

**FACULDADE DE IPORÁ - FAI
CURSO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO**

**GEOVANA CRUVINEL POSSE JUNQUEIRA
MIKAELY BIANCA DE SOUSA PAULA**

**A IMPORTÂNCIA DO MARKETING DIGITAL E DA LOGÍSTICA NO
CENÁRIO DA PANDEMIA NO COMÉRCIO VAREJISTA NA CIDADE
DE IPORÁ - GO**

IPORÁ - GO, DEZEMBRO 2021

**GEOVANA CRUVINEL POSSE JUNQUEIRA
MIKAELY BIANCA DE SOUSA PAULA**

**A IMPORTÂNCIA DO MARKETING DIGITAL E DA LOGÍSTICA NO
CENÁRIO DA PANDEMIA NO COMÉRCIO VAREJISTA NA CIDADE
DE IPORÁ - GO**

Trabalho de Conclusão de Curso,
apresentado para obtenção do grau de
Engenheiro de Produção no Curso de
Engenharia de Produção na Faculdade de
Iporá - FAI.

ORIENTADOR: Prof. Ma. Ana Cláudia de Faria
Lima

IPORÁ – GO, DEZEMBRO 2021

**GEOVANA CRUVINEL POSSE JUNQUEIRA
MIKAELY BIANCA DE SOUSA PAULA**

**A IMPORTÂNCIA DO MARKETING DIGITAL E DA LOGÍSTICA NO CENÁRIO
DA PANDEMIA NO COMÉRCIO VAREJISTA NA CIDADE DE IPORÁ - GO**

Trabalho de Conclusão de Curso
aprovado pela Banca Examinadora para
obtenção do Grau de Engenheiro de
Produção, no curso de Engenharia de
Produção da Faculdade de Iporá - FAI

Iporá, 13 de dezembro de 2021.

BANCA EXAMINADORA

Prof. Ma. Ana Cláudia de Faria Lima - (Faculdade de Iporá - FAI) – Orientadora

Prof. Esp. Daiana de Oliveira Borges - (Faculdade de Iporá - FAI) - Coorientadora

Prof. Ma. Stefânia Poliana de Lima Alves - Faculdade de Iporá - FAI)

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Forma de venda utilizada pelas empresas entrevistadas.....	14
Gráfico 2 - Empresas que conhecem o conceito de marketing.....	15
Gráfico 3 – Empresas que conhecem o conceito de marketing digital.....	16
Gráfico 4 – Empresas que usam o marketing digital no processo de vendas.....	16
Gráfico 5 – Para que as empresas usam marketing digital.....	17
Gráfico 6 – Empresas que conhecem a definição de logística empresarial.....	18
Gráfico 7 – Empresas que fazem uso da logística no seu dia a dia.....	18
Gráfico 8 – Como as empresas usam a logística no seu dia a dia.....	19
Gráfico 9 – Empresários que acreditam que a pandemia intensificou o uso do marketing e da logística.....	20

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Questionário aplicado no mercado varejista de vestuário e moda11

Tabela 2 - Critérios de delimitação por ordem de aplicação.....13

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ME - Microempresa

MEI - Microempreendedor Individual

EIRELI - Empresa Individual de Responsabilidade Limitada

SUMÁRIO

Título.....	7
Resumo.....	7
Introdução.....	8
Material e métodos.....	11
Resultados e Discussão.....	13
Conclusão.....	21
Referências.....	22

A importância do marketing digital e da logística no cenário da pandemia no comércio varejista na cidade de Iporá - GO

Resumo

O presente artigo busca analisar o uso do marketing digital e da logística, como ação de enfrentamento aos impactos negativos da pandemia. O objetivo do trabalho é analisar as soluções de marketing digital e da logística utilizadas por microempresa e microempreendedores individuais durante a pandemia no comércio varejista de Iporá - GO. A escolha pelo assunto se justifica pelos impactos negativos da pandemia na economia e a busca de soluções para continuar empreendendo em meio a um cenário tão adverso. Do ponto de vista metodológico, apresenta-se como estudo de caso de abordagem quantitativa e com objetivo exploratório. Baseada na pesquisa feita com 27 comerciantes Iporaenses para entender a importância do marketing e da logística no cenário da pandemia do COVID-19, conclui-se que, o conceito de marketing digital e logística ainda não é de total conhecimento dos comerciantes da região. Apesar de ser notável a falta de conhecimento referente aos conceitos do marketing e da logística, é visivelmente notado ao longo da pesquisa que os comerciantes usam essas ferramentas e que elas os ajudaram a se sobressair em nas dificuldades causadas pela pandemia.

Palavras-chave: Mercado varejista, comercialização, pandemia.

The importance of digital marketing and logistics in the pandemic scenario in retail trade in the city of Iporá - GO

Abstract

This article seeks to analyze the use of digital marketing and logistics as an action to face the negative impacts of the pandemic. The objective of the work is to analyze the digital marketing and logistics solutions used by micro-enterprises and individual micro-entrepreneurs during the pandemic in the retail trade of Iporá - GO. The choice for the subject is justified by the negative impacts of the pandemic on the economy and the search for solutions to continue undertaking in the midst of such an adverse scenario. From a methodological point of view, it is presented as a case study with a quantitative approach and exploratory objective. Based on a survey carried out with 27 traders from Ipora to understand the importance of marketing and logistics in the COVID-19 pandemic scenario, it can be concluded that the concept of digital marketing and logistics is not yet fully understood by traders in the region. Despite the remarkable lack of knowledge regarding the concepts of marketing and logistics, it is noticeably noticed throughout the research that marketers use these tools and that they helped them to stand out in the difficulties caused by the pandemic.

Keywords: Retail market, commercialization, pandemic.

INTRODUÇÃO

A pandemia impactou de forma relevante na necessidade das empresas se reinventarem, e a partir deste momento o marketing digital e a logística ganharam um enorme espaço nas empresas e na vida das pessoas. Em decorrência da pandemia, causada pelo vírus COVID-19^{*1} desde final de 2019, o ato de consumir vem mudando drasticamente sua forma de comprar, devido a influência gerada pela aplicação do marketing digital (SEBRAE, 2020). Nesse sentido surgem milhares novas formas de se fazer negócio e compras, dentre elas a que mais se destaca é a venda online.

De acordo com o site e-commerce Brasil (MAGNUS, 2018), com o desenvolvimento da tecnologia, os padrões de consumo de bens e serviços mudaram. Hoje, com a possibilidade de fazer compras pela Internet - principalmente em smartphones - e com o aumento da utilização dessas plataformas de vendas, os clientes estão cada vez mais exigindo agilidade e praticidade no atendimento e na compra, e se preocupam com a segurança das transações neste ambiente.

Ao se tratar de marketing digital e logística existem diversos tabus que precisam ser desmistificados. O marketing de modo geral é comumente associado a publicidade e propaganda, embora vá muito além, é uma ferramenta essencial para alcançar satisfazer e se conectar ao seu cliente. E a logística também sofre com o mesmo problema, ao falar dela geralmente lembra-se de entregas e transportadoras, porém a logística não se limita apenas á isso, é todo o processo para garantir os recurso e informações necessárias para a execução das mais variadas atividades de uma empresa, garantindo que tenha um cliente satisfeito e uma economia satisfatória.

Segundo (KOTLER e KELLER, 2018) o marketing envolve a identificação e a satisfação das necessidades humanas e sociais. Uma das mais sucintas e melhores definições é a de suprir necessidades gerando lucro. O marketing é um conjunto de ações, para que se compreenda mais a fundo a função do marketing é preciso entender um conjunto central de conceitos. Ainda segundo (KOTLER e ARMSTRONG, 2015), o conjunto central de conceitos, são: Necessidades, desejos e demandas. O marketing está presente na vida de todos, e nem todos gostam das mesmas coisas e por isso o marketing é dividido no mercado por segmentos, como, mercado-alvo, posicionamento e segmentação (RESULTADOS DIGITAIS, 2020). Feito essas análises consegue distinguir qual segmento os produtos que será desenvolvido irá atender, dessa forma o marketing consegue satisfazer o cliente, além da satisfação é desenvolvido valor, ofertas e marcas que atenda cada segmento. Segundo a definição de (KOTLER, KARTAJAYA e SETIAWAN., 2017) o Marketing Digital (também conhecido como Marketing 4.0) corresponde a uma atualização do marketing que atende à realidade do consumidor que está cada vez mais conectado e leva em consideração, na hora de sua compra, informações disponíveis na internet sobre as respectivas empresas e/ou produtos.

O marketing digital, pode ser visto como uma melhoria do marketing já existente. É aquele que aposta suas fichas nas maiores tendências do mercado como a internet, mobile o IoT, entre outros. E embarca na onda da tecnologia para que possa ter um maior alcance e menos desgaste na hora de colocar o marketing em prática (BRANDÃO, 2001).

¹ Segundo o Ministério da Saúde (Publicado em 08/04/2021 19h21): “A Covid-19 é uma infecção respiratória aguda causada pelo coronavírus SARS-CoV-2, potencialmente grave, de elevada transmissibilidade e de distribuição global.”

Diante de todo esse cenário (KOTLER, 2000), caracteriza cinco grandes tendências do Marketing Digital, sendo elas: integração off-line e on-line, presença em muitos canais, interação empresa-clientes, marketing de conteúdo, conquista da advocacia da marca. Consequentemente outro setor que se destacou muito nas empresas foi o da logística, pois o mercado virtual demanda um maior gerenciamento de todos os âmbitos das empresas, para que assim as mesmas sejam capazes de entregar um serviço de qualidade e eficiente ao consumidor (BARRETO, 2020).

A logística é o processo de planejamento do fluxo de materiais, objetivando a entrega das necessidades na qualidade desejada no tempo certo, otimizando recursos e aumentando a qualidade nos serviços (POZO, 2015). Para que se tenha uma logística eficiente é preciso realizar todo o processo logístico com a melhor relação possível entre tempo e custos de forma segura. O objetivo é realizar as atividades no menor tempo possível, com os menores custos e sem riscos aos materiais. (BOWERSOX, CLOSS, *et al.*, 2014)

A cada dia que passa a competitividade no mercado só aumenta, e isso gera a necessidade de as empresas atender a demanda dos consumidores, nos quesitos qualidade do produto ofertado e também na parte do transporte, isso exige confiabilidade na entrega e para que tudo seja feito da forma correta, a empresa necessita que seu setor logístico seja de excelência (CASAROTTO, 2020).

Além de ter um setor de logística eficiente, as empresas se preocupam com a redução de custos, quando falamos em qualidade do produto e do transporte, já nos remete a gastos. Mas a logística abrange tanta qualidade quanto redução de custos. Uma empresa que tem um processo logístico eficiente consegue ter um produto ou serviço de qualidade e também reduzir seus custos. A logística está presente em todos os setores de uma empresa (SILVA, 2010).

Uma questão crítica de um negócio é a distribuição física, pois dela depende parte importante da qualidade percebida pelo cliente, ou seja, o que ele sente ao comparar sua satisfação com suas expectativas (MARTINS e ALT, 2012).

O elevado custo logístico no Brasil leva a perda de competitividade no mercado internacional, e também faz com que os consumidores paguem mais caro pelos produtos, pois as indústrias têm que passar esses custos para o consumidor final (BELO, 2018). Sendo assim, entende-se que a logística e de forma especial o transporte é de extrema importância no dia a dia da empresa, tendo uma ênfase ainda maior nos tempos de pandemia. A logística pode ser um fator extremamente relevante no diferencial competitivo de uma empresa, e vale ressaltar que os consumidores sempre buscam agilidade pelo o melhor preço possível (PAURA, 2012).

A pandemia impactou de forma relevante na necessidade de empresas se reinventarem, e a partir deste momento o marketing digital e a logística ganharam um enorme espaço em algumas empresas e na vida das pessoas (AGUIAR e AGUIAR, 2019). Em Iporá, nas empresas do ramo varejista, houve uma grande evolução apesar que diversas empresas ainda resistiam em utilizá-la. A partir do cenário analisado, o presente trabalho trás como questão problematizadora a seguinte pergunta: Qual a influência do marketing e da logística no comércio diante da pandemia?

Sendo assim o objetivo desta pesquisa consiste em: Conceituar e caracterizar marketing digital e logística, analisar a aplicabilidade prática dos mesmos, destacar os impactos causados pela pandemia no comércio varejista e apontar as possíveis soluções encontradas para amenizar.

MATERIAIS E MÉTODOS

O presente trabalho foi baseado em uma pesquisa bibliográfica de materiais publicados tanto na forma impressa como virtual, além disso, também foi realizada uma pesquisa de campo, onde os resultados computados foram de caráter quantitativo. Para obtermos esses resultados foi aplicado um questionário do tipo fechado com nove (9) questões. O mesmo foi enviado de forma virtual (WhatsApp, Instagram, e-mail e etc.)

O questionário foi desenvolvido no Google Forms, programa específico de criação de formulários. A escolha desta ferramenta para elaboração do formulário se deve ao fato de que ela é perfeita para quem precisa solicitar feedback sobre algo, organizar inscrição em eventos, convidar ou solicitar comentários. As questões que compõem o questionário destinado à pesquisa são apresentadas parcialmente na tabela 1, e em sua íntegra no anexo 1.

A IMPORTÂNCIA DO MARKETING DIGITAL E LOGÍSTICA NO CENÁRIO DA PANDEMIA NO COMERCIO VAREJISTA DA CIDADE DE IPORÁ – GO
1 - De que formas são realizadas as vendas na sua empresa atualmente?
2 - Marketing é a ciência que explora, cria e entrega valor para satisfazer as necessidades do público-alvo, com geração de lucro. Você conhecia o marketing por essa definição?
3 - Você conhece a definição de MARKETING DIGITAL?
4 - Você usa o MARKETING DIGITAL para desenvolver as atividades de vendas da sua empresa?
5 - Quais das atividades abaixo você usa o marketing digital?
6 - Você conhece a definição de logística empresarial?
7 - A Logística é o processo de planejamento do fluxo de materiais, objetivando a entrega das necessidades, na qualidade desejada, no tempo certo, otimizando recursos e aumentando a qualidade nos serviços. Diante disso, você utiliza o conceito de logística para desenvolver as atividades da sua empresa?
8 - Quais das atividades abaixo você usa a logística?
9 - Você acredita que a utilização da logística e do marketing se tornou mais intensa após o início da pandemia?

TABELA 1 – Questionário aplicado no mercado varejista de vestuário e moda.

Fonte: Próprio autor, ano 2021.

A montagem do questionário foi iniciada com questões que abrangiam todos os pontos que foram julgados importante para abordar na pesquisa e analisar a relação dos comerciantes com o tema de marketing digital e logística. O formulário passou por várias etapas de correção para que fosse encontrada a melhor maneira de abordar a temática da pesquisa, além de tornar as perguntas de fácil entendimento ao entrevistado.

A pesquisa foi realizada nas empresas do ramo varejista de vestuário e moda na cidade de

Iporá-GO, a escolha por esse ramo de empresas é devido ao convívio diário e conhecimento nessa área por parte dos pesquisadores, e por ter uma quantidade considerável de empresas desse setor em Iporá GO.

Para realizar o levantamento das empresas que atuam nesse campo de comércio foi solicitado na Prefeitura Municipal de Iporá uma relação de todas as empresas com CNPJ registrados no ramo varejista de artigos do vestuário e acessórios. Vale ressaltar que a listagem solicitada pelos pesquisadores para a Prefeitura Municipal é de caráter público, assim sendo, é de acesso geral da população. Tal lista foi disponibilizada via e-mail, contendo dados como o nome fantasia da empresa, o CNPJ, número de inscrição, endereço, situação cadastral atual da empresa (ativa ou inativa) e classificação (ME - Microempresa / MEI - Microempreendedor Individual / EIRELI - Empresa Individual de Responsabilidade Limitada). O documento completo pode ser encontrado no Anexo II do presente trabalho.

Após o levantamento de todas as empresas registradas no ramo varejista de artigos do vestuário e acessórios foi necessário criar critérios de delimitação, uma vez que o mesmo se mostrou uma lista muito extensa, impossibilitando o acesso de todas as empresas em tempo hábil para a pesquisa. Para isso foi adotado alguns fatores a fim de coletar dados apenas de empresas com critérios relevantes para o presente trabalho. São esses fatores que irá estabelecer quais das empresas, que consta no documento fornecido pela prefeitura, se enquadram como microempreendedor ou microempresa e, se está situado no setor central de Iporá – GO, além de ter loja física no endereço registrado e também se atua no ramo varejista. Tais critérios são apresentados na tabela 2.

Critérios de delimitação por ordem de aplicação
1) Constar no documento fornecido pela Prefeitura de Iporá que atue no ramo varejista de artigos do vestuário e acessório;
2) Se MEI ou ME (Microempreendedor Individual / Microempresa);
3) Estar situado no setor central de Iporá – GO;
4) Ter loja física em Iporá – GO no endereço registrado e atuar no ramo varejista.

TABELA 2 – Critérios de delimitação por ordem de aplicação.

Fonte: Próprio autor, ano 2021.

Foi determinado também que tais empresas estivessem situadas no setor central (uma vez que lá existe um cenário comercial mais ativo e agrupado) e que tivesse loja física no endereço registrado, para auxiliar na hora de procurar meios de contato, reduzindo a quantidade de empresas na pesquisa para que a mesma fosse conduzida de forma eficiente e eficaz.

Inicialmente o documento enviado pela prefeitura contava com 107 empresas cadastradas no ramo solicitado, onde ao eliminar as empresas que não atendiam aos nossos critérios iniciais para a pesquisa restaram apenas 61 empresas.

Os formulários foram sendo enviados na medida que se conseguia o contato e localização

dos endereços, algumas dificuldades surgiram para entrar em contato com algumas empresas, já que a empresa não estava ativa no endereço que constava no documento fornecido pela prefeitura municipal. Em todas as empresas que se conseguiu contato, foi informado que as respostas da pesquisa seriam anônimas e utilizadas apenas para o cunho acadêmico, ainda assim nem todas as empresas se prontificaram a participar da pesquisa. Dessa forma houve mais um critério eliminatório na contagem de empresas participantes do estudo, totalizando ao final o total de 27 empresas que participaram da pesquisa.

A cada resposta obtida os dados foram armazenados através do Google forms, desta forma foi coletado um a um todos os dados necessários para a pesquisa e computando na plataforma, onde viabilizou a criação de gráficos e tabelas que permitiu uma análise precisa para o resultado final da pesquisa.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Quando se trata de marketing digital e logística em um cenário de pandemia mundial, é extremamente relevante entender que as formas de vendas sofreram grandes alterações. A disposição dos produtos no mercado precisou ser reinventada para que o comércio continuasse a fluir mesmo em meio a limitações, o que acabou levando há uma popularização das vendas no meio digital. Muitos comerciantes que antes não estavam presentes neste meio veio para ele, outros intensificaram sua presença. Sendo assim as formas de venda mesmo para quem tem uma loja física passou a ter um novo canal, um novo endereço para vender seus produtos, como é mostrado no gráfico 1.

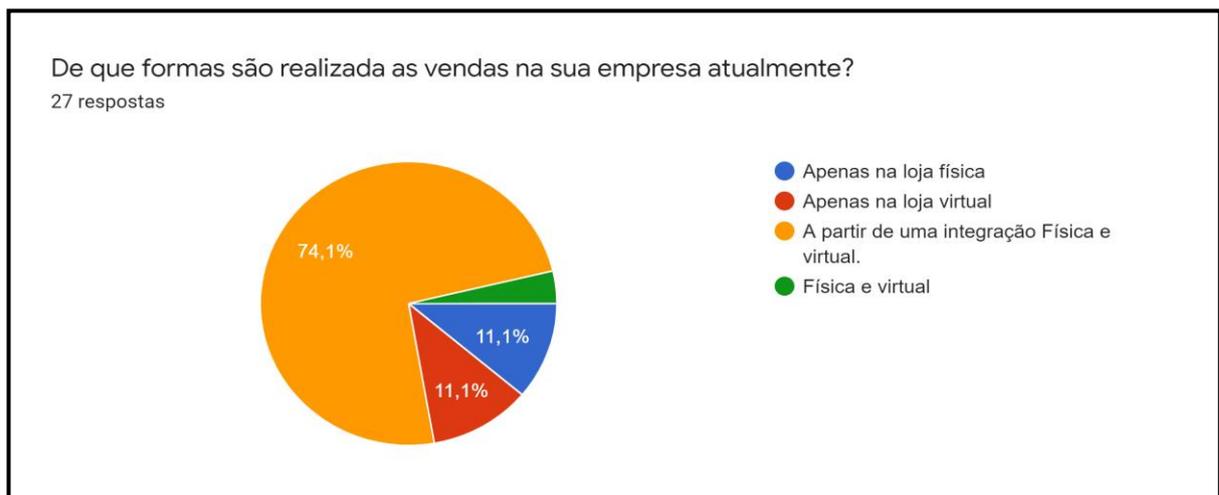


GRÁFICO 1 - Forma de venda utilizada pelas empresas entrevistadas.

Fonte: Próprio autor, ano 2021.

Ao analisar qual o principal canal de vendas dos comerciantes de Iporá, nota-se que, grande maioria (77,8%) realizam suas vendas a partir de uma integração de loja física e virtual, e apenas 11,1% consideram seu principal canal de vendas exclusivamente físico ou exclusivamente virtual. Os seguintes resultados evidenciam as mudanças que a pandemia (COVID-19) acarretou de

forma relevante no comércio varejista, de modo que as empresas precisaram inovar e traçar novas estratégias para manter o contato com seus clientes durante um período de restrições, e mesmo assim se destacarem no mercado. O que por sua vez, resultou no crescimento do e-commerce, que se tornou uma ferramenta essencial para garantir o contato das marcas com seus clientes (PRADO, 2021).

De modo geral, deixou-se de lado um cenário predominantemente físico onde vender online era algo extremamente caro, complexo e inviável para diversos comerciantes, migrando grande parte das relações de compra e venda para o espaço virtual de forma mais acessível e viável tanto para se vender quanto para comprar.

O desenvolvimento da tecnologia de comunicação inaugurou uma era de incrível crescimento e disseminação de conteúdo relacionado. A informação nunca esteve em tanta quantidade e velocidade como é hoje. Devido ao desenvolvimento da tecnologia e os efeitos da pandemia as empresas também se desenvolveram nessa parte tecnológica e faz uso constante de ferramentas que auxiliam no crescimento de suas vendas, como as estratégias de marketing.

Buscando compreender o que as empresas de Iporá-GO entendiam sobre os conceitos de marketing e marketing digital, quais delas usam essas ferramentas e como as usam, foi aplicado no questionário quatro (4) questões abordando este assunto. Representadas nos gráficos 2,3 e 4.



GRÁFICO 2 - Empresas que conhecem o conceito de marketing.

Fonte: Próprio autor, ano 2021.

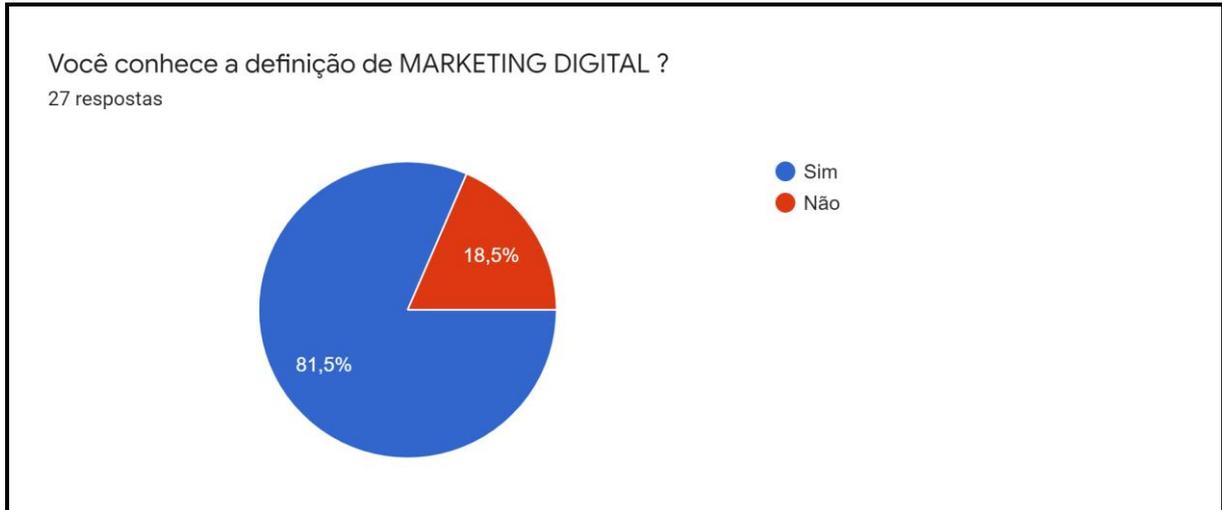


GRÁFICO 3 - Empresas que conhecem o conceito de marketing digital.

Fonte: Próprio autor, ano 2021.

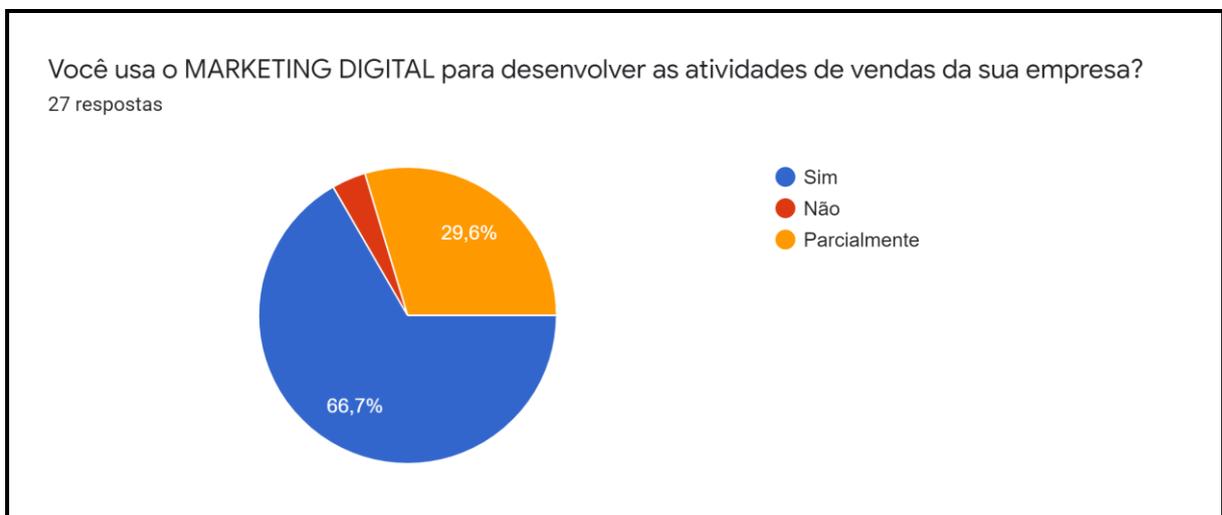


GRÁFICO 4 - Empresas que usam o marketing digital no processo de vendas

Fonte: Próprio autor, ano 2021.

Muito se fala sobre Marketing, mas pouco se sabe sobre ele. Quando você pede alguém para conceituar e definir o marketing muitos se perdem no caminho, por isso apenas 63% das pessoas que responderam o formulário dizem conhecer o conceito de marketing. Já 81,5% afirmam conhecer o conceito de marketing digital e 66,7% usam o marketing no dia a dia da sua empresa e outros 29,6% usam parcialmente. Nota-se que os entrevistados tem maior conhecimento do conceito do marketing digital do que no marketing tradicional, por causa do fato da grande globalização em que vivemos e a introdução cada vez maior das pessoas dentro do mundo digital tanto em rede sociais, como das mídias, o que leva as pessoas a buscar conhecimento ao que está relacionado ao mundo digital.

O marketing digital é uma ferramenta de extrema importância nesse processo de vendas integradas (loja física e virtual), possibilitando às empresa a obterem melhora significativa sobre os

processos voltados ao cliente, e conectá-la aos mesmos. É extremamente versátil e abrangente podendo ser usando para diversas funções, como mostra o gráfico 5.

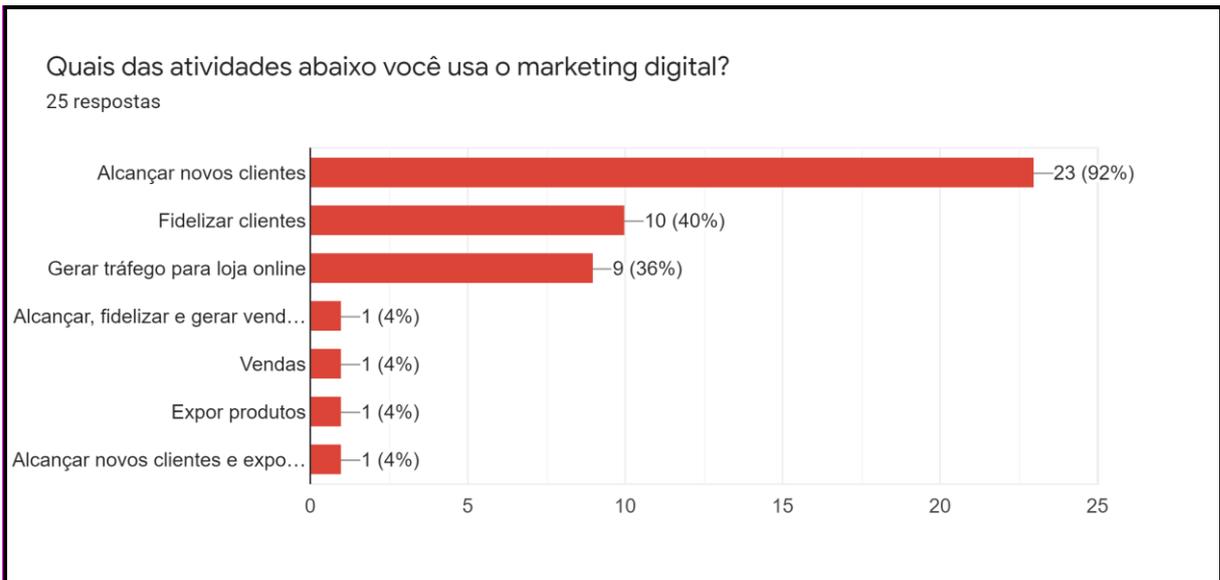


GRÁFICO 5 - Para que as empresas usam o marketing digital.

Fonte: Próprio autor, ano 2021

A aplicação do marketing digital no comércio Iporense tem como principal objetivo alcançar novos clientes (de 27 empresas entrevistadas 23 usam para este fim), e em segundo plano para fidelizar seus clientes e gerar tráfego para loja online. Seu uso para fins como vendas, exposição de produtos e outros, não são o foco dos mesmos, o que é admirável, uma vez que a função do marketing digital é atrair e conectar-se ao cliente tendo uma venda como resultado deste relacionamento.

Assim como o marketing digital a logística se intensificou neste período, porém ela é um processo que está presente no dia a dia do ser humano há séculos nas mais variadas atividades e tem seu conceito um pouco desconhecido, na maioria das vezes tem seu conceito relacionado a processos que acontecem única e exclusivamente em lojas devido o seu nome. Para ficar mais claro processos como chegar na hora certa no trabalho requer logística, receber uma encomenda em casa, quando você pede um delivery.

A logística é a arte de comprar, receber, armazenar, expedir e entregar o produto ou serviço certo, dentro do prazo estimado, no local determinado, com o menor custo possível. Desta forma, é o sistema logístico que permite a otimização de processos e a satisfação dos clientes. Os gráficos 6, 7 e 8 mostra como isso funciona na cidade de Iporá-GO.

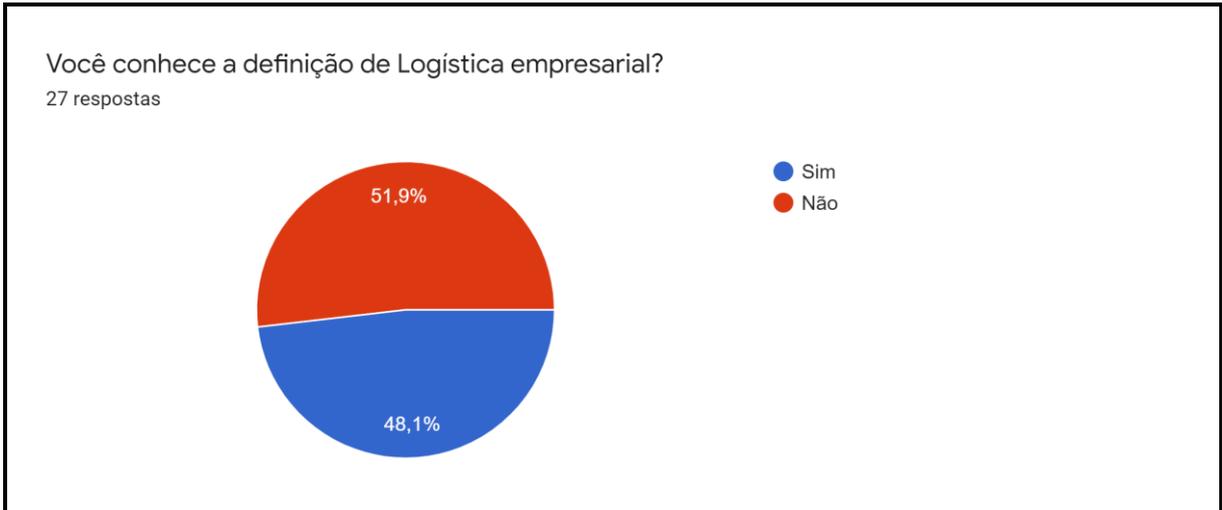


GRÁFICO 6 - Empresas que conhecem a definição de logística empresarial.

Fonte: Próprio autor, ano 2021.



GRÁFICO 7 - Empresas que fazem o uso da logística no seu dia a dia.

Fonte: Próprio autor,ano 2021.

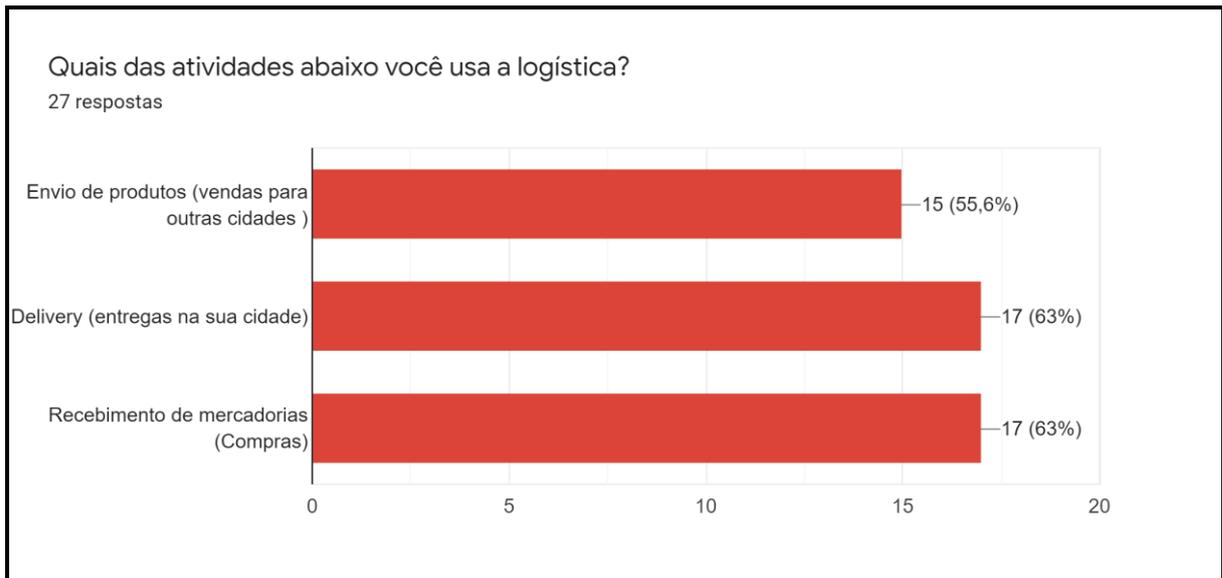


GRÁFICO 8 - Como as empresas usam a logística no seu dia a dia.

Fonte: Próprio autor, ano 2021.

A logística esta presente no dia a dia de uma empresa e sendo usada 24 horas por dia, seja para receber novas mercadorias, realizar entregas, no estoque e até mesmo ao atender os clientes. Ela é extremamente valiosa e permite otimizar diversos processos no dia a dia da empresa. Um total de 51,9% dos participantes da pesquisa disseram não conhecer o conceito de logística, embora 92,6 % usem a logística no seu dia a dia. Essa desproporção mostra que embora não tenha embasamento técnico para falar de logística, ela esta presente ali, pois quando é dada opções de uso eles conseguem identificar a aplicação no seu dia a dia.

Diante do posicionamento dos entrevistados sobre o marketing e a logística em um cenário de pandemia fica a questão de quais ensinamentos foram tirados com todo esse momento que viveram. O mercado Iporaense ainda é o mesmo, ou será que eles também notam uma intensificação destas duas ferramentas ?

Dos 27 estabelecimentos que responderam à pesquisa 96,3% acreditam que o uso do marketing e da logística se intensificou desde o início da pandemia, como é mostrado no gráfico 9.

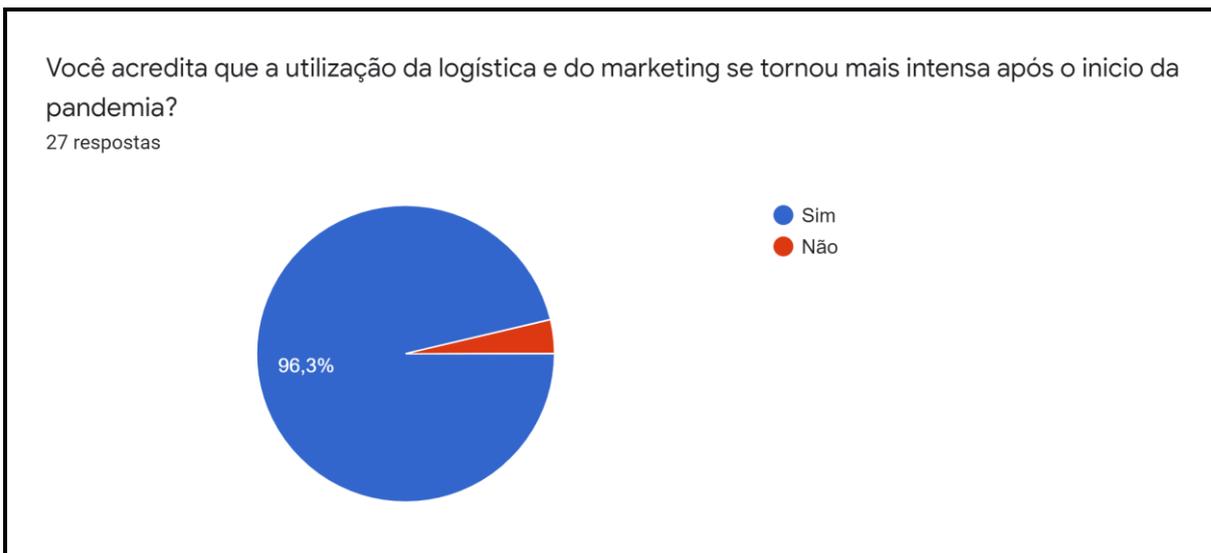


GRÁFICO 9 – Empresários que acreditam que a pandemia intensificou o uso do marketing e da logística. Fonte: Próprio autor, ano 2021.

O resultado vem de encontro com a realidade do momento vivido, uma vez que houve uma limitação no contato físico e em certo momento até restrições para ir as ruas, e o que antes era visto para alguns como uma grande oportunidade de crescer fez-se necessidade comum para sobreviver. Segundo Cruz e Silva (2014) a disseminação da internet e a conexão em massa favorece grandemente as ações de marketing nesse ambiente, uma vez que possibilita levar o seu produto muito mais longe que a sua loja física poderia alcançar e trás uma divulgação do seu produto á um baixo custo. Tudo o que se precisava neste momento.

CONCLUSÃO

Baseada na pesquisa feita com 27 comerciantes Iporaenses para entender a importância do marketing e da logística no cenário da pandemia do COVID-19, conclui-se que, o conceito de marketing digital e logística ainda não é de total conhecimento dos comerciantes da região. Deixando alguns questionamentos pois há o uso dos mesmos e ainda se desconhece o conceito destas ferramentas, mesmo depois que se tornaram mais presentes e essenciais durante a pandemia.

Diante dos resultados nota-se que os comerciantes sintam a presença fortemente dessas ferramentas e encontre algumas atividades em que fazem o uso das mesmas. A grande maioria não tem um grande domínio sobre o assunto uma vez que há grandes divergências nos resultados, como foi mostrado na pesquisa ao longo do questionário as respostas dadas pelos entrevistados vão se tornando divergentes.

Ao analisar as respostas da pesquisa nota-se uma grande discrepância entre informações coletadas, o que comprovou que as pessoas não têm um pleno conhecimento sobre o assunto abordado, tanto ao se tratar de marketing quanto de logística. As pessoas se contradizem ao longo das perguntas o que acaba comprovando a falta de conhecimento das mesmas. E isso pesa muito ao se tratar de ferramentas essenciais dentro de uma empresa, principalmente quando dizem não conhecer o conceito e alegam usar no dia a dia.

Desta forma a pesquisa teve êxito em desenvolver o seu objetivo de: conceituar e caracterizar marketing digital e logística, analisar a aplicabilidade prática dos mesmos, destacar os impactos causados pela pandemia no comércio varejista e apontar as possíveis soluções encontradas para amenizar. Diante da pesquisa bibliográfica e pesquisa de campo foi possível atingir os determinados objetivos, mostrando a realidade do comércio varejista da cidade de Iporá e a relação dos comerciantes com o Marketing e a logística principalmente em um período delicado de pandemia, concluindo que estas ferramentas são grandes meios para que estes possam sobressair deste momento da melhor maneira possível.

Conclui-se com este trabalho que o marketing digital e a logística ganharam um grande espaço nos comércios da cidade de Iporá, ajudando a enfrentar um momento de pandemia mundial e provando ser ferramentas essenciais para o enfrentamento das dificuldades causado pela pandemia, oferecendo soluções para os problemas que os comerciantes enfrentam nesse período.

REFERÊNCIAS

- AGUIAR, E. D. C.; AGUIAR, B. L. O encontro do marketing e da logística. **FAFIRE**, RECIFE, 2019.
- BARRETO, J. PORTO GENTE. **PORTO GENTE**, 2020. Disponível em: <<https://portogente.com.br/portopedia/113644-conheca-as-3-atividades-da-logistica-de-distribuicao>>.
- BELO, E. Cresce o custo logístico nas empresas. **Valor Econômico**, São Paulo, 2018. Disponível em: <<https://valor.globo.com/brasil/noticia/2018/04/20/cresce-o-custo-logistico-nas-empresas.ghtml>>. Acesso em: 19 Outubro 2021.
- BOWERSOX, D. J. et al. **Gestão Logística da Cadeia de Suprimentos**. 4ª. ed. Porto Alegre: AMGH Editora Ltda., 2014.
- BRANDÃO, V. C. COMUNICAÇÃO E MARKETING NA ERA DIGITAL: A INTERNET COMO MÍDIA. **INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação**, 2001.
- CASAROTTO, C. rockcontent. **rockcontent**, 2020. Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/5-forcas-de-porter/>>.
- CRUZ, C. A. D. C.; SILVA, L. L. D. S. MARKETING DIGITAL: MARKETING PARA O NOVO MILÊNIO. Revista Científica do ITPAC, Araguaína, v.7, n.2, Pub.1, abril 2014
- KOTLER, P. **Administração do Marketing**. 10ª. ed. São Paula: Prentice Hall, v. 7ª reimpressão, 2000.
- KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Pricípios de Marketing**. 15ª. ed. São Paulo: Pearson Education Brasil, 2015.
- KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN., I. **Marketing 4.0 - Do tradicional ao digital**. Rio de Janeiro - RJ: GMT Editores Ltda., 2017.
- KOTLER, P.; KELLER, K. L. **Administração de Marketing**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2018.
- MAGNUS, T. ecommercebrasil. **EcBr**, 2018. Disponível em: <<https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/marketing-de-varejo/>>. Acesso em: 18 Outubro 2021.
- MARTINS, P. G.; ALT, P. R. C. **Administração de materiais e recursos patrimoniais**. 3ª. ed. São Paula: Saraiva, 2012.
- PAURA, G. L. Fundamentos da Logística. **E-TEC BRASIL**, Curitiba-PR, 2012.
- POZO, H. **Logística e Gerenciamento de Cadeia de Suprimentos**. São Paulo - SP: Ed. Atlas, 2015.
- RESULTADOS DIGITAIS. RESULTADOS DIGITAIS, 2020. Disponível em: <<https://resultadosdigitais.com.br/especiais/marketing/>>.
- SEBRAE. O impacto da pandemia de coronavírus nos pequenos negócios. **SEBRAE**, 2020. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-impacto-da-pandemia-de-coronavirus-nos-pequenos-negocios,192da538c1be1710VgnVCM1000004c00210aRCRD>>.
- SILVA, S. F. P. E. Materiais e Logística. **Sistema de Bibliotecas Integradas do IF-SC**, Florianópolis, n. 2º Ed, 2010.
- PRADO, O. S. T. E-commerce e sua evolução no período da pandemia. **Faculdade de tecnologia de Mococa- FATEC Mococa**, 2021.

ANEXO I

A IMPORTÂNCIA DO MARKETING DIGITAL E LOGÍSTICA NO CENÁRIO DA PANDEMIA NO COMERCIO VAREJISTA DA CIDADE DE IPORÁ - GO

TCC 2 - GEOVANA POSSE E MIKAELY BIANCA

De que formas são realizada as vendas na sua empresa atualmente? *

- Apenas na loja física
- Apenas na loja virtual
- A partir de uma integração Física e virtual.
- Outro: _____

De que formas são realizada as vendas na sua empresa atualmente? *

- Apenas na loja física
- Apenas na loja virtual
- A partir de uma integração Física e virtual.
- Outro: _____

Marketing é a ciência que explora, cria e entrega valor para satisfazer as necessidades do público-alvo, com geração de lucro. Você conhecia o marketing por essa definição? *

- Sim
- Não

(Continuação a seguir)

(Continuação)

Você conhece a definição de MARKETING DIGITAL? *

- Sim
- Não

Você usa o MARKETING DIGITAL para desenvolver as atividades de vendas da sua empresa? *

- Sim
- Não
- Parcialmente

Quais das atividades abaixo você usa o marketing digital?

- Alcançar novos clientes
- Fidelizar clientes
- Gerar tráfego para loja online
- Outro: _____

Você conhece a definição de Logística empresarial? *

- Sim
- Não

(Continuação a seguir)

(Continuação)

A Logística é o processo de planejamento do fluxo de materiais, objetivando a entrega das necessidades, na qualidade desejada, no tempo certo, otimizando recursos e aumentando a qualidade nos serviços. Diante disso, você utiliza o conceito de logística para desenvolver as atividades da sua empresa ? *

- Sim
- Não

Quais das atividades abaixo você usa a logística? *

- Envio de produtos (vendas para outras cidades)
- Delivery (entregas na sua cidade)
- Recebimento de mercadorias (Compras)
- Outro: _____

Você acredita que a utilização da logística e do marketing se tornou mais intensa após o início da pandemia?

- Sim
- Não

ANEXO 2

 ESTADO DE GOIÁS
 PREFEITURA MUNICIPAL DE IPORÁ

PÁG: 001

RELAÇÃO DE EMPRESAS

RELAÇÃO DE EMPRESAS: COMÉRCIO VAREJISTA DE ARTIGOS DO VESTUÁRIO E ACESSÓRIOS

CPF/CNPJ	INSCRIÇÃO	NOME FANTASIA	LOGRADOURO	BAIRRO	QUADRA	LOTE	NÚMERO	SITUAÇÃO	CLASSIF.	DATA SITUAÇÃO
16.810.452/0001-79	0002202029	4D CONFECÇÕES E CRIAÇÕES	AVN ADEMAR FERRUGEM	SETOR AEROPORTO SUL	12	14	772	0 - Ativo	ME	
08.382.585/0001-63	0002201333	A & Z MALHAS	RUA ESMERINDO PEREIRA	CENTRO			291	0 - Ativo	ME	
03.874.022/0001-79	0002200825	A CRIATIVA	RUA ESMERINDO PEREIRA	CENTRO			371	0 - Ativo	ME	
11.941.246/0001-84	0002201670	ABENCOADA	RUA CATALAO	CENTRO	77	162A	461	0 - Ativo	ME	
34.281.432/0001-52	0002203508	ACHADINHOS ARTIGOS INFANTINS	AVN DR NETO	SETOR CENTRAL	76	267	524	0 - Ativo	MEI	
05.822.194/0001-24	0002201042	ADOLETA	RUA ESMERINDO PEREIRA	CENTRO			251	0 - Ativo	ME	
32.329.339/0001-22	0002203431	ADOLETA	AVN RIO CLARO	JARDIM DAS OLIVEIRAS	08	74-A	1561	0 - Ativo	ME	
10.481.274/0001-01	0002201539	AMAPOLA	RUA ESMERINDO PEREIRA	CENTRO			231	0 - Ativo	ME	
12.841.479/0001-78	0002201758	ANA FASHION	AVN PARA	CENTRO	62	358	472	0 - Ativo	MEI	
42.674.399/0001-36	2129539916	ANA FASHION	RUA ESMERINDO PEREIRA	CENTRO	0086	0105	281	0 - Ativo	ME	
17.946.786/0001-37	0002202133	ANDREA MODAS	AVN ADEMAR FERRUGEM	BAIRRO SAO FRANCISCO	03	01	S/N	0 - Ativo	MEI	
26.811.947/0001-76	0002203066	APPALOOSA MODAS	RUA ESMERINDO PEREIRA	CENTRO	56	327B	761	0 - Ativo	MEI	
30.873.084/0001-39	0002203327	ARENA COUNTRY	RUA ESMERINDO PEREIRA	CENTRO	0	0	863	0 - Ativo	ME	
06.305.870/0001-55	0002201125	ARTE MODAS	RUA ESMERINDO PEREIRA	CENTRO			1006	0 - Ativo	ME	
17.947.860/0001-30	0002202132	ARTE MODAS	AVN URANIO	BAIRRO MATO GROSSO			247	0 - Ativo	MEI	
26.938.456/0001-90	0001200095	ASUEG MODA INFANTIL	RUA ESMERINDO PEREIRA	CENTRO			242	0 - Ativo	ME	
15.157.085/0001-93	0002201927	ATUAL	RUA ESMERINDO PEREIRA	CENTRO			282	0 - Ativo	ME	
36.988.028/0001-26	2129539382	AJUDACIA JEANS	AVN RIO CLARO	VILA REDENTORA	0	0	1292	0 - Ativo	ME	
43.161.998/0001-19	2129539656	AVLISSTORE	RUA ESMERINDO PEREIRA	CENTRO	0049	454	902A	0 - Ativo	MEI	
24.905.088/0001-59	0002202989	BACANA D+	AVN RIO GRANDE DO NORTE	CENTRO	0	0	931	0 - Ativo	MEI	
39.623.126/0001-58	2129539600	BELA CASTRO RESORT WEAR	AVN GOIAS	CENTRO	75	772	851	0 - Ativo	EIRELI	
36.178.914/0001-94	2129539315	BELLA DONNA	AVN DR NETO	CENTRO	0	0	402	0 - Ativo	MEI	
40.995.349/0001-25	2129539727	BELLA FASHION	RUA ESMERINDO PEREIRA	CENTRO	48	430	805	0 - Ativo	MEI	
06.078.102/0001-06	0002201079	BRASIL VEST	AVN PERNAMBUCO	SETOR PERNE	0	0	2082	0 - Ativo	MEI	
32.393.711/0001-60	0002203438	CANTINHO DA MODA	RUA PEQUIM	VILA BRASILIA	115	2191	482	0 - Ativo	MEI	
13.324.451/0001-26	0002201771	COMERCIO DE ARTIGOS DO VESTUARIO	AVN SAO JOAO	LOTEAMENTO BELA VISTA	07	126	S/N	0 - Ativo	MEI	
14.989.462/0001-98	0002201915	COMERCIO DE VESTUARIOS	RUA DIAS	BAIRRO MATO GROSSO	04-A	55	S/N	0 - Ativo	MEI	
00.148.398/0001-08	0002200369	CONTEMPLA ELE E ELA	RUA ESMERINDO PEREIRA	CENTRO	0	0	452	0 - Ativo	ME	
30.404.064/0001-19	0002203297	CRISTIANE SILVA FAGUNDES 01850115192	RUA MERCURIO	VILA PADRE CICERO	14	07		0 - Ativo	MEI	
10.298.028/0001-00	0001200315	D E D CONFECÇÕES	RUA GOIANA	CENTRO	0	0	403	0 - Ativo	ME	
38.299.082/0001-90	2129539532	D' LIMA	RUA ESMERINDO PEREIRA	CENTRO	65	268	676	0 - Ativo	MEI	
34.155.475/0001-79	0002203504	D'LIMA LINGERIE	RUA ESMERINDO PEREIRA	CENTRO	48	431C	863	0 - Ativo	MEI	

(Continuação)


 ESTADO DE GOIÁS
 PREFEITURA MUNICIPAL DE IPORÁ

PÁG: 002

RELAÇÃO DE EMPRESAS

RELAÇÃO DE EMPRESAS: COMÉRCIO VAREJISTA DE ARTIGOS DO VESTUÁRIO E ACESSÓRIOS

CPF/CNPJ	INSCRIÇÃO	NOME FANTASIA	LOGRADOURO	BAIRRO	QUADRA	LOTE	NÚMERO	SITUAÇÃO	CLASSIF.	DATA SITUAÇÃO
18.400.761/0001-04	2129539196	DALETH PAULO RODRIGUES OLIVEIRA	RUA ESMERINDO PEREIRA	CENTRO			805	0 - Ativo	ME	
38.037.619/0001-43	2129539496	DANIELLE MODA PRAIA	RUA ESMERINDO PEREIRA	CENTRO	64	235A	637	0 - Ativo	MEI	
27.240.174/0001-88	2129539913	DIVINA DE MORAIS ROCHA SILVA	RUA CABUL	VILA BRASÍLIA	44	66A		0 - Ativo	MEI	
29.533.821/0001-75	0002203257	DIVITRINE VEST	AVN RIO GRANDE DO NORTE	CENTRO	04	64	1231	0 - Ativo	MEI	
22.639.158/0001-49	0002202596	EL SHADAY MODAS	AVN LAMBARÍ	CENTRO	29	863	961	0 - Ativo	MEI	
08.070.868/0001-70	0002201303	FABRICATTO	AVN DR NETO	CENTRO			295	0 - Ativo	ME	
19.624.224/0001-00	0002202281	FLOR DE LYS MODA FEMININA	RUA ESMERINDO PEREIRA	CENTRO			286	0 - Ativo	MEI	
35.593.647/0001-59	2129539361	FLOR DE PEDRA	AVN MONTE AZUL	JARDIM NOVO HORIZONTE I	08	150	782	0 - Ativo	MEI	
13.635.770/0007-48	0002203456	FOCCO MAGAZINE	RUA CATALAO	CENTRO	0077	0162	451	0 - Ativo	ME	
03.100.895/0001-24	0002200732	GARBU MODAS	RUA ESMERINDO PEREIRA	CENTRO			370	0 - Ativo	ME	
28.872.314/0001-01	2129539602	GEOVANA POSSE STORE	RUA ESMERINDO PEREIRA	CENTRO	86	106	315	0 - Ativo	MEI	
43.001.224/0001-20	2129539977	GERACAO FUTURA MODA INFANTIL	AVN MINAS GERAIS	CENTRO	0048	431C	337	0 - Ativo	EIRELI	
24.622.203/0001-24	0002202994	GLAMOUR ESPACO INTIMO	RUA ESMERINDO PEREIRA	CENTRO	0	0	851	0 - Ativo	ME	
26.140.233/0001-83	0002203049	GOIAS MODAS	AVN LAMBARÍ	CENTRO			1351	0 - Ativo	MEI	
08.083.569/0001-70	0002201304	HORIZONTE CONFECÇÕES	RUA TOCANTINOPOLIS	JARDIM NOVO HORIZONTE II	A	614		0 - Ativo	ME	
19.516.605/0005-91	2129539494	IMPERIO DO JEANS	RUA ESMERINDO PEREIRA	CENTRO	86	P106	305	0 - Ativo	EIRELI	
23.478.879/0001-87	0002202921	IMPERIO GRANDES MARCAS OUTLET- PONTA DE ESTOQUE (SALDAO)	AVN RIO CLARO	CENTRO	0	0	1471	0 - Ativo	ME	
17.913.403/0002-24	0002202130	JAGATÁ DIVERSIDADES	AVN CAIAPO	CENTRO	0	0	1001	0 - Ativo	MEI	
41.315.917/0001-62	2129539897	JANAINA PIMENTA MODA	RUA OSLO	VILA BRASÍLIA	0017	0224	62	0 - Ativo	MEI	
02.715.541/0001-21	0002200888	JUVENTUDE MODAS	AVN DR NETO	SETOR CENTRAL	79		64	0 - Ativo	ME	
24.252.564/0001-80	0002202963	K & K JEANS	RUA PARANA	JARDIM NOVO HORIZONTE II	34	576		0 - Ativo	MEI	
14.509.239/0001-04	0002201890	LAILA OLIVEIRA	AVN PARA	CENTRO			554	0 - Ativo	ME	
14.509.239/0002-87	0002203319	LAILA OLIVEIRA FOR KIDS	AVN PARA	CENTRO			552	0 - Ativo	ME	
12.776.658/0001-79	0002202494	LIZENI LOPES DA SILVA	AVN RIO CLARO	CENTRO			511	0 - Ativo	MEI	
29.456.612/0001-75	0002203275	LM CONFECÇÕES	RUA INHUMAS	CENTRO	0038	0670	782	0 - Ativo	MEI	
43.446.557/0001-63	2129539979	LOOK XIC	RUA TOCANTINOPOLIS	JARDIM NOVO HORIZONTE	0033	0541	122	0 - Ativo	MEI	
31.072.175/0001-38	2129539797	LORENNIA MODAS	AVN ATLANTICA	VILA FERREIRA	25	01	526	0 - Ativo	MEI	
11.897.494/0001-21	0004201184	M CONFECÇÕES	AVN MINAS GERAIS	CENTRO	0	0	752	0 - Ativo	MEI	
36.186.583/0001-63	2129539321	M DREAMS MODA INTIMA	RUA ESMERINDO PEREIRA	CENTRO	0064	235A	635	0 - Ativo	MEI	
10.912.464/0001-28	0002201589	MAE E FILHO	RUA ESMERINDO PEREIRA	CENTRO			273	0 - Ativo	ME	
22.253.714/0001-44	2129539555	MAGAZINE ELIZA	RUA ESMERINDO PEREIRA	CENTRO				0 - Ativo	EIRELI	
13.443.278/0001-85	0002201810	MAR CONFECÇÕES	RUA CACHEIRO	CENTRO	45	909A	1235	0 - Ativo	MEI	

(Continuação)


 ESTADO DE GOIÁS
 PREFEITURA MUNICIPAL DE IPORÁ

PÁG: 003

RELAÇÃO DE EMPRESAS

RELAÇÃO DE EMPRESAS: COMÉRCIO VAREJISTA DE ARTIGOS DO VESTUÁRIO E ACESSÓRIOS

CPF/CNPJ	INSCRIÇÃO	NOME FANTASIA	LOGRADOURO	BAIRRO	QUADRA	LOTE	NÚMERO	SITUAÇÃO	CLASSIF.	DATA SITUAÇÃO
21.823.522/0001-83	0002202545	MARESSA VELOSO DE MIRANDA	RUA JOAQUIM PAES DE TOLEDO	BAIRRO DO SOSSEGO	90	126		0 - Ativo	MEI	
20.278.317/0001-00	0002202425	MARIA BONITA	RUA ESMERINDO PEREIRA	CENTRO	0	0	231	0 - Ativo	ME	
20.744.474/0001-55	2129539613	MARIAHS MODAS	AVN PARA	CENTRO	62	359	514	0 - Ativo	MEI	
30.852.019/0001-83	0002203338	MASCATES ONLINE	RUA POCOES	CENTRO	03	986A	42	0 - Ativo	MEI	
23.466.742/0001-02	0002202917	MEGA MODA	RUA SERRA GRANDE	JARDIM ARCO IRIS	04	72		0 - Ativo	MEI	
28.659.932/0001-60	0002203201	MODA VEST	AVN R 2	VILA PADRE CICERO	16	05	435	0 - Ativo	MEI	
24.925.438/0001-49	0002203259	NEIA LELLIS MODA FEMININA	RUA ESMERINDO PEREIRA	CENTRO			405	0 - Ativo	MEI	
29.262.400/0001-57	0002203241	NIBIA RODRIGUES MACHADO	RUA LAZARO VIEIRA	CENTRO	0	0	422	0 - Ativo	MEI	
13.408.143/0001-89	0002202110	NOVOS & NOVAS	RUA INHUMAS	CENTRO	0	0	355	0 - Ativo	MEI	
17.627.747/0001-77	2129539314	NW MODAS	AVN PERNAMBUCO	CENTRO	48	P429		0 - Ativo	MEI	
36.029.311/0001-20	2129539303	NW MODAS	RUA ESMERINDO PEREIRA	CENTRO	0	0	288	0 - Ativo	MEI	
15.265.079/0001-50	0002202206	OBA FASHION	RUA ESMERINDO PEREIRA	CENTRO	0078	0183	425	0 - Ativo	MEI	
25.961.944/0001-56	0002203028	OBA FASHION.COM	AVN RIO CLARO	CENTRO	12	144	1811	0 - Ativo	ME	
03.785.025/0001-36	0002201945	OPCAO CERTA	RUA ESMERINDO PEREIRA	CENTRO			435	0 - Ativo	ME	
12.394.389/0001-05	0002201704	PARADA OBRIGATORIA 10	RUA ESMERINDO PEREIRA	CENTRO			421	0 - Ativo	ME	
08.560.718/0001-44	0002201354	PARAISO INFANTIL	RUA ESMERINDO PEREIRA	CENTRO			240	0 - Ativo	ME	
29.456.026/0001-20	0002203252	PATRICIA FASHION	RUA OSVALDO CASCAVEL	VILA CASCALHEIRA	03	08	0	0 - Ativo	MEI	
19.188.388/0001-24	0900001729	PAULA AUXILIADORA DOS SANTOS	AVN MINAS GERAIS	CENTRO	0		951	0 - Ativo	MEI	
42.673.122/0001-99	2129539973	PEGADA PRAIANA	AVN PARA	CENTRO	62	363	558	0 - Ativo	MEI	
20.760.114/0001-47	0002202539	PIK MODAS	RUA IPAMERI	JARDIM NOVO HORIZONTE I	13	251		0 - Ativo	MEI	
15.524.597/0001-40	0002201960	POSITIVA MODAS	RUA ESMERINDO PEREIRA	CENTRO			176	0 - Ativo	MEI	
39.331.899/0001-60	2129539590	PRISCILA ACESSORIOS	RUA 20 DE JANEIRO	VILA BRASÍLIA I	0019	0277	SN	0 - Ativo	ME	
34.865.978/0001-48	2129539288	R & T COSMETICOS, ROUPAS E ACESSORIOS	RUA RAFAEL MOREIRA	SETOR CENTRAL	11 A	09	391	0 - Ativo	MEI	
14.951.710/0001-01	0002202184	R A MODAS	AVN PARAPANEMA	VILA NOVA	07	15	SN	0 - Ativo	MEI	
32.266.825/0001-49	0002203406	RASTRO JEANS	RUA ESMERINDO PEREIRA	CENTRO	64	248	SN	0 - Ativo	ME	
03.292.257/0001-52	0002200260	REAL MALHAS	AVN 15 DE NOVEMBRO	CENTRO			524	0 - Ativo	ME	
29.328.793/0006-89	2129539197	REGALLO UNIFORMES	AVN PERNAMBUCO	SETOR CENTRAL	51	832		0 - Ativo	MEI	
25.425.740/0001-09	0002203503	REQUINTE MODAS	RUA ESMERINDO PEREIRA	CENTRO	0	0	235	0 - Ativo	ME	
15.869.882/0001-01	0002201986	RJ MODAS E ACESSORIOS	AVN ARAGUAIA	VILA NOVA	01	12		0 - Ativo	ME	
03.412.153/0001-34	0002200775	SABOR BRASILEIRO VINDINHA	RUA ESMERINDO PEREIRA	CENTRO			301	0 - Ativo	ME	
10.717.136/0001-70	0001200221	SENSUAL MODA INTIMA	RUA MAUA	CONJUNTO AGUAS CLARAS	8	34	SN	0 - Ativo	MEI	
07.249.551/0001-32	2129539697	SINTONIA MODAS	RUA LAZARO VIEIRA	CENTRO	0114	0091	202	0 - Ativo	ME	

(Continuação)


 ESTADO DE GOIÁS
 PREFEITURA MUNICIPAL DE IPORÁ

PÁG: 004

RELAÇÃO DE EMPRESAS

RELAÇÃO DE EMPRESAS: COMÉRCIO VAREJISTA DE ARTIGOS DO VESTUÁRIO E ACESSÓRIOS

CPF/CNPJ	INSCRIÇÃO	NOME FANTASIA	LOGRADOURO	BAIRRO	QUADRA	LOTE	NÚMERO	SITUAÇÃO	CLASSIF.	DATA SITUAÇÃO
26.517.366/0001-26	0002203046	SOPHISTIQUE ACESSORIOS	RUA RUI BARBOSA	CENTRO	0038	665A	831	0 - Ativo	MEI	
40.642.697/0001-71	2129539751	TAVARES MODA INTIMA	AV MINAS GERAIS	CENTRO				0 - Ativo	MEI	
17.833.289/0001-22	0002202134	TKS ROUPAS E ACESSORIOS	RUA C	BAIRRO MATO GROSSO	06	78	150	0 - Ativo	MEI	
37.813.994/0002-56	2129539752	TOP JEANS	AV GOIAS	CENTRO				0 - Ativo	EIRELI	
32.586.494/0003-25	2129539442	TOP MASTER MAGAZINE	AV DR NETO	CENTRO	0086	P108	325	0 - Ativo	EIRELI	
33.938.009/0001-05	0002203492	Terra do Cowboy	AVN MINAS GERAIS	CENTRO NORTE	0049	0324	307	0 - Ativo	MEI	
32.608.935/0001-41	0002203429	URBANOH	RUA ESMERINDO PEREIRA	CENTRO	0	0	921	0 - Ativo	MEI	
11.304.439/0001-96	0002201633	VILA ENCANTO	AVN DR NETO	CENTRO			281	0 - Ativo	ME	
06.122.966/0001-88	0002201087	ZEEP MODAS	RUA ESMERINDO PEREIRA	CENTRO			292	0 - Ativo	ME	
36.522.815/0001-88	2129539379	ZOUT	RUA OTTAWA	VILA BRASÍLIA	07	71	149	0 - Ativo	MEI	
TOTAL DE COMÉRCIO VAREJISTA DE ARTIGOS DO VESTUÁRIO E ACESSÓRIOS: 106										
TOTAL GERAL: 106										