

**UNIVERSIDADE ANHEMBI MORUMBI MOOCA
ESTRUTURA E AMBIENTES DAS ORGANIZAÇÕES**

VICTORIA CAVALCANTI NAVARRO ROMERO
RYAN TUROZI FERREIRA
THOMAS LEE CANILOI
GABRIEL SOUZA COUTO
LUCAS CASTELHANO DE ALMEIDA FERREIRA
MATHEUS SOUZA MATIAS
VANDERLEI RONALD PAULINO
PEDRO HENRIQUE DE OLIVEIRA SANTOS

EMPRESA VY GLOW

São Paulo/SP

2022

VICTORIA CAVALCANTI NAVARRO ROMERO
RYAN TUROZI FERREIRA
THOMAS LEE CANILOI
GABRIEL SOUZA COUTO
LUCAS CASTELHANO DE ALMEIDA FERREIRA
MATHEUS SOUZA MATIAS
VANDERLEI RONALD PAULINO
PEDRO HENRIQUE DE OLIVEIRA SANTOS

EMPRESA VY GLOW

Trabalho de Conclusão de UC Estrutura e Ambientes Organizações para a Universidade Anhembi Morumbi, Câmpus Mooca, como parte dos requisitos para obtenção do certificado de conclusão primeiro semestre.

Orientadora: Prof. Dr/Ms. Luciane Santos de Oliveira

Coorientador: Prof. Dr/Ms. Madson

São Paulo/SP

2022

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Ryan, Victoria, Thomas, Gabriel, Lucas, Matheus, Vanderlei, Pedro

Criação e condução de uma empresa, indo desde a criação do contrato social até pesquisas sobre o mercado/ Ryan, Victoria, Thomas, Gabriel, Lucas, Matheus, Vanderlei, Pedro. – São Paulo, 2022.

Trabalho de conclusão de UC (graduação) – Universidade Anhembi Morumbi, Cursos de Administração, Ciências Contábeis, Marketing, Economia. São Paulo, 2022.

Orientadores: Luciane e Madson.

Ryan, Victoria, Thomas, Gabriel, Lucas, Matheus, Vanderlei, Pedro. **VY GLOW**. 2022. Trabalho de Conclusão de UC – Estrutura e Ambiente das Organizações – Universidade Anhembi Morumbi, Mooca, 2022.

Aprovado em:

Banca Examinadora

Prof. _____ Dr/Ms. _____
Instituição _____

Julgamento _____
Assinatura _____

Prof. _____ Dr/Ms. _____
Instituição _____

Julgamento _____
Assinatura _____

Prof. _____ Dr/MS. _____
Instituição _____

(Orientador)

Julgamento _____
Assinatura _____

AGRADECIMENTOS

À Profª Drª Luciane, que no ano de convivência, pode nós ensinar sobre teorias da administração de uma empresa, contribuindo para nosso crescimento e apurando nosso olhar para enfrentar o mercado de trabalho.

Ao Prof. Ms. Madson, pela atenção e apoio durante as aulas de processos jurídicos, que ajudou para a busca dos direitos trabalhistas.

A Universidade Anhembí Morumbi, pela oportunidade de realização da UC.

RESUMO

Ryan, Victoria, Thomas, Gabriel, Lucas, Matheus, Vanderlei, Pedro. **VY GLOW**. 2022. Trabalho de Conclusão de UC – Estrutura e Ambiente das Organizações – Universidade Anhembi Morumbi, Mooca, 2022.

A linha Glittera de VYBEAUTY é uma revolução. Nossa marca surgiu para trazer uma linha de maquiagem voltada para o brilho interior de cada um. Os produtos de Glittera são veganos, cruelty-free e de fácil remoção o que proporciona aos garotx glittera a possibilidade de se expressar através da maquiagem sem dificuldades para retirá-la. Fazemos questão de auxiliar na expressão artística através da maquiagem, empoderar e auxiliar pessoas de todos os gêneros, idades, identidades a liberarem sua luz interior. Um de nossos diferenciais, além dos produtos de fácil remoção é nossa presença em redes sociais, ao adquirir um produto da linha Glittera, você passa a fazer parte de uma comunidade, estamos presentes assiduamente nas redes sociais, fornecendo aos nossos clientes, tutoriais, dicas, vídeos, enquetes e uma rede de apoio que auxilia nossos Garotxs Glittera no melhor uso de nossos produtos.

Palavras-chave: Trabalho acadêmico. Apresentação. Garotxs. Glittera. Luz. VYBEAUTY. Brilho.

ABSTRACT

Ryan, Victoria, Thomas, Gabriel, Lucas, Matheus, Vanderlei, Pedro. VY GLOW. 2022. Trabalho de Conclusão de UC – Estrutura e Ambiente das Organizações – Universidade Anhembi Morumbi, Mooca, 2022.

VYBEAUTY's Glittera line is a revolution. Our brand emerged to bring a makeup line focused on the inner glow of each one. The Glittera products are vegan, cruelty-free and easy to remove, which gives the Glittera kids the possibility to express themselves through makeup without difficulties to remove it. We make a point of helping in the artistic expression through makeup, empowering and helping people of all genders, ages, identities to release their inner light. One of our differentials, besides the products of easy removal is our presence in social networks, when you acquire a product of the Glittera line, you become part of a community, we are assiduously present in social networks, providing our customers with tutorials, tips, videos, polls and a support network that helps our Glittera boys and girls in the best use of our products.

Keywords: Academic work. Presentation. Boys and Girls. Glittera. Light. VYBEAUTY's. Glow.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
1.1 QUEM SOMOS?	9
2 LINHA GLITTERA	10
2.1 PREÇOS DOS PRODUTOS QUE HÁ NO MERCADO	10
2.2 DIFERENCIAL	10
2.1 PERCEPÇÃO DE PESQUISA	10
3 PÚBLICO ALVO	11
4 PERSPECTIVA E ANÁLISE DE MERCADO	12
5 TIPO DE ORGANIZAÇÃO/SETOR E DEFINIÇÃO DE CLASSIFICAÇÃO DA EMPRESA	13
6.CONTRATO SOCIAL	14 A 17
7.IDENTIDADE VISUAL	18
8.ABERTURA DE CNPJ	19
9. ORGÃOS REGULADORES	20
10.PROPÓSITO	21
11.TIPOS DE INOVAÇÕES	22
REFERÊNCIAS	23 A 24

1 INTRODUÇÃO

1.1 Quem somos?

A linha Glittera de VYBEAUTY é uma revolução. Nossa marca surgiu para trazer uma linha de maquiagem voltada para o brilho interior de cada um. Os produtos de Glittera são veganos, cruelty-free e de fácil remoção o que proporciona aos garotx glittera a possibilidade de se expressar através da maquiagem sem dificuldades para retirá-la.

Fazemos questão de auxiliar na expressão artística através da maquiagem, empoderar e auxiliar pessoas de todos os gêneros, idades, identidades a liberarem sua luz interior. Com Glittera, você é luz!

Um de nossos diferenciais, além dos produtos de fácil remoção é nossa presença em redes sociais, ao adquirir um produto da linha Glittera, você passa a fazer parte de uma comunidade, estamos presentes assiduamente nas redes sociais, fornecendo aos nossos clientes, tutoriais, dicas, vídeos, enquetes e uma rede de apoio que auxilia nossos Garotxs Glittera no melhor uso de nossos produtos. Já se sentiu abandonado ao adquirir um produto? Com Glittera é diferente, pra nós você é luz.

2 LINHA GLITTERA

2.1 Preços dos produtos que há no mercado:

- Base fluída iluminada: R\$80 – R\$220
- Pasta de glitter em gel: R\$19,9 – R\$50
- Iluminador com glitter: R\$57,9 - R\$220
- Delineador com glitter: R\$7,90 – R\$149
- Gloss com glitter: R\$11,07 – R\$105
- Bruma fixadora com glitter: R\$17,62 – R\$75,5
- Sombra com glitter: R\$16,78 – 129
- Geléia corporal iluminadora: R\$29,50 – R\$59,99

2.2 Diferencial:

- Apostar na variedade de cores, mercado se concentra nas cores prata e rose gold
- O produto sai com demaquilante diferente do que está sendo apresentado.

2.3 Percepção de Pesquisa:

Utilizar influenciadores para os projetos de marketing, pois é onde se concentra a maioria dos consumidores. Na rede social TikTok a #maquiagemglitter soma mais de 871 mil visualizações; No instagram a #maquiagemglitter soma mais de 27,5 mil postagens.

Não tem uma marca especializada em glitter que esteja no mercado, as grandes marcas não focam nesse produto. Aumento pela busca de “maquiagem glitter” no google aumenta 10x durante festivais ou feriados.

Durante a semana que ocorreu o festival Lollapalooza houve um grande aumento da busca. Na plataforma YouTube o que aparece quando se busca “Maquiagem para carnaval 2022” são maquiagens utilizando o Glitter. Em dez vídeos que a plataforma mostrou nove apresentam o uso do glitter.

3 PÚBLICO ALVO

Pessoas independente de orientação sexual, de gênero, raça, classe social ou ideologia que buscam por meio da maquiagem uma forma de expressar sua liberdade individual e destacar-se.

Gênero: Homens e Mulheres

Idade: Entre 18 a 30 anos

Características: Vida noturna ativa

Localização: Grandes Cidades

4.PERSPECTIVA E ANÁLISE DE MERCADO

Volume de mercado:

Segundo o Euromonitor em 2018 o mercado de cosméticos e beleza o Brasil movimentou cerca de 30 bilhões de dólares e é a quarta potência mundial no segmento. Só em maquiagem em 2020 o mercado girava em torno de 10 Bilhões dólares.

Expectativa de crescimento:

Durante a pandemia enquanto muitos mercados despencavam o setor cosméticos se manteve resiliente e obteve um crescimento de 4% em 2021.

Consumidor final:

Uma matéria do jornal exame aponta que em média uma Brasileira gasta cerca de R\$ 1.530 por ano com maquiagem. Essa mesma matéria aponta que das mulheres entrevistadas 37% usam maquiagem todos os dias, enquanto 44% só usam maquiagem de vez em quando e 13,9% não usam maquiagem.

Gigante do setor de cosméticos:

O grupo Natura &Co conta com quatro empresas Natura, Aesop, The Body Shop e Avon, que juntas somaram um lucro líquido de R\$ 235 milhões de reais no segundo trimestre de 2021 em plena pandemia. A Avon, que em 2020 foi comprada pelo grupo Natura &Co. por U\$ 2 bilhões de dólares, faturou cerca de 3.76 bilhões de reais no acumulado do mesmo ano que foi integrada ao grupo.

5.TIPO DE ORGANIZAÇÃO/SETOR E DEFINIÇÃO DE CLASSIFICAÇÃO DA EMPRESA

Nós somos do setor Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal, nos enquadrados na categoria de CNAE Classe: 47.72-5 e somos uma empresa limitada ou LTDA.

A VY Glow se encaixa na classificação de Microempresa (ME).

6.CONTRATO SOCIAL:**CONTRATO SOCIAL****MACOEN LTDA.**

Thomas Lee Caniloi, brasileiro, São Paulo - SP, solteiro, gestor financeiro, RG 25.754.995-6 SSP/SP, CPF 514.856.451-70, residente na Rua Olavo de Carvalho, 455 – Tatuapé, contato: thomaslee.contato@gmail.com, (11) 97845-6478.

Gabriel Souza Couto, brasileiro, São Paulo - SP, solteiro, advogado, RG 35.774.545-6 SSP/SP, CPF 527.858.410-74, residente na Rua Livreiro Tisi, 50 - Vila Madalena, contato: gabrielsouza.contato@gmail.com, (11) 94578-4578.

Victoria Cavalcanti Navarro Romero, brasileira, São Paulo - SP, solteira, designer gráfica, RG 45.775.989-0 SSP/SP, CPF 184.845.874-54, residente na Rua Sapopemba, 70 – Carrão, contato: victorianavarro.contato@gmail.com, (11) 97584-5578.

Ryan Turozi Ferreira, brasileiro, São Paulo - SP, solteiro, designer gráfico, RG 77.574.668-0 SSP/SP, CPF 225.655.855-40, residente na Rua Doutor João Ribeiro, 90 – Penha, contato: ryanturozi.contato@gmail.com, (11) 92514-2578.

Lucas Castelhana de Almeida Ferreira, brasileiro, São Paulo - SP, solteiro, analista de sistemas, RG 14.554.787-9 SSP/SP, CPF 514.451.847-0-45, residente na Rua Romero Brito, 90 – Belém, Contato: lucascastelhano.contato@gmail.com, (11) 94751-5681.

Pedro Henrique de Oliveira Santos, brasileiro, São Paulo - SP, solteiro, engenheiro de produção, RG 554.745.757-0 SSP/SP, CPF 558.145.715-20, residente na Rua Castello, 154 – Liberdade, contato: pedrohenrique.contato@gmail.com, (11) 91547-4481.

Vanderlei Ronald Paulino, brasileiro, São Paulo - SP, solteiro, gestor, RG 84.554.487-0 SSP/SP, CPF 458.745.401-65, residente na Rua Sebastião de Almeida, 412 - Mooca, contato: vanderleipaulino.contato@gmail.com, (11) 93587-6485.

Matheus Souza Matias, brasileiro, São Paulo - SP, solteiro, especialista em segurança da informação, RG 84.554.487-0 SSP/SP, CPF 458.745.401-65, residente na Rua Soldado Peixoto, 547 – Sé, contato: matheusmatias.contato@gmail.com, (11) 98477-2457.

DA DENOMINAÇÃO, CNAE, SEDE, OBJETO, PRAZO e ARBITRAGEM

CLÁUSULA PRIMEIRA: A sociedade atuará sob denominação social de **MACOEN LTDA**, utilizando o nome fantasia de **VYGlow**.

CLÁUSULA SEGUNDA: A sede da sociedade está localizada em São Paulo, SP, na Avenida Paulista, 574 – CEP: 01310-932, podendo abrir filiais em todo território brasileiro.

CLÁUSULA TERCEIRA: A sociedade terá por objeto social a industrialização, criação e desenvolvimento de produtos de higiene, cosméticos e maquiagens por si, ou por meio de terceiros; comércio atacadista ou varejista, inclusive no segmento de e-commerce; importação, exportação e distribuição dos produtos supracitados; licenciamento de marcas e franquias. **CNAE: 4772-5/00 - Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal.**

CLÁUSULA QUARTA: A sociedade iniciará suas atividades no dia 01 de maio de 2022 e seu prazo de duração é indeterminado.

CLÁUSULA QUINTA: As dúvidas ou divergências que eventualmente surgirem entre os sócios, quando não resolvidos em comum acordo, serão mediadas por juízo arbitral, sendo competente o fórum da cidade de São Paulo/SP.

DOS SÓCIOS

CLÁUSULA SEXTA: O falecimento ou declaração de incapacidade de qualquer um dos sócios não dissolverá a sociedade, que, mediante o cumprimento das formalidades legais devidas, poderá continuar o exercício de suas atividades com sucessores ou herdeiros. Caso

não haja acordo para a admissão de sucessores ou herdeiros, seus haveres serão pagos em comum acordo entre as partes.

CLÁUSULA SÉTIMA: No caso de um dos sócios desejar se retirar da sociedade, deverá comunicar os demais por escrito com antecedência mínima de 30 (Trinta) dias, para que haja deliberação da continuidade ou não da sociedade. No caso de continuidade, as quotas do sócio retirante serão igualmente distribuídas aos sócios remanescentes e os haveres pendentes devidamente pagos em um comum acordo entre as partes.

CLÁUSULA OITAVA: Os sócios declaram, sob pena de lei, que não estão impedidos judicialmente de exercer a administração da sociedade em virtude de condenação criminal, crime falimentar, suborno, peculato ou contra a economia popular, as relações de consumo, boa fê pública ou a propriedade.

CLÁUSULA NONA: Os sócios declaram comum acordo com as cláusulas dispostas neste instrumento de Contrato Social e dispõem-se de cumpri-lo fielmente, assinando-o em 03 (Três) diferentes vias de igual teor, juntamente com 02 (duas) testemunhas, sendo a primeira via arquivada na Junta Comercial do Estado de São Paulo para que produza os devidos efeitos legais.

DO CAPITAL SOCIAL E PERCENTUAL

CLÁUSULA DÉCIMA: O capital social a ser integralizado será um total de R\$ 800.000,00 (oitocentos mil reais), dividido igualmente entre os sócios em parcelas de R\$ 100.000,00 (cem mil reais) cada, por meio de dinheiro, ou seja, a moeda corrente do país.

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA: O percentual de cada sócio será igualmente de 12,5% (doze e meio por cento) para cada uma das 8 partes, totalizando 100% (cem por cento).

DA RESPONSABILIDADE DO SÓCIO ADMINISTRADOR

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA: O sócio **Thomas Lee Caniloi** foi definido por meio de votação e exercerá função de **Sócio Administrador**.

ASSINATURA DOS SÓCIOS



Thomas Lee Caniloi



Gabriel Souza Couto



Victoria Cavalcanti Navarro Romero



Ryan Turozi Ferreira



Lucas Castelhana de Almeida Ferreira



Vanderlei Ronald Paulino



Pedro Henrique de Oliveira Santos



Matheus Souza Matias

ASSINATURA DAS TESTEMUNHAS



Sergio Livreiro Braga



Ricardo Madson Nogueira

São Paulo, 29 de março de 2022

7.IDENTIDADE VISUAL

CORES

A nossa marca VY glow decidiu fazer o logotipo em 3 cores

ROXO – A cor roxa além de ser muito visto nas festas de noite, tem também ganhado muita força devido a série “Euphoria”. Essa cor está ligada ao mundo místico e a espiritualidade, magia e mistério. A cor roxa é a cor da transformação. O roxo está fortemente ligado à criatividade. É uma luz que se acende dentro do cérebro, que estimula as sinapses, o livre criar, indo resgatar no nosso subconsciente conceitos e ideias que estavam adormecidos, culminando em uma catarse criativa. O roxo também está ligado à nobreza, ao luxo e ao poder. Ao mesmo tempo é um tom introspectivo, permitindo que possamos nos conectar com os pensamentos mais profundo.

PRETO – A cor preta pode despertar diferentes sensações como elegância, dignidade, luxo e sofisticação. No caso de a cor aparecer em uma marca, ela transmite nobreza e seriedade.

BRANCO – A cor branca transmite uma ideia de simplicidade, sofisticação e honestidade.

8 ABERTURA DE CNPJ

CNPJ é um código de “Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica” que formaliza e transforma perante o governo pessoas físicas em jurídicas através de uma identidade única, e de forma documentada que te deixa em dia com os impostos e demais regulamentações jurídicas.

O CNPJ é emitido pela Receita Federal, somente após a abertura de uma empresa, e para o desenvolvimento jurídico da empresa e modelação do CNPJ são necessárias algumas etapas e cumprimento de alguns processos importantes para checagem e emissão do cadastro.

Para a definição e registro do CNPJ é preciso definir antes de tudo o modelo de negócio, nome da empresa, tipo social e natureza da empresa, além de entender qual será o regime tributário, elaborar um contrato social, separação e regularização de documentos necessários para apresentação na junta comercial.

9 ORGÃOS REGULADORES

A ANVISA é o órgão federal responsável por estabelecer as normas para o registro (autorização de comercialização), fabricação, rotulagem e venda desses produtos, enquanto as equipes regionais e municipais de vigilância sanitária executam a fiscalização na cadeia produtiva, desde a fabricação até a comercialização, avaliando as técnicas e os métodos empregados na fabricação desses produtos. Compete ainda aos órgãos de vigilância sanitária o monitoramento e a divulgação de informações sobre a segurança de produtos cosméticos, de higiene pessoal e perfumes, assegurando ao consumidor a aquisição de produtos eficazes, seguros e de qualidade. Os produtos de grau 1 são isentos de registro, sendo que sua comercialização poderá ocorrer após comunicação prévia ao órgão regulador. Fazem parte dessa categoria: base fluida, iluminador, delineador, esmalte, lenço umedecido (se não for antisséptico), batom labial, creme hidratante, desodorante, sais de banho, entre outros.

10 PROPÓSITO

Fazer da maquiagem um instrumento de autoconhecimento e aceitação

Missão:

Temos como objetivo proporcionar experiências únicas na vida das pessoas, possibilitando, por meio da maquiagem, a liberdade de expressão e desenvolvimento pessoal.

Visão:

Ser reconhecida como uma empresa parceira que respeita a diversidade e tem como alicerce a liberdade de expressão e inclusão social.

Valores:

“Exercitar e trabalhar a criatividade como meio de expressão.”

“Acreditar na evolução contínua.”

“Compromisso e reconhecimento dos colaboradores.”

“Respeito e igualdade.”

11 TIPOS DE INOVAÇÕES

Inovação de produto: A linha Glittera eleva o patamar de maquiagens a base de glitter, tornando-as acessíveis à todos com seu baixo custo de produção e incluindo os mais variados tons de pele. Além de ser composto a base de água, o que o torna inocente ao meio ambiente e de fácil remoção. Suas embalagens são feitas de material reciclável e de rápida decomposição quando em contato com a natureza.

Inovação de serviço: Além da grande variedade de produtos, a VYGlow fornece em sua plataforma tutoriais de maquiagem gratuitos, análise dos produtos juntamente com o cliente e flexibilidade na criação de novos itens, estando sempre disponível para sugestões de nossos consumidores.

REFERÊNCIAS

Brasil. CNAE: 47.72-5. 2022. Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Brasil. Atualizado e publicado em 2022. Seção 10. Página 1. Disponível: <https://concla.ibge.gov.br/busca-online-cnae.html?subclasse=4772500&tipo=cnae&versao=9&view=subclasse>

Pesquisa sobre cosméticos da Picodi (Picodi/Divulgação). Brasileiras gastam R\$ 1.530 por ano em maquiagem e cosméticos. Disponível: <https://exame.com/casual/brasileiras-gastam-r1-530-por-ano-em-maquiagem-e-cosmeticos/>

Pesquisa sobre setor de higiene pessoal da ABIHPEC. Setor de higiene pessoal perfumaria e cosméticos. Disponível: <https://abihpec.org.br/comunicado/setor-de-higiene-pessoal-perfumaria-e-cosmeticos-fecha-o-1o-semester-de-2021-com-crescimento-deapenas-4-bem-abaixo-das-expectativas/>

Mariana Weber. Brasil é o quarto maior mercado de beleza e cuidados pessoais do mundo. 4 de julho de 2020. São Paulo. Disponível: <https://forbes.com.br/principal/2020/07/brasil-e-o-quarto-maior-mercado-de-beleza-e-cuidados-pessoais-do-mundo/>

Pesquisa sobre renda variável da Valor investe globo. Renda variável empresas. Disponível: <https://abihpec.org.br/comunicado/setor-de-higiene-pessoal-perfumaria-e-cosmeticos-fecha-o-1o-semester-de-2021-com-crescimento-deapenas-4-bem-abaixo-das-expectativas/>

Talita Camargos. Significados da cor branca na cultura, história e natureza. Local de publicação: UNIFORMES, 19 de março de 2020. Disponível: <https://w3uniformes.com.br/significados-da-cor-branca/>

Pesquisa sobre Significado da Cor Branca da página Significados. Cor branca. Disponível: <https://www.significados.com.br/cor-branca/>

Pesquisa sobre Significado da Cor Preta da página Significados. Cor Preta. Disponível: <https://www.significados.com.br/cor-preta/>

Pesquisa sobre Quais os significados da cor roxo e porquê a escolhemos como nome do nosso estúdio? do Blog Pulsar. Quais os significados da cor roxo e porque a escolhemos como nome do nosso estúdio. Disponível: <https://www.estudioroxo.com.br/blogpulsar/quais-os-significados-da-cor-roxo-e-porque-a-escolhemos-como-nome-do-nosso-estudio/>

Pesquisa sobre Significado de Cor da página Significados. O que é a Cor.

Disponível:

<https://www.significados.com.br/cor/#:~:text=As%20cores%20foram%20convencionadas%20para,o%20significado%20de%20cor%20azul>

Gabrielle Menezes. Psicologia das cores: você sabia que cada cor pode alterar sua percepção? Local de publicação: Blog da Printi, 18 de dezembro de 2020.

Disponível:

<https://www.printi.com.br/blog/psicologia-das-cores-voce-sabia-que-cada-cor-pode-alterar-sua-percepcao#:~:text=Cores%20diferentes%20s%C3%A3o%20percebidas%20de,positivos%20dependendo%20do%20seu%20objetivo>

Como abrir um CNPJ? Passo a passo para criar seu CNPJ gratuito de forma rápida.

Contabilizei.blog, 2021. Disponível em:

<https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/como-abrir-um-cnpj/>

Pesquisa sobre Como abrir um CNPJ – Aprenda o passo a passo completo. Como abrir um CNPJ.

Disponível:

<https://www.facilite.co/como-abrir-um-cnpj/>

Brasil. CVS (Centro de vigilância sanitária). Órgão Coordenador do Sistema Estadual de Vigilância Sanitária do Estado de São Paulo. Brasil, SP. Tema: Produtos de interesse à saúde. Disponível:

http://www.cvs.saude.sp.gov.br/apresentacao.asp?te_codigo=4#:~:text=A%20ANVISA%20%C3%A9%20o%20%C3%B3rg%C3%A3o,a%20fabrica%C3%A7%C3%A3o%20at%C3%A9%20a%20comercializa%C3%A7%C3%A3o%2C

Marcelo de Valécio. COMO FUNCIONA O REGISTRO DE COSMÉTICOS NA

ANVISA. Local de publicação: ASSUNTOS REGULATÓRIOS (ICTQ), 06 de dezembro de 2021. Disponível:

<https://ictq.com.br/assuntos-regulatorios/3176-como-funciona-o-registro-de-cosmeticos-na-anvisa>