



**ESCOLA TÉCNICA ESTADUAL DEP. ARY DE CAMARGO PEDROSO e
E.E. PROFA WILSA APARECIDA GOMES VASCONCELLOS**

TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO

Analise Souza Santos Lourenço

Carlos Daniel Carneiro Da Silva

Jéssica Souza Alves Coutinho

Julianne Fernandes Beira

**PLANO DE NEGÓCIOS: *E-COMMERCE* DE
MAQUIAGENS PARA PELE NEGRA: *BLACK SKIN***

Piracicaba

2023

Analise Souza Santos Lourenço

Carlos Daniel Carneiro Da Silva

Jessica Souza Alves Coutinho

Julianne Fernandes Beira

PLANO DE NEGÓCIOS: *E-COMMERCE* DE MAQUIAGENS PARA PELE NEGRA: *BLACK SKIN*

Trabalho de Conclusão de Curso do ENSINO MÉDIO COM HABILITAÇÃO PROFISSIONAL DE TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO (Parceria com a Secretaria da Educação do Estado de São Paulo), orientado pelo Prof. Vanderlei José Furlan Junior, apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Técnico em Administração

Piracicaba

2023

RESUMO

Esse trabalho visa apresentar um plano de negócios de uma empresa para produtos de maquiagem para pele negra e aborda a importância dessa representatividade na indústria da beleza. Foram realizadas algumas pesquisas, entrevistas com possíveis clientes, criação do site, análise do mercado, identificação do público-alvo, a seleção de produtos adequados e a realização do *e-commerce*. O objetivo é oferecer uma plataforma que atenda às necessidades de pessoas que procuram especificamente por esses produtos, assim promovendo a inclusão, representatividade e fácil acesso no mercado da beleza.

Palavras-Chave: E-commerce. Maquiagem. Pele Negra. Inclusão.

ABSTRACT

This work aims to present a business plan for a company for makeup products for black skin and addresses the importance of this representation in the beauty industry. Some research, interviews with potential customers, creation of the website, market analysis, identification of the target audience, selection of suitable products and implementation of e-commerce were carried out. The objective is to offer a platform that meets the needs of people who are specifically looking for these products, thus promoting inclusion, representation and easy access in the beauty market.

Key-Words: E-commerce. Makeup. Black Skin. Inclusion.

SUMÁRIO

1.Introdução.....	1
1.1. Justificativa.....	2
1.2. Objetivo.....	3
1.3. Metodologia.....	3
2. Desenvolvimento.....	4
2.1.O setor da beleza no Brasil.....	4
2.2. O setor da maquiagem no Brasil.....	4
2.3. O plano de negócios e seus benefícios.....	5
2.4. O plano de negócios da empresa.....	6
2.5. Modelagem de Negócios.....	18
3.Conclusão.....	20
Referências bibliográficas.....	21
Anexos.....	22

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho apresenta um estudo sobre o mercado da beleza, com a criação de um plano de negócios de uma loja virtual (e-commerce) de maquiagens para pele negra.

Primeiramente serão apresentados os conceitos: justificativa, objetivo e metodologia. Em seguida, o desenvolvimento que se trata do setor da beleza e da maquiagem no Brasil, é importante ressaltar as constantes mudanças e tendências que influenciam o mercado. A indústria da moda e da beleza está sempre em evolução e é fundamental acompanhar essas transformações para atender às necessidades dos consumidores.

Além disso, é discutido o papel do e-commerce e seus benefícios para a empresa, como o alcance de um público maior, a facilidade de compra e preço acessível. O e-commerce permite que as marcas atinjam consumidores em diferentes regiões do país.

Visando a realização do TCC de e-commerce voltado para a maquiagem para pele negra, o plano de negócios contém análises de mercado, definição do público-alvo, estratégias de marketing, logística e distribuição, foram feitas pesquisas qualitativas e quantitativas e entrevista com uma possível cliente.

Por fim, o TCC propõe uma abordagem completa sobre o tema e-commerce de maquiagem para pele negra no contexto do setor da beleza no Brasil. Ao explorar as constantes mudanças e tendências, destacar os benefícios do comércio eletrônico e apresentar um plano de negócios a empresa, busca-se contribuir para a compreensão e desenvolvimento desse segmento específico, promovendo a inclusão e valorização da diversidade étnica na indústria da beleza.

1.1 Justificativa

A sociedade atual tem valorizado muito a beleza e o autocuidado. Assim, a busca por produtos e serviços ligados à beleza tem crescido nos últimos anos. Segundo um estudo da *Beautystreams* (consultoria global de tendências para a indústria da beleza) sobre dermocosméticos revelou que a saúde da pele está intrinsecamente ligada ao bem-estar emocional, fazendo emergir um novo nicho: a *psicodermatologia*, uma combinação de psiquiatria e dermatologia, que reconhece como o estado psicológico afeta diretamente a pele. Essa tendência, que o relatório chama de *mindfulness rituals*, promove rituais de beleza que demonstram o desejo de nutrir a mente e o corpo, especialmente em momentos de estresse.

Segundo a *Cosmetic Innovation*, “96,08% das mulheres pretas e pardas gostariam de mais produtos exclusivos para sua pele.” Pensando nisso, resolvemos criar esse projeto focado não só em mulheres, mas para todos os gêneros como público-alvo, pois, muitos deles pensam que só mulheres precisam desse autocuidado por não ter muita variedade de produtos de beleza para eles.

O mercado de cosméticos tem crescido muito nos últimos anos, devido ao fato de que as pessoas estão se cuidando mais. As pessoas também têm realizado mais compras online, o que abre oportunidades para novos empreendedores. Assim, será elaborado um plano de negócios para análise da viabilização do negócio.

1.2 Objetivo

Geral: Estudar a abertura de uma empresa de maquiagem para pessoas com pele negra

Específico: Criando um site e simulando vendas com os diversos públicos.

1.3. Metodologia

- Pesquisas em sites e livros específicos.
- Aplicação de pesquisa quantitativa com o público-alvo do projeto
- Elaboração de maquete/site para demonstração

2. DESENVOLVIMENTO

2.1 O setor da beleza no Brasil

Os números crescem a cada dia e o sucesso do mercado de beleza e estética no país podem ser explicados de várias formas, a mais simples delas é que, para os brasileiros, a estética é um dos principais motivos para se ter uma vida mais agradável e de bem-estar.

Quanto às constantes mudanças e tendências com o cuidado, temos como exemplo, a preocupação com a saúde física e mental faz com que o cuidado com o corpo e com a aparência vá além da estética.

Outro fator importante é que os produtos de maior evidência: batons, glosses, delineadores de lábios e blushes. Aponta um crescimento em 19%. Impulsionado por marcas estreantes na categoria.

2.2. O setor da maquiagem no brasil

O Brasil ocupa a quarta posição no ranking global de consumo de produtos do setor, abrangendo uma fatia de 45,8% de toda a América Latina. Cerca de 1,5% do orçamento do brasileiro é destinado ao consumo de produtos e serviços relacionados à beleza. *Techavio* (2023). As mulheres gastam por ano, em média, R\$ 1.530 em cosméticos, enquanto os homens destinam R\$ 880 ao ano para esses produtos ([Statista](#)).

Os produtos de alta beleza que estão sendo procurado pela população brasileira, são elas: Maquiagens multifuncionais: podem ser usadas de diversas formas e apresentadas nos formatos cremoso, bastão ou líquido, podendo ser aplicados como blush, batom ou sombra. Outros itens a se destacar:

- Delineadores coloridos
- Contorno, brilho e Gloss. labial
- Gel delineador para sobrancelhas

- Maquiagens sólidas

A seguir abordaremos mais sobre o *e-commerce* e seus benefícios que é um comércio eletrônico.

2.3. O comércio eletrônico e seus benefícios

O comércio eletrônico é o processo de comprar itens online sem intervenção humana. A diferença é sutil, mas se o comércio eletrônico fosse totalmente automatizado, desde o marketing e as vendas até a entrega do produto, seria o comércio digital. Esse processo permite atender às expectativas de compra de seus clientes. De um modo geral, normalmente é muito fácil, de baixo risco e baixo custo abrir uma loja virtual, independentemente de você já ter ou não uma loja física.

Quanto aos benefícios, temos:

- Baixo custo de investimento e manutenção;
- Maior alcance do público;
- Loja disponível 24 horas por dia 7 dias por semana;
- Proximidade do consumidor e Facilidade.

O comércio eletrônico brasileiro movimentou cerca de R\$ 450 bilhões entre 2019 e 2022, segundo dados divulgados nesta quinta-feira (11) pelo Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços (MDIC).

O valor considera as vendas online realizadas no Brasil com a emissão de nota fiscal eletrônica. Na avaliação da pasta, houve crescimento nesse período por conta da pandemia da Covid-19 – que teve início em março de 2020.

O total movimentado é mais do que o dobro da soma dos valores registrado nos anos anteriores à pandemia. O acumulado das receitas entre 2016 e 2019 foi de R\$ 178,06 bilhões.

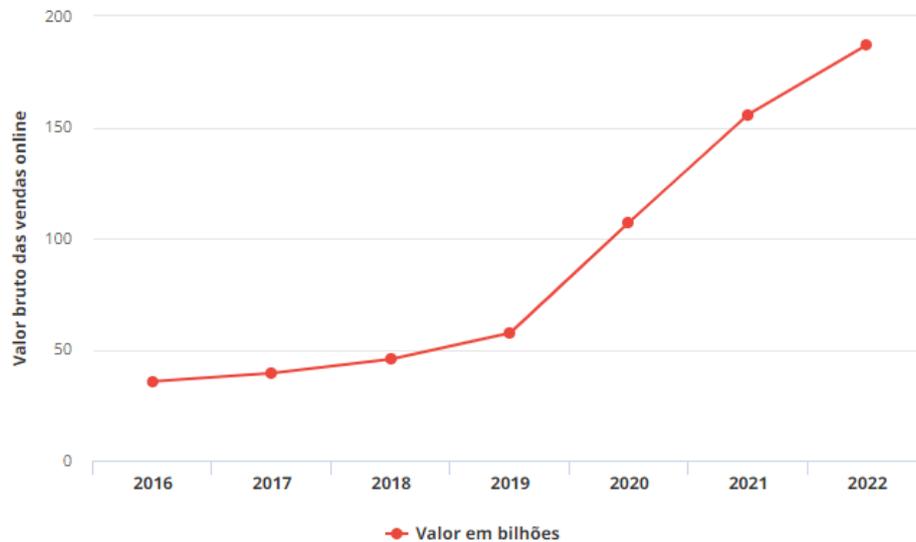
Os produtos mais comprados pela internet durante a pandemia, considerando o valor das transações, foram:

- celulares (incluindo smartphones);
- televisores;
- livros;
- notebooks e tablets;

- geladeiras e freezers.

Abaixo seguem alguns gráficos para ilustração:

Gráfico 1: Crescimento do valor bruto das vendas online no Brasil.



Fonte: Dashboard do Comércio Eletrônico Nacional/MDIC

Os dados estão disponíveis a partir desta quinta no painel do comércio eletrônico brasileiro, ferramenta desenvolvida pelo MDIC.

2.4. Plano de negócios da empresa

• **Sumário Executivo:** A empresa *Black Skin* é uma loja virtual de produtos de beleza, especificamente maquiagem para pele negra, com atuação na cidade de Piracicaba-SP.

Com o propósito de enviar esse produto pelo Brasil, nossa empresa pretende ajudar essas pessoas (homens e mulheres), que procuram esse tipo de produto e não encontram muita opção no mercado.

Segundo o IBGE “As buscas por maquiagem e *skincare* para pele negra aumentaram 60% em relação ao mesmo período do ano interior (entre janeiro e agosto de 2020), segundo o Estudo do google. A pesquisa indicou ainda que as

maiores dificuldades dos clientes, no que se refere aos cosméticos para pele negra, são os preços altos e a ausência de produtos que atendam às necessidades específicas de sua pele”

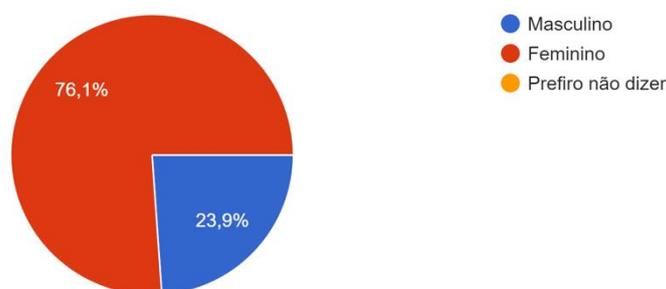
- **Descrição da Empresa:** Uma loja virtual de vendas de produtos de maquiagem desenvolvido para pele negra.
- **Produto/Serviço:** Nossa empresa, oferece produtos de qualidade, são eles: Bases, *gloss*.
- **Análise de Mercado:** Foi aplicada uma pesquisa de campo dos dias 01 a 06 de junho de 2023, com as respostas de 113 pessoas do município de Piracicaba, com o intuito de identificar o interesse em maquiagens para pele negra.

Abaixo seguem os gráficos para melhor visualização:

Gráfico 02: Pesquisa de gênero.

1) Qual o seu gênero ?

113 respostas



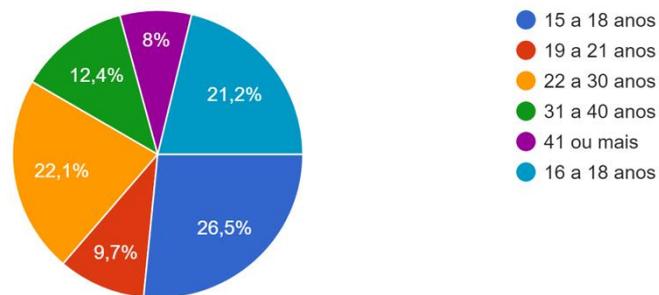
Fonte: elaborado pelos autores.

Conforme visto na pesquisa a maioria do público é feminino, já que esse é o público que mais consome.

Gráfico 03: Análise de faixa etária.

2) Qual a sua idade ?

113 respostas



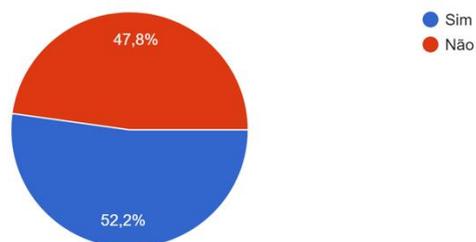
Fonte: elaborado pelos autores.

Podemos ver na pesquisa que a idade das pessoas que mais usa maquiagem são de 15 a 18 anos.

Gráfico 04: Pesquisa de empregabilidade.

3) Você trabalha ?

113 respostas



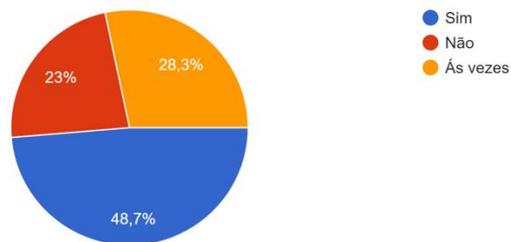
Fonte: elaborado pelos autores.

Na maioria dos entrevistados podemos ver que 52,2% trabalham.

Gráfico 05: Preferência de compra (online ou física)

4) Você costuma fazer compras online ?

113 respostas



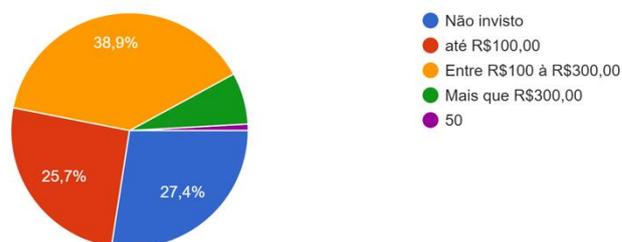
Fonte: elaborado pelos autores.

Observando o gráfico, podemos ver que a maioria das pessoas preferem fazer compras online.

Gráfico 06: Estatísticas de investimento em compra.

5) Se sim, quanto em média você investe numa compra?

113 respostas



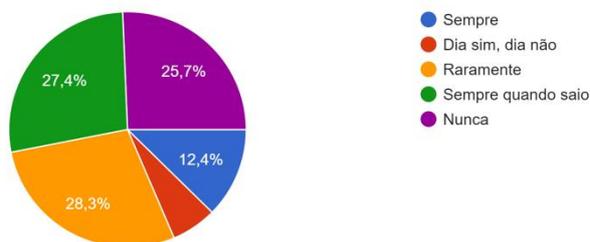
Fonte: elaborado pelos autores.

Com a realização da pesquisa, vimos que as pessoas costumam gastar com maquiagens em torno de R\$100,00 a R\$300,00.

Gráfico 07: Frequência de utilização

6) Com que frequência você usa maquiagem ?

113 respostas



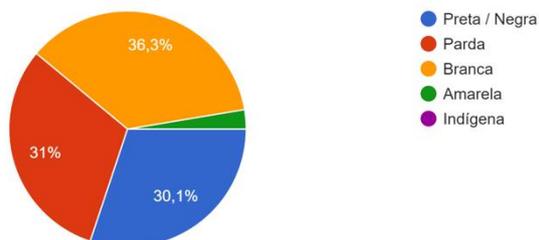
Fonte: elaborado pelos autores.

Dentre os entrevistados, percebe-se que utilizam a maquiagem raramente, sempre quando saem ou nunca, de uma forma bem próxima.

Gráfico 08: Análise de Tom de Pele.

7) Qual o seu tom de pele ?

113 respostas



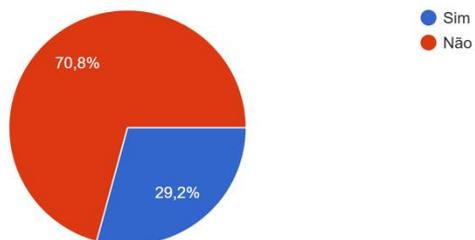
Fonte: elaborado pelos autores

Feito a pesquisa, a maioria dos entrevistados se considera brancas.

Gráfico 09: Análise de pigmentação da pele.

8) Você tem sardas ou manchas na pele ?

113 respostas



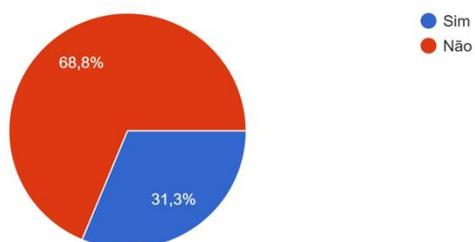
Fonte: elaborado pelos autores

Pouquíssimas pessoas que responderam à pesquisa não tem manchas ou sardas.

Gráfico 10: Análise de cuidados com a pele.

9) Você tem uma rotina de skincare?

112 respostas

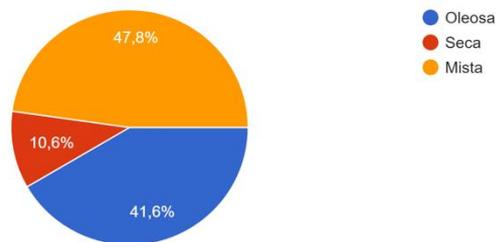


Fonte: elaborado pelos autores

Boa parte dos entrevistados, tem uma rotina de cuidados diários do rosto, para garantir que estejam sempre bonitas e saudáveis.

Gráfico 11: Análise de Características da Pele.

10) Qual o seu tipo de pele ?
113 respostas



Fonte: elaborado pelos autores

A maioria dos entrevistados responderam que tem o tipo de pele mista, no caso: oleosa e seca.

• **Plano de Marketing:** Nossa ideia de plano de marketing é criar conteúdo sobre técnicas de maquiagem específicas para esse público-alvo, que são mulheres e homens de pele negra que buscam produtos de maquiagem adequados para sua tonalidade de pele, destacando os produtos disponíveis na loja.

Em primeiro lugar entender quais são as necessidades, preferencias e desejos dos clientes, além disso, colaborar com influenciadores e blogueiros especializados nesse segmento para promover nossos produtos.

Outra estratégia é utilizar plataformas de mídia social, como Instagram, Facebook e WhatsApp para divulgações, criar um programa de fidelidade que oferece descontos exclusivos, brindes e até mesmo acesso antecipado a novos lançamentos para conquistarmos a confiança dos clientes.

Por fim, incentivar os clientes a deixarem avaliações e comentários sobre os produtos, criando uma imagem positiva e confiável para a marca.

• **Manufatura e/ou Operações:** Por se tratar de um *e-commerce*, nossas operações estarão concentradas em:

Planilha de Custos Fixos (CUSTOS FIXOS) em Excel. O cabeçalho indica 'CUSTOS FIXOS' e a tabela detalha as seguintes despesas:

Descrição	Valor R\$
Mão-de-Obra + Encargos	94.487,00
Retirada dos Sócios (Pró-Labore)	1.500,00
Água	110
Luz	300
Telefone	70
Contador	
Material de Expediente e Consumo	1000
Aluguel	5000
Seguros	1.200,00
Propaganda e Publicidade	5000
Depreciação Mensal	
Manutenção	300,00
Condômino	800,00
Despesas de viagem	15.000,00
Despesas de Representação	10.000,00
Outros, Taxas e Selos	8.000,00
Outros	

Sazonalidade 1

Planilha de Sazonalidade (SAZONALIDADE - PRIMEIRO ANO) em Excel. A tabela apresenta dados mensais para o primeiro ano, incluindo:

	nov / 23	dez / 23	jan / 24	fev / 24	mar / 24	abr / 24	maio / 24	jun / 24	jul / 24	ago / 24	set / 24	out / 24
1. Receita Total	1.263,70	1.263,70	1.263,70	1.263,70	1.263,70	1.263,70	1.263,70	1.263,70	1.263,70	1.263,70	1.263,70	1.263,70
2. Custos Variáveis Totais	1.019,82	1.019,82	1.019,82	1.019,82	1.019,82	1.019,82	1.019,82	1.019,82	1.019,82	1.019,82	1.019,82	1.019,82
3. Margem de Contribuição	263,88	263,88	263,88	263,88	263,88	263,88	263,88	263,88	263,88	263,88	263,88	263,88
4. Lucro Puro	128.281,00	128.281,00	128.281,00	128.281,00	128.281,00	128.281,00	128.281,00	128.281,00	128.281,00	128.281,00	128.281,00	128.281,00
5. Resultado Operacional	-127.923,12	-127.923,12	-127.923,12	-127.923,12	-127.923,12	-127.923,12	-127.923,12	-127.923,12	-127.923,12	-127.923,12	-127.923,12	-127.923,12
6. Investimentos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
7. Outros Investimentos												
8. Resultado Líquido Financeiro	-127.923,12	-127.923,12	-127.923,12	-127.923,12	-127.923,12	-127.923,12	-127.923,12	-127.923,12	-127.923,12	-127.923,12	-127.923,12	-127.923,12
Aporte de Capital												
Acumulado no Ano	-127.923,12	-255.846,24	-383.769,36	-511.692,48	-639.615,60	-767.538,72	-895.461,84	-1.023.384,96	-1.151.308,08	-1.279.231,20	-1.407.154,32	-1.535.077,44
Lucratividade Mensal	-245,84%	-245,84%	-245,84%	-245,84%	-245,84%	-245,84%	-245,84%	-245,84%	-245,84%	-245,84%	-245,84%	-245,84%
Rentabilidade Mensal	-245,84%	-245,84%	-245,84%	-245,84%	-245,84%	-245,84%	-245,84%	-245,84%	-245,84%	-245,84%	-245,84%	-245,84%
Índice de Crescimento da Atividade	30,00%	30,00%	30,00%	30,00%	30,00%	30,00%	30,00%	30,00%	30,00%	30,00%	30,00%	30,00%
Sazonalidade	300,00%	100,00%	300,00%	100,00%	300,00%	100,00%	300,00%	100,00%	300,00%	100,00%	300,00%	100,00%
Variação do Custo Fixo	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

Resumo de Indicadores:

- Investimento de Capital de Giro: Total 0,00
- Primeiro Ano: 1.535.077,44
- Lucratividade: -245,84%

Sazonalidade 4

Planilha de Excel: Plano de negócios black (2) - Excel

SEBRAE

SAZONALIDADE - QUARTO ANO

	nov / 27	dez / 27	jan / 27	fev / 27	mar / 27	abr / 27	maio / 27	jun / 27	jul / 27	ago / 27	set / 27	out / 27
1. Receita Total	13.837,00	13.837,00	13.837,00	13.837,00	13.837,00	13.837,00	13.837,00	13.837,00	13.837,00	13.837,00	13.837,00	13.837,00
2. Custos Variáveis Totais	10.198,22	10.198,22	10.198,22	10.198,22	10.198,22	10.198,22	10.198,22	10.198,22	10.198,22	10.198,22	10.198,22	10.198,22
3. Margem de Contribuição	3.638,79	3.638,79	3.638,79	3.638,79	3.638,79	3.638,79	3.638,79	3.638,79	3.638,79	3.638,79	3.638,79	3.638,79
4. Custos Fixos Totais	128.287,00	128.287,00	128.287,00	128.287,00	128.287,00	128.287,00	128.287,00	128.287,00	128.287,00	128.287,00	128.287,00	128.287,00
5. Resultado Operacional	-124.648,22	-124.648,22	-124.648,22	-124.648,22	-124.648,22	-124.648,22	-124.648,22	-124.648,22	-124.648,22	-124.648,22	-124.648,22	-124.648,22
6. Investimentos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
7. Outros Investimentos												
8. Resultado Líquido Financeiro	-124.648,22	-124.648,22	-124.648,22	-124.648,22	-124.648,22	-124.648,22	-124.648,22	-124.648,22	-124.648,22	-124.648,22	-124.648,22	-124.648,22
Aporte de Capital												
Acumulado no Ano	-124.648,22	-249.296,43	-373.944,65	-498.592,86	-623.241,08	-747.889,29	-872.537,51	-997.185,72	-1.121.833,94	-1.246.482,15	-1.371.130,37	-1.495.778,58
Acumulado desde o início da atividade	-4.651.282,83	-4.775.931,05	-4.900.579,26	-5.025.227,48	-5.149.875,69	-5.274.523,91	-5.399.172,12	-5.523.820,34	-5.648.468,55	-5.773.116,77	-5.897.764,98	-6.022.413,20
Lucratividade Mensal	-900,8%	-900,8%	-900,8%	-900,8%	-900,8%	-900,8%	-900,8%	-900,8%	-900,8%	-900,8%	-900,8%	-900,8%
Rentabilidade Mensal	-366,8%	-366,8%	-366,8%	-366,8%	-366,8%	-366,8%	-366,8%	-366,8%	-366,8%	-366,8%	-366,8%	-366,8%
Sazonalidade	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Variação do Custo Fixo	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

Resumo de Indicadores:

- Necessidade de Capital de Giro: 0,00
- Resultado Líquido no Ano: 1.493.778,58
- Lucratividade: -900,83%

Parceiro do Consultor:

Sazonalidade 5

Planilha de Excel: Plano de negócios black (2) - Excel

SEBRAE

SAZONALIDADE - QUINTO ANO

	nov / 27	dez / 27	jan / 28	fev / 28	mar / 28	abr / 28	maio / 28	jun / 28	jul / 28	ago / 28	set / 28	out / 28
1. Receita Total	13.837,00	13.837,00	13.837,00	13.837,00	13.837,00	13.837,00	13.837,00	13.837,00	13.837,00	13.837,00	13.837,00	13.837,00
2. Custos Variáveis Totais	10.198,22	10.198,22	10.198,22	10.198,22	10.198,22	10.198,22	10.198,22	10.198,22	10.198,22	10.198,22	10.198,22	10.198,22
3. Margem de Contribuição	3.638,79	3.638,79	3.638,79	3.638,79	3.638,79	3.638,79	3.638,79	3.638,79	3.638,79	3.638,79	3.638,79	3.638,79
4. Custos Fixos Totais	128.287,00	128.287,00	128.287,00	128.287,00	128.287,00	128.287,00	128.287,00	128.287,00	128.287,00	128.287,00	128.287,00	128.287,00
5. Resultado Operacional	-124.648,22	-124.648,22	-124.648,22	-124.648,22	-124.648,22	-124.648,22	-124.648,22	-124.648,22	-124.648,22	-124.648,22	-124.648,22	-124.648,22
6. Investimentos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
7. Outros Investimentos												
8. Resultado Líquido Financeiro	-124.648,22	-124.648,22	-124.648,22	-124.648,22	-124.648,22	-124.648,22	-124.648,22	-124.648,22	-124.648,22	-124.648,22	-124.648,22	-124.648,22
Aporte de Capital												
Acumulado no Ano	-124.648,22	-249.296,43	-373.944,65	-498.592,86	-623.241,08	-747.889,29	-872.537,51	-997.185,72	-1.121.833,94	-1.246.482,15	-1.371.130,37	-1.495.778,58
Acumulado desde o início da atividade	-4.107.061,41	-4.271.709,63	-4.396.357,84	-4.521.006,06	-4.645.654,27	-4.770.302,49	-4.894.950,70	-5.019.598,92	-5.144.247,13	-5.268.895,35	-5.393.543,56	-5.518.191,78
Lucratividade Mensal	-900,8%	-900,8%	-900,8%	-900,8%	-900,8%	-900,8%	-900,8%	-900,8%	-900,8%	-900,8%	-900,8%	-900,8%
Rentabilidade Mensal	-366,8%	-366,8%	-366,8%	-366,8%	-366,8%	-366,8%	-366,8%	-366,8%	-366,8%	-366,8%	-366,8%	-366,8%
Sazonalidade	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Variação do Custo Fixo	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

Resumo de Indicadores:

- Necessidade de Capital de Giro: 0,00
- Resultado Líquido no Ano: 1.493.778,58
- Lucratividade: -900,83%

Parceiro do Consultor:

2.5. Modelagem de negócios

- Proposta de valor: Valorização da beleza negra, autocuidado, autoestima e autoaceitação.
- Segmento de clientes: Homens e Mulheres que buscam produtos de maquiagem especificamente para pele negra
- Canais: Direto por meio de site, internet, uso do Instagram para divulgação
- Relacionamento com clientes: Nosso relacionamento com o cliente será remotamente, através de telefone, site, redes sociais
- Atividades-chave: Compra produtos, revender produtos, emitir notas fiscais, alimentar site, atendimento remoto ao cliente
- Recursos-chave: Computadores e acessórios, celulares, escritórios e armazém, profissionais especializados, recursos de terceiros e estoques
- Parceiros: Fabricantes de maquiagem, revendedores, maquiadores, Nuvemshop, provedores de internet, influencers.
- Fontes de receita: Vendas de produtos
- Estrutura de custos: Aluguel, contabilidade, Água/Energia/Comunicação, Limpeza/segurança, material de consumo, material de limpeza, prolabore, propaganda

Black Skin

<p>Parceiras Principais</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fabricantes de maquiagem • Revendedores • Maquiadores • Nivemshop • Influencers • Provedor de Internet 	<p>Atividades Principais</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pesquisar produto • Compra produto • Alimentar site • Atendimento ao cliente <p>Recursos principais</p> <ul style="list-style-type: none"> • Computadores • acessórios • celulares • profissões • estoques • escritório/armazem 	<p>Proposta de valor</p> <ul style="list-style-type: none"> • Valorização da beleza negra • Autocuidado • Autoestima • Autoaceitação 	<p>Relacionamento com cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nosso relacionamento com cliente será remotamente através de telefone, site, redes sociais <p>Canais</p> <ul style="list-style-type: none"> • Direto por meio de site • internet • uso do instagram para divulgação 	<p>Segmento do cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> • Homens e Mulheres que buscam produtos especificamente para pele negra
<p>Estrutura de custo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aluguel • Material limpeza • contabilidade • água/energia/comunicação • Limpeza/Segurança • Propaganda 		<p>Receitas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Vendas de Produtos 		

3 CONCLUSÃO

No TCC sobre *e-commerce* de maquiagem para pele negra, foi possível compreender a importância do setor da beleza no Brasil, que está em constante evolução e acompanhando as tendências de mercado. O comércio eletrônico se mostra como uma ferramenta fundamental nesse contexto, oferecendo benefícios como alcance global, facilidade de compra e maior acesso aos produtos específicos para pele negra

O plano de negócios desenvolvido para a empresa de *e-commerce* de maquiagem para pele negra apresentou estratégias sólidas, incluindo a seleção cuidadosa dos produtos, marketing direcionado ao público-alvo, parcerias estratégicas e investimento em tecnologia para proporcionar uma experiência de compra online satisfatória.

É importante ressaltar que a inclusão e representatividade são aspectos fundamentais nesse segmento, considerando a diversidade da sociedade brasileira. Portanto, a empresa de *e-commerce* deve estar comprometida em oferecer uma ampla variedade de produtos que atendem as necessidades e preferências das pessoas com pele negra.

Em suma, o TCC conclui que o *e-commerce* de maquiagem para pele negra apresenta grandes oportunidades no mercado brasileiro. Com um plano de negócios bem estruturado e foco na diversidade e representatividade, é possível obter sucesso nesse segmento em constante crescimento.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

PATOS HOJE. **Estética: o ramo que mais cresce no Brasil.** Disponível em: <<https://www.patoshoje.com.br/blog/estetica-o-ramo-que-mais-cresce-no-brasil-78048.html>>, acessado em 01/10/2023.

SEBRAE RS. **Oportunidades para o mercado de maquiagens.** Disponível em: <[G1. **Com pandemia, comércio eletrônico cresce R\\$ 450 bilhões em 3 anos no país.** Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/2023/05/11/com-pandemia-comercio-eletronico-cresce-e-movimenta-r-450-bilhoes-em-tres-anos-no-pais.ghtml>>, acessado em 10/12/2023.](https://digital.sebraers.com.br/blog/mercado/oportunidades-para-o-mercado-de-maquiagens/#:~:text=Em%20retomada%20ap%C3%B3s%20o%20auge,de%20toda%20a%20Am%C3%A9rica%20Latina.>>, acessado em 26/10/2023.</p></div><div data-bbox=)

NEGÓCIOS DE BELEZA. **Estudo de mercado: o crescimento do mercado de beleza para 2023.** Disponível em: <<https://negociosdebeleza.beautyfair.com.br/estudo-de-mercado-o-crescimento-do-mercado-de-beleza-para-2023/>>, acessado em 06/12/2023.

E-COMMERCE BRASIL. **Setor de beleza tem alta.** Disponível em: <<https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/setor-de-beleza-tem-alta-de-24-nas-vendas-no-primeiro-trimestre-de-2023>>, acessado em 01/12/2023.

TIBCO. O que é comércio eletrônico. Disponível em: <<https://www.tibco.com/pt-br/reference-center/what-is-digital-commerce>>, acessado em 01/12/2023.

COSMETIC INNOVATION. **Brasil ocupa o terceiro lugar do mundo em gastos com cosméticos.** Disponível em: <<https://cosmeticinnovation.com.br/brasil-ocupa-o-terceiro-lugar-do-mundo-em-gastos-com-cosmeticos/>>, acessado em 01/12/2023.

ANEXO 1: Entrevista com Cintia Borges Antônio

MARCA: Mary Key

Base: Gasta em torno de 50 a 80,00 – Base time Wise

Lápis de olho, delineador, rímel – Ruby rose

Pó, blush, corretivo – marca negra rosa

Alguns produtos na pele negra ficam acinzentada, por isso buscam muito em lugares especificamente para pele negra.

Gasta em torno de 300,00 (tem, bastante durabilidade)

Costuma comprar mais em loja física, mas online ela também compra porque é mais barato e sempre tem promoção

Pó – R\$ 40,00

Blush – R\$ 29,90

Corretivo- em torno de R\$ 50,00 e R\$ 60,00

Batom – Marca Avon / R\$ 39,00 / Matte

Pele oleosa

Não costuma fazer *sckincare*

ANEXO 2: Site Black Skin

Endereço eletrônico: <https://blackskin4.lojavirtualnuvem.com.br/>

INÍCIO > PRODUTOS > Pomada Sobrancelha- A prova de água

POMADA SOBRANCELHA- A PROVA DE ÁGUA

RS\$39,90

9 X DE R\$5,08

[Ver meios de pagamento](#)

COMPRAR

COMPARTILHAR:

Facebook, X, Pinterest

DESCRIÇÃO »

A pomada de sobrancelhas foi desenvolvida para corrigir e definir as sobrancelhas, pigmentando e preenchendo todo o design. Ela é à prova d'água, oil free e uma delícia de esfumar!! As sobrancelhas apagadas pela água estão com os dias contados!

A Pomada Sobrancelha Até Embaixo D'água Brow Resist chegou para resolver nossos problemas!

CARACTERÍSTICAS DA COLEÇÃO » Ela vem em 2 tonalidades para pele negra! Um verdadeiro arrasoi!

Cor 1- tom médio de fundo acinzentado, um tom mega versátil que pode ser utilizado desde as peles clarinhas a de fototipos mais altos!

Cor 2- Tom mais intenso ideal para pelos mais escuros ou efeito mais definido

COMPOSIÇÃO » Isohexadecane, Tocopheryl Acetate, Talc, Tribehenin, C12-15 Alkyl Benzoate, Dimethicone, Synthetic Wax, Hydrogenated Polyisobutene, Trimethylsiloxysilicate, Aliminum Starch, Octenylsuccinate, Glyceryl Dihehenate, Glyceryl Behenate, Phenoxyethanol, Caprylyl glycol, Triethoxycaprylylsilane, Aluminum Dimyristate, Aqua, Disodium Stearoyl glutamate BHT, Pode Conter: CI77891 CI77492 CI77491 CI 77499

ANEXO 3: Peças publicitárias

