

LOJA DE MATERIAL DE CONSTRUÇÃO

FICHA TÉCNICA

Setor da Economia: terciário

Ramo de Atividade: comércio

Tipo de Negócio: loja de material de construção

Produtos Ofertados/Produzidos: materiais usados na construção civil

Investimento inicial: 190 mil reais

Área: 400m²

APRESENTAÇÃO

Um rápido passeio por bairros populares de qualquer cidade dá uma boa dimensão do potencial de mercado na área de materiais de construção. Centenas de pequenas obras e casas semi-acabadas servem de estímulo para futuros comerciantes interessados nesse segmento. E as estimativas do setor de construção civil são igualmente animadoras. Calcula-se que o déficit de moradia do país seja da ordem de 5 milhões de unidades. Esse total sobe para 15 milhões quando consideradas as residências que ainda precisam de revestimento, pinturas e outros itens.

Esse verdadeiro canteiro de obras a céu aberto tem ajudado na expansão contínua do setor. Todo esse cenário favorável tem animado vários empreendedores a entrar no ramo. De acordo com a Associação Nacional dos Comerciantes de Materiais de Construção (Anamaco), anualmente são abertas cerca de 1.500 lojas do gênero. É óbvio que muitas não sobrevivem por muito tempo. Entre as que ficam pelo caminho estão as que não percebem as transformações sofridas pelo varejo dia após dia.

O que o interessado em ingressar no ramo não deve esquecer é que hoje o consumidor de material de construção, acostumado com a onda de conveniência que atingiu o varejo de maneira geral, também quer comodidade e acesso direto aos produtos. Dessa forma, não cabe mais aquele modelo de loja marcado por um ambiente atulhado de sacos de cimento, cal, ferramentas e outros produtos estocados atrás do balcão. Entraram em cena lojas limpas, organizadas por gôndolas, entre as quais o cliente pode pesquisar preços e encontrar opções para construir, fazer acabamentos, reformar e até mobiliar.

MERCADO

Uma loja de material de construção deve oferecer um número grande de itens para não perder mercado para os maiores concorrentes. Mas pode tornar-se um especialista num produto ou linha de produto, por exemplo: materiais elétricos que apresentam uma margem de lucro maior que os demais itens da construção civil. O especialista de produto goza de prestígio pela qualidade e variedade, mas deve tomar cuidado, pois sua posição pode se fragilizar em função de oscilações no mercado, ou de mudanças nas orientações de seus consumidores, ou mesmo decorrente da evolução tecnológica. O empreendedor não pode se esquecer que os clientes não compram produtos, mas necessidades por eles satisfeitas. Dizendo de outra maneira, clientes não compram exatamente cimento, mas sim segurança e conforto para sua família, ao empregá-lo no imóvel residencial. É o problema que

Theodore Levitt denominava de “miopia de produto”.

Uma boa sugestão na definição do rumo que seu empreendimento vai tomar é encontrar um nicho. É importante especializar-se e, claro, não descuidar das outras competências da gestão.

Conhecer as características dos seus futuros clientes, porque preferem comprar tais produtos, quando fazem suas compras e quais são suas tendências de consumo são avaliações essenciais para o sucesso do seu empreendimento.

Na vida, a gente sabe que das adversidades podem surgir oportunidades. No mundo dos negócios não é diferente: a maioria das empresas bem sucedidas, algum dia enfrentou dificuldades e adotou a mudança como alternativa de sobrevivência naquele momento, para depois, fortalecida, apresentar-se competitiva ao concorrente.

O interessado em ingressar no ramo terá de investigar detalhadamente as condições de mercado na região onde planeja se instalar.

LOCALIZAÇÃO

A escolha do local e do espaço físico necessário para instalar sua loja é uma decisão muito importante para o sucesso do empreendimento. O local deve oferecer infra-estrutura adequada e condições que propiciem o seu desenvolvimento. É fundamental avaliar a facilidade do acesso a partir do perfil de sua clientela e considerar fluxo de veículos de grande porte para carga e descarga de produtos. Além disso, o local escolhido deve oferecer estacionamento próprio ou a possibilidade deste na redondeza.

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 da loja de material de construção.

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 400M², onde será construído o galpão dividido entre o escritório, loja, estoque, banheiros e vestuário para os funcionários.

O arranjo físico do estabelecimento deve ser feito levado em consideração a integração entre as atividades a serem desenvolvidas e principalmente a entrada e saída de veículos de grande porte para carga e descarga de mercadorias.

EQUIPAMENTOS

Os equipamentos implementados dependem da estrutura que vai ser montada Variando de acordo com o processo e mecanismo de trabalho adotado. Um projeto básico contará com:

- Balcão;
- Gôndolas;
- Móveis;
- Telefones;
- Aparelho de fax;
- Computadores e impressoras;

- Carregadeira;
- Veículo de grande porte.

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 400m², será necessário um investimento de R\$ 190 mil aproximadamente.

Investindo em AUTOMAÇÃO

Uma tendência cada vez mais presente nas empresas que buscam o sucesso é automatizar as diversas atividades desenvolvidas. A automação melhora o dinamismo dos serviços oferecidos, reduzindo filas, tempo de espera, agilizando a emissão de notas fiscais, entre outros. Existem muitas opções que possibilitam essa facilidade: caixas eletrônicas isoladas ou integradas, impressoras para preenchimento automático de cheques, impressoras de notas fiscais nos caixas, código de barras nos produtos, banco de dados sobre cada produto ou serviço e cadastro de clientes.

Investigue de que forma a adoção de um equipamento dessa natureza pode ser capaz de incrementar seus lucros.

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 desenvolverão. Na área de vendas, por exemplo, é imprescindível pessoas simpáticas, que saibam ouvir e entender o que o cliente quer, que tenham boa vontade, que sejam flexíveis e educadas.

Para fazer entregas tem que ter agilidade, iniciativa, zelo e ser prestativo. 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.

Especialistas em recursos humanos afirmam: o grande valor de uma empresa é ter as pessoas certas nos lugares certos, ou seja, que exercem funções adequadas ao seu perfil. Essa estrutura faz o negócio funcionar como uma engrenagem perfeita, na qual todos saem ganhando. Buscar bons funcionários é, portanto, uma missão obrigatória. Mas requer cuidados. Afinal, além de serem peças estratégicas na construção da imagem do seu empreendimento, os empregados são, como você, responsáveis diretos pelo sucesso - ou fracasso - do negócio.

A loja pode iniciar com 7 colaboradores: 1 auxiliar administrativo, 1 auxiliar de serviços gerais, 2 vendedores, 1 motorista e 2 auxiliares de entrega, carga e descarga.

PROCESSOS PRODUTIVOS

Na hora de fazer as compras do estoque o empreendedor deve ficar atento para a qualidade dos produtos e não correr o risco de comprar um problema, como por exemplo: produto fora de linha e produto de ponta de estoque.

Deve ter cuidado no armazenamento, pois alguns produtos quando mal

acondicionados perdem suas propriedade substanciais, como ocorre com o cimento e a areia que podem petrificar.

Outros itens básicos do seu mix:

- Tijolo e bloco;
- Material hidráulico;
- Lajes;
- Tintas;
- Dispositivos elétricos (fusíveis, disjuntores, fios, cabos, interruptores etc.);
- Pisos e azulejos;
- Louças e metais;
- Lâmpadas, lustres e luminárias; etc.

Existem órgãos oficiais e entidades credenciadas, como por exemplo a ABNT, INMETRO e o IPT, para expedir normas técnicas e certificar tais produtos. Alguns com certificação obrigatória

COMEÇANDO

No início, é possível, que o comerciante não consiga crédito suficiente para adquirir o estoque diretamente das indústrias. Ficando sujeito a se abastecer em algum atacadista da região onde está instalado. Mais tarde, já com um conhecimento maior sobre o segmento, poderá fazer negócios diretamente com os fabricantes. Alguns fabricantes oferecem serviços indispensáveis aos pequenos varejistas: são os cursos técnicos voltados tanto para o dono quanto para seus funcionários.

Para concorrer com os pequenos lojistas e também com os grandes home-centers nacionais e internacionais, uma boa opção de fortalecimento é aderir ao associativismo. Estimativas do setor indicam há existência de cerca de 20 redes no Brasil, que congregam aproximadamente 800 lojas. Em geral, elas se mantêm como empresas independentes, mas se unem para buscar maior poder de compra, marketing e treinamento.

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 conquistar. 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.

Você pode fazer parcerias com arquitetos e decoradores como forma de aumentar seu leque de atuação e conquistar mais clientes.

DIVULGAÇÃO

O ditado popular diz que “a propaganda é a alma do negócio”, mas a gente pode continuar dizendo que os “músculos” também são importantes. Assim, entendemos que dotar os clientes internos (funcionários, os “músculos” do negócio) de informações sobre os produtos oferecidos é a chave para vendê-los ao cliente externo.

Voltando à “alma do negócio”, concluimos que para atingir o consumidor e garantir as vendas, você deve planejar o seu marketing. E como fazer isso? A primeira sugestão é fazer uma análise da sua realidade: identifique quais são os custos de

seus serviços, adapte-os e busque a otimização de sua alocação. Mantenha seus consumidores motivados, partindo para uma revisão da sua estrutura de comercialização, avaliando paralelamente, se essa estrutura atinge seu mercado-alvo com sucesso. Lembre-se que o marketing deve ser contínuo e sistêmico. Considere ainda, que num plano de marketing é importante o conhecimento de elementos como preço, produto (serviço), ponto (localização) e promoção. Avaliar as preferências e necessidades de seus clientes em relação às funções, finanças, facilidade, "feeling" (sensibilidade) e futuro.

DIVERSIFICAÇÃO

Eliminar a venda tradicional de balcão, e adotar o sistema de auto-serviço a exemplo de um supermercado é sucesso garantido. Porém o auto-service deve está associado à qualidade do atendimento de orientação, quando solicitado, e entrega pontual. Lembre-se de que a mão-de-obra na área da construção civil é remunerada por hora. Se o material não chega, o profissional fica parada à disposição do contratante.

Alguns empresários conseguem montar um esquema de transporte por meio do quais materiais básicos, como areia e cimento, são retirados dos fornecedores e entregues diretamente ao cliente. Agindo assim, é possível liberar espaço nos depósitos para estocar materiais mais rentáveis.

Vender produtos eletroeletrônicos, além de pisos, materiais elétricos e de hidráulica, também é fator diferencial.

Quem está começando no ramo, no entanto, terá mais dificuldade para abrir uma loja de grande porte, com mix tão variado, pois isso acabará esbarrando numa maior necessidade de capital de giro. Um outro cuidado a ser tomado pelos novatos é combinar o tipo de produto ao público da loja. Se o ponto for localizado em um bairro que está nascendo, é bom reforçar o estoque de materiais básicos, como cimento, areia, pedra, ferro, tijolos e encanamento. Já em um bairro pré-formado, a maior demanda é por itens de acabamento.

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 a formação de preços.

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.

Lojas de construção prevêm aumento de vendas

13º salário deve impulsinar o mercado desse setor, apesar da crise econômica

Lojistas do setor de materiais de construção esperam aumento de vendas para o fim do ano. Porém, mostram-se cautelosos por conta das oscilações do valor do dólar. O presidente da Câmara de Dirigentes Lojistas (CDL), Samuel Schuster, fala que no início do ano, havia uma expectativa de aumento de até 20% das vendas em relação ao mesmo período do ano passado. “Com a crise financeira fica um pouco difícil fazer previsões tão otimistas”, previne. Mas ele é firme ao dizer as vendas subirão, mesmo não sendo num patamar tão elevado.

De acordo com a gerente de uma grande loja de produtos para construção, Alanda Patrícia, mesmo com a crise financeira, as vendas devem subir de 5% a 10% em novembro e dezembro em relação aos outros períodos do ano.

Alanda avalia que, ao menos a curto prazo, a crise não deve ter grande impacto no setor. “Para este natal, as vendas estão garantidas”, enfatiza. Mesmo com tanto otimismo, ela se demonstra preocupada com um possível diminuição das vendas a prazo. Ela conta que a maioria das vendas da loja são feitas de forma parcelada no cartão de crédito. “Na mídia os especialistas aconselham a não fazer compras a prazo. O consumidor vai pensar duas vezes antes de contrair esse tipo de dívida”, argumenta.

Élder Cavalcanti é gerente comercial de outra grande loja do setor. Ele também avalia que as

vendas devem subir nos meses de novembro e dezembro. Mas, ele aponta que em setembro e outubro, as vendas caíram cerca de 14%. “A expectativa é de pelo menos estabilizar essa perda”, prevê.

Cavalcanti conta que houve um aumento significativo dos preços dos produtos já que as matérias-primas da maioria dos materiais são importadas. Em alguns casos, há falta de mercadoria nas prateleiras. Segundo ele, os fornecedores estariam segurando os produtos para dar uma “respirada” e ver o comportamento do mercado.

No fim do ano as vendas se aquecem principalmente por conta do aumento de renda da população ao receber o 13º salário, confirma a gerente Alanda. Para o casal Mônica e Fernando, essa foi a motivação que os levou até a loja de materiais de construção para comprar as tintas para as portas e janelas de sua casa. “Ano novo, casa nova. Mas isso só é possível por causa do 13º”, salienta Mônica.

Fonte: SOUSA, Zeca Oliveira e Carla. **Lojas de construção prevêem aumento de vendas.**

Disponível em: <<http://www.infonet.com.br/economia/ler.asp?id=79156&titulo=especial>>. Acesso em: 30 out. 2008.

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

Site: <http://www.sebrae.com.br/uf/espírito-santo/acesse/cursos-e-palestras>

O Sincomavi disponibiliza cursos e palestras para atender as necessidades dos comerciantes do segmento, que encontram muitas dificuldades em encontrar treinamentos desenvolvidos especificamente para o setor.

Sincomavi: (11) 3326-8255

Site: <http://www.sincomavi.org.br/cursos.htm>

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). Feiras, rodas 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>

CONSTRUIR

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

FEICON - FEIRA INTERNACIONAL DA INDÚSTRIA DA CONSTRUÇÃO

<http://www.feicon.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

- Lei Municipal nº. 6.080/2003 – Institui o Código de Posturas e de Atividades Urbanas do Município de Vitória. - 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, auxilia-lo na escolha da forma jurídica mais adequada para o seu projeto e preencher os formulários exigidos pelos órgãos públicos de inscrição de pessoas jurídicas. Além disso, ele é conhecedor da legislação tributária à qual está subordinada a nossa produção e comercialização. Mas, na hora de escolher tal prestador de serviço, deve-se dar preferência a profissionais qualificados, que tenha boa reputação no mercado e melhor que seja indicado por alguém que já tenha estabelecido com ele uma relação de trabalho.

Para legalizar a empresa é necessário procurar os órgãos responsáveis para as devidas inscrições:

- Registro na Junta Comercial;
- Registro na Secretaria da Receita Federal;
- Registro na Secretaria de Estado da Fazenda;
- Registro na Prefeitura do Município;
- Registro no INSS;
- Registro no Sindicato Patronal (empresa ficará obrigada a recolher por ocasião da constituição e até o dia 31 de janeiro de cada ano, a Contribuição Sindical Patronal);
- Registro na Prefeitura – SEDEC - para obter o alvará de funcionamento;
- Cadastramento junto à Caixa Econômica Federal no sistema “Conectividade Social - INSS”;
- Você deve procurar a prefeitura da cidade onde pretende montar a sua loja de materiais de construção para fazer a consulta prévia de localização.

LINKS INTERESSANTES

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

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

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

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

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

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

ENTIDADES

SEBRAE/ES

Av. Jerônimo Monteiro, 935 - Ed. Sebrae – Centro, Vitória

Tele atendimento: 0800 570 0800

<http://www.sebrae.com.br/uf/espírito-santo>

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

CIC - CENTRO INTEGRADO DE CIDADANIA

PROCON (Coordenação de Atendimento)

Av. Maruípe, nº. 2544 – Itararé, Vitória/ES - CEP: 29.045-230
Tel.: (27) 3382-5545 / 5539 / 5536
Site: <http://www.vitoria.es.gov.br/procon/procon.htm>
E-mail: procon@vitoria.es.gov.br

JUCEES - JUNTA COMERCIAL DO ESTADO DO ESPÍRITO SANTO

Av. Nossa Senhora da Penha, 1433, Santa Luíza - Vitória/ES
CEP: 29045-401
Tel.: (027) 3135-3167 / 3135-3163
Site: www.jucees.es.gov.br
E-mail: atendimento@jucees.es.gov.br

PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA

Av. Marechal Mascarenhas de Moraes, 1927 - Bento Ferreira, Vitória/ES
CEP: 29.050--945
Tel.: (27) 3382-6000
<http://www.vitoria.es.gov.br>

SEDEC / GECON / CTP – SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO URBANO

Rua Vitório 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>

SESA – SECRETARIA ESTADUAL DE SAÚDE

Av. Marechal Mascarenhas de Moraes, 2025 - Bento Ferreira, Vitória / ES
CEP: 29.050-625
Tel.: (27) 3137 –2300
Site: <http://www.saude.es.gov.br>
E-mail: visa@saude.es.gov.br

MINISTÉRIO DA SAÚDE

<http://www.saude.gov.br>

ANVISA - AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA

SEPN 515, Bloco B, Edifício Ômega / Brasília (DF)
CEP: 70.770-502
Tel.: (61) 3448.1000
<http://www.anvisa.gov.br>

SECRETARIA DA RECEITA FEDERAL

Rua Pietrângelo de Biase, n°. 56, Centro, salas A/B, Vitória/ES – CEP. 29.010-190
Tel.: 146

SEFAZ-ES - SECRETARIA DE ESTADO DA FAZENDA DO ESPÍRITO SANTO

Av. Jerônimo Monteiro, 96 - Ed. Aureliano Hoffman – Centro, Vitória/ES.

CEP: 29010-002

Tel.: (27) 3380-3922

Site: www.sefaz.es.gov.br

CARTÓRIO DE REGISTRO CIVIL DAS PESSOAS JURÍDICAS

CARTÓRIO SARLO

Praça Costa Pereira, 30 Centro, Vitória/ES

Cep.: 29.010-080

Tel.: 3132-1246 / 1600

www.cartoriosarlo.com.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

<http://www.inmetro-es.gov.br>

ANFACER - Associação Nacional dos Fabricantes de Cerâmica

Distribuição gratuita de material de suporte para vendas.

Av. Paulista 453 / 8º andar - Cj. 81

São Paulo/SP

CEP: 01311-907

Tel: (11) 3289-7555

Fax: (11) 3287-9624

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

SINCOMAVI - Sindicato do Comércio Varejista de Material

de Construção, Maquinismos, Ferragens, Tintas, Louças

e Vidros da Grande São Paulo

Rua Boa Vista, 356 - 15º andar

São Paulo/SP

CEP: 01014-000

Telefone: (11) 3488-8200

e-mail: sincomavi@sincomavi.org.br

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

ABNT - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS

E-mail: atendimento.rj@abnt.org.br

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

FORNECEDORES E FABRICANTES

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

Cecrisa - Indústria de Revestimento Cerâmico

Matriz

Av. Manoel D. Freitas, 1001

Criciúma/SC

CEP: 88.813-900

Tel.: (048) 3431-6333 - 0800-7017801

Fax.: (048) 3431-6004

E-mail: cecrisa@cecrisa.com.br

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

Obs.: treinamento de vendedores sobre especificações técnicas dos produtos.

Deca Hydra (louças e metais sanitários)

Rua Comendador Souza, 57

São Paulo/SP

CEP: 05037-090

Tel.: (011) 3874-1600 / 0800-012-0133

Fax: (011) 3874-1606

E-mail: deca@deca.com.br

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

Obs.: treinamento sobre atributos e instalação dos produtos; voltado para comerciantes.

Medabil Tessenderlo (forros e portas de PVC)

Av. Brigadeiro Faria Lima, 2092.

Parque Iguatemi, Cj. E-101/E-103 - 10º andar.

Jardim Paulistano - São Paulo/SP

CEP: 01452-000

Tel.: (011) 3812-3322

Fax: (011) 3812-6230

E-mail: medabil@medabil.com.br

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

Obs.: curso para vendedores com ênfase na instalação dos produtos.

Pial Legrand (material elétrico de baixa tensão)

Av. João Dias, nº 2319

São Paulo/SP

CEP: 04723-901

Tel.: (011) 5644-2622 / 0800-118008

Fax: (011) 5641-6823

E-mail: filial.saopaulo@piallegrand.com.br

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

Obs.: cursos técnicos para a Grande São Paulo, e palestras nas demais filiais.

Tintas Sherwin Williams

Tel.: 0800-554047

E-mail: swhelp@sherwin.com.br

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

Obs.: cursos sobre especificações e uso dos produtos da marca.

Tintas Suvinil

Tel.: 0800-117558 (digitar 3)

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

Obs.: treinamentos de vendas e sobre especificações dos produtos da marca por meio de folhetos.

Guias OESP

Site com informações de fornecedores de produtos e serviços de todo o país

Site: <http://www.guiasoesp.com.br/>

Telelistas.Net

Site com informações de fornecedores de produtos e serviços de todo o país

Site: <http://www.telelistas.net>

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>

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 (papelaria)
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

BIBLIOGRAFIA

LOURENÇO, Fatima. Loja de material de construção. **Pequenas Empresas Grandes Negócios**, São Paulo, n.150 , p.48-51, 01 jul. 2001.

SOUSA, Zeca Oliveira e Carla. **Lojas de construção prevêem aumento de vendas**. Disponível em: <<http://www.infonet.com.br/economia/ler.asp?id=79156&titulo=especial>>. Acesso em: 30 out. 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: outubro 2008