
ETEC PROF.^a NAIR LUCCAS RIBEIRO DE TEODORO SAMPAIO
Curso Técnico em Administração

PLANO DE NEGÓCIOS- FLOR DE LÓTUS

HELOISA DE AQUINO A. DOS SANTOS
ISABELLY PINHEIRO
JÚLIA CALDEIRA LIMA
MARIA LUIZA DE LIMA CRECEMBINE
WESLEY B. FERNANDES PEREIRA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como exigência para obtenção do título de Técnico em Administração na Escola Técnica Estadual Prof.^a Nair Luccas Ribeiro, com tema: Flor de Lótus sob orientação da professora: Maria Elicristina Siqueira

**HELOISA DE AQUINO A. DOS SANTOS
ISABELLY PINHEIRO
JÚLIA CALDEIRA LIMA
MARIA LUIZA DE LIMA CRECEMBINE
WESLEY B. FERNANDES PEREIRA**

PLANO DE NEGÓCIOS- FLOR DE LÓTUS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como exigência para obtenção do título de Técnico em Administração na Escola Técnica Estadual Prof.^a Nair Luccas Ribeiro, com tema: Flor de Lótus sob orientação da professora: Maria Elicristina Siqueira

Teodoro Sampaio – SP, 05 de dezembro de 2024.

ETEC PROFª NAIR LUCCAS RIBEIRO DE TEODORO SAMPAIO
Curso Técnico em Administração

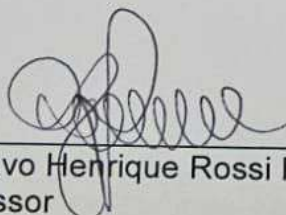
HELOISA DE AQUINO ALVES DOS SANTOS
ISABELLY PINHEIRO
JÚLIA CALDEIRA LIMA
MARIA LUIZA DE LIMA CRECEMBINE
WESLEY BRENNÓ FERNANDES PEREIRA

PLANO DE NEGÓCIOS – FLOR DE LÓTUS

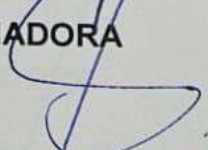
Trabalho e Conclusão de Curso apresentado como exigência para obtenção do título de Técnico em Administração na Escola Técnica Estadual Profª Nair Luccas Ribeiro, com tema: Flor de Lótus sob orientação da Professora Maria Elicristina Siqueira.

Teodoro Sampaio, 04 de dezembro de 2024.

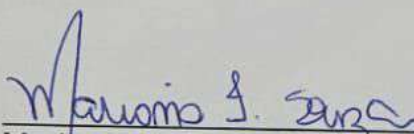
BANCA EXAMINADORA



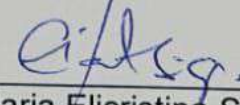
Gustavo Henrique Rossi Ferreira
Professor



Hugo Regis Soares
Professor



Mariana Terezinha de Souza
Professora



Maria Elicristina Siqueira
Professora Orientadora

Aprovado

Reprovado

DEDICATÓRIA

Dedicamos este projeto a nossa família, amigos e professores.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradecemos a Deus por nos ter ajudado e guiado desde o início do projeto, por nos ter dado forças nos momentos mais difíceis que tivemos no meio do caminho, e, agora, por dar mais forças ainda para concluir este trabalho.

Principalmente agradecemos à professora, orientadora do projeto, Maria Elicristina Siqueira pelo suporte, apoio, motivação, experiências compartilhadas e pela paciência que teve com o grupo a desenvolver o projeto com tamanha qualidade.

Agradecemos à:

Adriana de Lima por todo incentivo dado.

Aparecida Graça por todo conhecimento compartilhado conosco. Carlos Eduardo

Crecembine por todo incentivo dado.

Décio Libras por todo conhecimento compartilhado conosco. Fábio Ap. de Souza

Lima por todo incentivo dado

Giovanna Gabrielly por todo incentivo dado. Gizane Fernandes

Sousa por todo incentivo dado.

Ingrid da Silva Dias por todo incentivo dado.

Ivanilde Pinheiro Dias por todo incentivo dado. José Pedro da Silva por todo incentivo dado.

Luciana Caldeira Lima por todo incentivo dado. Luis Pinheiro por todo incentivo dado.

Luiz Carlos Crecembine por todo incentivo dado.

Luiz Crecembine por todo conhecimento compartilhado conosco. Leonardo Marques Mota por todo incentivo dado.

Maria José de Aquino por todo incentivo dado.

Tânia Cristina Ferreira da Costa por todo o incentivo dado. Zildo, por todo conhecimento compartilhado conosco.

EPÍGRAFE

“A imaginação é mais importante que a ciência, porque a ciência é limitada, ao passo que a imaginação abrange o mundo inteiro”. Albert Einstein.

RESUMO

O presente projeto tem como objetivo geral analisar a viabilidade da abertura de uma loja de cosméticos na cidade de Teodoro Sampaio – SP, por meio da elaboração de um plano de negócios. A proposta visa compreender o funcionamento deste tipo de empreendimento e avaliar sua viabilidade econômica e financeira. A pesquisa tem como objetivos específicos definir as características gerais do negócio, como o público-alvo, o mercado e a linha de produtos oferecidos; Descrever a estrutura organizacional e elaborar os planos de marketing, operacional e financeiro, considerando as melhores práticas para atrair e fidelizar clientes. A empresa Flor de Lótus, atua no ramo de cosméticos e promove bem-estar e autoestima. A empresa se destaca pela inovação, ética e compromisso com a qualidade e segurança dos produtos. Conclui-se com este estudo que a abertura do empreendimento na cidade de Teodoro Sampaio é viável, com base na análise do mercado, público-alvo e condições econômicas locais. O plano de negócios elaborado contempla as áreas essenciais para o sucesso do empreendimento, como o marketing, a operação e a gestão financeira, garantindo que o negócio tenha um retorno positivo e sustentável a longo prazo.

Palavras- chave: Empreendedorismo; Plano de negócios; Cosméticos; viabilidade.

ABSTRACT

The general objective of this project is to analyze the feasibility of opening a cosmetics store in the city of Teodoro Sampaio – SP, through the preparation of a business plan. The proposal aims to understand the functioning of this type of enterprise and evaluate its economic and financial viability. The specific objectives of the research are to define the general characteristics of the business, such as the target audience, the market and the line of products offered; Describe the organizational structure and prepare marketing, operational and financial plans, considering the best practices to attract and retain customers. The company Flor de Lótus operates in the cosmetics sector and promotes well-being and self-esteem. The company stands out for its innovation, ethics and commitment to product quality and safety. It is concluded from this study that opening the enterprise in the city of Teodoro Sampaio is viable, based on market analysis, target audience and local economic conditions. The business plan prepared includes areas essential to the success of the enterprise, such as marketing, operations and financial management, ensuring that the business has a positive and sustainable return in the long term.

Keywords: Entrepreneurship; Business plan; Cosmetics; feasib

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Fluxograma.....	51
Figura 2: Organograma.....	52
Figura 3: Logomarca.....	57
Figura 4: Catálogo	61
Figura 5: Catálogo	61
Figura 6: Layout.....	63
Figura 7: Layout.....	64
Figura 8: Layout.....	64

LISTA DE TABELAS E QUADROS

Tabela 1: Recursos físicos.....	62
Tabela 2: Orçamento físico financeiro.....	63
Tabela 3: Investimento inicial.....	65
Tabela 4: Capital social.....	68
Tabela 5: Pró-labore por sócio.....	69
Tabela 6: Fluxo de caixa.....	69
Tabela 7: Payback.....	70
Tabela 8: Custos dos Produtos vendidos.....	70
Tabela 9: Volume e valoresde vendas.....	70

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	14
1.1	Objetivo Geral	15
1.2	Objetivos Específicos	15
2	DESCRIÇÃO DO NEGÓCIO	16
2.1	Dados da empresa	17
3	DEFINIÇÃO DO NEGÓCIO	18
4	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	19
5	PLANO DE NEGÓCIO	21
6	MISSÃO, VISÃO E VALORES	23
6.1	Missão	24
6.2	Visão	24
6.3	Valores	24
6.4	Dados dos Dirigentes	25
7	FONTES DE RECEITA	26
8	NECESSIDADES A SEREM ATENDIDAS	27
9	CENÁRIO FUTURO PARA O MERCADO	28
10	RECURSOS HUMANOS	29
10.1	Recrutamento e seleção	29
10.2	Treinamento e desenvolvimento	30
10.3	Avaliação de desempenho	31
10.4	Plano motivacional	33
10.5	Estilo de liderança	33
11	O SETOR E SUA ANÁLISE EM DETALHES	35

12	ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA DIRETA E INDIRETA	36
13	ANÁLISE DOS FORNECEDORES	38
14	ANÁLISE DAS ENTIDADES REGULADORAS	40
15	ECONOMIA	42
15.1	Demografia.....	43
15.2	Tecnologia.....	44
15.3	Aspecto sócio-culturais.....	45
16	ASPECTOS AMBIENTAIS – PLANO DE GESTÃO AMBIENTAL.....	46
15.4	Análise swot	47
17	PLANO ORGANIZACIONAL	48
17.1	Estratégia competitiva escolhida pela empresa	48
17.2	Inovação.....	49
17.3	competências organizacionais críticas a adquirir	50
18	SISTEMA DE ATIVIDADES – FLUXOGRAMA	51
18.1	Organograma e quadro gerencial.....	52
19	PLANO DE MARKETING	54
19.1	Descrição precisa do mercado alvo.....	55
19.2	Estratégias de marketing.....	56
19.3	Logomarca	57
19.4	Produto.....	57
19.5	Preço	58
19.6	Distribuição.....	58
19.7	Promoção e publicidade	59
19.8	Cronograma promocional	59
20	PLANO DE OPERAÇÕES.....	62
20.1	Recursos físicos	62

20.2	Orçamento físico financeiro.....	63
	Fonte: elaborado pelos autores (2024.....	63
20.3	Layout – planta física.....	63
21	PLANO FINANCEIRO	65
21.1	Investimento inicial	65
21.2	Capital de giro	65
21.3	Regime tributário da empresa	66
21.4	Capital social	68
21.5	Pró-labore por sócio	68
21.6	Fluxo de caixa	69
21.7	Payback - Retorno do investimento.....	69
21.8	Custos dos produtos vendidos	70
21.9	Volume e valores de vendas	70
22	PLANO DE CONTIGÊNCIA.....	71
23	RESULTADOS	72
24	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	73
	REFERÊNCIAS	74
	APÊNDICE – PESQUISA DE MERCADO	76

1 INTRODUÇÃO

De acordo com Samuelson, Paul A., e William D. Nordhaus. "Economics." McGraw-Hill, 2004, "A economia é a ciência que estuda a alocação de recursos escassos entre usos alternativos para satisfazer as necessidades humanas". Analogamente, o mercado de cosméticos reflete essa complexidade, especialmente em relação à sua dinâmica competitiva. Empresas renomadas como o Grupo Boticário, Natura Cosméticos e Johnson & Johnson, por exemplo, competem não apenas em termos de qualidade, variedade e inovação de produtos, mas também na construção de marcas fortes e estratégias de marketing eficazes.

Diante desse cenário desafiador, a proposta de estabelecer uma nova empresa, Flor de Lótus, na cidade de Teodoro Sampaio - SP, surge como um desafio estratégico e empresarial significativo. O questionamento intrínseco a essa iniciativa reside não apenas na viabilidade econômica do empreendimento, mas também em seu potencial diferencial em relação aos competidores já estabelecidos.

Nesse contexto, este Plano de negócios visa explorar os motivos que justificam a abertura de uma empresa de cosméticos nessa localidade específica, analisar a viabilidade econômica e estratégica do empreendimento e identificar os elementos distintivos que conferirão vantagem competitiva à Flor de Lótus em relação às suas concorrentes. Fundada em Teodoro Sampaio – SP, a Flor de Lótus busca-se destacar não apenas pela qualidade de seus produtos, mas também por sua abordagem autêntica, moderna e ambientada, proporcionando uma experiência única aos seus clientes. Com uma linha de produtos cuidadosamente selecionada e um foco no atendimento personalizado, a Flor de Lótus se posiciona como uma alternativa diferenciada no mercado local, apostando na fidelização de clientes e na construção de uma marca sólida e reconhecida.

1.1 Objetivo Geral

Analisar a viabilidade da abertura de uma empresa de cosméticos por meio da elaboração de um plano de negócio, na cidade de Teodoro Sampaio – SP.

1.2 Objetivos Específicos

- Definir características gerais do negócio, como público-alvo, mercado e linha de produtos;
- Descrever a estrutura organizacional e legal;
- Elaborar o plano de marketing, plano operacional e financeiro;
- Elaborar uma previsão orçamentária com vistas a análise de viabilidade econômica/financeira.

2 DESCRIÇÃO DO NEGÓCIO

A Flor de Lótus é uma empresa de cosméticos localizada em Teodoro Sampaio-SP, dedicada ao ramo da beleza e aos produtos de cuidados pessoais. A missão da empresa vai além de oferecer produtos; queremos promover o bem-estar e a autoestima de nossos clientes.

Como filosofia acredita-se que todas as pessoas merecem se sentir bem, e por isso nossa linha de produtos inclui cuidados com a pele, cabelo e maquiagem, todos desenvolvidos para atender às necessidades de cada um.

Na Flor de Lótus, nos destacamos por nossa abordagem inovadora e ética. Mantemos um compromisso firme com a segurança de nossos produtos, garantindo que cada item seja seguro e eficaz. Nossa paixão pela beleza também se estende ao cuidado com o meio ambiente, investindo em práticas sustentáveis para minimizar nosso impacto no planeta.

Assim, na Flor de Lótus, não apenas buscamos embelezar, mas também cuidar do nosso lar e das pessoas que nele habitam, promovendo uma jornada que valoriza a beleza sustentável.

2.1 Dados da empresa

O empreendimento a ser implementado é uma empresa decosméticos inspirado em trazer um diferencial para nossa cidade, visando ser boa referência pela região e buscar pessoas que querem cuidar de si, elevando sua autoestima e incentivando outras a fazerem o mesmo procurando nossos produtos.

- Nome: Flor de lótus
- Endereço: Av.Cuiabá 1125
- E-mail: florrdelotus2024@gmail.com
- Facebook: Flor de lótus
- Instagram: florrdelotus____
- Telefone: (18) 3282-2024
- WhatsApp (18) 990202411

3 DEFINIÇÃO DO NEGÓCIO

A Flor de Lótus é uma empresa dedicada a desenvolver produtos de beleza e cuidados pessoais. Com foco na qualidade e na ética, a empresa visa atender às necessidades dos clientes, oferecendo cosméticos que promovem a saúde da pele e o bem-estar.

A Flor de Lótus também adota práticas de responsabilidade social e ambiental, contribuindo para a comunidade e o meio ambiente.

Segundo GITMAN (2010) Uma empresa é uma organização que utiliza recursos para produzir bens ou serviços com o objetivo de satisfazer as necessidades de seus clientes.

A missão da empresa é oferecer uma experiência de autocuidado que une inovação e respeito à natureza, com a visão de se tornar uma referência em cosméticos naturais no país.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este capítulo é dedicado a explicar a metodologia que fundamenta nosso trabalho e a criação da Flor de Lótus. Desde o início, adotamos uma abordagem cuidadosa, que se baseia em uma fase extensa de pesquisa e interação com pessoas. Para nós, entender as necessidades e preferências do público é essencial para desenvolver produtos que realmente façam a diferença.

Optamos por uma pesquisa qualitativa, que incluiu tanto questionários presenciais quanto on-line. As entrevistas presenciais foram realizadas com o objetivo de obter respostas diretas e sinceras, permitindo que as pessoas compartilhassem suas opiniões de maneira mais aberta. Já os questionários on-line nos ajudaram a alcançar um público mais amplo, englobando diversas idades e gostos em relação a marcas. Essa diversidade nas respostas foi fundamental para compreendermos melhor o que nossos potenciais clientes realmente desejam.

Todos os dados coletados foram cuidadosamente analisados e transformados em gráficos, que apresentamos à nossa orientadora. Essa visualização dos dados nos permitiu identificar padrões e tendências, ajudando a guiar nossas decisões de maneira mais eficaz.

Acerca da abordagem qualitativa, Godoy (1995, p.58) afirma:

“é a obtenção de dados descritivos sobre pessoas, lugares e processos interativos pelo contato direto do pesquisador com a situação estudada, para compreender os fenômenos segundo a perspectiva dos sujeitos, ou seja, dos participantes da situação em estudo.”

Os resultados das nossas pesquisas foram realmente significativos e forneceram insights valiosos, não apenas para a criação da Flor de Lótus, mas também para a identificação e resolução de possíveis problemas futuros.

A pesquisa qualitativa devido às suas características necessárias para a criação da empresa Flor de Lótus, foi usada em todo meio de apoio, o que nos trouxe números e resultados. Todas as informações foram classificadas e analisadas, foram utilizados recursos e técnicas estatísticas.

Utilizou-se ainda a revisão bibliográfica para a elaboração deste projeto, que permitiu fundamentar teoricamente nossas ideias e estratégias. Ao recorrer a citações e referências de renomados autores nas áreas de administração e marketing, conseguimos não apenas enriquecer o conteúdo, mas também validar nossas abordagens.

Essa pesquisa abrangeu uma ampla variedade de fontes, incluindo livros clássicos e contemporâneos, artigos acadêmicos e documentos relevantes. Cada uma dessas fontes contribuiu para uma compreensão mais profunda dos conceitos e práticas essenciais em nosso campo de estudo. Além disso, as revisões bibliográficas nos ajudaram a identificar lacunas na literatura existente, permitindo-nos propor soluções inovadoras e contextualizadas. Esse processo de análise crítica não apenas ampliou nosso conhecimento, mas também garantiu que nosso projeto estivesse alinhado com as melhores práticas e teorias reconhecidas.

5 PLANO DE NEGÓCIO

Segundo Sahlman (1997), professor da Harvard Business School, poucas áreas têm atraído tanta atenção dos homens de negócio como os planos de negócios. Dezenas de livros e artigos têm sido escritos e publicados sobre o assunto, propondo fórmulas milagrosas de como escrever um plano de negócios que revolucionará a empresa. Isso tem ocorrido também no Brasil, inicialmente devido ao fervor da nova economia (a Internet) e às possibilidades de enriquecer da noite para o dia. Mais recentemente, devido a programas específicos de capacitação de empreendedores em todo o país, para os quais o plano de negócios se tornou o foco principal.

Deve-se ter o cuidado de escrever um plano de negócios com todo o conteúdo que se aplique a esse documento e que não contenha números recheados de entusiasmo irreais. Nesse caso, pior que não planejar é fazê-lo erroneamente e, pior ainda, conscientemente. Essa ferramenta de gestão pode e deve ser usada por todo e qualquer empreendedor que queira transformar seu sonho em realidade, seguindo o caminho lógico e racional que se espera de um bom administrador.

Um plano de negócios é uma ferramenta para o empreendedor expor suas ideias, em uma linguagem que os leitores entendam e, principalmente, que mostre viabilidade e probabilidade de sucesso em seu mercado. O plano de negócios é uma ferramenta que se aplica tanto ao lançamento de novos empreendimentos quanto ao planejamento de empresas maduras. A maioria dos planos de negócios resume-se a textos editados sobre um modelo predeterminado, que não convencem ao próprio empreendedor; por isso, falham, o que leva muitos a pensar que o plano de negócios não serve para nada ou não é uma ferramenta eficiente.

Geralmente, são escritos como parte dos requisitos de aprovação de um empréstimo, ingresso em uma incubadora de empresas, para busca de novos investidores, solicitação de bolsas ou recursos financeiros de órgãos do governo. Costumam ser feitos apenas para esses

fins, às pressas, sem muita fundamentação ou, como já foi dito, recheados de números mágicos.

O plano de negócio é considerado cartão de visitas do empreendedor, pois é por meio dele que o empresário pode convencer investidores, bancos, potenciais parceiros, fornecedores, a própria empresa internamente, em geral os públicos-alvo.

Devido à sua importância, o plano de negócios deve sempre ser inserido como disciplina regular em cursos de administração de empresas e de empreendedorismo. Isso já vem sendo feito no país de forma acelerada, mas o importante não é mostrar o roteiro a ser preenchido pelo empreendedor, deve-se "vender" a ideia do plano de negócios e disseminar seu conceito básico junto aos empresários das micro e pequenas empresas brasileiras. Pode parecer repetitivo, mas a ideia aqui é deixar claro que esse conceito básico é o planejamento. Uma tradição a ser quebrada é achar que o plano de negócios, uma vez concebido, pode ser esquecido. É um erro imperdoável, e as consequências serão mostradas pelo mercado, em constante mutação.

A concorrência muda, o mercado muda, as pessoas mudam, e o plano de negócios, como ferramenta de planejamento que trata essencialmente de pessoas, oportunidades, contexto e mercado, riscos e retornos importantes, pois mostram a capacidade da empresa de "alavancar" seus resultados financeiros no futuro.

Este plano de negócios trata-se de projeto de implantação de uma loja especializada em produtos de beleza, a loja de Cosméticos Flor de Lótus, localizada na cidade de Teodoro Sampaio. O empreendimento pretende oferecer produtos com preços para todas as classes sociais, além das tendências do mercado e o cuidado especial para cada cliente, tendo em vista um público cada vez mais exigente.

6 MISSÃO, VISÃO E VALORES

De acordo com Chiavenato (2000), toda organização existe para atender alguma finalidade oferecer um serviço ou produto à sociedade, e a missão representa essa finalidade. Mas ela não é estática, e pode mudar ao longo da existência da organização. Além disso, a missão envolve os objetivos essenciais do negócio. Toda organização possui a sua missão específica, que é desdobrada nos objetivos organizacionais principais.

A discussão sobre a missão ocorre frequentemente nas organizações, com o intuito de fazer com que cada funcionário saiba exatamente qual é a sua contribuição pessoal para alcançar a finalidade. Através da declaração formal e escrita da missão, a organização orienta e estimula a iniciativa pessoal de cada um de seus colaboradores. Para Welch (2005), a missão deve anunciar exatamente onde a Empresa quer ir. Uma declaração de missão efetiva basicamente responde à questão de como a organização pretende vencer no seu negócio.

A visão tem o propósito de mirar o futuro que se deseja atingir. É a imagem que a organização define a respeito do seu futuro, o que ela pretende ser. Uma prática comum é utilizar a visão como um projeto do que elas gostariam de ser dentro de um determinado período de tempo (Chiavenato, 2000).

Para Welch (2005), os valores descrevem os comportamentos necessários para atingir a missão. Valores são comportamentos específicos, e tão bem definidos que não deixam margem de dúvida.

Todos na companhia devem poder opinar em relação aos valores a serem escolhidos, já que uma maior participação gera mais ideias e principalmente maior comprometimento das pessoas. Os valores somente serão efetivos se eles forem amparados pela organização, ao recompensar as pessoas que os praticam e punir os que não. Além disso, os valores têm que estar suportando a missão, coerente com o proposto.

6.1 Missão

Oferecer produtos de qualidade que realcem a beleza e a saúde da pele, trazendo a promoção da autoestima e beleza para os nossos clientes, além de proporcionar experiências sensoriais por meio de fragrâncias únicas.

6.2 Visão

Ser a número um do Estado em inovação e liderança no desenvolvimento de novos produtos e tecnologias.

6.3 Valores

Compromisso com a qualidade, inovação, sustentabilidade, responsabilidade social, diversidade e inclusão. Além disso, a transparência, a ética nos negócios e o respeito pelos clientes e colaboradores.

6.4 Dados dos Dirigentes

Heloisa de Aquino Alves dos Santos

Solteira, Brasileira. Formação: E.E Arthur Ribeiro
Técnico em Administração pela Etec Professora Nair Luccas Ribeiro.

Isabelly Pinheiro

Solteira, Brasileira.

Formação: E.E Arthur Ribeiro
Técnico em Administração pela Etec Professora Nair Luccas Ribeiro.

Júlia Caldeira Lima

solteira, Brasileira.

Formação: E.E Arthur Ribeiro
Técnico em Administração pela Etec professora Nair Luccas Ribeiro.

Maria Luiza de Lima Crecembine

Solteira, Brasileira.

Formação: E. E Arthur Ribeiro
Técnico em Administração pela Etec Professora Nair Luccas Ribeiro.

Weslley brenno Fernandes Pereira

Solteiro, Brasileiro.

Formação: E. E Arthur Ribeiro
Técnico em Administração pela Etec Professora Nair Luccas Ribeiro.

7 FONTES DE RECEITA

Na Flor de Lótus, as principais fontes de receita são: venda de produtos de cosméticos e autocuidados, como: linha de produtos Natura, Eudora, Avon, Ruby Rose, Mary Kay e o sérum rejuvenecedor e hidratante.

8 NECESSIDADES A SEREM ATENDIDAS

A Flor de Lótus surge com o objetivo de atender a uma crescente demanda por produtos de beleza e cuidados pessoais que aliam qualidade, ética e sustentabilidade. Em um mercado cada vez mais consciente das questões ambientais e da saúde pessoal, a empresa se propõe a suprir as necessidades dos clientes por cosméticos que promovem o bem-estar e cuidam da saúde da pele, respeitando o meio ambiente e as práticas sociais responsáveis.

De acordo com GITMAN (2010), uma empresa é uma organização que utiliza recursos para produzir bens ou serviços com o intuito de satisfazer as necessidades de seus clientes. Nesse contexto, a Flor de Lótus se insere ao oferecer produtos que atendem às necessidades de cuidados pessoais com foco na saúde e no autocuidado. Ao priorizar a utilização de ingredientes naturais e a produção sustentável, a empresa atende à demanda dos consumidores por cosméticos que não só embelezam, mas também promovem o equilíbrio e a saúde da pele de forma ética.

Além disso, a Flor de Lótus reconhece que os consumidores estão cada vez mais exigentes quanto às questões ambientais e sociais. A crescente conscientização sobre os impactos negativos dos produtos industrializados e a busca por alternativas mais naturais e sustentáveis são necessidades que a empresa visa atender com a implementação de práticas de responsabilidade social e ambiental.

Dessa forma, as necessidades que a Flor de Lótus busca atender envolvem a entrega de produtos que ofereçam cuidados eficazes para a pele, sem comprometer a saúde do consumidor nem o meio ambiente. A empresa visa criar uma experiência de autocuidado que combine inovação com respeito à natureza, com o objetivo de se tornar uma referência em cosméticos naturais no país.

9 CENÁRIO FUTURO PARA O MERCADO

O mercado de cosméticos e beleza para a Flor de Lótus está projetado para crescer de maneira significativa, impulsionado por tendências como a demanda crescente por produtos personalizados e a crescente conscientização sobre a sustentabilidade. Segundo um levantamento realizado pela TCP Partners, o mercado de beleza e cosméticos, está com um crescimento previsto de 5,7% até 2025, o setor deve faturar cerca de US\$417,24 bilhões até 2030, com uma taxa de crescimento anual de 4,2% durante esse período.

À medida que os consumidores se tornam mais exigentes em relação à qualidade e eficácia dos produtos, a Flor de Lótus se destaca por oferecer soluções inovadoras com o foco em ingredientes naturais e embalagens sustentáveis. Além disso, a integração de tecnologias digitais e a personalização de produtos, como o sérum exclusivo da marca, serão cruciais para atrair e reter clientes em um mercado competitivo. A adaptação às mudanças nas preferências dos consumidores e a adoção de práticas de marketing direcionadas serão fundamentais para o sucesso contínuo da empresa (Kotler & Keller, 2016).

A Flor de Lótus terá foco em entregar qualidade em seus produtos oferecidos, alcançar o maior volume de clientes possíveis, e crescer anualmente como referência de melhor empresa de cosméticos e perfumaria.

10 RECURSOS HUMANOS

Gestão de Recursos Humanos (RH) é a prática de recrutar, desenvolver e gerenciar pessoas dentro de uma organização. O objetivo é maximizar a produtividade e garantir que as necessidades dos funcionários sejam atendidas, desde a contratação até a formação e retenção.

Para Frederick Taylor (1995) , considerado o pai da administração, a seleção e treinamento dos colaboradores são essenciais para as práticas modernas de gestão de pessoas, para ele quanto melhor o treinamento, maior otimização e eficácia no trabalho, embora seu foco não seja RH. Henry Mintzberg (1979) destaca a importância de adaptar as práticas de RH às necessidades e contextos específicos de uma organização.

Na visão de Chiavenato (2014) os recursos humanos constituem o conjunto de pessoas que trabalham em uma organização e que contribuem diretamente para o alcance dos objetivos da empresa, aponta então, de modo intencional, que o RH (recursos humanos) é a unanimidade (consenso absoluto) focado em superar as metas da empresa e alcançar o sucesso.

Para a empresa Flor de Lótus o Recursos Humanos reside em capacitar o potencial dos humanos para assim se tornarem colaboradores que identifiquem-se com a empresa. Ele é responsável pelo recrutamento, treinamento e motivação dos recrutados, assegurando que suas habilidades sejam trabalhadas com eficácia. ORH tem o papel crucial de garantir um ambiente de trabalho positivo e produtivo.

10.1 Recrutamento e seleção

Recrutamento e seleção são processos fundamentais para encontrar e contratar candidatos adequados para uma organização. O recrutamento envolve atrair candidatos por meio de anúncios, redes sociais e outras fontes.

A seleção é a etapa de avaliar e escolher o melhor candidato, utilizando entrevistas, testes e análise de currículos. Juntos, esses processos visam encontrar a melhor combinação entre as habilidades do candidato e as necessidades da empresa, garantindo que a contratação seja a mais eficaz e alinhada com os objetivos da organização.

KOSSECKI (1998) afirma que o recrutamento e seleção de pessoas são processos cruciais para garantir que a organização contrate indivíduos que estejam alinhados com suas necessidades e objetivos. O processo de recrutamento da Flor de Lótus começa com a definição clara da vaga, incluindo cargo, responsabilidades e requisitos, como experiência em beleza e habilidades de comunicação. A equipe cria um anúncio atraente que reflete os valores da marca e o publica em sites de emprego e redes sociais.

Após receber os currículos, a equipe faz uma triagem para identificar os candidatos que se encaixam na cultura da empresa. Os selecionados participam de uma entrevista inicial por telefone ou vídeo, seguida de uma entrevista presencial, onde podem mostrar suas habilidades. Se necessário, um teste prático pode ser aplicado.

Depois das entrevistas, a equipe discute os candidatos e escolhe o mais adequado, que recebe uma proposta formal de emprego com detalhes sobre salário e benefícios. Para garantir uma boa integração, a Flor de Lótus oferece um programa de acolhimento, apresentando a equipe e os produtos da empresa. Feedback é enviado aos candidatos não selecionados, mantendo uma boa relação e reforçando a reputação da marca. Essa abordagem humana atrai talentos e fortalece a imagem da Flor de Lótus no mercado.

10.2 Treinamento e desenvolvimento

Treinamento e desenvolvimento no RH referem-se a processos estratégicos destinados a aprimorar as habilidades e competências dos colaboradores e preparar os funcionários para novos desafios e responsabilidades dentro da organização. O treinamento foca em melhorar o desempenho em funções específicas e resolver lacunas de habilidades imediatas, enquanto o desenvolvimento busca promover o crescimento contínuo e a evolução profissional a longo prazo, preparando os colaboradores para futuras posições e contribuindo para o alcance dos objetivos organizacionais. Ambos são essenciais para garantir que a empresa mantenha uma força de trabalho qualificada e adaptável às mudanças do mercado e às necessidades internas.

Para Chiavenato (2014) o treinamento e desenvolvimento são processos contínuos que visam a adaptação dos colaboradores às mudanças do mercado e às novas exigências do trabalho, promovendo o crescimento pessoal e profissional.

O processo de treinamento dos colaboradores da Flor de Lótus começa com um acolhimento caloroso, onde novos funcionários são apresentados à missão e aos valores da empresa. Durante as primeiras semanas, eles participam de workshops interativos que ensinam sobre os produtos e técnicas de beleza, além de abordarem temas como atendimento ao cliente e sustentabilidade. Os colaboradores têm a oportunidade de aprender na prática, com mentorias de colegas mais experientes que os guiam e oferecem apoio. Reuniões regulares são realizadas para compartilhar experiências e coletar feedback, garantindo que todos se sintam ouvidos e valorizados.

Com esse enfoque, a Flor de Lótus não só desenvolve habilidades, mas também cria um ambiente de trabalho acolhedor e colaborativo, onde cada membro da equipe se sente parte importante da família da marca.

10.3 Avaliação de desempenho

A avaliação de desempenho é uma prática importante na gestão de Recursos Humanos (RH). Ela ajuda a medir como os colaboradores estão se saindo em suas funções e a alinhar seu trabalho aos objetivos da empresa. Segundo Chiavenato (2014), o principal objetivo da avaliação é identificar o potencial dos funcionários.

Existem várias formas de realizar essa avaliação, como autoavaliações, feedback de colegas e opiniões de supervisores. Cada uma traz uma perspectiva diferente sobre o desempenho do colaborador. Drucker (2007) destaca que o feedback contínuo é essencial para o desenvolvimento profissional, pois ajuda os funcionários a entenderem suas forças e áreas de melhoria.

A avaliação de desempenho também é crucial para o planejamento de carreira e o crescimento dos colaboradores. Identificando habilidades e competências, a empresa pode oferecer treinamentos que favoreçam o desenvolvimento. Kirkpatrick (1998) afirma que um bom sistema de avaliação deve estar alinhado às metas da organização.

Em resumo, a avaliação de desempenho no RH não só melhora o desempenho dos colaboradores, mas também fortalece a cultura da empresa e melhora o ambiente de trabalho. Ter processos claros e justos para a avaliação é fundamental para o sucesso da organização.

O processo de avaliação de desempenho na Flor de Lótus é um momento importante de diálogo e crescimento. A cada trimestre, os colaboradores se reúnem com seus líderes para uma conversa aberta, onde discutem conquistas, desafios e metas futuras. Essa troca de ideias permite que cada um receba feedback construtivo sobre seu trabalho e descubra áreas para melhorar. Além disso, os colaboradores são incentivados a compartilhar suas próprias percepções sobre o ambiente de trabalho e como se sentem na equipe.

O foco está em criar um espaço seguro e acolhedor, onde todos possam aprender e se desenvolver juntos, reforçando o compromisso da Flor de Lótus com o bem-estar e a evolução de seus talentos.

10.4 Plano motivacional

O plano motivacional dentro do Recursos Humanos é essencial para criar um ambiente de trabalho produtivo e saudável, impactando diretamente a satisfação e o desempenho dos colaboradores. Segundo Chiavenato (2010), "a motivação é um dos fatores que mais influencia a produtividade", mostrando que ações motivacionais podem aumentar o engajamento e a eficácia do trabalho. Além disso, um bom plano ajuda a reter talentos, já que colaboradores motivados tendem a ficar na empresa, reduzindo a rotatividade (Cascio, 2016). Ao focar no desenvolvimento pessoal e profissional, como sugere Maslow (1943) em sua teoria das necessidades, as organizações mostram que valorizam seus funcionários, promovendo um clima organizacional positivo e incentivando a criatividade. Assim, a implementação de um plano motivacional beneficia não apenas os colaboradores, mas também fortalece a cultura da empresa e sua competitividade.

Para a Flor de Lótus, uma estratégia motivacional eficaz seria o "Programa de Desenvolvimento e Reconhecimento Holístico", que une crescimento pessoal e profissional com práticas de bem-estar. Esse programa oferece suporte individual para ajudar os colaboradores a definir seus objetivos de carreira e inclui uma homenagem mensal aos "Colaboradores do Mês", com prêmios simbólicos para celebrar suas conquistas. Além disso, realizamos workshops mensais sobre saúde mental e gestão do estresse, promovendo o cuidado com o bem-estar de todos. Para fortalecer os laços da equipe, organizamos eventos de integração a cada trimestre e criamos um sistema de feedback aberto, onde todos podem se expressar livremente. Também oferecemos opções de trabalho flexíveis, permitindo que cada um encontre seu próprio ritmo. Com essas ações, queremos criar um ambiente colaborativo, onde todos se sintam valorizados e motivados, resultando em um time mais unido e comprometido.

10.5 Estilo de liderança

A liderança em Recursos Humanos da empresa Flor de Lótus deve se concentrar na valorização das pessoas e na criação de um ambiente colaborativo. Chiavenato (2014) destaca a importância de motivar e desenvolver os

colaboradores, o que é essencial para que todos se sintam parte da equipe. Esse foco não apenas atende às demandas do mercado, mas também estimula a criatividade e a inovação.

Além disso, como menciona Dutra (2017), um bom líder atua como facilitador, promovendo uma comunicação aberta e feedback construtivo. Isso não só aumenta a satisfação dos funcionários, mas também fortalece o engajamento. Assim, a Flor de Lótus pode se tornar um exemplo em gestão de pessoas, alinhando suas metas às necessidades e aspirações de sua equipe.

Como responsável pelo RH da Flor de Lótus, vejo que nossa força está nas pessoas. É crucial valorizá-las e criar um ambiente onde todos se sintam ouvidos e motivados. Ao promover uma comunicação aberta e oferecer oportunidades de desenvolvimento, podemos despertar a criatividade e atender às necessidades do mercado. Meu objetivo é garantir que cada colaborador se sinta parte fundamental da nossa missão, criando um ambiente positivo e produtivo.

Dessa forma, o processo de liderança na Flor de Lótus será baseado em algumas etapas-chave. Primeiro, haverá um foco na comunicação clara e constante, com reuniões regulares onde os líderes ouvirão as opiniões e sugestões da equipe. Em seguida, os líderes irão definir metas compartilhadas, garantindo que todos compreendam a visão e os objetivos da empresa.

Além disso, os líderes promoverão o desenvolvimento contínuo dos colaboradores, oferecendo oportunidades de treinamento e workshops que estimulem habilidades e criatividade. Também será importante implementar um sistema de feedback construtivo, onde os colaboradores possam dar e receber opiniões de maneira aberta e respeitosa.

Os líderes devem ser acessíveis e dispostos a apoiar a equipe, criando um ambiente onde todos se sintam confortáveis para compartilhar ideias e desafios. Por fim, celebrações regulares para reconhecer conquistas e esforços individuais e coletivos ajudarão a manter a motivação alta, reforçando a união e o compromisso de todos com a missão da Flor de Lótus.

11 O SETOR E SUA ANÁLISE EM DETALHES

O setor de estética e beleza no Brasil em 2024 está em expansão, com um crescimento notável nos últimos cinco anos, saltando de 72 mil para 480 mil profissionais na área (Investe – SP). O Brasil se destaca como o quarto maior mercado de beleza do mundo, atrás apenas dos Estados Unidos, China e Japão, liderando a América Latina.

A demanda por procedimentos estéticos continua a crescer, com cerca de 1,5 milhão de procedimentos realizados anualmente, resultando em um impacto financeiro significativo de aproximadamente R\$ 48 bilhões no setor (Estética e mercado, 2024). Os consumidores estão cada vez mais interessados em produtos sustentáveis e naturais, e o mercado de cosméticos orgânicos está projetado para crescer consideravelmente, atendendo a uma população mais consciente e disposta a investir em qualidade.

Regiões como o Sudeste ainda são as maiores consumidoras, com um aumento no gasto com produtos de beleza, refletindo o aumento do poder aquisitivo e a busca por bem-estar e autoestima. Além disso, o comércio eletrônico tem desempenhado um papel crucial nesse crescimento, facilitando o acesso a uma ampla gama de produtos e serviços de beleza.

Essas tendências revelam um panorama otimista para o setor, com expectativas de continuar a crescer e se adaptar às demandas dos consumidores, que buscam cada vez mais soluções práticas e sustentáveis para cuidados pessoais.

12 ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA DIRETA E INDIRETA

De acordo com Paulo Nunes (2018) o termo concorrência é geralmente utilizado para designar o grau de competitividade ou de rivalidade existente entre empresas ou outras entidades que oferecem produtos ou serviços semelhantes (substitutos) e que competem entre si pelos mesmos mercados ou segmentos de mercado. Por vezes, o mesmo termo é também utilizado para designar o próprio grupo de empresas que pactuam nos mesmos mercados com o mesmo tipo de produtos ou serviços, confundindo-se, neste caso, com o termo 'concorrentes'.

De acordo com a teoria económica, a existência de concorrência é imprescindível para promover a eficiência produtiva e a inovação nos produtos e serviços, podendo, por isso, ser considerado como um dos motores do crescimento e do desenvolvimento.

. Na prática, os níveis concorrenciais tendem a aumentar quando: i) existem muitos produtores a produzir bens semelhantes e dirigidos para os mesmos mercados, (ii) esses produtores são muito semelhantes em termos de dimensão, estrutura de custos ou know-how, (III) os produtos e serviços são muito semelhantes e de difícil diferenciação, (iv) a quantidade oferecida no mercado é superior à quantidade procurada (o que pode acontecer devido a quebras no rendimento disponível, devido ao surgimento de produtos substitutos ou devido a alterações nas preferências e gostos dos consumidores).

As definições de concorrência direta para José Roberto Marques (2019), referem-se as empresas que oferecem produto/serviço iguais, com a mesma faixa de preço, utilizam pontos de venda semelhantes e possuem tipos de negociação similares, atingindo, por conta disso, o mesmo nicho de mercado e público-alvo. Para vencer esse tipo de concorrência, o empreendimento deve focar em ações de marketing de produto/serviço, permitindo assim, que o cliente o compare com a empresa concorrente e escolha por aquelas com o maior número de vantagens.

Quanto a Concorrência indireta as empresas não oferecem o mesmo tipo de produto/serviço, mas atingem o mesmo perfil de público- alvo, através da

estratégia de substituição, o que acaba influenciando na decisão do cliente.

Analisamos os concorrentes da Flor de Lótus e chegamos à conclusão que temos ganhado o poder de competitividade com alguns deles. conseguimos identificar também que a empresa, possui concorrentes diretos, porém, nenhum deles oferecem sérum desenvolvidos de forma terceirizada ou por produção própria.

Identificou-se os concorrentes indiretos que entregam variedades de produtos semelhantes ou que possa substituir os produtos que estará disponíveisem nossa empresa. Um dos exemplos de concorrência indireta que identificamos são as drogarias/farmácias, que já conquistaram muitos clientes fiéis no mercado, o que pode ser considerado uma ameaça para a Flor de Lotus.

No geral, os conorrentes identificados possuem variedades em produtos, eles dispõem desde perfumes, maquiagens, porém, não oferecem marcas exclusivas que somente a Flor de Lótus Oferecerá.

A empresa, desenvolverá estratégias eficientes e assertivas para aumentar cada vez mais nossa performance e alcançar resultados extraordinários, investindo em nossos produtos e serviços, contaremos com uma infraestrutura de qualidade estabelecendo um local de fácil acesso, atendimento diferenciado investindo em treinamento e capacitação de nossa equipe, porque dessa maneira conseguiremos transmitir a verdadeira identidade de nossa empresa.

13 ANÁLISE DOS FORNECEDORES

Ao tratar de fornecedores, a empresa Flor-de-lótus contará com um sistema de cadastro de fornecedores, com o objetivo de obter informações sobre as empresas instaladas no Brasil, qualificadas para o fornecimento de bens, materiais, produtos e serviços para a nossa empresa. Iremos manter esses cadastros sempre atualizados para termos informações a tempo e a hora.

Nesses cadastros terão dados e critérios como: confiabilidade, serviços pós- venda, habilidades técnicas e capacidade de produção. Com base nessas informações, a nossa empresa pode tomar decisões informadas sobre quais fornecedores são mais adequados para nossas necessidades e objetivos estratégicos.

Uma análise de fornecedores meticulosa pode nos ajudar a reduzir riscos, otimizar custos, melhorar a qualidade e garantir o sucesso em nossas operações. Faremos uma formatação de no mínimo três orçamentos, para nós termos uma ideia de como será essa.

O nosso principal fornecedor será a empresa “Virtual make” optamos por atacadistas com preços favoráveis para o mercado atual. A parte de desenvolvimento do nosso produto decidimos escolher uma entre as várias opções no mercado de cosméticos, a empresa KS fórmulas, analisando os fatos, chegamos à conclusão que o produto de função mais viável para o nosso alcance seria um Sérum com várias funcionalidades. A palavra sérum tem como significado “veículo de textura leve, de rápida absorção e fácil espalhabilidade.”. Dentre essas funcionalidades entramos com um projeto onde certo produto irá participar em cada área como: o Sérum hidratante é um produto para pele com alta concentração de ingredientes ativos, fornecido como ponto principal a hidratação profunda da pele. Possuindo uma textura leve e fluida, onde faz com que seja absorvido com facilidade. Ele ajuda na hidratação intensiva, melhoria da pele, na preparação da pele para outros produtos, e também é de ótimo uso em climas secos ou em situações que exigem hidratação extra. Sérum anti-idade: é um produto de alta concentração, formulado mais especificamente no combate de sinais, linhas de expressão, sinais de envelhecimento, flacidez e manchas. Ajuda

na redução das linhas e rugas. Ingredientes como Retinol, peptídeos e ácidos, ajudam na suavização das linhas e manchas. Geralmente aplicado após a limpeza de pele e antes da hidratação como cremes hidratantes e protetores solares. Um produto de também consistência leve que ajuda na rápida absorção na pele. Sérum anti-acne: ajuda no combate e na prevenção da acne, ele visa reduzir a inflamação, controlar a produção de óleo excessivo, prevenir a chance de aparecer cravos e espinhas ou outras lesões causadas na pele.

No geral esse produto terá um volume significativo de investimentos com os fornecedores parceiros, sendo a empresa citada e também a KSfórmulas de Teodoro Sampaio - SP

14 ANÁLISE DAS ENTIDADES REGULADORAS

As agências reguladoras exercem uma função essencial na vigilância e regulamentação das atividades econômicas, principalmente em áreas que envolvem a fabricação e venda de produtos e serviços. De acordo com Pereira (2010), essas agências são organizações instituídas pelo governo para garantir que os serviços, tanto públicos quanto privados, sejam oferecidos de maneira apropriada, protegendo os consumidores e promovendo uma competição leal entre as empresas. Essas instituições definem normas, monitoram a observância das regras e incentivam a transparência, assegurando que as empresas operem de forma ética e responsável.

No cenário da inauguração da loja Flor de Lótus, situada em Teodoro Sampaio – SP, a avaliação das entidades reguladoras é essencial para assegurar a conformidade legal e a segurança das atividades. A Flor de Lótus operará em um ambiente altamente competitivo e regulamentado, onde diversas normas e legislações precisam ser seguidas.

Entre as principais instituições que supervisionam o setor de cosméticos no Brasil estão a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) e o Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (INMETRO).

A ANVISA, por sua vez, é encarregada de regular e monitorar produtos de higiene e cosméticos, garantindo que os itens comercializados sejam seguros para os consumidores e não ofereçam riscos à saúde. Isso significa que a Flor de Lótus deverá cumprir rigorosos critérios de qualidade e segurança, submetendo seus produtos a testes e registros exigidos pela ANVISA.

Além disso, a companhia deverá levar em conta questões legais relacionadas à sua estrutura administrativa. A definição da forma jurídica e o atendimento às obrigações fiscais são fatores regulatórios que impactam diretamente a operação do empreendimento.

O registro da empresa, a obtenção de licenças de funcionamento e a adesão às legislações locais e estaduais são etapas essenciais para a formalização da Flor de Lótus. A relação com órgãos reguladores não se restringe apenas ao cumprimento de normas, mas também pode facilitar a construção de

uma imagem favorável da marca, evidenciando o compromisso com a qualidade e a ética no setor. Portanto, a análise das entidades reguladoras é um aspecto essencial no desenvolvimento do plano de negócios da Flor de Lótus.

A conformidade regulatória não apenas assegura a legalidade da operação, mas também contribui para a construção de um diferencial competitivo, criando confiança junto aos consumidores e fortalecendo a marca no mercado local. Para aprimorar a qualidade deste capítulo, seria interessante incluir exemplos práticos de como outras empresas do setor de cosméticos lidaram com regulamentações e como isso impactou seu desempenho no mercado. Isso não só enriqueceria a análise, mas também forneceria um panorama mais abrangente sobre a importância da regulamentação na estratégia de negócios da Flor de Lótus.

Um aspecto crucial no processo de abertura de qualquer estabelecimento comercial, incluindo a loja Flor de Lótus em Teodoro Sampaio/SP, é a obrigatoriedade de vistoria e autorização por parte do Corpo de Bombeiros, responsável por garantir a segurança contra incêndios e a proteção de pessoas e bens no local. A obtenção do Auto de Vistoria do Corpo de Bombeiros é um requisito legal indispensável, e a loja só poderá iniciar suas operações após cumprir todas as exigências previstas nas normas de segurança contra incêndios.

Entre os principais itens avaliados durante a inspeção, destaca-se o sistema de combate a incêndios, que deve incluir extintores adequados ao tipo de atividade exercida e à área construída do imóvel, sempre devidamente sinalizados e em número suficiente. Dependendo das dimensões e características do empreendimento, podem ser exigidos sistemas mais complexos, como sprinklers automáticos, hidrantes internos e externos, além de mangueiras de combate a incêndio. A conformidade com essas normas de segurança é um fator determinante, e qualquer irregularidade identificada durante a vistoria pode exigir ajustes ou reformas no imóvel, o que, por sua vez, poderá adiar a obtenção do alvará de funcionamento da loja.

15 ECONOMIA

A economia, conforme descrito por Samuelson e Nordhaus em "Economics" (2004), é a ciência que estuda a alocação de recursos escassos entre usos alternativos para satisfazer as necessidades humanas. Paralelamente, a demografia, que investiga as características da população e suas dinâmicas, ganha relevância crescente na análise econômica das cidades.

Em Teodoro Sampaio, SP, a integração desses conceitos tem se tornado fundamental para entender e projetar o desenvolvimento local, especialmente à luz dos dados fornecidos pelo IBGE. O avanço na capacidade de processar grandes volumes de dados demográficos e econômicos possibilita a obtenção de insights cruciais para a tomada de decisões empresariais.

A importância da economia é manifesta na forma como ela pode estimular o crescimento e o desenvolvimento de uma localidade, e a instalação de um novo negócio pode servir como um catalisador para tal progresso. Neste contexto, a abertura da loja de cosméticos Flor de Lótus em Teodoro Sampaio representa uma oportunidade significativa.

A introdução dessa loja, que será a primeira a oferecer cosméticos de marca não oferecidos anteriormente na cidade até então, tem o potencial de não apenas atender a uma demanda não explorada, mas também de aumentar a atividade do mercado local. O que torna este plano de negócios tão relevante é que a presença da Flor de Lótus poderá fortalecer ainda mais o cenário econômico de cosméticos da cidade, contribuindo para seu aumento de concorrência e desenvolvimento interno.

Este plano de abordagem envolve uma análise detalhada da viabilidade econômica da loja, considerando aspectos como a definição do público-alvo, a estrutura organizacional, o plano de marketing, a operação e a gestão financeira.

15.1 Demografia

A demografia, segundo Sposito (2005), é o estudo das populações humanas, considerando suas características, dinâmicas e distribuições espaciais. Essa área do conhecimento é fundamental para a compreensão das condições sociais e econômicas de uma região, permitindo que empresas identifiquem oportunidades e desenvolvam estratégias adequadas ao seu público-alvo.

No contexto da abertura de uma empresa de cosméticos em Teodoro Sampaio/SP, o conhecimento demográfico permitirá que os empreendedores analisem as características da população local, como faixa etária, renda e hábitos de consumo. Com uma população de 22.173 habitantes, a empresa pode segmentar seu público, oferecendo produtos que atendam às necessidades específicas de diferentes grupos, como jovens, adultos e idosos.

Além disso, a análise da densidade demográfica pode ajudar na escolha da localização da loja, priorizando áreas com maior fluxo de pessoas, otimizando, assim, a visibilidade e o potencial de vendas. Por meio dessa abordagem, a empresa poderá alinhar sua oferta ao perfil demográfico, maximizando suas chances de sucesso no mercado local.

15.2 Tecnologia

De acordo com Hermann Simon em seu trabalho intitulado "O que é Tecnologia?", a tecnologia é definida como um corpo de conhecimento, habilidades e maneiras de fazer as coisas sistematicamente organizadas para transformar materiais naturais em produtos e serviços utilizáveis. Mecanização e conhecimento de mecanização são elementos essenciais para toda tecnologia.

Assim, ao fornecer inovação, a tecnologia se torna um fator indispensável no desenvolvimento das sociedades, ajudando a melhorar a qualidade de vida e a eficiência. O autor afirma que há uma inter-relação entre ciência e tecnologia, pois, na maioria dos casos, o progresso em um campo resultaria no avanço do outro. A tecnologia é, portanto, percebida como uma força social dinâmica que evolui com relação às circunstâncias culturais, econômicas e históricas, mas tem grande influência na busca de soluções sustentáveis.

A Flor de Lótus visa implementar o avanço da tecnologia em produtos com inteligência artificial para personalização de recomendações, alinhando-se à crescente demanda por soluções sob medida. Ao focar em cosméticos que atendem às necessidades individuais dos clientes, a marca não apenas inova em suas ofertas, mas também utiliza ferramentas tecnológicas para criar produtos personalizáveis, permitindo que os consumidores escolham ingredientes ou formulações específicas. Além disso, a loja contará com uma plataforma de educação digital nas redes sociais, oferecendo cursos e tutoriais interativos sobre cuidados com a pele e maquiagem. Essa abordagem não só capacita os clientes, mas também reforça a conexão da marca com seu público.

Com essas iniciativas, a Flor de Lótus se posiciona como uma referência em responsabilidade social e inovação, demonstrando como a tecnologia pode promover práticas empresariais sustentáveis e eficientes, contribuindo para um futuro mais verde e personalizado.

15.3 Aspecto sócio-culturais

A cidade de Teodoro Sampaio adotou uma cultura simples, já habituada a práticas tradicionais. Pesquisas realizadas mostraram que, o atendimento personalizado e o ambiente acolhedor que planejamos oferecer são aspectos fundamentais para atrair os munícipes. A experiência de compra deve ir além da transação comercial, proporcionando um espaço onde os consumidores se sintam valorizados e ouvidos. A combinação de produtos de qualidade e um atendimento próximo pode resultar em um vínculo de confiança, essencial para o sucesso do negócio em uma cidade com características socioculturais específicas.

Vale destacar também que a inclusão de elementos da cultura local em nossa comunicação e marketing pode facilitar a aceitação. Campanhas que valorizem a história da cidade e suas tradições podem engajar os residentes mais velhos, fazendo com que se sintam parte da nossa proposta. Essa estratégia não apenas atrai o público-alvo desejado, mas também contribuirá para fortalecer a identidade cultural da cidade, criando um ciclo positivo de consumo e valorização do que é local.

Para aprofundar a análise sobre o potencial da Flor de Lótus em Teodoro Sampaio, é importante considerar dados demográficos e sociais que forneçam um contexto mais amplo sobre a população local. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), de acordo com o último censo que teve em 2022, a cidade possui uma população de aproximadamente 22.173 habitantes, com uma faixa etária significativa de pessoas acima de 60 anos, o que representa cerca de 15% da população total.

Essa informação é tão relevante, pois indica que um número considerável de potenciais clientes se encaixa no perfil de consumidores que buscam cuidados com a pele e bem-estar.

16 ASPECTOS AMBIENTAIS – PLANO DE GESTÃO AMBIENTAL

A Flor de Lótus, localizada em Teodoro Sampaio/SP, compromete-se a implementar um plano de gestão ambiental que promova a sustentabilidade por meio da utilização de embalagens biodegradáveis e fórmulas inovadoras, desenvolvidas pela empresa parceira KS Fórmulas. Este plano é uma resposta à crescente demanda da sociedade por produtos que respeitam o meio ambiente e à necessidade urgente de reduzir os impactos ambientais causados pelo descarte inadequado de resíduos.

A legislação ambiental brasileira, em especial a Lei Federal nº 12.305/2010, que institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos, estabelece diretrizes para a gestão de resíduos e a responsabilidade compartilhada entre fabricantes, importadores, distribuidores e consumidores. Esta lei evidencia a importância da responsabilidade social das empresas e justifica a elaboração deste plano, visando não apenas a conformidade legal, mas também o compromisso com a preservação ambiental.

O diagnóstico ambiental inicial revela que o descarte inadequado de embalagens de produtos cosméticos na cidade é um problema significativo, contribuindo para a poluição e afetando a qualidade de vida da população. A Flor de Lótus se propõe a reduzir pela metade o descarte incorreto de embalagens, promovendo a conscientização da comunidade sobre a importância da correta destinação dos resíduos.

Para isso, serão desenvolvidas campanhas educativas que incluirão panfletos informativos e palestras com profissionais da área ambiental, visando esclarecer a população sobre as consequências do descarte inadequado e a importância do uso de embalagens sustentáveis. As embalagens biodegradáveis utilizadas nos produtos da Flor de Lótus serão fabricadas pela KS Fórmulas, que também será responsável pela produção das fórmulas. Esta parceria garantirá que todos os produtos atendam aos padrões de sustentabilidade, minimizando o impacto ambiental.

As metas estabelecidas são claras e objetivas: reduzir em 50% o descarte

inadequado de embalagens na cidade de Teodoro Sampaio até 2026. Para alcançar essa meta, a Flor de Lótus vai implementar ações que visem não apenas a melhoria de seus processos produtivos, mas também a sensibilização da comunidade sobre práticas sustentáveis. Espera-se que, com a conscientização promovida, os cidadãos passem a adotar comportamentos mais responsáveis em relação ao descarte de resíduos, contribuindo para um ambiente mais limpo e saudável.

Em síntese, o plano de gestão ambiental da Flor de Lótus representa um compromisso com a inovação e a responsabilidade socioambiental. Ao integrar tecnologia e práticas sustentáveis, a empresa não apenas atenderá à demanda de um mercado cada vez mais consciente, mas também se posicionará como uma referência em práticas empresariais que visam a preservação ambiental e o bem-estar da comunidade de Teodoro Sampaio.

15.4 Análise swot

A análise SWOT é uma ferramenta estratégica que permite identificar as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças de um negócio. A seguir, apresentamos uma análise SWOT detalhada da Flor de Lótus, uma empresa de cosméticos com foco em produtos naturais, éticos e sustentáveis.

Forças: Qualidade e Inovação dos Produtos; Responsabilidade Social e Ambiental; Diferenciação no Mercado; Reputação e Confiança.

Fraquezas: Custo de Produção; Dependência de Fornecedores Sustentáveis; Reconhecimento de Marca.

Oportunidades: Crescimento do Mercado de Cosméticos Naturais; Expansão para Novos Mercados; Tendência de Consumo Consciente; Parcerias Estratégicas.

Ameaças: Concorrência Intensa; Variações nos Preços; Mudanças na Regulação e Legislação; Riscos Econômicos

A Flor de Lótus possui várias forças que a posicionam bem no mercado de cosméticos naturais, com um foco em qualidade, inovação e responsabilidade social e ambiental. No entanto, a empresa deve lidar com alguns desafios relacionados ao custo de produção e ao fortalecimento da marca.

17 PLANO ORGANIZACIONAL

17.1 Estratégia competitiva escolhida pela empresa

No cenário competitivo dos negócios, a estratégia de diferenciação emerge como uma abordagem essencial para as empresas que buscam se destacar em meio a concorrência arriscada. A Flor de Lótus fundamenta-se na criação e promoção que características únicas e distintas em produtos ou serviços, estamos visando oferecer valor adicional aos clientes e estabelecer uma posição de vantagem no mercado.

Ao invés de competirmos puramente com base em preços, nós que adotamos essa estratégia buscamos oferecer algo exclusivo que vá além do preço, criando uma percepção de valor que justifique um preço mais elevado. Essa exclusividade pode-se manifestar de diversas formas.

Desde a quantidade superior do produto até seu design inovador, funcionalidades adicionais, experiência de marca e serviço ao cliente excepcional. Assim, a diferenciação não é apenas uma estratégia, mas sim um compromisso com a excelência e a inovação que impulsiona o sucesso da nossa empresa a longo prazo no mundo dos negócios.

17.2 Inovação

A estratégia de inovação da nossa empresa é um plano deliberado e orientado para promover a criação e a implementação de novas ideias, produtos, processos, ou modelos de negócios que gerem um valor e vantagem competitiva. Essa estratégia envolve identificar oportunidades de inovação, desenvolver novas capacidades, cultivar uma cultura de criatividade e experimentação, e alinhar os esforços de inovação com os objetivos de negócio da nossa empresa.

A nossa inovação para ser eficaz é crucial tendo em mente a importância de investimentos inteligentes e uma abordagem orientada para o futuro. Seguiremos algumas etapas na busca por inovação, como:

Análise de mercado e tendências: Identificamos as necessidades do mercado e as principais tendências, isso pode incluir pesquisas de mercado, análise de concorrência e feedback do cliente.

Cultura organizacional: Vamos promover uma cultura que incentive a criatividade, colaboração e experimentação. Isso irá envolver programas de incentivo à inovação, treinamento em pensamento criativo e reconhecimento de ideias inovadoras.

Investimento em P & D: Alocar recursos significativos para pesquisa e desenvolvimento é essencial para criar produtos ou serviços inovadores. Isso pode incluir parcerias com universidades e laboratórios de pesquisa.

Colaboração e parcerias estratégicas: Buscaremos parcerias com empresas, startups e especialistas do setor para compartilhar conhecimento e recursos.

Avaliação de riscos e retorno: Avaliamos cuidadosamente os riscos associados a novas iniciativas inovadoras, ao mesmo tempo que consideramos o potencial retorno do investimento.

Assim, a Flor de Lotus identificará as necessidades de inovação nos principais pontos citados.

17.3 competências organizacionais críticas a adquirir

Bucaremos ao longo da jornada empreendedora, competências essenciais para nos mantermos no mercado como: habilidade para identificar oportunidades, avaliar e pensar criticamente, comunicação persuasiva, boa negociação, comunicação interpessoal, escutar e adquirir informações, e resolução de problemas.

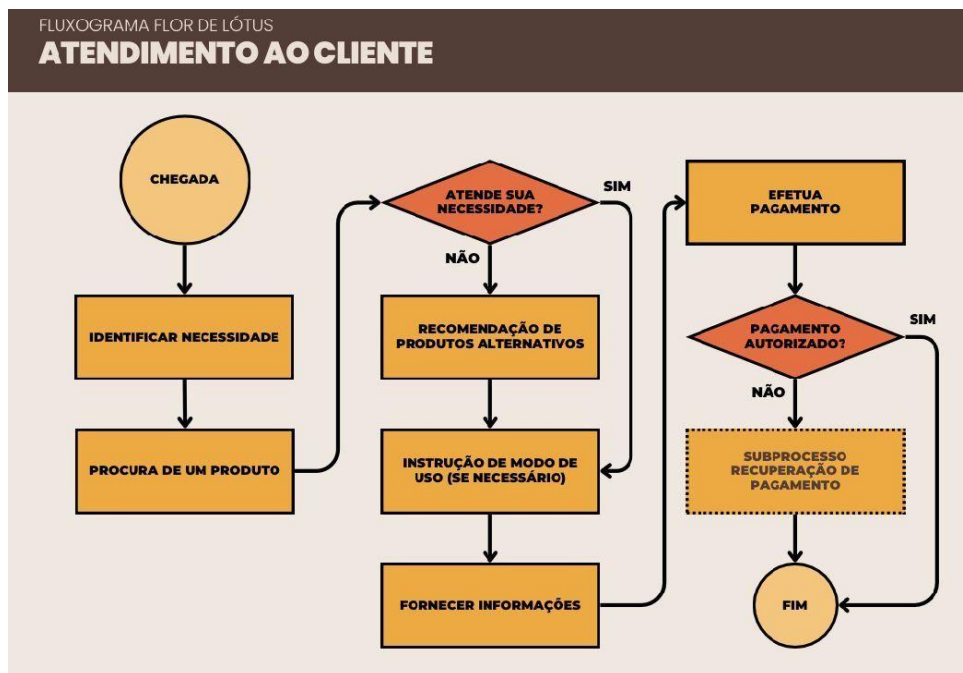
18 SISTEMA DE ATIVIDADES – FLUXOGRAMA

Um fluxograma é uma representação gráfica de um processo ou fluxo de um serviço, utilizando símbolos padronizados como retângulos, losangos e setas, ele ajuda a visualizar de maneira clara quais procedimentos são realizados dentro da empresa, facilitando a compreensão e análise de processos.

Fluxogramas são amplamente utilizados em diversas áreas como a engenharia, educação, gestão de projetos, para melhorar a eficiência e a comunicação.

Apresenta-se abaixo, o fluxograma da empresa:

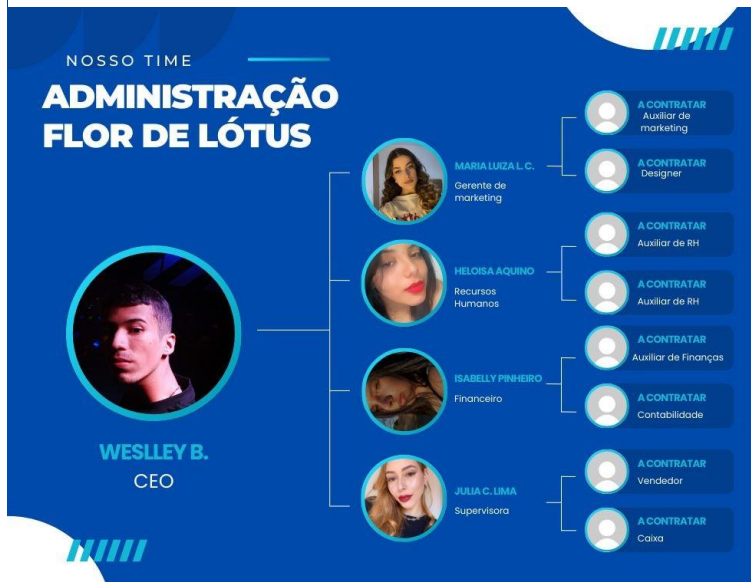
Figura 1: Fluxograma



Fonte: elaborado pelos autores (2024)

18.1 Organograma e quadro gerencial

Figura 2: Organograma



Fonte: elaborado pelos autores (2024)

Um quadro gerencial é uma ferramenta visual que apresenta informações-chave sobre o desempenho de uma organização o projeto. Ele costuma incluir métricas, indicadores de desempenho e dados relevantes, permitindo que os gestores tomem decisões informadas. Esses quadros são essenciais para monitorar progresso e identificar necessidades e facilitar a comunicação entre equipes. Apresenta-se a equipe Flor de lótus e suas principais atribuições:

CEO - Wesley Brenno F. Principais atribuições: Incluem definir a visão e estratégia da empresa, tomar decisões estratégicas, liderar a equipe administrativa, gerenciar operações e recursos, representar a empresa perante acionistas e stakeholders. Além disso, o CEO deve cultivar uma cultura motivacional organizacional e positiva para garantir que a empresa atinja suas metas financeiras e de crescimento.

Recursos Humanos - Heloisa Lopes. Principais atribuições: Desempenha um papel crucial nas organizações, com várias responsabilidades essenciais. Entre suas atribuições, destaca-se o recrutamento e seleção, onde identifica as necessidades de pessoal e conduz processos seletivos para encontrar candidatos qualificados. Ele

também é responsável pelo treinamento e desenvolvimento, criando programas para capacitar colaboradores e promover seu crescimento profissional. Além disso, gerencia o desempenho, estabelecendo sistemas de avaliação e fornecendo feedback.

Marketing - Maria Luiza C. Principais atribuições: O gerente de marketing desempenha um papel vital na promoção e posicionamento de uma marca no mercado. Suas principais funções incluem o desenvolvimento de estratégias de marketing que alinham os objetivos da empresa às necessidades dos consumidores. Ele realiza pesquisas de mercado para analisar tendências e identificar oportunidades, além de planejar, executar e monitorar campanhas publicitárias, avaliando sua eficácia. A gestão da marca é outra função essencial, onde define e mantém a identidade da empresa em todas as comunicações.

Financeiro - Isabelly P. Principais atribuições: O gerente financeiro desempenha um papel crucial na saúde financeira de uma empresa, com várias responsabilidades essenciais. Entre suas principais atribuições, está o planejamento financeiro, que envolve desenvolver e implementar estratégias de curto e longo prazo. Ele também é responsável pela gestão de orçamento, criando e monitorando o orçamento da empresa para garantir que as despesas estejam alinhadas com as receitas. Outra função importante é a análise de desempenho, onde avalia relatórios financeiros para identificar tendências e áreas de melhoria. O gerente financeiro monitora o fluxo de caixa, assegurando a liquidez e solvência da empresa, e controla os custos, buscando medidas para aumentar a eficiência e reduzir despesas.

Supervisor - Julia L. Principais atribuições: O gerente de loja desempenha um papel crucial na operação diária e no sucesso do estabelecimento, com várias atribuições essenciais. Uma de suas principais responsabilidades é a gestão da equipe, onde ele supervisiona, treina e motiva os colaboradores, promovendo um ambiente de trabalho positivo e produtivo. Além disso, o gerente garante um excelente atendimento ao cliente, resolvendo problemas e assegurando a satisfação dos consumidores. Outra função importante é o controle de estoque, que envolve monitorar os produtos disponíveis, realizar pedidos e organizar o armazenamento para evitar faltas ou excessos. O gerente também é responsável pela gestão financeira, analisando vendas e receitas, gerenciando o orçamento e garantindo que as metas financeiras sejam atingidas.

19 PLANO DE MARKETING

A empresa se destaca por oferecer cosméticos que promovem o bem-estar e cuidam da pele, alinhados aos valores de ética e responsabilidade social. O público-alvo da marca é composto principalmente por mulheres entre 25 e 45 anos, preocupadas com sua saúde, bem-estar e com o impacto ambiental das suas escolhas de consumo.

Objetivos no marketing Flor de Lotus: Aumentar a Visibilidade: Tornar a marca Flor de Lótus conhecida no mercado nacional, expandindo a base de clientes; Fidelização de Clientes: Aumentar a lealdade dos clientes atuais, proporcionando uma experiência de compra diferenciada e produtos de alta qualidade. Expansão da Linha de Produtos: Introduzir novos produtos alinhados com as necessidades de cuidados com a pele, cabelo e maquiagem; Posicionamento como Marca de Referência: Tornar-se uma marca líder em cosméticos naturais e sustentáveis, reconhecida pela qualidade e ética de seus produtos.

Além disso, considerando que a preocupação com a saúde e a autoestima está se tornando uma prioridade para muitas pessoas com maior faixa etária, a Flor de Lótus pode se posicionar como uma marca que não apenas oferece produtos de alta qualidade, mas que também valoriza a individualidade e os desejos pessoais dos clientes. A criação de linhas de produtos que atendam especificamente às necessidades de pele madura, como cremes hidratantes e protetores solares com propriedades anti-idade, pode ser um diferencial significativo.

A comunicação da marca deve ressaltar a importância do autocuidado e da valorização da beleza em todas as fases da vida. Campanhas publicitárias que contem histórias de clientes reais, mostrando como os produtos impactaram positivamente suas rotinas, podem criar uma conexão emocional com o público-alvo. Essa abordagem, aliada a um atendimento personalizado, fará com que os consumidores se sintam ouvidos e compreendidos, fortalecendo a relação com a marca.

Por fim, é essencial utilizar canais de divulgação que sejam acessíveis e familiares ao público mais velho, como rádio local, folhetos em comunidades e redes sociais populares entre essa faixa etária, para garantir que a mensagem da Flor de

Lótus chegue a todos os potenciais clientes. Dessa forma, não apenas atendemos a uma demanda existente, mas também contribuimos para uma mudança de comportamento em relação aos cuidados pessoais, incentivando a população local a se sentir mais confiante e cuidada.

19.1 Descrição precisa do mercado alvo

O mercado-alvo será cuidadosamente selecionado e bem definido, pois entendemos que um único produto pode não atender da mesma forma as necessidades de todos os consumidores. A empresa Flor de Lótus dedica tempo e esforço para estudar o mercado, reconhecendo que cada cliente é único, com desejos e necessidades distintas. Acreditamos que, ao compreender essas diferenças, conseguiremos oferecer soluções mais personalizadas e eficazes, criando uma conexão genuína com nossos consumidores. Essa abordagem nos permitirá não apenas atender, mas também surpreender e encantar aqueles que buscam o que há de melhor. De acordo com Simpson (2001, p. 209) valoriza a análise da concorrência para definir posicionamento pois, segundo ela, “é a imagem que os clientes têm de um produto, especialmente em relação aos concorrentes”

Com os dados coletados, conseguimos ter uma visão clara do nosso público-alvo. As estatísticas mostram que a Flor de Lótus atingirá principalmente jovens de 17 a 25 anos, representando 85,2% do nosso público, porém, tem um público potencial da melhor idade, pois segundo pesquisas tal faixa etária tem investido cada vez mais em autocuidado. Um levantamento realizado pela Associação Brasileira de Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC) aponta que 40% dos consumidores acima de 50 anos afirmam que a qualidade dos produtos é um fator decisivo na hora da compra.

Além disso, observa-se que a maioria do nosso público é feminina, com 70,4% de mulheres. Essa informação é fundamental, pois nos permite direcionar nossos esforços para oferecer produtos que realmente ressoem com esse grupo. No entanto, não vamos esquecer do público masculino, que representa 29,6%. Reconhecemos que também há uma demanda significativa entre os homens, e estamos comprometidos em desenvolver linhas de produtos que atendam a ambos os gêneros, com uma ênfase maior no feminino.

Nosso objetivo é criar um espaço inclusivo e acolhedor, onde todos se sintam bem-vindos e valorizados. Ao levar em conta as diferentes necessidades e desejos de nossos clientes, podemos oferecer experiências mais personalizadas e impactantes. Estamos determinados a construir uma marca que não apenas atenda o público feminino, mas que também celebre a beleza e os cuidados pessoais de todos, contribuindo para uma comunidade mais diversa e unida.

19.2 Estratégias de marketing

Na era da inovação e da internet, estamos empolgados em levar nossos produtos para o mundo digital. Sabemos que nosso público-alvo é ativo em plataformas como Instagram e Facebook, por isso, planejamos utilizar essas redes de forma estratégica. Vamos criar conteúdos visuais atraentes e anúncios publicitários que realmente chamem a atenção, convidando nossos clientes a conhecerem nossa loja e a se apaixonarem pelos nossos produtos. Além da presença online, também não vamos esquecer da importância do contato físico.

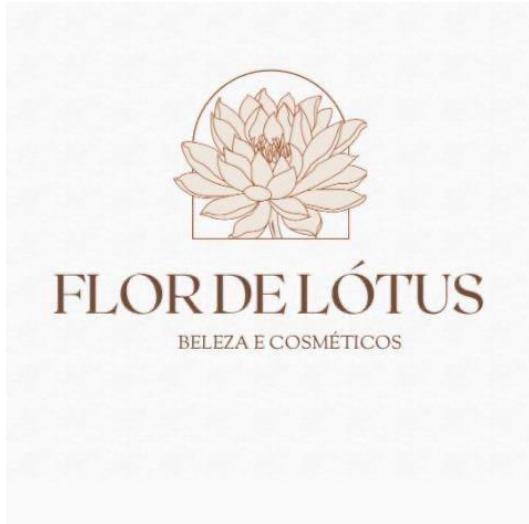
Distribuiremos panfletos com nossos produtos, destacando promoções e datas comemorativas. Essa abordagem multicanal é fundamental para atrair mais clientes e construir relacionamentos duradouros. Queremos que cada cliente se sinta valorizado e parte da nossa comunidade.

Nosso objetivo é não apenas vender, mas fidelizar os clientes, fazendo com que eles voltem sempre. Acreditamos que, ao criar essa conexão, conseguiremos não apenas alcançar nossas metas, mas também nos tornar uma referência no mercado de cosméticos em nosso município.

Kotler (1998) afirma que estratégias de marketing é a lógica pela qual a unidade de negócios espera atingir seus objetivos de marketing. Estas estratégias, segundo Fernandes e Berton (2005) devem ser direcionadas para atingir as metas da empresa, podendo ser descritas em seis linhas: mercado-alvo, posicionamento central, posicionamento do preço, propostas total do valor, estratégia de distribuição e estratégia de comunicação.

19.3 Logomarca

Figura 3: Logomarca



Fonte: elaborado pelos autores (2024)

19.4 Produto

De acordo com Kotler e Armstrong(2015, p. 244), definimos um produto como qualquer coisa que pode ser oferecida a um mercado para apreciação, aquisição, uso ou consumo e que pode satisfazer um desejo ou uma necessidade.

Na Flor de Lótus, nos dedicamos a oferecer uma ampla variedade de produtos que atendem a todas as necessidades de beleza. Desde itens para cuidados capilares até maquiagem e perfumaria, nosso portfólio é pensado para que cada cliente encontre exatamente o que procura. Sabemos que a beleza é uma experiência pessoal e única, e por isso, nos esforçamos para proporcionar opções que refletem essa diversidade.

Além disso, temos o orgulho de oferecer produtos de nossa marca própria. Isso não apenas nos torna únicos, mas também nos permite garantir qualidade e autenticidade em cada item. Queremos que nossos clientes sintam a diferença e descubram a excelência que a Flor de Lótus tem a oferecer.

Nosso compromisso é ir além da simples venda de produtos. Estamos aqui para criar uma experiência de compra agradável, onde cada cliente se sinta especial e bem atendido. Acreditamos que, ao oferecer produtos variados

e de qualidade, conseguimos não só atender, mas também surpreender e inspirar nossos clientes em suas jornadas de beleza.

19.5 Preço

De acordo com Kotler e Armstrong (2007) definem preço como o volume de dinheiro que é cobrado por um insumo ou a soma dos valores que os consumidores trocam pelo benefício de possuir ou fazer uso de um bem ou serviço. O preço é um dos principais fatores que afetam a escolha do consumidor.

Na Flor de Lótus, nosso principal objetivo é garantir que nossos clientes tenham acesso a produtos de alta qualidade que realmente atendam às suas expectativas. Sabemos que a classe média é uma parte essencial do nosso público, e por isso nos esforçamos para oferecer preços justos e acessíveis, permitindo que todos possam desfrutar de nossos produtos sem comprometer seu orçamento.

O que realmente nos diferencia de nosso município de Teodoro Sampaio, é o conjunto que oferecemos: além de produtos de qualidade, nos dedicamos a proporcionar um atendimento caloroso e atencioso. Acreditamos que cada interação conta e que um bom atendimento pode transformar a experiência de compra em algo memorável.

Esse compromisso com a excelência é o que nos torna únicos no mercado. Trabalhar com qualidade e oferecer um serviço excepcional é mais do que um lema; é parte da nossa identidade. Estamos aqui para construir relações duradouras com nossos clientes, sempre prontos para ouvir, entender e atender às suas necessidades.

19.6 Distribuição

A empresa Flor de Lótus, especializada em cosméticos e revendas, adotará uma estratégia de distribuição diversificada para otimizar o alcance e a presença no mercado. Segundo um estudo da consultoria de mercado Euromonitor, empresas de cosméticos bem-sucedidas frequentemente

utilizam uma combinação de canais diretos e indiretos para maximizar a cobertura (Euromonitor, 2023).

A Flor de Lótus está se preparando para expandir suas operações de forma mais integrada e eficiente. Nosso objetivo é conectar as vendas em diferentes canais, incluindo plataformas de e-commerce, redes de revendedores autorizados e cuidadosamente selecionados para garantir a qualidade do serviço. Além disso, estamos investindo em nossa loja física, localizada em um ponto estratégico, de fácil acesso e com uma excelente referência na região. Assim, buscamos proporcionar uma experiência de compra completa, prática e conveniente para nossos clientes, tanto no ambiente online quanto no presencial.

19.7 Promoção e publicidade

Para destacar a Flor de Lótus no mercado de cosméticos, adotaremos uma estratégia de promoção e publicidade que combina campanhas digitais e tradicionais, com o objetivo de construir uma imagem de marca sofisticada e acessível aos olhos do público.

Utilizaremos plataformas de mídia social, como Instagram e Facebook, para criar conteúdos visuais atraentes e interativos que engajem nosso público-alvo, além de colaborar com influenciadores e blogueiros de beleza para expandir nossa visibilidade.

Segundo Kotler e Keller (2016), “uma estratégia de comunicação eficaz deve equilibrar a criatividade com a clareza da mensagem, garantindo que o consumidor não apenas receba a informação, mas também a assimile e se engaje com a marca” (p.389). Dessa forma, nossa abordagem integrada de promoção e publicidade visa criar uma conexão com os consumidores, destacando a qualidade e os valores da Flor de Lótus.

19.8 Cronograma promocional

Mês 1: Lançamento e Divulgação

- Semana 1-2: Preparação do lançamento
- Criação de materiais promocionais (banners, posts para redes sociais, etc.)
- Contato com influenciadores e parceiros de mídia
- Semana 3: Evento de inauguração
- o Realização de um evento de lançamento com ofertas especiais e demonstrações de produtos
- Anúncios em mídias locais e redes sociais
- Semana 4: Avaliação do evento
- Coleta de feedback dos clientes
- Análise das métricas de engajamento e vendas

Mês 2: Promoções Sazonais e Parcerias

- Semana 1: Campanha de Dia dos Pais/Mães
- Ofertas especiais em kits de presentes e promoções para o serum da marca
- Semana 2-3: Parcerias com influenciadores
- Postagens patrocinadas e resenhas de produtos
- Semana 4: Avaliação de resultados
- Análise das vendas durante a campanha e ajustes necessários

Mês 3: Marketing Digital e Fidelização

- Semana 1: Campanha de Redes Sociais
- Promoções exclusivas para seguidores nas redes sociais e concursos
- Semana 2-3: Email Marketing
- Envio de newsletters com descontos exclusivos e novidades sobre o serum
- Semana 4: Análise e Planejamento
- o Avaliação do desempenho das campanhas e planejamento das promoções para o próximo semestre.

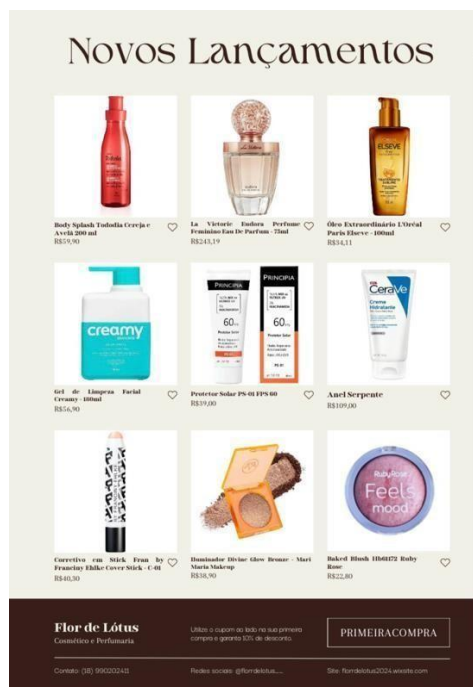
19.9 Catálogo

Figura 5: Catálogo



Fonte: elaborado pelos autores (2024)

Figura 4: Catálogo



Fonte: elaborado pelos autores (2024)

20 PLANO DE OPERAÇÕES

20.1 Recursos físicos

Se trata dos principais recursos que são essenciais para suas operações e constituem os ativos tangíveis que a empresa utiliza para produzir bens e serviços. em nossa empresa os nossos são:

Tabela 1: Recursos físicos

MÓVEIS E UTENSÍLIOS	QUANTIDADE	CUSTO TOTAL
EXPOSITOR	2	R\$ 3.251,44
CONJUNTO DE MÓVEIS COM ESTANTE, APARADOR E PRATELEIRA	2	R\$ 14.264,88
INSUFILM P/ PORTA DE VIDRO EJANELA	2	R\$ 258,00
ILHA DE EXPOSIÇÕES	2	R\$ 851,22
PRATELEIRA/PAREDE 100x20	4	R\$ 934,20
PRATELEIRA/PAREDE 60x20	4	R\$ 946,20
BALCÃO DO CAIXA	1	R\$ 2.100,00
CADEIRA DE ESCRITÓRIO	2	R\$ 341,82
ARMÁRIOS DE ARMAZENAMENTO	1	R\$ 499,99
DISPLAYS DE COUNTER	2	R\$ 121,80
KIT 10 DISPLAYS DE PAREDE	1	R\$ 346,50
LÂMPADA DE LED GRANDE	2	R\$ 2.665,40
LÂMPADA DE LED PEQUENA	5	R\$ 287,00
CAIXA REGISTRADORA	2	R\$ 1.086,24
GAVETA REGISTRADORA	2	R\$ 339,10
LEITOR DE CÓDIGO DE BARRA E TERMINAIS DE PAGAMENTO	2	R\$ 239,80
ESPELHO CORPO INTEIRO	1	R\$ 105,90
ESPELHO DE MÃO	2	R\$ 56,00
BANQUETA	4	R\$ 1.115,08
CONJUNTO DE MESA COM 4 CADEIRAS	1	R\$ 471,48
QUADROS E ARTE	5	R\$ 400,00
ELEMENTOS DECORATIVOS	5	R\$ 275,00
TOTAL:		R\$ 30.957,05

Fonte: elaborado pelos autores (2024)

20.2 Orçamento físico financeiro

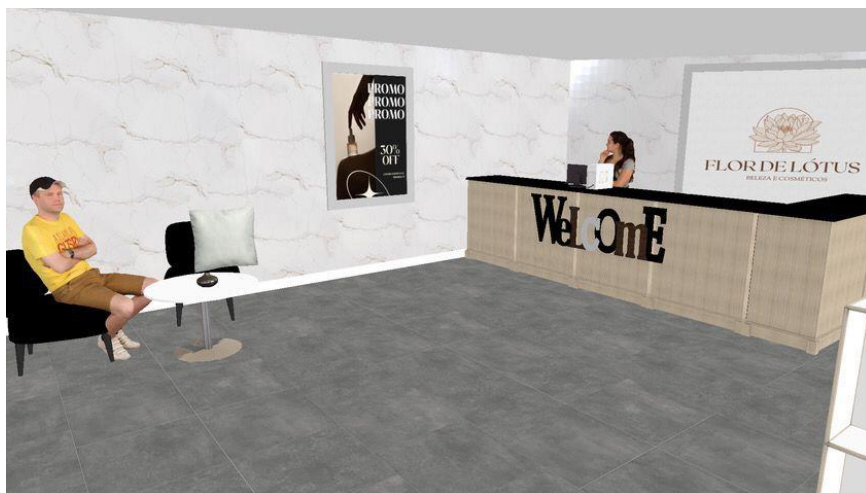
Tabela 2: Orçamento físico financeiro

CUSTOS FIXOS	
ÁGUA	R\$ 120,00
ENERGIA	R\$ 300,00
INTERNET	R\$ 280,00
CONTADOR	R\$ 500,00
MARKETING	R\$ 1.000,00
ALUGUEL	R\$ 1.000,00
SALÁRIOS + PRÓ-LABORE	R\$ 16.324,00
EMPRÉSTIMO	R\$ 5.243,91
TOTAL:	R\$ 24.767,91
CUSTOS VARIÁVEIS	
13º SALÁRIO	R\$ 4.000,00
IMPOSTOS	R\$ 16.612,20
TOTAL	R\$ 20.612,20

Fonte: elaborado pelos autores (2024)

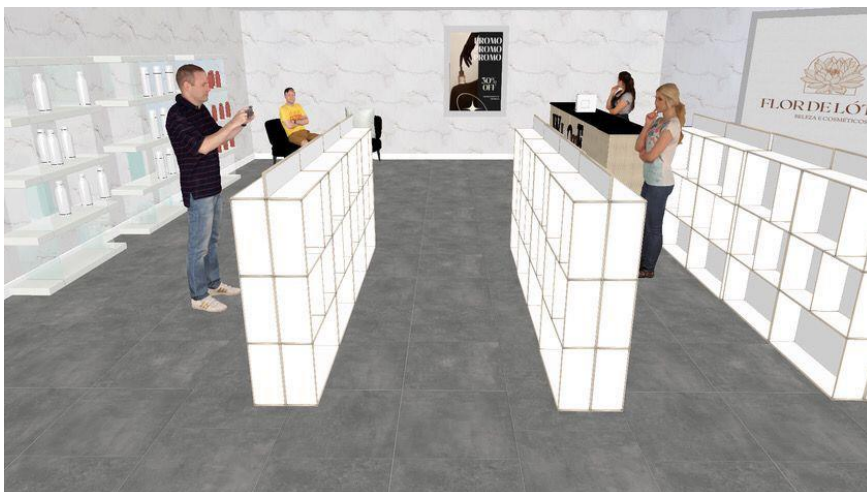
20.3 Layout – planta física

Figura 6: Layout



Fonte: elaborado pelos autores (2024)

Figura 7: Layout



Fonte: elaborado pelos autores (2024)

Figura 8: Layout



Fonte: elaborado pelos autores (2024)

21 PLANO FINANCEIRO

21.1 Investimento inicial

O investimento inicial de uma empresa refere-se ao capital que é necessário para começar e estabelecer as operações de um novo negócio. Esse investimento pode incluir despesas com a compra de equipamentos, aluguel de imóveis, aquisição de estoques, marketing inicial, e outros custos essenciais para a criação da empresa.

De acordo com Peter Drucker, um renomado especialista em administração, o investimento inicial é crucial para a formação e sustentabilidade de uma empresa. Ele enfatiza que "O principal objetivo de qualquer empreendimento é criar um fluxo de receita que exceda os custos. Para isso, o investimento inicial deve ser planejado de forma a maximizar as chances de sucesso e minimizar os riscos". termos práticos, um planejamento financeiro detalhado é necessário para garantir que o investimento inicial seja suficiente para cobrir todas as necessidades iniciais e também fornecer um capital de giro adequado para enfrentar os desafios nos primeiros meses de operação.

Isso ajuda a estabelecer uma base sólida para o crescimento e a estabilidade da empresa. Portanto, a gestão eficaz do investimento inicial é um aspecto crítico para o sucesso a longo prazo de qualquer novo negócio, e as decisões estratégicas tomadas nesse estágio podem impactar significativamente o futuro da empresa.

Tabela 3: Investimento inicial

INVESTIMENTO TOTAL	R\$ 185.954,41
---------------------------	-----------------------

Fonte: elaborado pelos autores (2024)

21.2 Capital de giro

O capital de giro é um conceito fundamental na administração financeira e refere-se ao montante de recursos necessários para que uma empresa possa

operar suas atividades diárias de forma eficiente. Em outras palavras, é o capital que uma empresa utiliza para cobrir suas despesas operacionais e manter suas operações enquanto aguarda o recebimento de receitas. Esse capital é crucial para assegurar que a empresa possa pagar suas contas, fornecedores e salários sem problemas.

Peter Drucker, um dos mais influentes pensadores em administração, abordou a importância da gestão do capital de giro ao afirmar: "O que importa não é o que você faz com seu dinheiro, mas como você o administra. Assim, o capital de giro é a diferença entre o dinheiro que você tem e o dinheiro que você precisa para manter suas operações diárias. Gerenciá-lo corretamente pode determinar a diferença entre sucesso e fracasso. Isso significa que uma gestão eficaz do capital de giro envolve um equilíbrio cuidadoso entre os recebimentos e pagamentos da empresa.

Um capital de giro insuficiente pode levar a dificuldades financeiras, mesmo que a empresa seja rentável a longo prazo, enquanto um excesso pode indicar que os recursos não estão sendo utilizados da forma mais eficiente possível. Para gerenciar o capital de giro de forma eficiente, as empresas devem monitorar continuamente seus níveis de inventário, prazos de pagamento a fornecedores e condições de recebimento de clientes.

Um planejamento financeiro sólido e uma boa previsão de fluxo de caixa são essenciais para manter o capital de giro em níveis adequados e garantir a liquidez necessária para a operação diária. Portanto, como Drucker destacou, a administração eficaz do capital de giro é crucial para o funcionamento saudável e sustentável de qualquer empresa.

21.3 Regime tributário da empresa

O regime tributário de uma empresa define a forma como ela será tributada e quais impostos e contribuições ela deve pagar. Existem diferentes regimes, como o Simples Nacional, Lucro Presumido e Lucro Real, cada um com suas próprias regras e exigências fiscais.

Dr. James Harrington, especialista em gestão e administração, destaca a importância do regime tributário ao afirmar: "Escolher o regime tributário correto

é crucial para a eficiência financeira de uma empresa. A decisão impacta diretamente no planejamento fiscal e na competitividade no mercado. "Esse regime determina a forma de cálculo e pagamento dos tributos, influenciando a carga tributária e a estratégia financeira da empresa. Portanto, é essencial que as empresas avaliem suas opções e consultem profissionais especializados para escolher o regime que melhor se adequa às suas necessidades e objetivos.

O lucro real é um regime de tributação onde a empresa paga impostos com base no lucro efetivamente apurado, considerando todas as receitas e despesas operacionais. Esse regime exige um controle contábil detalhado e a apresentação de balanços e demonstrações financeiras precisas. Ter faturamento acima de R\$ 78 milhões.

O Simples Nacional é um regime de tributação destinado a micro e pequenas empresas no Brasil, que visa simplificar o pagamento de impostos por meio de um único documento de arrecadação, englobando diversos tributos federais, estaduais e municipais. 45 Dr. José Dornelas, especialista em empreendedorismo, destaca a relevância desse regime: "O Simples Nacional oferece uma alternativa tributária simplificada para micro e pequenas empresas, facilitando a gestão fiscal e incentivando o crescimento e a formalização dos pequenos negócios. Esse regime busca reduzir a burocracia e os custos associados à tributação, permitindo que as pequenas empresas possam focar mais no desenvolvimento de seus negócios. "faturamento de até R\$ 4,8 milhões anuais.

O lucro presumido é um regime de tributação onde a base de cálculo do imposto de renda é determinada por uma margem de lucro previamente estabelecida pela legislação, independentemente do lucro real da empresa. É uma opção simplificada em relação ao lucro real e é geralmente utilizada por empresas de médio porte. Dr. José Dornelas observa a importância do regime ao afirmar: "O lucro presumido oferece uma forma simplificada de tributação para empresas que não precisam ou não podem fazer uma contabilidade detalhada. Essa abordagem pode facilitar a gestão tributária e oferecer previsibilidade nos custos fiscais.

Esse regime é vantajoso para empresas que preferem a simplicidade no cálculo de tributos e não se beneficiariam significativamente da apuração detalhada do lucro real. "faturamento até R\$ 78 milhões por ano.

A Flor de Lótus pertence ao regime Simples Nacional.

21.4 Capital social

O capital social é o montante de recursos que os sócios ou acionistas de uma empresa comprometem para sua constituição e funcionamento inicial. Ele representa a base financeira sobre a qual a empresa opera e pode ser utilizado para cobrir despesas iniciais, financiar investimentos e garantir a solvência da empresa

Tabela 4: Capital social

INVESTIMENTO POR SÓCIO	R\$ 37.190,88
-------------------------------	----------------------

Fonte: elaborado pelos autores (2024)

21.5 Pró-labore por sócio

O pró-labore é a remuneração paga aos sócios ou administradores de uma empresa pelo trabalho que realizam na gestão do negócio. Diferente dos salários, o pró-labore é definido independentemente das receitas e despesas da empresa e deve ser acordado entre os sócios.

Peter Drucker, ao discutir a importância da compensação justa para a gestão, disse: "A remuneração de líderes e gestores deve refletir sua contribuição e responsabilidade dentro da organização. O pró-labore, quando bem estruturado, pode alinhar os interesses dos sócios com os objetivos da empresa, incentivando uma gestão eficaz e comprometida.

Isso ressalta que um pró labore bem definido ajuda a garantir que os sócios sejam justamente compensados por seu trabalho, contribuindo para a motivação e o sucesso da empresa.

Tabela 5: Pró-labore por sócio

SÓCIO (A)	PRÓ-LABORE
WESLEY BRENNO FERNANDES PEREIRA	R\$ 3.500,00
JULIA CALDEIRA LIMA	R\$ 2.500,00
ISABELLY PINHEIRO	R\$ 2.500,00
HELOISA DE AQUINO ALVES DOS SANTOS	R\$ 2.500,00
MARIA LUIZA DE LIMA CRECEMBINE	R\$ 2.500,00

Fonte: elaborado pelos autores (2024)

21.6 Fluxo de caixa

O fluxo de caixa é a análise das entradas e saídas de dinheiro de uma empresa ao longo de um período específico, essencial para a gestão financeira e a sustentabilidade do negócio. Ele ajuda a prever a liquidez, planejar pagamentos e investimentos, e evitar problemas financeiros.

O controle rigoroso do fluxo de caixa é crucial para a administração eficaz e para a saúde financeira da empresa.

Tabela 6: Fluxo de caixa

FLUXO DE CAIXA	R\$ 10.786,35
----------------	---------------

Fonte: elaborado pelos autores (2024)

21.7 Payback - Retorno do investimento

O conceito de "payback" em administração geralmente se refere à análise ou revisão de processos e resultados para avaliar a eficácia e a eficiência das práticas empresariais. Quando se fala em "payback retorno do investimento" (ROI), isso pode se referir à prática de revisar e avaliar o retorno obtido a partir dos investimentos realizados.

Destaca-se a necessidade de medir e avaliar os resultados dos investimentos para garantir que as decisões de investimento estejam alinhadas com os objetivos da empresa e para identificar áreas de melhoria. Portanto, no contexto de administração, o "payback" do retorno do investimento envolve a análise crítica dos resultados financeiros e operacionais obtidos a partir de investimentos para garantir a eficácia das decisões e estratégias adotadas.

O Payback trata-se do investimento total dividido pelo fluxo de caixa.

Tabela 7: Payback

PAYBACK	17,23979011	18 MESES
----------------	-------------	-----------------

Fonte: elaborado pelos autores (2024)

21.8 Custos dos produtos vendidos

Tabela 8: Custos dos Produtos vendidos

CUSTOS TOTAIS (MÊS)	R\$	88.835,00
----------------------------	------------	------------------

Fonte: elaborado pelos autores (2024)

21.9 Volume e valores de vendas

Tabela 9: Volume e valores de vendas

FATURAMENTO MENSAL	R\$	107.142,45
---------------------------	------------	-------------------

Fonte: elaborado pelos autores (2024)

22 PLANO DE CONTIGÊNCIA

A empresa, fará gestão de fluxo de caixa: para Manter uma reserva financeira para cobrir períodos de baixa demanda e garantir a estabilidade do negócio em tempos de crise e fará a revisão de preços e promoções para adaptar a política de preços e criar promoções ou descontos que incentivem a compra durante crises econômicas.

23 RESULTADOS

Com base nos resultados financeiros, de marketing, sociais e ambientais, o plano de negócios da Flor de Lótus demonstra que a empresa tem grande potencial de crescimento e é viável economicamente. O modelo de negócio sustentável, com foco em qualidade e responsabilidade social, responde a uma crescente demanda no mercado de cosméticos naturais. A empresa está posicionada para ser uma referência no segmento, alcançando não apenas sucesso financeiro, mas também gerando um impacto positivo na comunidade e no meio ambiente.

A execução bem-sucedida das estratégias de marketing e operação, a diversificação da linha de produtos e o foco na sustentabilidade permitirão que a Flor de Lótus atinja suas metas de crescimento, tornando-se uma marca sólida e reconhecida no mercado nacional de cosméticos.

24 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise detalhada realizada ao longo deste plano de negócios demonstrou que a implantação da Flor de Lótus em Teodoro Sampaio, SP, é economicamente viável e tem grande potencial de sucesso. A empresa, focada no desenvolvimento de cosméticos, está alinhada com as crescentes demandas do mercado por produtos que respeitam a saúde e o meio ambiente. Teodoro Sampaio, com seu perfil de cidade em crescimento e a proximidade de grandes centros urbanos, oferece uma localização estratégica para a operação da empresa, permitindo o acesso tanto a fornecedores de qualidade quanto a uma base de consumidores interessados em produtos éticos e sustentáveis.

O mercado de cosméticos e bem-estar no Brasil está em expansão, o que representa uma oportunidade significativa para a Flor de Lótus conquistar uma fatia importante desse mercado. A cidade de Teodoro Sampaio, apesar de ser uma cidade de porte menor, tem um ambiente propício para o desenvolvimento de negócios locais, especialmente com a crescente conscientização sobre sustentabilidade e autocuidado.

As estratégias de marketing, com foco em comunicação digital e parcerias com influenciadores, bem como a diversificação de produtos planejada, asseguram que a Flor de Lótus estará bem posicionada para conquistar o público-alvo e expandir suas operações para além da cidade. A implantação da empresa também contribuirá positivamente para a economia local, gerando emprego e estimulando o consumo de produtos sustentáveis, o que está alinhado com as tendências globais de consumo consciente.

Portanto, a implantação da Flor de Lótus em Teodoro Sampaio-SP é não apenas viável, mas também promissora. Com um planejamento sólido e estratégias bem definidas, a empresa tem todas as condições de se consolidar como uma marca de referência no mercado de cosméticos naturais, trazendo benefícios tanto para seus clientes quanto para a comunidade local. O negócio está preparado para alcançar seus objetivos e contribuir de maneira significativa para o desenvolvimento econômico e social da região.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE HIGIENE PESSOAL, PERFUMARIA E

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS (ABNT). NBR ISO 14001:2015.

BRASIL. Lei nº 12.305, de 2 de agosto de 2010. Institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 2 ago. 2010. Acesso em: 4 out. 2024.

CHIAVENATO, Idalberto, Administração - Teoria, Processo e Prática, 3ª Edição. São Paulo, 2000. WELCH, Jack, Winning, 1ª Edição. New York, 2005.

MERSINO, Anthony C., Inteligência Emocional para Gerenciamento de Projetos, 1ª Edição. São Paulo, 2009.

COSMÉTICOS. **Relatório de tendências do setor de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos**. São Paulo, 2022. Disponível em: <https://abihpec.org.br/>. Acesso em: 4 out. 2024.

Dornelas, J. *Empreendedorismo: Transformando Ideias em Negócios*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2010.

Dornelas, J. *Título do livro*. Local de publicação: Editora, ano.

Drucker, P. F. *Gestão para o Futuro*. São Paulo: Editora Atlas, 2007.

Drucker, P. F. *Título do livro*. Local de publicação: Editora, ano.

Harrington, J. *Gestão da Qualidade Total*. Rio de Janeiro: Editora Qualitymark, 2012.

Harrington, J. *Título do livro*. Local de publicação: Editora, ano.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Cidades**. Teodoro Sampaio.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de Marketing. 15. ed. São Paulo: Pearson, 2016.

PEREIRA, J. F. *_Entidades reguladoras e sua importância na economia brasileira_*. São Paulo: Editora XYZ, 2010. Acesso em 16. Out. 2024.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de Marketing. 15. ed. São Paulo:Pearson, 2016. Acesso em 20. Agosto. 2024.

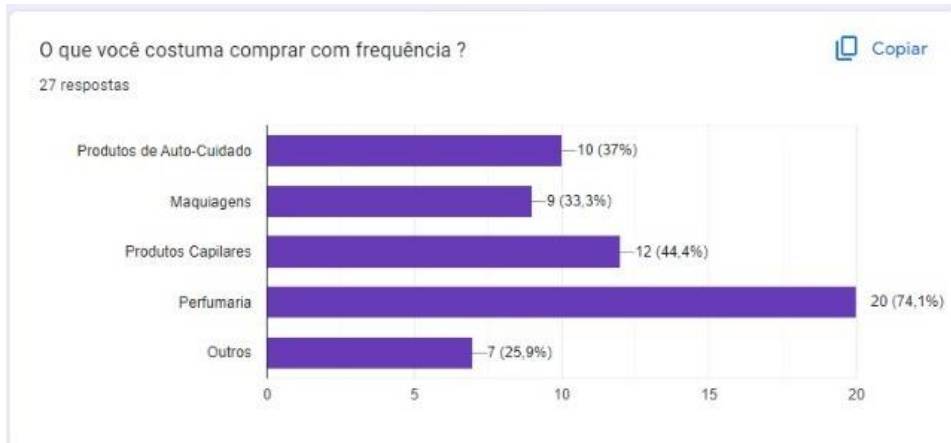
Sistemas de gestão ambiental – Requisitos e diretrizes para sua utilização. Rio de Janeiro,2015. Acesso em 4 out. 2024.

SPOSITO, Marcos. Demografia: uma introdução. São Paulo: Editora contexto, 2005.

SIMON, Hermann. *O Que é Tecnologia?* São Paulo: Editora XYZ, 2012.

.

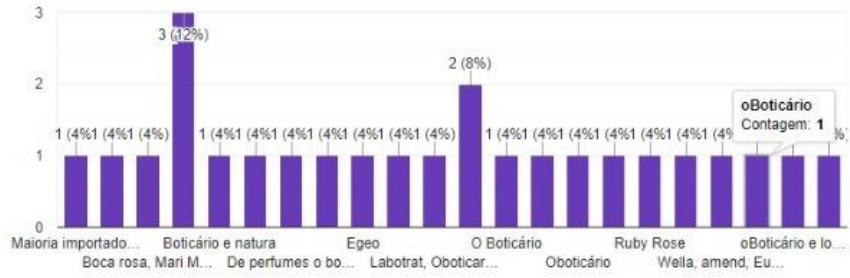
APÊNDICE – PESQUISA DE MERCADO



Qual sua preferência de marca em cosméticos e perfumaria ?

[Copiar](#)

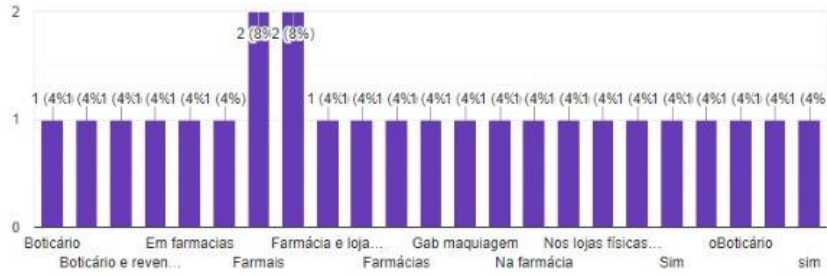
25 respostas



Em Teodoro Sampaio a onde você costuma adquirir seus produtos de cosméticos?

[Copiar](#)

25 respostas



**APÊNDICE – B – CUSTOS DOS PRODUTOS VENDIDOS A –
CUSTOS DOS PRODUTOS VENDIDOS**

Descrição	custo total (mes)
Naturé Desenho nas Nuvens Água de Colônia 100 ml	R\$ 484,50
Mamãe e Bebê Água de Colônia Relaxante 100 ml	R\$ 484,50
Mamãe e Bebê Água de Colônia 100 ml	R\$ 484,50
Kaiak Masc Aero 100 ml	R\$ 829,50
Kaiak Masc 100 ml	R\$ 829,50
Homem Sagaz 100 ml	R\$ 999,50
Homem Essence 100 ml	R\$ 999,50
Homem Sagaz 100 ml	R\$ 999,50
Homem 100 ml	R\$ 899,50
Homem Tato 100 ml	R\$ 999,50
Biografia Masc 100 ml	R\$ 904,50
Essencial Masc 100 ml	R\$ 1.274,50
Essencial Exclusivo Masc 100 ml	R\$ 1.274,50
Essencial Supreme Masc 100 ml	R\$ 1.274,50
Kaiak Fem 100 ml	R\$ 829,50
Águas Flor de Laranjeira Fem 170 ml	R\$ 334,50
Ilia Tradicional Fem 50 ml	R\$ 849,50
Essencial Oud Duo 100 ml	R\$ 824,50
Meu Primeiro Humor Fem 75 ml	R\$ 699,50
Ilia secreto 50 ml	R\$ 594,50
Ekos Frescor Açaí Fem. 150 ml	R\$ 554,50
Una femin 75ml	R\$ 1.429,50
Body Splash TodoDia Ameixa e Flor de Baunilha Fem. 200 ml	R\$ 374,50
Ekos Frescor Maracujá Fem 150 ml	R\$ 277,25
Luna Absoluta Fem. 75 ml	R\$ 839,50
Luna Fem. 75 ml	R\$ 839,50
Luna Radiante	R\$ 549,50
Kriskas Drama Fem 75 ml	R\$ 694,50
Essencial Oud Deo 100 ml	R\$ 1.299,50
Biografia Fem 100 ml	R\$ 904,50
Polpa Hidratante de Castanha Ekos 75g	R\$ 272,50
Hidratante Tododia Manga Rosa e Água de Coco 400 ml	R\$ 344,50
Batom CC Hidratante Una	R\$ 279,50
Ekos Castanha Polpa para mãos e para os pés 75g	R\$ 272,50

Hidratante Tododia Manga Rosa 400 ml	R\$	344,50
Sérum Preenchedor Biohidratante Chronos 30 ml	R\$	794,50
Sabonete em Barra Puro Vegetal Cremoso e Esfoliante Refrescante 4 Unid 100g	R\$	184,50
Sabonete em Barra Puro Vegetal Tododia Cereja e Avelã 5 unid de 90g	R\$	149,50
Sabonete em Barra Puro Vegetal Tododia Amora Vermelha e Jabuticaba 5 unid 90g	R\$	149,50
Sabonete em Barra Tododia Todanoite 5 unid 90g	R\$	149,50
Sabonete Mamãe e Bebê 5 unid de 90g	R\$	214,50
Sabonete Líquido da Cabeça aos Pés Mamãe e Bebê 200ml	R\$	234,50
Sabonete Líquido Esfoliante Ekos Maracujá 185ml	R\$	239,50
Sabonete Líquido em Gel Tododia Tâmara e Canela 300ml	R\$	219,50
Sabonete Líquido em Gel Tododia Cereja e Avelã 300ml	R\$	219,50
Sabonete Líquido Esfoliante Corporal Ekos Açaí 185ml	R\$	239,50
Refil Sabonete Líquido da Cabeça aos Pés Mamãe e Bebê 200ml	R\$	182,00
Refil Ekos Sabonete Líquido Esfoliante Maracujá 185ml	R\$	174,50
Refil Sabonete Líquido em Gel Tododia Cereja e Avelã 300ml	R\$	159,50
Refil Sabonete Líquido Esfoliante Corporal Ekos Açaí 185ml	R\$	174,50
Refil Sabonete Líquido em Gel Tododia Tâmara e Canela 300ml	R\$	159,50
Creme Desodorante Nutritivo Para o Corpo Tododia Romã e Flor de Amora 400ml	R\$	344,50
Creme Nutritivo Para o Corpo Tododia Cereja e Avelã 400ml	R\$	344,50
Creme Desodorante Nutritivo para o Corpo Tododia Noz Pecã e Cacau 400ml	R\$	344,50
Creme Desodorante Nutritivo Para o Corpo Tododia Algodão 400ml	R\$	344,50
Creme Noturno Para o Corpo Tododia Todanoite 400ml	R\$	239,50
Creme Desodorante Nutritivo para o Corpo Tododia Tâmara e Canela 80ml	R\$	109,50
Creme Desodorante Nutritivo para o Corpo Tododia Algodão 80ml	R\$	109,50
Creme Desodorante Nutritivo para o Corpo Tododia Ameixa e Flor de Baunilha 80ml	R\$	109,50
Refil Creme Desodorante Nutritivo Para o Corpo Tododia Cereja e Avelã 400 ml	R\$	249,50
Refil Creme Desodorante Nutritivo para o Corpo Tododia Algodão 400 ml	R\$	249,50
Refil Creme Desodorante Nutritivo Para o Corpo Tododia Ameixa e Flor de Baunilha 400 ml	R\$	249,50
Refil Creme Desodorante Nutritivo para o Corpo Tododia Tâmara e Canela 400 ml	R\$	249,50
Desodorante Antitranspirante Roll-On Erva Doce, 70ml	R\$	134,50
Desodorante Antitranspirante Roll-On Natura Homem, 75ml	R\$	134,50

Desodorante Antitranspirante em Creme Tododia Leite de Algodão, 80g	R\$	144,50
Desodorante Antitranspirante em Creme Erva Doce, 80g	R\$	144,50
Desodorante Antitranspirante em Creme Tododia Ameixa e Flor de Baunilha, 80g	R\$	144,50
Desodorante Antitranspirante Roll-On Kaiak Masculino 75ml	R\$	144,50
Desodorante Corporal Luna 100ml	R\$	234,50
Desodorante Corporal Natura Homem, 100ml	R\$	234,50
Desodorante Corporal Biografia Feminino, 100ml	R\$	234,50
Desodorante Corporal Kaiak Aventura Masculino, 100ml	R\$	239,50
Protetor Facial Gel Creme FPS 60 FPUVA 20 Fotoequilíbrio 50g	R\$	479,50
Sabonete Gel para o Rosto Faces 120g	R\$	149,50
Hidratante Facial Pele Mista a Oleosa Faces 50ml	R\$	189,50
Creme facial Antissinais 60+ Noite Preenchimento e Revitalização Chronos 40 g	R\$	699,50
Bruma Facial Hidratante Fixadora Una 100 ml	R\$	349,50
Máscara Facial Esfoliante Redutora de Poros Faces 50ml	R\$	179,50
Hidratante Facial Pele Normal a Seca Faces 50ml	R\$	189,50
Gel de Limpeza Natura Homem 115 g	R\$	289,50
Gel Booster Hidratante Facial Faces 35 g	R\$	299,50
Bruma Facial Hidratante Ekos Açaí 100 ml	R\$	249,50
Base sérum Nude Me Una 30 ml	R\$	749,50
CLUB 6 Intenso Colônia 95ml	R\$	554,50
CLUB 6 Colônia 95ml	R\$	674,50
CLUB 6 Exclusivo Colônia 95ml	R\$	674,50
CLUB 6 Cassino Colônia 95ml	R\$	674,50
CLUB 6 Voyage Colônia 95ml	R\$	674,50
CARBON Colônia Turbo 100ml	R\$	874,50
CARBON Colônia Speed 100ml	R\$	874,50
EUDORA Eau De Parfum 75ml	R\$	1.099,50
LA VICTORIE Intense Eau de Parfum 75ml	R\$	1.149,50
LA VICTORIE Eau de Parfum 75ml	R\$	1.499,50
CHIC Colônia Desodorante 95ml	R\$	524,50
CHIC Colônia Desodorante Chérie 95ml	R\$	524,50
CHIC Retrô Colônia Desodorante 95ml	R\$	424,95
VELVETEudora Confident Colônia 100ml	R\$	549,50
VELVETEudora Sensual Colônia 100ml	R\$	549,50
VELVETEudora Cristal Colônia 100ml	R\$	549,50
VELVETEudora Authentic Colônia 100ml	R\$	549,50
VELVETEudora Divine Colônia 100ml	R\$	549,50
AURIEN Rubra Colônia 100ml	R\$	874,50

AURIEN Platiné Colônia 100ml	R\$	874,50
AURIEN Colônia Gold 100ml	R\$	874,50
AURIEN Turquesa Colônia 100ml	R\$	874,50
INSTANCE Spray Perfumado Colônia Maracujá 200ml	R\$	324,50
INSTANCE Spray Perfumado Colônia Frutas Vermelhas 200ml	R\$	324,95
INSTANCE Spray Perfumado Colônia Karité 200ml	R\$	324,95
INSTANCE Spray Perfumado Colônia Algodão e Jasmim 200ml	R\$	274,95
INSTANCE Spray Perfumado Colônia Baunilha 200ml	R\$	324,95
INSTANCE Spray Perfumado Colônia Lima Rosa 200ml	R\$	324,95
Kiss Me Delicious Colônia 50ml	R\$	424,50
KISS MECabernet Colônia 50ml	R\$	424,95
KISS ME Lovely Colônia 50ml	R\$	424,50
Kiss Me Nude Caramelo Colônia 50ml	R\$	424,95
KISS ME Now Colônia 50ml	R\$	424,50
Kiss Me Rosa Marcante Colônia 50ml	R\$	424,95
DIVA ABSOLUTA 100 ml	R\$	649,50
DIVA ESPLÊNDIDA 100 ml	R\$	649,50
DIVA FABULOSA 100 ml	R\$	649,50
DIVA 100 ml	R\$	524,50
DIVA NUIT 100 ml	R\$	649,50
IMENSI Alive Colônia 100ml	R\$	699,50
IMENSI Infinite Colônia 100ml	R\$	699,50
IMENSI Colônia 100ml	R\$	699,50
EUDORA Magnific Eau de Parfum 75ml	R\$	949,50
LYRA Colônia 75ml	R\$	749,50
LYRA Joy Colônia 75ml	R\$	749,50
Niina Secrets Celebrate Colônia 100ml	R\$	674,95
Niina Secrets Bloom Colônia 100ml	R\$	799,50
Niina Sunset Colônia 50ml	R\$	474,95
Shampoo siáge resgate imediato 250ml	R\$	224,50
Condicionador resgate imediato 200ml	R\$	239,50
Shampoo siáge pro cronology 250ml	R\$	224,50
Condicionador pro cronology 200ml	R\$	239,50
Shampoo siáge cica therapy 250ml	R\$	224,95
Condicionador siáge cica therapy 200ml	R\$	239,95
Shampoo Nutri óleos poderosos 250ml	R\$	224,95
condicionador Nutri Óleos poderosos 200ml	R\$	239,95
Shampoo Cauterização dos fios 250ml	R\$	224,95
Condicionador cauterização dos fios 200ml	R\$	239,95
Shampoo men combate á caspa 250ml	R\$	189,95

Shampoo men estimula o crescimento 250ml	R\$	189,95
shampoo men limpeza purificante 250ml	R\$	189,95
Condicionador men hidratação intensa 200ml	R\$	199,95
Shampoo glow expert 250ml	R\$	224,95
Condicionador glow expert 200ml	R\$	239,95
Máscara capilar ultra brilho 250g	R\$	314,95
Balm disciplinante finalizador capilar	R\$	234,95
Mascara capilar nutri rosé 250g	R\$	349,95
Shampoo nutri rosé 250ml	R\$	224,95
Condicionador nutri rosé 200ml	R\$	239,95
Leave-in Nutri rosé 100ml	R\$	264,95
Leave-in resgate imediato 100ml	R\$	264,50
Mascara balm resgate imediato 250g	R\$	349,50
Spray de fixação extra forte 180ml	R\$	92,45
Niina Secrets Colônia 100ml	R\$	799,50
300Km/H Max Turbo Deo Colônia	R\$	449,50
Batom Cremoso Mary Kay® 3,6g	R\$	239,50
Brilho Labial Mary Kay Unlimited™ 3,5g	R\$	247,50
Base TimeWise 3D® 30ml	R\$	384,50
Lápis Retrátil para os Olhos à Prova D'Água Mary Kay - 0,28g	R\$	249,50
Duo de Sombras At Play™ 2,5g	R\$	224,50
Máscara para Cílios à Prova D'água At Play® - 8 g	R\$	349,50
Pó Finalizador Acabamento Acetinado Mary Kay® 8g	R\$	399,50
Corretivo Perfecting Concealer Mary Kay® 6g	R\$	329,50
Batom e Blush Cremoso Mary Kay	R\$	399,50
Spray Fixador de Maquiagem Mary Kay® - 59 ml	R\$	749,50
Corretivo Mary Kay® Yellow 8,6g	R\$	234,50
Lápis Duo de Sobrancelha Mary Kay At Play® 0,96g	R\$	159,50
Pincel Duo para Olhos Mary Kay®	R\$	174,50
Perfect Palette Mary Kay® 12 x 6 x 1,5cm	R\$	414,50
Blush Compacto BI20 Hbf8612	R\$	123,00
Blush Compacto BI10 Hbf8611	R\$	123,00
Iluminador Compacto HI50 Hb8593	R\$	123,00
Iluminador Compacto HI110 Hb8596	R\$	123,00
Iluminador Compacto HI90 Hb8595	R\$	123,00
Pó Compacto Pc60 Hbf8586	R\$	123,00
Trio De Blush E Iluminador HI110 B10 Bh30 Hbf5833	R\$	200,00
Trio De Blush E Iluminador HI70 B20 Bh10 Hbf5831	R\$	200,00
Paleta De Sombras Secret Glow Hb1084	R\$	323,75
Blush Batom Sombra 3X1 Summer Baby Melu	R\$	101,80

Magical Gloss Bloody Mary Rr72021 Melu	R\$	120,05
Paleta De Sombras Rr1085 Melu	R\$	231,80
Paleta Blush Contorno E Iluminador Beyond Words Mood Hbf5862	R\$	162,50
Quarteto Blush Iluminador Melu Rr7532	R\$	245,00
Paleta De Contorno, Iluminador, Blush Feels Mood Hb75263	R\$	131,00
Kit Lápis Colorido Melu Ktc0049	R\$	393,60
Lápis De Olhos Brown Brownie Rr24003	R\$	57,25
Delineador Glitter Shine - Hb8416 - 4 - Rubyrose	R\$	68,00
Delineador Glitter Shine - Hb8416 - 3 - Rubyros	R\$	68,00
Cola Para Glitter - Stay Fix - Hb580 - Rubyrose	R\$	123,20
Mascara Para Cílios Glass Rubyrose	R\$	135,20
Mascara Para Cílios Power Volume - Hb501 - Rubyrose	R\$	116,20
Sombra De Sobrancelha Melu Rr5711 Rubyrose	R\$	95,10
Paleta De Sombras Sunshine Flavor Hb1092 Rubyrose	R\$	148,75
Paleta De Sombras Hb1077 Magicool - Ruby Rose	R\$	199,50
Mascara Para Cílios Glass Rubyrose	R\$	135,20
Purificador agua termal	R\$	144,20
Purificador agua termal on+off	R\$	129,95
Purificador agua termal sem fragrância	R\$	144,20
Gel antiacne Acnover	R\$	121,70
Hidratante Facial on+off	R\$	105,70
Pomada Secativa Antiacne Acnover	R\$	116,90
Discos de Algodão Ruby Skin	R\$	60,20
Primer Acnover	R\$	287,00
Sabonete Cremoso	R\$	109,40
Sabonete Demaquilante	R\$	173,60
Sabonete Facial Mousse Feels Mood	R\$	149,80
Sabonete Líquido Antiacne Acnover	R\$	166,60
Sabonete Mousse Facial de Limpeza Frutas Vermelhas	R\$	161,00
Sabonete Mousse Facial de Limpeza Nuvem de Algodão	R\$	161,00
Sérum Antiacne on+off	R\$	114,10
Sérum detox Antioleosidade Basics	R\$	115,50
Sérum Facial Nutritivo de Coco Melu	R\$	84,70
Sérum Glow Antioxidante Melu	R\$	106,40
Sérum Facial Detox Melu	R\$	106,40
Sérum Glow Antioxidante Basics	R\$	124,95
Sérum Facial Antioxidante Melu	R\$	106,40
Sérum Facial Hidratante Melu	R\$	106,40
Tônico Facial Melu	R\$	88,90

Gel hidratante facial proteção Urbana	R\$	124,50
Sérum Potencializador Stay Fix	R\$	80,80
Sérum Facial Argila Rosa	R\$	127,60
Peeling Gel Facial	R\$	89,50
Sérum Facial Hidratante Pêssego Melu	R\$	90,00
ACNE CONTROL -15GR	R\$	165,00
SERUM REJUVENECEDOR-BEAUTY CHARM	R\$	319,95
SERUM HIDRATANTE -60 GR	R\$	275,00
TOTAL	R\$	88.835,00

