



Mais informações para a Imprensa:  
**Press à Porter – Gestão de Imagem**  
**Telefone: (11) 3813-1344**

Gustavo Diamantino – ramal 22  
([gustavo@pressaporter.com.br](mailto:gustavo@pressaporter.com.br))

Juliana Roberto – ramal 42  
([jroberto@pressaporter.com.br](mailto:jroberto@pressaporter.com.br))

Rafael Silva – ramal 47  
([gustavo@pressaporter.com.br](mailto:gustavo@pressaporter.com.br))

## **Camisaria Colombo une tradição e modernidade em sua trajetória**

Ícone em moda masculina, a Colombo, por meio do trabalho de três gerações, tornou-se uma das maiores grifes de roupa do Brasil. A marca conta hoje com mais de 200 pontos de vendas distribuídos em 27 estados do país.

Fundada em 1917 na esquina da Rua Direita com a Libero Badaró, centro de São Paulo, a Colombo deu início às suas atividades com a venda de gravatas italianas, camisas e ternos confeccionados com tecidos importados da Inglaterra, ficando rapidamente conhecida entre pessoas de bom gosto das classes A e B, que podiam pagar pelos altos custos de importação. Desde aquela época criou-se um padrão de bom gosto e qualidade que até hoje está presente nas lojas da rede.

A expansão da empresa começou em 1990, com a abertura da primeira filial, no Shopping Ibirapuera. Logo depois, a Colombo já contava com quatro lojas. A marca começava a ficar conhecida, oferecendo roupa de qualidade a preço justo. Daí em diante, a empresa expandiu sua rede de lojas, abrindo novos pontos de venda no interior de São Paulo, em Brasília, entre outras.

Desde 2005, a Camisaria Colombo colocou em prática um plano de expansão agressivo, inaugurando inúmeras lojas espalhadas em diferentes cidades e estados em todo o Brasil. A cada nova loja, cerca de dez a quinze novos empregos diretos são gerados.

Um dos pontos fortes da Colombo é sua identidade. Ao longo dos anos, tornou-se conhecida como a marca ideal para o homem inteligente, hoje com o slogan “O estilo que conquista”, conceito que toma conta das diretrizes da empresa: vestir-se bem, com qualidade e pagando um preço justo por isso. Peças básicas, que não saem de moda e que o consumidor vai utilizar no dia-a-dia do trabalho ou do lazer, são encontradas o ano todo nas lojas.

Além de oferecer ampla variedade de produtos de qualidade, a Colombo está atenta à evolução do mercado e às necessidades dos clientes também no que se diz respeito a serviços.

Outro avanço da Colombo quanto à acessibilidade é a loja virtual, inaugurada no segundo semestre de 2007.

Atuando no endereço [www.camisariacolombo.com.br/lojavirtual](http://www.camisariacolombo.com.br/lojavirtual), o investimento da marca no e-commerce tem como principais metas: atingir o consumidor que mora em localidades onde não há lojas da grife e oferecer opção de qualidade e preço justo para consumidores que preferem comprar sem sair de casa.