa e para o cliente e num “raio-x”, todos encontrarão dezenas de possibilidades para criar, inovar, fazer um algo a mais.

Um atendimento proativo, personalizado, feito em um determinado momento, para um determinado cliente, é como uma impressão digital: é única!

FRANQUIA - Forma de fazer negócio que mais tem crescido nestes últimos tempos, a franquia consegue unir, perfeitamente, empresas com marcas de produtos e/ou serviços de sucesso a empreendedores com grande capacidade e conhecimento de seu mercado local. De acordo com a [Associação Brasileira de](#)

Franchising - ABF – franquia pode ser definida como um sistema de comercialização de produtos e/ou serviços e/ou tecnologias, baseado em estrita e contínua colaboração entre empresas jurídicas e financeiramente independentes, através da qual o Franqueador concede o direito de uso da marca e lhe impõe algumas obrigações.

LEMBRETES

Nessa atividade ocorrem picos de vendas, como nos dias dos pais, das mães, das crianças, dia dos namorados e Natal. O empresário deve estar preparado para esses momentos, com estoque de produtos e pessoas para trabalhar. Essa sazonalidade também deve ser observada enquanto fluxo de caixa, ou seja, existirão meses em que haverá uma drástica queda nas vendas e a receita diminui, então é relevante criar estratégias como lista de presentes de casamento, chá de panela, e outras para compensar esses momentos de baixas vendas.

NOTÍCIAS

Lojas formam estoque de olho em vendas do Natal

O comércio se prepara para um Natal gordo depois de passada a crise. Pelo menos R\$ 140 bilhões, quase 20% a mais que no ano passado, deverão ser despejados na economia até dezembro com o pagamento do 13º salário e a maior oferta de crédito ao consumidor. De olho nessa bolada, as lojas já ampliaram em até 20% as encomendas de eletrodomésticos, eletrônicos e itens de informática. Para atender a demanda crescente, as indústrias da Zona Franca Manaus (AM), o principal polo de produção de bens duráveis do País, vão contratar cerca de 3 mil trabalhadores temporários neste fim de ano. "No ano passado, não tivemos contratações de temporários para o Natal, mas 7 mil demissões de trabalhadores efetivos nesta época", afirma o presidente do Centro das Indústrias do Estado do Amazonas, Maurício Loureiro.

Com a crise de crédito que estourou em setembro, o cenário no fim do ano passado era exatamente o inverso do atual, com demissões na indústria e reduções nas encomendas do varejo, lembra Loureiro. "Naquela época tinha muitas nuvens negras no horizonte. O que se vê agora é uma economia em crescimento, com o emprego sendo retomado e a inadimplência se reduzindo", afirma o vice-presidente da Associação Nacional dos Executivos de Finanças, Administração e Contabilidade (Anefac), Miguel Ribeiro de Oliveira.

Entre os indicadores que mostram essa reversão estão as taxas de juro ao consumidor, que fecharam agosto em 7,08% ao mês, em média, a menor em 14 anos. Também os prazos máximos para compra de carros e outros bens hoje se equiparam ou até superam os de agosto do ano passado, segundo pesquisa da Anefac. E a massa real de rendimento dos ocupados continua a crescer, porém num ritmo menor que em 2008. Com esse cenário favorável, Ribeiro de Oliveira calcula que a oferta de crédito ao consumidor em dezembro atinja R\$ 65 bilhões ante R\$ 50 bilhões no mesmo mês do ano passado.

Estimativa do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) indica que o pagamento do 13º salário deve injetar R\$ 75,8 bilhões na economia até dezembro. "Nossa projeção é conservadora", diz o presidente do Ipea, Marcio Pochmann. Ele argumenta que os cálculos incluem 60,5 milhões de assalariados e 15,3 milhões de aposentados e pensionistas da Previdência. Pela dificuldade de obter dados,

ficaram fora da estimativa os trabalhadores informais que recebem 13^º.

A perspectiva de ter mais dinheiro no bolso e o menor risco de desemprego mudaram o humor do brasileiro. O Índice de Confiança do Consumidor apurado pela Fundação Getúlio Vargas (FGV) atingiu 111 pontos em agosto e praticamente voltou ao nível pré-crise. "A confiança do consumidor está se recuperando e o Natal deste ano será tão bom ou melhor que o de 2008. O Natal vai coroar a recuperação da indústria iniciada no segundo trimestre", afirma o coordenador das sondagens do consumidor e da indústria da FGV, Aloisio Campelo. As informações são do jornal O Estado de S. Paulo.

Fonte: Agência Estado

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; Empretec; Administração Básica para Pequenas Empresas; 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.

A programação anual pode ser consultada no site: www.sebraees.com.br no link Cursos e Palestras.

SEBRAE/ES

Av. Jerônimo Monteiro, 935, Ed. Sebrae – Centro, Vitória/ES

CEP: 29010-003

Canal de Relacionamento: 0800 570 0800

EVENTOS

Gift Fair 2009

Expo Center Norte, em São Paulo

http://www.laco.com.br/site/Gift_Fair/index_home.html

Inter Gift

Expo Center Norte, em São Paulo

http://www.laco.com.br/site/inter_gift/index_home.html

D.A.D – Decoração, arquitetura e Design

Expo Center Norte, em São Paulo

http://www.laco.com.br/site/dad/index_home.html

Complements

Expo Center Norte, em São Paulo

http://www.laco.com.br/site/Complements/index_home.html

EPICUE - Feira Sul-Americana do Tabaco e Presente Fino

Feira Anual Internacional direcionada a profissionais que acreditam no mercado de artigos de luxo, mortalhas, piteiras, etc.

Organização: Exponor Brasil Ltda.

Local de Realização: Transamérica Expo Center – São Paulo – SP

Site: www.exponorbrasil.com.br/feiras.php

House & Gift Fair Sul - Feira Anual Regional

Setores & Produtos : artigos para Festas, Artesanato Regional, Arte Sacra, Brinquedos, Cartões e Papelaria Fina, Decoração e Projetos para Festas, Esotéricos, Mesa Posta, Utilidades Domésticas, Têxtil, Decoração, Presentes Corporativos, Supri-Shop, Velas Decorativas, Perfumaria e Aromatizantes. Grafite Feiras e Promoções Ltda

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

HOBBYART – Feira Internacional das Indústrias e Fornecedores de Produtos para Hobby Criativo, Artes e Artesanato.

São Paulo/SP

http://www.hobbyart.com.br/not_feira.html

ELETRO & INFO e FEIRA DE PRODUTOS ELETROELETRÔNICOS E INFORMÁTICA DO AMAZONAS

Local: Centro de Convenções

Manaus/AM

Organização: REDE AMAZÔNICA RÁDIO E TELEVISÃO LTDA

Tel.: (092) 3216-3513

ABF Franchising Expo - Feira Internacional de Negócios de Franquias

Franqueadores de todos os segmentos: Alimentação, Vestuário, Saúde & Beleza, Cosmético & Perfumaria, Educação & Treinamento, Eletrônica, Lazer, Turismo e Hotelaria, Calçados e Acessórios, Serviços para veículos, etc.

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

LEGISLAÇÃO ESPECÍFICA

Cabe sugerir consulta à “[CARTILHA DO FORNECEDOR CAPIXABA](http://www.procon.es.gov.br/download/Cartilha_Fornecedor_Capixasba.pdf)”, que se encontra disponível na Biblioteca do SEBRAE/ES ou pelo site: http://www.procon.es.gov.br/download/Cartilha_Fornecedor_Capixasba.pdf

Essa atividade exige o conhecimento de algumas leis:

- 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, Lei nº 11.785/2008, Lei nº 11.800/2008 e Lei 11.989/2009.

- Lei Municipal nº. 6.080/2003 – Institui o Código de Posturas e de 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. 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.

- Lei Municipal 6.705/2006 – Institui o Plano Diretor Urbano do Município de Vitória. Regulamentado o Art. 43, pelo Decreto nº 13.076/06-Assembléias Territoriais de Política Urbana. Alterada os Anexos 8 e 8.1 pela lei nº 6.822/06. Estabelecido normas e procedimentos para recuperação, manutenção e valorização de edifícios, obras e monumentos tombados, na forma do disposto nos arts. 284 e 285, da Lei nº 6.705, pelo Decreto nº 13.281/07. Alterado o Art. 302 pela Lei nº 6.946/07. Regimento Interno do Conselho Municipal do Plano Diretor Urbano - CMPDU estabelecido pelo Decreto nº 13.611/07. Alterado o Art. 155 pela Lei nº 7.216/07. Alterado o Anexo 9.13 pela Lei nº 7.642/08. Alterados limites entre zonas de uso constantes no Anexo 2 pela Lei nº 7.649/08. Alterado Anexo 2 pelo Decreto nº 14.230/09. Alterado o Parágrafo único do Art. 156 e a observação 5 do Anexo 9.2, pela Lei nº 7.669/09. Alterado ZAIR3 e ZOR/09 e nova redação ao item 03 das Observações-Anexo 9.24 pela Lei nº 7739/09. Alterado o Art. 46 pela Lei nº 7750/09.

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:

- 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/FGTS”.
- Corpo de Bombeiros Militar.

LINKS INTERESSANTES

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

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

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

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

ENTIDADES

Câmara dos Dirigentes Lojistas

Av. Governador Bley, 155 - Centro – Vitória/ES

CEP: 29010-150

Tel.: (27) 3200-2180

<http://www.cdlvitoria.com.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.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.: (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
Tel.: (027) 3380-3922 / 3848 / 3894
Fax: (027) 3380-3963
E-mail: crrvitoria@sefa.es.gov.br
<http://www.sefaz.es.gov.br>

IPEM/ES - Instituto de Pesos e Medidas do Espírito Santo (antigo INMETRO)
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
<http://www.inmetro-es.gov.br>

FORNECEDORES E FABRICANTES

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

Fernet Comercial Importadora
Av. Vautier, 683 - São Paulo/SP.
CEP: 03032-000
Tel.: (11) 3229-2166
Fax: (11) 3228-2767
<http://www.fernet.com.br>

Brasilflex Ind. e Comércio Ltda
Tel.: (11) 3858-1100
E-mail: brasilflex@brasilflex.com.br
<http://www.brasilflex.com.br>

Atacado São Paulo
Av. Vitória, nº. 2703 - Horto,
Vitória/ES
CEP: 29050-140
Tel.: (027) 2121-5050
E-mail: atacado@atacadosaopaulo.com.br
<http://www.atacadosaopaulo.com.br>

Cesconetto - Papelaria e Brinquedos
Rod. BR 262, Km 01, 1979
Jardim América – Cariacica/ES
CEP: 29140-500
Tel.: (27) 3226-1008
Venda somente para Pessoa Jurídica

ABC Indústria e Comércio de Brinquedos Educativos Ltda.
Av. Marginal Norte da Via Anhanguera, 402 - Vila Rami – Jundiá/SP.
Cep: 13210-810
Tel.: (11) 4587-7633

E-mail: abc@abcbrinquedos.com.br

Trenzinho Brinquedos Educativos

Rua Fradique Coutinho, 184 – Pinheiros/SP.

Tel.: (11) 3088 0936

E-mail: trenzinho@trenzinho.com.br

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

Bichos de Pelúcia Butterfly

R. São Virgílio , 337 Cj 3 - - São Paulo/SP.

CEP: 05741-240

Tel.: (11) 3741.0008

sac@bichosdepelucia.com.br

<http://bichodepelucia.com.br>

Brinquedos Bandeirantes

Tel.: (11) 4674-7244

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

REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

Agência Estado. Lojas formam estoque de olho em vendas do Natal. Acesso em setembro de 2009: http://www.cdlvitoria.com.br/conteudo_noticia.php.

ALMEIDA, Sérgio. Ah Eu Não Acredito! Salvador: Casa da Qualidade, 2001.

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

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 última atualização: Setembro de 2009.