

CENTRO E EDUCAÇÃO ESTADUAL TECNOLÓGICA PAULA SOUZA
ETEC TRAJANO DE CAMARGO
TÉCNICO DE ADMINISTRAÇÃO

GRAZIELE FERNANDA DE BARROS POMPEU
RODRIGO NASCIMENTO DE PAULA

ABERTURA DE UMA EMPRESA DE COSMÉTICOS DURANTE A PANDEMIA

Limeira
2021

GRAZIELE FERNANDA DE BARROS POMPEU
RODRIGO NASCIMENTO DE PAULA

ABERTURA DE UMA EMPRESA DE COSMÉTICOS DURANTE A PANDEMIA

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito para a
obtenção de título de Técnico em
Administração pela Escola Técnica
Estadual Trajano de Camargo
Orientador (a): Carlos Schimidt

Limeira

2021

AGRADECIMENTOS

Em primeiro momento gostaríamos de agradecer a nós integrantes do grupo, por nossa dedicação na elaboração de nosso Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) e acima de tudo visando excelência no desenvolvimento do mesmo.

RESUMO

O presente trabalho possui como desígnio desenvolver o processo de abertura de uma empresa do segmento de cosméticos em meio à crise epidemiológica do COVID-19, a qual restringiu o atendimento em lojas físicas forçando os varejistas a utilizarem ferramentas para se manter no mercado. Em meio a um cenário de incertezas são necessárias adaptações a exemplo de metodologias de vendas como e-commerce.

Palavras-chaves: COVID-19; Ferramentas; Mercado; Vendas.

ABSTRACT

This work aims to develop the process of opening a company in the cosmetics segment in the midst of the COVID-19 epidemiological crisis, which restricted service in physical stores, forcing retailers to use tools to stay in the market. Amidst a scenario of uncertainty, adaptations to an example of sales methodologies such as e-commerce are necessary.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	6
1.1 OBJETIVO.....	6
1.2 JUSTIFICATIVA	6
1.3 METODOLOGIA	7
2. REFERÊNCIAL TEÓRICO	7
2.1 COVID-19: A MANEIRA COMO O VÍRUS IMPACTOU NO MERCADO DE TRABALHO	7
2.2 LEI 13.979/20	10
2.3 SETORES MAIS PREJUDICADOS	10
2.4 UTILIZAÇÃO DO MARKETING DIGITAL NA PANDEMIA	10
2.5 ESCOPO DOS PRODUTOS	12
2.6 ESCOPO DA EMPRESA	18
3. ANEXO	20
4. CONCLUSÃO	22
5. REFERÊNCIAL BIBLIOGRÁFICO	22

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho possui como designo abordar o processo de abertura de uma empresa no cenário atual, onde enfrentamos o isolamento social devido ao vírus do Covid 19. Vírus este que faz parte de uma grande família de vírus comuns em muitas espécies de animais, incluindo camelos, gado, gatos e morcegos. Em meados de dezembro de 2019, houve a transmissão de um novo coronavírus (SARS-Cov-2), o qual foi identificado em Wuhan na China e causou a COVID-19, sendo em seguida disseminado e transmitido de pessoa a pessoa.

Anteriormente a pandemia, mais especificamente no ano de 2019, o contingente de pessoas com ocupações no mercado de trabalho foi estimado em 93,4 milhões de pessoas, registrando um aumento de 2,0% em relação à média do ano de 2018.

No entanto, com a calamidade pública que enfrentamos nota-se que o desemprego obteve uma crescente de 33,1% totalizando cerca de 13,5 milhões de desempregados em maio de 2020. Medidas adotadas para que não ocorressem demissões em massa, se deu devido a adoção do modelo home office, o aumento de e-commerce (comércio eletrônico) e acordos entre empregados e empregadores (G1- o Globo,2020). Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o trabalho em casa e o coworking cresceram 21,1% entre os anos de 2017 e 2018, apontando o crescimento, porém, que se consolidou durante a crise.

1.1 OBJETIVO

Identificar o processo de adaptação das empresas diante do cenário da crise epidemiológica do COVID-19, o qual forçou as empresas a se reinventarem para se manter no mercado.

1.2 JUSTIFICATIVA

1.3

Com o surgimento do vírus Covid-19 algumas empresas fecharam seus estabelecimentos, e ao decorrer do período elas entraram em situação de falência, enquanto outras se mantiveram estáveis perante o mercado utilizando as redes sociais como ferramenta segundo (Anderson Fagundes,2020). O estudo desse caso irá mostrar como foi esse processo, quais ferramentas foram utilizadas e como a gestão soube lidar com os obstáculos que teriam pela frente.

1.3 METODOLOGIA

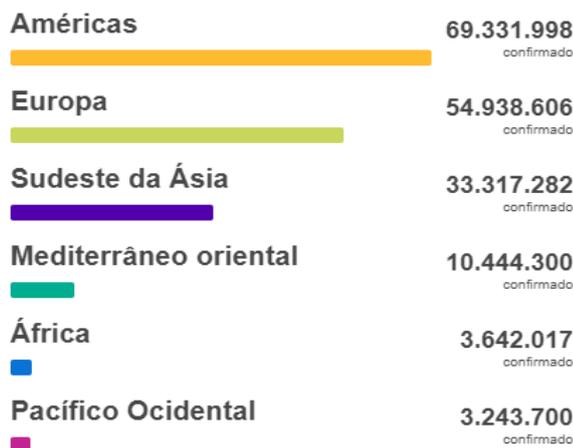
O presente trabalho foi desenvolvido por meio de pesquisa explicativa de acordo com a classificação explicativa do livro Como Elaborar Projetos de Pesquisa (GIL,2002), metodologia aplicada inicialmente foi a elaboração de um questionário onde foram levados em conta os procedimentos e atitudes aplicadas antes e durante a pandemia em relação a venda direta de produtos. Posteriormente foram organizadas as respostas e observadas as principais diferenças de métodos, onde o grupo pode dissertar sobre.

2. REFERÊNCIAL TEÓRICO

2.1 COVID-19: A MANEIRA COMO O VÍRUS IMPACTOU NO MERCADO DE TRABALHO

A Organização Mundial da Saúde (OMS) classificou a COVID-19, doença causada pelo novo coronavírus (SARS-CoV-2), como uma pandemia. Depois de um surto centralizado na China no final de 2019, o vírus se espalhou rapidamente para mais de 150 países – incluindo os Estados Unidos, a Itália e até mesmo o Brasil. Quase 200 mil pessoas já foram afetadas ao redor do mundo. Após um surto centralizado na China no final de 2019, o vírus COVID-19 se espalhou rapidamente para mais de 150 países, mais de 174.918.667 casos confirmados no mundo, de acordo com OMS no dia 12 de junho de 2021.

Situação por região da OMS



Fonte: Organização Mundial da Saúde
Os dados podem estar incompletos para o dia ou semana atual.

Imagem 1: Situação por região mundial de acordo com a OMS (2021).

Os últimos meses o mundo viu uma pandemia precipitar-se como uma avalanche sobre todos os países levando a uma mudança radical de hábitos e

comportamentos sociais, com destaque para o confinamento e paralisação de atividades econômicas. (Bosquerolli, 2020).

A pandemia impactou diretamente o produto interno bruto (PIB), onde registrou uma queda de 4,1% no ano de 2020, de acordo com o IBGE. De maneira geral, o impacto da pandemia tem sido mais prejudicial para os indivíduos adultos de 25 a 39 anos (34,6%) e mulheres (54,5%).

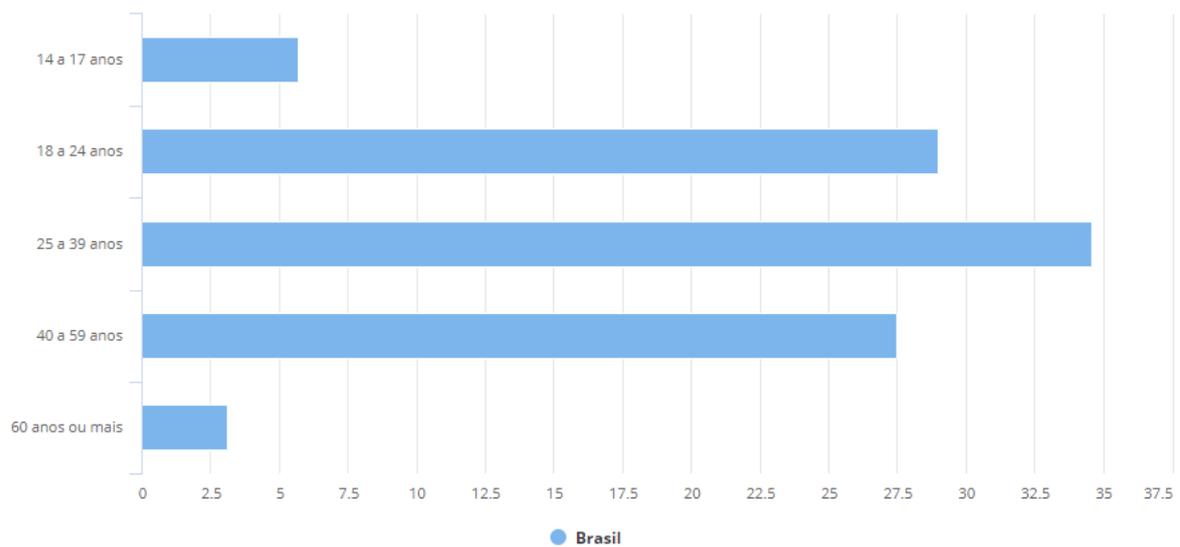


Imagem 2: Distribuição de pessoas desocupadas por idade no primeiro trimestre de 2021. (IBGE, 2021)

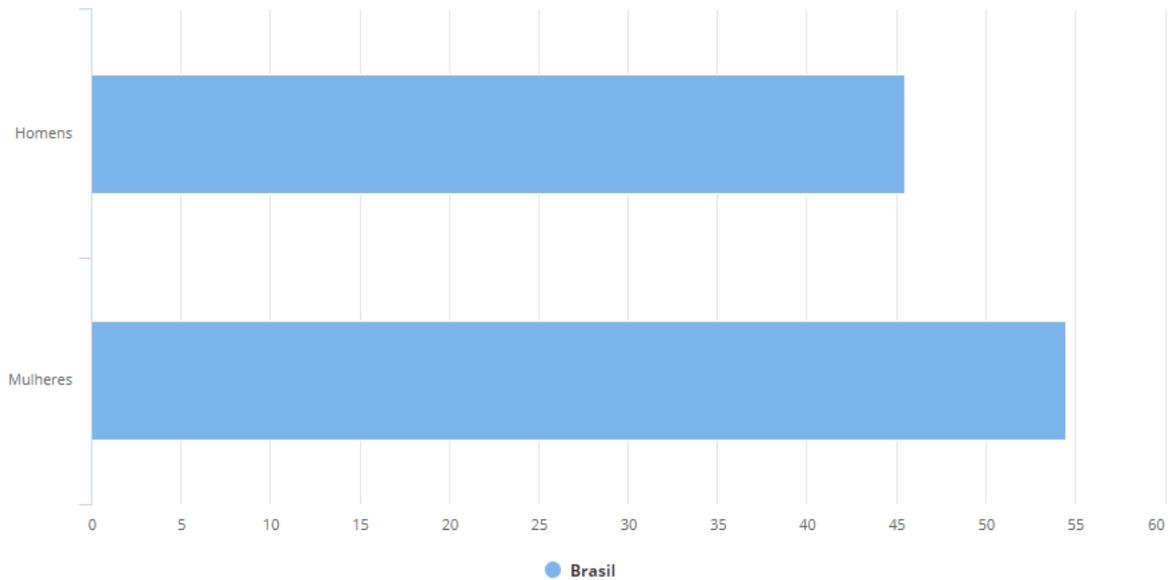


Imagem 3: Distribuição percentual de pessoas desocupadas por sexo, 1º trimestre 2021 (IBGE, 2021).

Durante a pandemia, uma pesquisa realizada pelo SEBRAE com empreendedores individuais e proprietários de microempresas e de empresas de pequeno porte indicou que 58,9% das organizações interromperam temporariamente o funcionamento, enquanto 31% modificaram a forma de funcionamento, 6,6% continuaram funcionando da mesma maneira, e 3,5% encerraram as atividades. Dentre o grupo de empresas que modificou o modelo de funcionamento, 41,9% passaram a funcionar através de vendas online. A pesquisa ainda revelou que 73,4% das empresas estavam com situação financeira razoável ou ruim, enquanto apenas 26,6% consideraram a situação das finanças boa (SILVA, SILVA, 2020).

No cenário atual, as estratégias de venda pelo comércio passaram por um processo de novas criações de promoção, o que antes, as vendas eram prevalentemente feitas em lojas com atendimentos físicos passaram para o ambiente virtual, aumentando com isso investimentos em marketing digital, confirma Cruvinel (2020).

Segundo publicação do Instituto Locomotiva, lançado no início do mês de junho/2020, o e-commerce brasileiro teve uma alta de 32,6% durante o mês de março, [...] porém não significa que as empresas estejam faturando mais do que antes.

Usuários conversam sobre cursos online e adaptações de negócios às estratégias digitais durante a pandemia, enquanto portais de notícias e blogs divulgam ações de marketing das empresas e medidas adotadas pelas plataformas de redes sociais acerca da crise (APPROACH, 2020).

2.2 LEI 13.979/20

Devido ao momento pandêmico vigente em razão da proliferação do vírus Sars-CoV-2, se instaurou a pandemia do COVID-19 enquadrada como situação de calamidade pública. Foi decretada no dia 06/02/2020 pelo Congresso Nacional, sancionada pelo atual presidente da República Jair Messias Bolsonaro e publicada na 14ª página do DOU (Diário Oficial da União) a lei 13.979/20 (Gov,2021). A lei em questão configura as medidas de proteção a serem adotadas em caráter público e privado durante a pandemia.

“I - Isolamento: separação de pessoas doentes ou contaminadas, ou de bagagens, meios de transporte, mercadorias ou encomendas postais afetadas, de outros, de maneira a evitar a contaminação ou a propagação do coronavírus” [...] “ II - Quarentena: restrição de atividades ou separação de pessoas suspeitas de contaminação das pessoas que não estejam doentes, ou de bagagens, contêineres, animais, meios de transporte ou mercadorias suspeitos de contaminação, de maneira a evitar a possível contaminação ou a propagação do coronavírus” [...] (LEI Nº 13.979, 2020).

2.3 SETORES MAIS PREJUDICADOS

Em detrimento da proliferação do coronavírus, diversos setores sofreram impactos em suas respectivas atividades. Foi redigida pela Secretaria Especial de Produtividade, Emprego e Produtividade do Ministério da Economia (Sepec/ ME), publicada no Diário da União (PORTARIA Nº 20.809, pg. 47, 14/09/2020) uma lista com a possuindo como finalidade o informe dos setores mais afetados perante a situação de calamidade pública em que o país se encontra.

“I - atividades artísticas, criativas e de espetáculos (CNAEs 90 91 92 93); II - transporte aéreo (CNAE 51); III - transporte ferroviário e metroferroviário de passageiros (CNAE 4912-4); IV - transporte interestadual e intermunicipal de passageiros (CNAE 4922 -1); V - transporte público urbano (CNAE 4922-1); VI - serviços de alojamento (CNAE 55); VII - serviços de alimentação (CNAE 56); VIII - fabricação de veículos automotores, reboques e carrocerias (CNAE 29); IX - fabricação de calçados e de artefatos de couro (CNAE 15); X - comércio de veículos, peças e motocicletas (CNAE 45).” (Diário Oficial da União, pg. 47, 2020)

2.4 UTILIZAÇÃO DO MARKETING DIGITAL NA PANDEMIA

Estima-se que o marketing ganhou visibilidade no século XVIII com a Revolução Industrial, devido ao processo que as fábricas estavam ganhando espaço no mercado de trabalho com a

produção massiva, o que resultou no primeiro problema que eles teriam que resolver oferta e demanda (IFOCUS, 2018)

As ferramentas e táticas desenvolvidas dentro do marketing são fundamentais para o crescimento de uma empresa, especialmente para os novos microempreendedores, o marketing nos direciona para melhor entender o mercado de trabalho, os futuros clientes e como satisfazer esses clientes com produtos e serviços. E com o passar dos anos podemos observar como esse marketing tradicional escrito a partir de grandes escritores que são conhecidos por suas obras como: Peter Drucker, Theodore Levitt, Philip Kotler etc. vem se modificando, como bem sabemos precisamos estar atentos e abertos para essas mudanças.

Como bem mencionado em seu livro “Marketing 4.0 Do tradicional ao Digital” escrito por Philip Kotler:

[...]Hoje vivemos em um mundo totalmente novo. A estrutura de poder está passando por mudanças drásticas. A internet, que trouxe conectividade e transparência às nossas vidas, tem sido em grande parte responsável por essas transformações [...]. (KOTLER,2019, p.16)

Nos traz essa visão que o marketing tradicional agora está migrando para o marketing digital que por sua vez ganha muita força no século XXI. O marketing digital vem crescendo muito nos últimos anos e com o surgimento do Covid-19 algumas empresas para não fecharem suas portas precisaram adotar essa ideia de trabalhar com o marketing digital e impulsionar suas vendas de forma online. Acompanhar esse crescimento é fundamental para estar por dentro do desenvolvimento do marketing, buscar informações, estar antenados nas modificações que estão acontecendo a todo tempo.

[...]o marketing consiste em lidar com um mercado em constante mudança e que, para entender o marketing de ponta, deveríamos entender como o mercado vem evoluindo nos últimos anos [...]. (KOTLER, 2019, p.32)

Os influenciadores digitais usam suas redes sociais para influenciar seu público falando sobre alguma marca, produto, em suas redes sociais, eles são considerados as novas celebridades de uma forma digital, o que antigamente eram os atores, atrizes e todas as pessoas que apareciam na Tv e revistas. Juntamente com os conteúdos que são gerados dentro dessa rede social são intercalados com as propagandas de algum produto no qual eles tenham vínculo e ganham para isso, fazendo com que seu público entre dentro da publicidade. Chamam a atenção desse público mostrando o quanto fazem parte da vida desse influencer, mostrando seu dia a dia, suas viagens, seus projetos etc., demonstrar o carinho que sente por esse público, incentivá-los a fazer algo, falando que por exemplo: aquele produto é realmente bom, falando de desconto que seu público terá ao digitar um código que é exclusivamente dele. Essas ferramentas de persuasão influencia as pessoas (KARNAL,2021).

[...]É verdade que, sendo nativos digitais, os consumidores jovens são os primeiros a adotar a conectividade, mas eles inspiram os mais velhos a fazerem o mesmo. Além disso, à medida que a população mundial envelhece, os nativos digitais se tornam maioria, e assim a conectividade acabará se tornando o novo normal [...]. (KOTLER, 2019, p. 37-38)

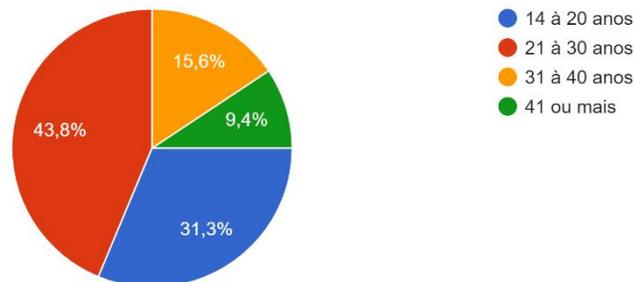
[...]As mídias tradicionais e contemporâneas para comunicação de marketing, como televisão e mídia social, também se complementarão. Muitas pessoas buscam as últimas notícias no Twitter, mas acabam retornando à televisão para assistir aos canais de notícias em busca de uma cobertura noticiosa mais confiável e profunda [...]. (KOTLER, 2019, p. 41)

2.5 ESCOPO DOS PRODUTOS

A GMR cosméticos, possui como objetivo proporcionar aos nossos clientes produtos que tenham qualidade e com preços acessíveis, de modo, a elevar a autoestima da mulher estimulando-a no autocuidado cotidiano. Com a realização de uma pesquisa de campo, observamos que nosso público-alvo se enquadra na faixa etária de 14 a 30 anos. Desse modo, a interação com nossos clientes ocorrerá por intermédio do Instagram, Facebook e WhatsApp devido à grande utilização dessas plataformas digitais por parte dos clientes, possibilitando assim, melhor atendimento e proximidade com nossos clientes.

4- Qual sua idade?

32 respostas



Pesquisa de faixa etária dos clientes

Na tabela a seguir constam de forma detalhada os recursos principais; atividades e os parceiros:

<i>Custos Fixos</i>	<i>R\$</i>
Anúncio Instagram e Facebook	R\$ 400,00
Salário Motoboy 1500	R\$ 1.920,00
Luz	R\$ 300,00
Água	R\$ 230,00
2 Vendedores	R\$1447,00
Internet	R\$ 150,00
Telefone	R\$ 100,00

2 Proprietários R\$ 2500	R\$ 6.400,00
Fornecedor	R\$ 70.000,00
Aluguel	R\$ 2.000,00
Mimos Clientes mês	R\$ 480,00
Blogueiras	R\$ 800,00
Embalagens	R\$ 7.000,00
Total	R\$ 93.484,32
Custo Variáveis	
Design gráfico (serviços) 1 mês	R\$ 240,00
Manutenção	R\$ 500,00
Impostos (5%)	R\$ 7.112,21
Margem Segurança (10%)	R\$ 14.224,42
Total	R\$ 22.076,63
Receita	100%
Despesas	R\$ 93.484,32
Variáveis	R\$ 740,00
Margem Segurança + Imposto	R\$ 22.076,63
Total	R\$ 116.300,95
Valor total Vendido	R\$ 142.244,20
Valor Lucro	R\$ 25.943,25

Ademais, logo abaixo está localizada a tabela em razão dos preços e produtos de nossa empresa:

Estoque/Produtos	uni	Preço uni	Revender por
Serum Primer MaxLove kit	100	R\$ 5,49	R\$ 8,99
Pó banana Lady Beauty Hd kit	100	R\$ 4,99	R\$ 7,89
Sabonete primer 100ml up Dermachem	100	R\$ 5,50	R\$ 8,99
Base Matte Playboy grupo A 3 op	100	R\$ 5,00	R\$ 9,99
Base RubyRose Efeito natural 6 op	120	R\$ 5,00	R\$ 11,99
Base Matte Luisance 8op	160	R\$ 8,00	R\$ 13,99
Base Jasmyne cobertura uniforme 6 op	120	R\$ 8,00	R\$ 11,99
Paleta Sombras Signos Elementos 4op	100	R\$ 19,90	R\$ 31,99
Sombra Líquida MissLary 4op	100	R\$ 10,00	R\$ 14,99
Sombra Ice Cream City Girls 6op	100	R\$ 7,00	R\$ 10,00
Paleta Sombra Moody RubyRose	25	R\$ 45,00	R\$ 69,90
Paleta Sombra Afternoon	50	R\$ 20,00	R\$ 29,99
Glitter Solto Shine RubyRose 6 op	100	R\$ 10,00	R\$ 14,99
Shine gloss Labia RubyRose 8op	100	R\$ 10,00	R\$ 14,99
sombra liquida aveludada black MissLary	100	R\$ 10,00	R\$ 14,50
Corretivo colorido RubyRose 7op	100	R\$ 10,00	R\$ 14,99
Pó Facial RubyRose hd 6 op	150	R\$ 10,00	R\$ 15,50

Pó translúcido Bronzer Luisance 4 op	150	R\$ 12,00	R\$ 17,99
Pó facial RubyRose 10 op	150	R\$ 10,00	R\$ 14,99
Pó facial Jasmyne 10op	150	R\$ 8,00	R\$ 12,99
Pó compacto vult 8 op	200	R\$ 12,00	R\$ 21,99
Serúm anti- oliosidade Dia Zart makeup	150	R\$ 6,90	R\$ 10,99
Serúm Hidratante Noite Zart Makeup	150	R\$ 6,90	R\$ 11,99
Serum Facial vitamina C Face Beautiful	150	R\$ 10,00	R\$ 14,99
Sabonete carvão ativado Bela Femme	150	R\$ 10,00	R\$ 14,99
Gel antipoluição blindagem Dermachem	150	R\$ 10,00	R\$ 14,99
Sabonete demaquilante pós maquiagem Bela Femme	150	R\$ 10,00	R\$ 14,99
Sabonete esfoliante Face Beautiful	150	R\$ 9,90	R\$ 14,99
Máscara facial refrescante Pepino Face Beautiful	150	R\$ 10,00	R\$ 14,99
Água micelar 150ml Jasmyne	150	R\$ 12,00	R\$ 17,99
Água micelar oil free MaxLove	150	R\$ 10,00	R\$ 14,99
Serúm Primer Dia MaxLove	200	R\$ 10,00	R\$ 14,99
Serúm Primer Noite MaxLove	200	R\$ 10,00	R\$ 14,99
LipBalm Playboy 2 op	100	R\$ 5,00	R\$ 8,99
Batom líquido Playboy 6 op	100	R\$ 5,00	R\$ 9,99
Shine Diamond Glow RubyRose 4 op	100	R\$ 10,00	R\$ 18,99
Efoliante labial Berry Jasmyne 2 op	100	R\$ 10,00	R\$ 14,99
Lip Balm Rena Luisance 4 op	100	R\$ 10,00	R\$ 14,99
Lip Balm Hidratante Luisance 4 op	100	R\$ 6,00	R\$ 9,99
Máscara de Cílios RubyRose HD 6 op	100	R\$ 15,00	R\$ 23,99
Fixador de maquiagem soft skim primer Bela Femme	100	R\$ 10,00	R\$ 16,99
Iuminador sun Rous Luisance	120	R\$ 14,90	R\$ 22,99
Pó Bronzeador RubyRose HD 6op	130	R\$ 13,90	R\$ 21,69
Lápis para olhos com apontador branco Luisance	50	R\$ 3,50	R\$ 7,00
Lápis para olhos City girls 7 op colorido	60	R\$ 4,00	R\$ 8,00
Lápis para olhos com apontador preto RubyRose	100	R\$ 4,00	R\$ 8,00
Delineador black Luisance	50	R\$ 10,00	R\$ 14,59
Delineador Glitter shine RubyRose HD 6 op	50	R\$ 10,00	R\$ 14,59
Delineador em Gel Black RubyRose	50	R\$ 10,00	R\$ 14,99
Delineador gel preto Playboy	50	R\$ 8,00	R\$ 12,90
Delineador líquido magic ultra black Luisance	50	R\$ 8,00	R\$ 12,90
Blush duo new vibe RubyRose 5 op	60	R\$ 10,00	R\$ 14,99
Trio sobrancelha Perfeitas Luisance op A op B	40	R\$ 10,00	R\$ 14,99
Sombra Duo para Sobrancelha RubyRose 4 op	40	R\$ 9,90	R\$ 14,99
Lenço facial removedor de maquiagem RubyRose	100	R\$ 10,00	R\$ 14,50
Cola Glitter Face Beautiful 10 ml	50	R\$ 8,00	R\$ 12,99
Glitter Se Joga! Face Beautiful 10 op	80	R\$ 2,50	R\$ 5,99
Glitter Shine Glow Face Beautiful 6 op	80	R\$ 8,00	R\$ 12,99
Cílios Postiços caixa com 1 par Volume 1 -Macrilan	50	R\$ 3,00	R\$ 7,00
Cílios Postiços caixa com 1 par Volume 2 Macrilan	50	R\$ 3,00	R\$ 7,00
Cílios Postiços caixa com 1 par Volume 3 Macrilan	50	R\$ 3,00	R\$ 7,00
Cílios Postiços caixa com 1 par Volume 4 Macrilan	50	R\$ 3,00	R\$ 7,00
Hidratante Facial Niveal 90 g	100	R\$ 11,90	R\$ 15,99

Hidratante Facial Vita C Needs 50g	100	R\$ 8,00	R\$ 12,99
Hidratante corporal Hidramais	100	R\$ 5,00	R\$ 9,99
Óleo Corporal semente de uva Hidramais	100	R\$ 5,00	R\$ 11,99
Creme hidratante para os pés	100	R\$ 5,00	R\$ 9,99
Bruma Fixadora RubyRose	100	R\$ 10,00	R\$ 19,99
Água Termal RubyRose	100	R\$ 10,00	R\$ 19,99
Pantene Shampoo	100	R\$ 9,00	R\$ 13,99
Pantene Condicionador	100	R\$ 10,50	R\$ 16,99
Loreal Shampoo	100	R\$ 7,50	R\$ 12,99
Loreal Condicionador	100	R\$ 8,50	R\$ 12,99
Seda Shampoo	100	R\$ 4,50	R\$ 8,99
Seda Condicionador	100	R\$ 5,50	R\$ 11,99
batom Matte Avon	100	R\$ 21,00	<u>R\$ 31,00</u>
Esmalte Pro Gel 16 op	100	R\$ 5,00	R\$ 14,99
Esmalte Crystal 5 op	100	R\$ 11,99	R\$ 19,99
Sabotene Íntimo Avon 3 op 250 ml	60	R\$ 11,99	R\$ 17,99
Esmalte Color Trend 20 oo 8 ml	400	R\$ 4,05	R\$ 5,99
Perfume Vodka 4 op men	40	R\$ 45,00	R\$ 65,99
LA RIVE In Woman Eau de Parfum - Perfume Feminino 90ml	30	R\$ 70,90	<i>R\$ 102,99</i>
PARIS ELYSEES La Petite Fleur Blanche Eau de Toilette - Perfume Feminino 100ml	30	R\$ 63,90	R\$ 91,99
PARIS ELYSEES Sexy Woman Eau de Toilette - Perfume Feminino 100ml	30	R\$ 54,80	R\$ 78,99
FERRARI Black Eau de Toilette - Perfume Masculino 125ml	30	R\$ 294,90	R\$ 421,99
LA RIVE Cabana Eau de Toilette - Perfume Masculino 90ml	30	R\$ 74,90	R\$ 17,99
AZZARO Pour Homme Eau de Toilette - Perfume Masculino 30ml	30	R\$ 119,90	R\$ 171,99
PARIS ELYSEES Billion Eau de Toilette - Perfume Masculino 100ml	30	R\$ 54,90	R\$ 78,99
Total de Itens	8745		

- ✓ **Sérum Primer:** selando os poros abertos e uniformizar a pele. Trazendo durabilidade da maquiagem pois auxilia na retenção dos produtos que serão passados.
- ✓ **Base Matte líquida:** uniformizando a pele, neutralizando as manchas existentes como: marcas de acne, manchas de sol e imperfeições no geral. Deixando a pele mais seca segurando a oleosidade.
- ✓ **Hidratante facial:** Usando um hidratante proporcionará maciez, viço e luminosidade, melhorando a elasticidade da pele. Resultado de uma pele bem hidratada pode retardar o aparecimento de rugas e linhas de expressão.
- ✓ **Pó banana:** auxilia no controle da oleosidade da pele proporcionando uma durabilidade maior dos produtos aplicados.

- ✓ **Sabonete primer pré maquiagem:** deixando a pele mais macia, aveludada, suavizando as linhas de expressão e os poros abertos, removendo a oleosidade, assim preparando a pele para receber a maquiagem.
- ✓ **Paleta Sombras em pó:** seja grande ou pequena, colorida ou nude, cintilante ou opacas as sombras são utilizadas para fazer combinações de cores inseridas na pálpebra móvel, assim dando forma para uma make mais clean ou mais ousada.
- ✓ **Glitter Solto:** com partículas superfinas formando um acabamento com muito brilho e que chamará a atenção para a make ou para o corpo.
- ✓ **Shine gloss Labial:** versátil para realçar os lábios. Indicado usar após o batom já estar aplicado assim complementando com um toque brilhante.
- ✓ **sombra líquida aveludada:** versátil podendo ser utilizada como sombra ou batom. Com sua tecnologia mais aveludada, ela facilita o esfumado.
- ✓ **Corretivo colorido:** utilizada para cobrir imperfeições tais como: manchas, olheiras mais escuras, cicatrizes entre outras imperfeições.
- ✓ **Pó Facial compacto:** usado para finalizar a maquiagem, dando um toque aveludado, complementa juntamente com a base matte disfarçando as imperfeições, e evita o brilho causado pela oleosidade da pele.
- ✓ **Pó translúcido:** serve para todos os tons de pele, garante um acabamento na maquiagem para fixar e retirar o brilho causado pela oleosidade da pele.
- ✓ **Sérum anti- oleosidade Dia:** ajuda na preparação da pele para receber a maquiagem. Ideal para peles oleosas, ele ajuda no controle do brilho e do excesso de oleosidade.
- ✓ **Sérum Hidratante Noite:** Atua na renovação da pele e na redução das linhas de expressão, deixando a pele macia e aveludada para receber a maquiagem.
- ✓ **Sérum Facial vitamina C:** ajuda a clarear a pele e deixá-la mais luminosa com sua ação inibidora de formação de melanina, prevenindo o surgimento de manchas, auxilia na formação de novas fibras de colágeno, prevenindo a formação de rugas, linhas de expressão e flacidez.
- ✓ **Sabonete carvão ativado:** as partículas de carvão ativado são extremamente porosas e funcionam como uma esponja absorvendo a oleosidade e as toxinas da pele, como células mortas e resíduos de maquiagem. Por serem abrasivos, promovem uma limpeza profunda, garantindo maciez e brilho na pele.
- ✓ **Gel antipoluição blindagem Dermachem:** é capaz de blindar a pele contra efeitos da luz UV, poluição, umidade, temperatura em excesso e até fatores intrínsecos ocasionados pela alimentação.
- ✓ **Sabonete demaquilante pós maquiagem:** é um demaquilante 3 em 1, ele proporciona a máxima remoção de todo o resíduo de maquiagem de forma mais e eficaz e sem agredir a pele do rosto.
- ✓ **Sabonete esfoliante facial:** é um dos produtos de beleza que ajudam a saúde da pele – tanto do rosto como do corpo. O sabonete esfoliante funciona como um tratamento para a pele, pois auxilia na remoção das células mortas, ativando a produção de uma pele mais bela e hidratada.
- ✓ **Máscara facial refrescante Pepino:** com alto poder revigorante, a máscara facial de pepino, promove refrescância, revitalização e conta ainda com ação calmante. composta por cana de açúcar e vitamina b5, a máscara proporciona hidratação, suavidade e melhor aparência da pele.
- ✓ **Água micelar:** absorve a sujeira e a maquiagem, não agride a pele e mantém a barreira de proteção natural da pele. O produto é uma solução de limpeza com

moléculas solúveis em óleo e em água, que geram micelas que absorvem as partículas de impurezas e as eliminam, promovendo também hidratação e suavidade.

- ✓ **LipBalm:** Além de hidratar os lábios, ele previne o ressecamento da pele e protege contra os danos solares
- ✓ **Máscara de Cílios:** A máscara de cílios é indispensável em qualquer produção. Com a finalidade de alongar, curvar ou dar volume para os cílios dependendo do formato de seu aplicador.
- ✓ **Batom líquido:** oferece uma cobertura e a cor intensa quando aplicado na boca, e além de deixar linda, oferece uma hidratação aos lábios.
- ✓ **Gloss Labial com Glow:** possui uma variação de cores lindas e brilhantes, além de sua textura leve e cremosa que proporciona um acabamento impecável. Proporciona lábios realçados, com brilho vibrante e cor duradoura.
- ✓ **Esfoliante labial Berry:** com seu cheirinho de frutas vermelhas, feito com esferas naturais de Apricot e Jojoba que esfoliam a pele dos lábios removendo as “pelinhas” e dando um aspecto de lábios mais saudáveis.
- ✓ **Lip Balm Rena e hidratante:** Hidratante labial.
- ✓ **Fixador de maquiagem soft skim primer:** prepara a pele para receber maquiagem, criando um filme que ajuda a diminuir as linhas de expressão e poros, prolongando a duração da maquiagem e reduz a aparência das linhas de expressão.
- ✓ **Iluminador líquido:** Ele é usado como um truque infalível para dar um acabamento natural, mas ao mesmo tempo sofisticado para a make. Versão líquida é a mais indicada para donas de pele seca deixarem a produção iluminada.
- ✓ **Iluminador em pó:** O iluminador pode ser usado a qualquer momento, tanto de dia como de noite, em maquiagens simples ou elaboradas.
- ✓ **Pó Bronzeador:** Proporciona à sua pele um bronzeado natural e luminoso ou um belo contorno. Pó bronzeador facial. Cria uma aparência natural e a luminosidade do toque do sol sobre a pele do rosto.
- ✓ **Lápis para olhos:** A principal vantagem do lápis de olho é sua dupla função: delinear e esfumar.
- ✓ **Delineador líquido:** O delineador é um produto cosmético usado para realçar os olhos, sendo aplicado no contorno deles.
- ✓ **Delineador em Gel:** por ter uma textura cremosa ele ajuda na aplicação perfeita para a região, bastante uniforme e deve ser aplicado com um pincel.
- ✓ **Blush em pó:** O blush realça e valoriza a beleza do rosto. O blush pode devolver a naturalidade a uma pele que foi trabalhada com base, corretivo e pó. Também pode-se utilizar o blush para dar forma ao rosto, realçar a estrutura óssea e seus melhores traços.
- ✓ **Trio de sombra para sobrancelha:** é perfeito para eliminar as falhas, preencher, modelar e embelezar o olhar. Possui três cores que se adaptam as cores naturais das sobrancelhas: marrom claro, marrom médio e preto.
- ✓ **Lenço facial removedor de maquiagem:** Práticos, eles não vazam, não ocupam espaço, dispensam o algodão e ainda retiram qualquer produto do rosto - como delineador, máscara de cílios, lápis, bases de alta cobertura e aquele batom intenso - em um único passo e sem agredir a pele.
- ✓ **Cola Glitter:** usado para a fixação do glitter em pó e líquido.
- ✓ **Glitter em pó:** suas partículas são mais visíveis ao utilizá-lo. Fixa perfeitamente na pele sem ressecá-la e mantendo o brilho.

- ✓ **Glitter líquido:** desenvolvido para dar mais brilho para a make. Podendo ser usado na área dos olhos, no rosto e boca garantindo um efeito glow (brilho).
- ✓ **Cílios postiços:** servem para realçar o olhar e deixar a mulher mais poderosa.
- ✓ **Óleo corporal:** Auxiliam na hidratação por recomporem o manto lipídico da nossa pele, assim dando maciez.
- ✓ **Hidratante para os pés:** protege os pés contra os agressores externos, evitando inflamações na pele, melhorando o aspecto e neutralizando odores indesejáveis.
- ✓ **Bruma Fixadora:** Serve para aumentar a durabilidade da make, uma vez que ela ajuda a fixar os produtos na pele. Pode ser usada para potencializar a cor sombra ou transformar uma sombra colorida em delineador.
- ✓ **Água termal:** Hidrata, tonifica e refresca a pele no dia a dia. Com sua função antioxidante, é perfeita para evitar o envelhecimento precoce da pele; acalma e alivia coceiras e irritações, principalmente para quem tem algum tipo de doença ou pele sensível. Ajuda na limpeza da pele e na fixação da maquiagem.
- ✓ **Shampoo:** A função do shampoo é promover a correta limpeza do couro cabeludo e fios. Preparar os cabelos para receber em seguida o tratamento necessário para os fios.
- ✓ **Condicionador:** Responsável para promover maciez aos cabelos, deixando-os mais fáceis de pentear, mais brilhosos e menos propensos à quebra e às pontas duplas. O condicionador fecha as escamas do cabelo (abertas pelo shampoo) e, com isso, evita que o fio perca seus nutrientes e resseque.
- ✓ **Batom Matte líquido:** depois de seco fica com um efeito mais fosco, sem brilho. Tem ótima durabilidade e dificilmente borra as roupas e copos.
- ✓ **Esmalte Pro Gel Avon:** Com cores intensas e acabamento gel, o esmalte promove a aparência de unhas fortes durante o uso, não descasca/lasca, não mancha as unhas e possui longa duração.
- ✓ **Esmalte Glitter Avon:** Sua textura com bastante glitter traz uma longa duração.
- ✓ **Sabonete Íntimo Avon:** foi especialmente desenvolvido para a higiene diária da parte mais delicada do corpo da mulher. É formulado com Gentle Complex, um complexo natural que atua como neutralizador de odores e ajuda a cuidar naturalmente da região íntima feminina.
- ✓ **Esmalte Color Trend:** Usado para embelezar as unhas.
- ✓ **Perfume:** (do latim fumus) é uma mistura de óleos, álcool e água, cuja função é proporcionar uma agradável e duradoura fragrância de aroma agradável a diferentes objetos, principalmente ao corpo humano.

2.6 ESCOPO DA EMPRESA

A GMR cosméticos, é uma empresa que pensa na qualidade dos cosméticos e na segurança do consumidor. Voltado para as mulheres e uma pequena porcentagem de homens, oferecendo produtos skin care, maquiagem, higiene pessoal e perfumaria, prezando a qualidade e o preço para melhor atender nossos clientes. A matriz física está localizada na rua Presidente Dutra, 1325 no centro acima, em Limeira - SP, onde serão os atendimentos presenciais, trabalhando também de forma online em nosso no Instagram. As entregas na cidade de Limeira – SP serão

feitas por um motoboy e nas demais regiões e outros estados as entregas serão por meio de transportadora e correio.

Nome: GMR Cosméticos

Razão: GMR cosméticos Ltda.

Dados do empreendimento:

CNPJ: 55.831.443/001-23

Natureza da operação: Vendas de Produtos

Número de inscrição: 02.232.3355-6

Telefone: 34428902 – (19) 989557025

Endereço: Rua Presidente Dutra, 1325 no centro acima, em Limeira - SP

Somos uma empresa formada por dois sócios: Grazielle Fernanda de Barros Pompeu, brasileiro, natural da cidade de Limeira/SP, casada, nascido em 02/04/1996, empresário, portador do C.P.F. nº 245.398.813-03, carteira de Identidade R.G. nº 40.430.950-4, expedida pelo Instituto de Identificação do Estado de São Paulo, residente e domiciliado à Rua: Reverendo Josias Rosa, Limeira- SP, nº 224, Jardim Lago Azul, Cep: 13.481-633. E Rodrigo Nascimento de Paula, brasileiro, natural de Limeira/SP, solteiro sobre regime parcial de bens, nascido em 17/03/2003, empresário, portador do C.P.F. nº 449.958.350-20, carteira de Identidade R.G. nº 44.229.039-3, expedida pelo Instituto de Identificação do Estado de São Paulo residente e domiciliada à Rua: Zaira Ometto, Limeira/SP, nº 558, Nossa Senhora do Amparo, CEP:13.481-275. Cada sócio entrará com um capital de R\$ 50.000,00 reais cada resultando o valor total de R\$100.000,00 reais.

Missão: Temos como objetivo entender e satisfazer nossos clientes com qualidade e preço justo dos nossos produtos.

Visão:

- ✓ Ser referência em um bom atendimento, qualidade e preços acessíveis.
- ✓ Uma empresa que ajuda a elevar a autoestima de homens e mulheres
- ✓ Ser uma empresa que trabalhe em equipe e seja um ótimo lugar para trabalhar
- ✓ Uma empresa que os clientes tenham prazer de frequentar e comprar os produtos.

Valores:

- ✓ Trabalhar com respeito para satisfazer nossos clientes
- ✓ Buscar entender e compreender as necessidades do consumidor
- ✓ Fazer nosso melhor
- ✓ Trabalhar em equipe
- ✓ Buscar inovações para ter melhorias
- ✓ Respeitar aos valores morais
- ✓ Ser uma empresa que os funcionários tenham prazer em trabalhar

Enquadramento tributário: Nossa empresa optou em começar pelo simples nacional pelo fato de iniciarmos com um capital de R\$100.000,00 reais e presumindo o lucro de R\$20.000,00 ao mês livre. O Simples Nacional é um regime de tributação criado pela Lei Complementar nº 123 em 2006. Ele foi criado para diminuir a burocracia do dia a dia dos empreendedores.

$R\$20.000,00 \times 12 \text{ meses} = R\$ 240.000,00 / \text{Ano}$

$R\$ 240.000,00 \times 7,3\% = R\$ 17.520,00$

$17.520,00 - 5.940,00 = 11.580,00$

$11.580,00 / 240.000,00 = 0,04825$

$0,04825 \times 100 = 4,825$

$R\$20.000,00 \times 4,825 = R\$965,00 \text{ DAS (Documento de Arrecadação do Simples Nacional)}$

3. ANEXO



Logotipo empresa GMR

4- Qual sua idade?

32 respostas

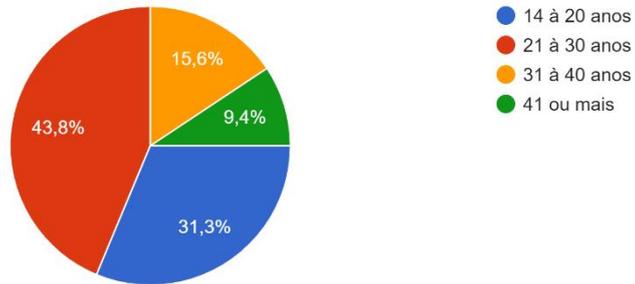


Gráfico da Pesquisa

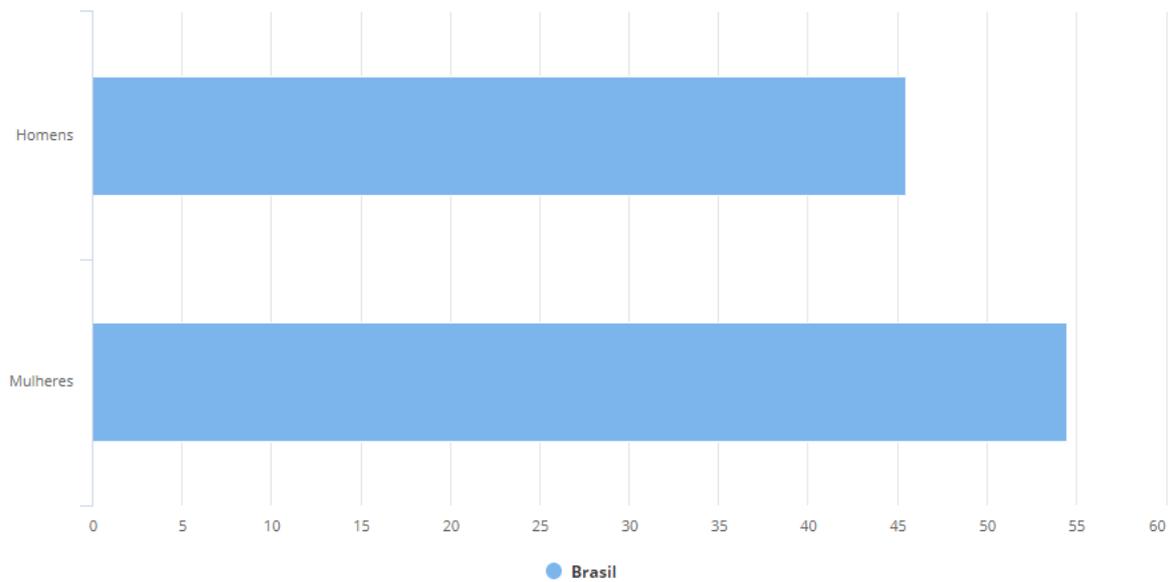


Imagem 3: Distribuição percentual de pessoas desocupadas por sexo, 1º trimestre 2021 (IBGE, 2021).

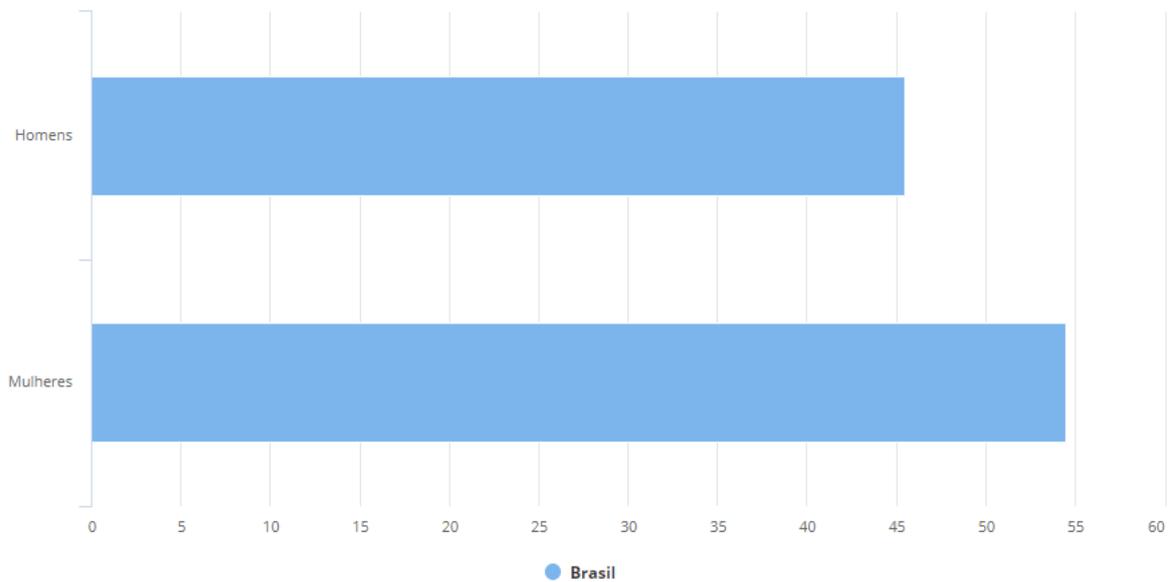


Imagem 3: Distribuição percentual de pessoas desocupadas por sexo, 1º trimestre 2021 (IBGE, 2021).

4. CONCLUSÃO

Após a realização do presente trabalho, com base nas pesquisas realizadas concluímos a viabilidade da abertura da empresa GMR Cosmético. Embora em eminência de situações calamitosas, como constatado, o setor de cosméticos tende a obter um significativo aumento em suas vendas, acarretando o "Efeito Batom". O termo Efeito Batom, é utilizado devido ao aumento em específico do cosmético batom.

Outrossim, é imprescindível a busca por inovações visando o aprimoramento empresarial, ofertando assim, produtos de qualidade e o melhor relacionamento com o cliente afim de sanar suas necessidades atuais estendendo-se até às futuras. Dessa maneira, A GMR Cosméticos obterá um diferencial competitivo em relação aos concorrentes de seu segmento.

5. REFERÊNCIAL BIBLIOGRÁFICO

BOSQUEROLLI, A.M., FUJARRA, B.H., et al. Brasil e o mundo diante da Covid-19 e da crise econômica. Petconomia UTPR.

BRASIL. Imprensa Nacional. Portaria nº 20.809, de 14 de setembro de 2020. Lista os setores da economia mais impactados pela pandemia após a decretação da calamidade pública decorrente do Covid-19. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 15 set. 2020. p. 47. Disponível em: <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/portaria-n-20.809-de-14-de-setembro-de-2020-277430324>. Acesso 25 jun. 2021

Brasil. Lei nº19.979, de 6 de fevereiro de 2020. Dispõe sobre as medidas que poderão ser adotadas para enfrentamento do momento de calamidade pública. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, p.1, 6 fev. 2020. Disponível em: <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/lei-n-13.979-de-6-de-fevereiro-de-2020-242078735>. Acesso em: 25 jun. 2021

CRUVINEL, I.B. Marketing digital em tempos de pandemia. Gestão & Tecnologia. Faculdade Delta. V. 1 ed. 30. Jan/Jun 2020.

Como surgiu o marketing? Ifocus agência de marketing integrado. Divinópolis, MG: c2018. Disponível em: COMO SURTIU O MARKETING? | iFocus Agência de Marketing Integrado (agenciaifocus.com.br). Acesso em: 19 mai. 2021.

Coronavírus: Uma Revolução Digital. APPROACH COMUNICAÇÃO. Disponível em: <cebds.org-coronavirus-uma-revolucao-digital-1588085040approach-guia-comunicacao-digital-covid-19.pdf>

Gullo, M. C. R. (2020). A economia na pandemia Covid-19: algumas considerações. Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade, 12 (3 – Especial Covid 19), 1-8.

JUNIOR, D.S.G, NASCIMENTO, A.M, et al. Efeitos da pandemia do COVID-19 na transformação digital de pequenos negócios. Revista de Engenharia e Pesquisa Aplicada. V. 5, n. 4, p. 1-10. 2020

KARNAL, L.; CARVALHO. M. Persuasão: a arte de convencer. [Brasil] 2020. 1 vídeo (49 min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=PYQs6z5wsgw&t=2645s>. Acesso em: 18 mai. 2021.

KOTLER, P. Marketing 4.0 Do tradicional ao digital. 1. ed. Rio de Janeiro: Editora Sextante, 2017, 16-41 p.

Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua- PNAD Contínua, IBGE, 2021. Acessado em 12 de junho de 2021. Link: https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/trabalho/9173-pesquisa-nacional-por-amostra-de-domicilios-continua-trimestral.html?=&t=destaques&utm_source=landing&utm_medium=explica&utm_campaign=desemprego

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO A MICRO E PEQUENAS EMPRESAS SEBRAE. O Impacto da pandemia de coronavírus nos Pequenos Negócios, 2nd ed. 2020. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-impacto-da-pandemia-de-coronavirus-nos-pequenos-negocios,192da538c1be1710VgnVCM1000004c00210aRCRD> > Acesso em: 17 de mai. 2021.

SILVA, M.L., SILVA, R.A. Economia brasileira pré, durante e pós-pandemia do covid-19: impactos e reflexões. Ministério da Educação. Universidade Federal de Santa Maria – Observatório Socioeconômico da COVID-19. 2020.

Silveira, Daniel. Desemprego diante da pandemia bate recorde no Brasil em setembro, aponta IBGE. G1, 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2020/10/23/no-de-desempregados-diante-da-pandemia-aumentou-em-34-milhoes-em-cinco-meses-aponta-ibge.ghtml> >. Acesso em: 25, jun. 2021

