



UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA
PATRICIA WIGGERS MARTINHAGO

PLANO DE NEGÓCIOS:
OFICINA DA BELEZA

RIO DO SUL
2018

PATRICIA WIGGERS MARTINHAGO

**PLANO DE NEGÓCIOS:
OFICINA DA BELEZA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Administração EAD, da Universidade do Sul de Santa Catarina, como requisito parcial a obtenção do grau de Bacharel em Administração.

Orientadores: Professora Fabiana Witt, Mestre em Administração.
Professor Bernardino José da Silva.

**RIO DO SUL
2018**

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	3
2 DESCRIÇÃO DO NEGÓCIO.....	5
2.1 PRODUTOS E/OU SERVIÇOS	6
3 PLANO ESTRATÉGICO	7
3.1 ANÁLISE DO MACROAMBIENTE	7
3.2 ANÁLISE DO SETOR.....	9
3.3 ANÁLISE INTERNA.....	12
3.4 ANÁLISE SWOT.....	15
3.5 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	16
3.6 POSICIONAMENTO ESTRATÉGICO	16
4 PLANO DE MARKETING	17
4.1 PRODUTOS E/OU SERVIÇOS	17
4.2 MERCADO CONSUMIDOR	21
4.3 FORNECEDORES	23
4.4 CONCORRÊNCIA.....	27
4.5 SEGMENTAÇÃO DO MERCADO	29
4.6 OBJETIVOS DE MARKETING	30
4.7 ESTRATÉGIAS DE MARKETING	30
4.8 PLANO DE AÇÕES DE MARKETING.....	31
5 PLANO DE OPERAÇÕES.....	35
5.1 TAMANHO (CAPACIDADE INSTALADA).....	35
5.2 TECNOLOGIA E OPERAÇÃO	37
5.3 LOCALIZAÇÃO	46
6 PLANO FINANCEIRO	47
6.1 INVESTIMENTO INICIAL	47
6.2 FORMAS DE FINANCIAMENTO.....	48
6.3 RECEITAS.....	48
6.4 CUSTOS	58
6.5 PROJEÇÃO DO FLUXO DE CAIXA.....	60
6.6 PROJEÇÃO DO DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS (DRE).....	62
7 AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIOS	64

7.1 AVALIAÇÃO ECONÔMICA.....	64
7.1.1 Ponto de equilíbrio	64
7.1.2 Taxa de lucratividade	65
7.1.3 Taxa do retorno do investimento	65
7.1.4 Prazo de retorno do investimento (<i>payback</i>).....	66
7.1.5 Taxa Interna de Retorno.....	66
7.1.6 Valor Presente Líquido.....	67
7.2 ANÁLISE DE SENSIBILIDADE	67
7.3 AVALIAÇÃO SOCIAL.....	70
CONCLUSÃO	72
ANEXOS	73
REFERÊNCIAS.....	75

INTRODUÇÃO

O presente trabalho de curso tem como objetivo desenvolver o plano de negócio do empreendimento Oficina da Beleza, que visa propor uma empresa inovadora e competitiva ao mercado de beleza e estética do município de Rio do Sul-SC.

A empresa desenvolvida nesse projeto pretende especializar-se apenas em mulheres, oferecendo às clientes os mais diversos serviços na área de Estética Facial, Estética Corporal e Estética Capilar, bem como serviços de manicure e pedicure.

O empreendimento prezará pela eficiência dos profissionais, qualidade do atendimento, e um contato diferenciado com seu público, à medida que terá um aplicativo do salão.

Com isso, buscará demonstrar que o negócio além de ser inovador, possui viabilidade econômica, com potencial de ser altamente lucrativo e competitivo no mercado.

A elaboração do presente trabalho é de extrema relevância para aplicação dos conteúdos estudados no curso de Administração EAD. Além de demonstrar a necessidade do desenvolvimento do plano de negócios para abertura ou expansão de um empreendimento.

A presente pesquisa é aplicada, uma vez que visa alcançar conhecimentos a fim de solucionar problemas práticos. Esta será imprescindível na tomada para criação do novo empreendimento.

A pesquisa abordará o problema de duas formas: quantitativa e qualitativa. Será quantitativa à medida que utilizará de registros e análise de números que são obtidos a partir de pesquisa realizada junto ao seu público-alvo. A pesquisa utiliza de métodos e técnicas estatísticas para mensuração dos resultados alcançados, a fim de confirmar ou refutar hipóteses arguidas.

Por sua vez, a abordagem será qualitativa ao passo que analisa os pontos subjetivos da avaliação dos seus colaboradores e clientes. Materializa-se no aspecto descritivo da pesquisa, e onde se analisa os dados indutivamente.

Quanto à forma será uma pesquisa exploratória, pois esta permitirá explorar e familiarizar com a proposta da criação da presente empresa. E a pesquisa também será descritiva à medida que descreverá as características e variáveis do negócio.

No procedimento de coleta de dados será utilizada a pesquisa bibliográfica, pois se utilizará de material já publicado e disponibilizado, assim como, de dados disponíveis pela grande experiência comercial dos sócios e parceiros (observação passiva) e o Estudo de caso com coleta de dados através de entrevista semiestruturada com colaboradores e parceiros comerciais.

Quanto ao procedimento de pesquisa, far-se-á consultas bibliográficas, utilizando-se das referências já publicadas de estudos acadêmicos e literários. Igualmente fará pesquisa documental, fazendo uso de fontes estatísticas como referência, bem como será feito estudo de caso a fim de obter um conhecimento aprofundado do objeto ora pesquisado.

Por sua vez, com relação aos instrumentos de coleta de dados, esses se darão a partir de documentação existente, sites de internet, documentação de profissionais de empresas com experiência na área da beleza. Além de entrevista semiestruturada com gerentes de empresas do mesmo ramo e com parceiros comerciais, bem como observação passiva destes no momento da realização da entrevista.

2 DESCRIÇÃO DO NEGÓCIO

O Plano de Negócio que será desenvolvido refere-se a um novo negócio, o qual se consubstanciará num salão de beleza especializado para mulheres, e oferecerá tudo o que o universo feminino necessita.

O salão terá sede na cidade de Rio do Sul-SC, e se estabelecerá numa sala anexa à loja Havan, possuindo em seu entorno serviços de mercado, alimentação e farmácia. Visando trazer comodismo ao público feminino, o salão oferecerá o atendimento de segunda a segunda e com horários flexíveis, contará com profissionais especializados que vão desde uma simples manicure até tratamentos de estética, como massagens, limpeza de pele e peelings.

O salão possuirá uma cozinha exclusiva com cardápio variado de sucos, sanduíches e pratos fitness, a fim de manter as clientes saudáveis e em forma enquanto cuidam da beleza.

Ainda, o empreendimento contará com um aplicativo, que permitirá as clientes conhecerem a estrutura do salão e todos os serviços oferecidos, bem como que permitirá também as clientes consultar a agenda do seu profissional preferido e também agendar o seu próprio horário.

Decidiu-se pela criação do presente negócio, pois na cidade de Rio do Sul e região, precisa de um espaço que traga comodidades e torne-se o local favorito de todas as mulheres.

Nome da organização: Oficina da Beleza

Constituição legal: Empresa de Pequeno Porte optante pelo Simples Nacional.

Proprietário (s) da organização:

- Patricia Wiggers Martinhago, funcionário publica, acadêmica do curso de Administração e com alguma experiência na área comercial, participando com 50% do capital; e,

- Karine Wiggers Moraes, formada em Fonoaudiologia, possui grande experiência na área da beleza, com 50% do capital.

2.1 PRODUTOS E/OU SERVIÇOS

Serão oferecidos diversos serviços para deixar as mulheres ainda mais belas. Terão serviços de manicure e pedicure, contando com a opção de Unhas decoradas e de Gel. Na área de Estética Facial, terão as opções de Limpeza de pele; Pelling; Acupuntura com stiper; Drenagem facial, Sobrancelha (Limpeza, Henna e Fio a Fio 4D) e Maquiagem. Na parte de Estética Corporal será oferecida Massagem relaxante/terapeuta; Massagem modeladora/reductora; Drenagem pós e pré-operatório; Bandagem morna e fria; Depilação; Acupuntura com stiper; Radiofrequência. Já na Estética Capilar: Escovas (Aromática, Ouro, Regenerativa e Progressiva, Inteligente, Marroquina); Hidratação capilar; Restruturação capilar; Coloração; Cauterização; Química em geral; Penteados e Cortes.

3 PLANO ESTRATÉGICO

O capítulo que agora se inicia traz o plano estratégico do empreendimento proposto, trazendo os critérios considerados para a escolha do seu posicionamento estratégico no mercado. Ainda apresentar-se-ão os aspectos do ambiente interno e externo que influenciarão a empresa, bem como a matriz SWOT e os objetivos deste empreendimento.

3.1 ANÁLISE DO MACROAMBIENTE

No macroambiente existem muitas situações que são impostas as empresas, sendo que os aspectos do macroambiente dificilmente podem ser modificados pelas organizações. Este ambiente é dividido em fatores socioculturais, tecnológicos, econômicos e político-legais, que se denominam como STEP.

Fatores	Aspectos analisados
Econômicos	<p>1.No setor da beleza, o Brasil tem o terceiro mercado global. Embora tenha enfrentado uma queda nos últimos anos, o brasileiro ainda destina 2% do seu orçamento mensal aos produtos e serviços de beleza e higiene, conforme anota a Abihpec¹.</p> <p>2.O Brasil enfrentara uma crise politica e econômica, contudo no ano de 2018 vislumbra-se uma melhora nas principais variáveis macroeconômicas, com a inflação em baixo patamar e estável, queda da taxa de juros, crescimento da atividade econômica, queda da taxa de desemprego e retomada do crédito, o que incentiva os novos empreendedores.²</p>

¹ 3 MUDANÇAS QUE VÃO AFETAR O MERCADO DE BELEZA BRASILEIRO EM 2017. Disponível em: <<https://revistapegn.globo.com/Administracao-de-empresas/noticia/2016/12/3-mudancas-que-vao-afetar-o-mercado-de-beleza-brasileiro-em-2017.html/>> Acesso em: 26 mar. 2018.

² O que esperar para a economia em 2018. Disponível em: <<http://terraceconomico.com.br/o-que-esperar-para-economia-em-2018>> Acesso em: 02 abr. 2018.

	<p>3. A partir da manutenção da queda da inflação e das taxas de juros, têm-se reflexos no aumento do poder de compra das famílias, gerando perspectiva na retomada de consumo das pessoas em todas as classes, e subsequente tem-se uma ampliação na fração da renda destinada aos cuidados com beleza e estética.</p>
Político-legais	<p>1. A LEI Nº 13.352, que entrou em vigor em 2017, traz maior segurança jurídica para os profissionais e donos de salão, pois dispõe sobre o contrato de parceria entre os profissionais que exercem as atividades de Cabeleireiro, Barbeiro, Esteticista, Manicure, Pedicure, Depilador e Maquiador. Com a lei, o profissional pode optar por laborar dentro das regras da CLT, ou ser profissional-parceiro atuando como um microempreendedor individual.³</p> <p>2. Há também a Lei Complementar 155/2016, titulada como programa Crescer Sem Medo, a qual simplifica a tributação dos salões de beleza, uma vez que estabelece que os valores recebidos pelos profissionais que atuam em parceria com o dono do salão não integram a receita bruta. Assim, os custos tributários deverão ser divididos entre as partes.⁴</p> <p>3. A crise política e financeira que ainda assola o país pode despertar a necessidade de controle da inflação e medidas governamentais que dificultem o acesso ao crédito, alteração de leis e demais, os quais podem diluir o poder aquisitivo dos brasileiros, afetando o setor de beleza e estética.</p>
	<p>1. A região sul do Brasil tem uma população</p>

³ Lei nº 13.352, de 27 de outubro de 2016. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2016/lei/L13352.htm> Acesso em: 02 abr. 2018.

⁴ 3 MUDANÇAS QUE VÃO AFETAR O MERCADO DE BELEZA BRASILEIRO EM 2017. Disponível em: <<https://revistapegn.globo.com/Administracao-de-empresas/noticia/2016/12/3-mudancas-que-vao-afetar-o-mercado-de-beleza-brasileiro-em-2017.html>> Acesso em: 26 mar. 2018.

Socioculturais	<p>economicamente mais desenvolvida que as demais, em que grande parte das mulheres estão presentes no mercado de trabalho e preocupam-se com beleza e aparência física, investindo significativamente em ações de beleza.</p> <p>2. A cidade localiza-se relativamente próximo ao litoral catarinense, o que incentiva a busca da aparência física perfeita, estimulando a procura por tratamentos estéticos.</p>
Tecnológicos	<p>1. O desenvolvimento econômico do Brasil amplia o acesso de todos às tecnologias disponíveis no mercado, bem como oferta equipamentos de última geração com preços acessíveis;</p> <p>2. A facilidade do acesso às tecnologias e por consequente também as rede sociais, viabiliza existência de sites e páginas sociais de vendas pela internet, que podem beneficiar na oferta do serviço, da mesma forma que acirra a competição e impõe a necessidade de posicionamento estratégico das empresas no mercado.</p>

3.2 ANÁLISE DO SETOR

A análise do ambiente competitivo ocorrerá por meio do modelo de Porter, sendo avaliado e diagnosticado a estrutura do setor e sua lucratividade, por meio das cinco forças competitivas de mercado que influenciam a atuação das empresas.

Força 1 – POSSIBILIDADE DE ENTRADA DE NOVOS CONCORRENTES:

FATORES		NOTA
A.	É possível ser pequeno para entrar no negócio.	5
B.	Empresas concorrentes têm marcas desconhecidas, ou os clientes não são fiéis.	3
C.	É necessário baixo investimento em infraestrutura, bens de capital e outras despesas para implantar o negócio.	2
D.	Os clientes terão baixos custos para trocarem seus atuais fornecedores.	5

E.	Tecnologia dos concorrentes não é patenteada. Não é necessário investimento em pesquisa.	1
F.	O local, compatível com a concorrência, exigirá baixo investimento.	2
G.	Não há exigências do governo que beneficiam empresas existentes ou limitam a entrada de novas empresas.	4
H.	Empresas estabelecidas têm pouca experiência no negócio ou custos altos.	3
I.	É improvável uma guerra com os novos concorrentes.	2
J.	O mercado não está saturado.	5
TOTAL		32

$$\text{Intensidade da FORÇA 1} = ((32 - 10)/40) \times 100 = 55$$

Força 2 – RIVALIDADE ENTRE AS EMPRESAS EXISTENTES NO SETOR:

FATORES		NOTA
A.	Existe grande número de concorrentes, com relativo equilíbrio em termos de tamanho e recursos.	4
B.	O setor em que se situa o negócio mostra um lento crescimento. Uns prosperam em detrimento de outros.	3
C.	Custos fixos altos e pressão no sentido do vender o máximo para cobrir estes custos.	4
D.	Acirrada disputa de preços entre os concorrentes.	4
E.	Não há diferenciação entre os produtos comercializados pelos concorrentes.	4
F.	É muito dispendioso para as empresas já estabelecidas saírem do negócio.	2
TOTAL		21

$$\text{Intensidade da FORÇA 2} = ((21 - 6)/24) \times 100 = 62,5$$

Força 3 – AMEAÇA DE PRODUTOS SUBSTITUTOS:

FATORES		NOTA
A.	Verifica-se uma enorme quantidade de produtos substitutos.	5
B.	Produtos substitutos têm custos mais baixos que os das empresas existentes no negócio.	4
C.	Empresas existentes não costumam utilizar publicidade para promover sua imagem e dos produtos.	3
D.	Setores de atuação dos produtos substitutos estão em expansão, aumentando a concorrência.	4
TOTAL		16

$$\text{Intensidade da FORÇA 3} = ((16 - 4)/16) \times 100 = 75$$

Força 4 – PODER DE NEGOCIAÇÃO DOS COMPRADORES:

FATORES		NOTA
A.	Cientes compram em grandes quantidades e sempre fazem forte pressão por preços menores.	1
B.	Produto vendido pelas empresas do setor representa muito nos custos do comprador.	1
C.	Produtos que os clientes compram das empresas do setor são padronizados.	3
D.	Cientes não têm custos adicionais significativos, se mudarem de fornecedores.	4
E.	Há sempre uma ameaça dos clientes virem a produzir os produtos adquiridos no setor.	3
F.	Produto vendido pelas empresas do setor não é essencial para melhorar os produtos do comprador.	2
G.	Cientes são muito bem informados sobre preços, e custos do setor.	4
H.	Cientes trabalham com margens de lucro achatadas.	1
TOTAL		19

$$\text{Intensidade da FORÇA 4} = ((19 - 8)/32) \times 100 = 34,37$$

Força 5 – PODER DE NEGOCIAÇÃO DOS FORNECEDORES:

FATORES		NOTA
A.	O fornecimento de produtos, insumos e serviços necessários é concentrado em poucas empresas fornecedoras.	4
B.	Produtos adquiridos pelas empresas do setor não são facilmente substituídos por outros.	5
C.	Empresas existentes no setor não são clientes importantes para os fornecedores.	2
D.	Materiais / serviços adquiridos dos fornecedores são importantes para o sucesso dos negócios no setor.	5
E.	Os produtos comprados dos fornecedores são diferenciados.	5
F.	Existem custos significativos para se mudar de fornecedor.	3
G.	Ameaça permanente dos fornecedores entrarem no negócio do setor.	1
TOTAL		25

$$\text{Intensidade da FORÇA 5} = ((25 - 7)/28) \times 100 = 64,28$$

Na força n.1 que considera a possibilidade de entrada de novos concorrentes, o negócio pontuou 55, possuindo intensidade média. O mercado da Beleza e Estética possui um crescimento elevado no país e sua cadeia de valor é extensa,

havendo bastante espaço para novos empreendedores. Portanto, muito embora exista grande concorrência, mostra-se oportuno abrir este novo negócio, pois o setor tem potencial e, sobretudo, a estratégia de negócio adotada é o que ditará o sucesso do empreendimento.

Quanto à força n.2 que traz a rivalidade entre as empresas existentes no setor, o negócio pontuou 62,5, qualificando-se como de média intensidade. O setor possui rivalidade considerável, o que se justifica por sua amplitude e também traz ao novo empreendimento a possibilidade ofertar diferenciais, como o valor, qualidade, comodidade na prestação do serviço.

A força n.3, que é a ameaça de produtos substitutos, possui intensidade alta, uma vez que o novo negócio pontuou 75. Este é um fator que se utilizado estrategicamente poderá ser um diferencial no mercado, pois se tem a oportunidade de apresentar ao setor produtos com boa qualidade e com preços competitivos.

Quanto à força n.4, concernente ao poder de negociação dos compradores, o negócio apresentado pontuou 34,37, classificando-se em baixa intensidade. O menor poder de barganha dos clientes mostra-se um fator favorável ao negócio, pois os clientes não poderão exercer pressão ou negociar por condições e pagamentos. Por existir uma gama ampla de clientes, ainda que exista um número significativo de outras empresas no setor, o poder destes clientes é baixo, uma vez que existem muitos outros clientes que podem substituí-lo.

Por fim, na força n.5 apresenta o poder de negociação dos fornecedores, e nesta o negócio pontuou 64,28, classificando-se com intensidade média. O fator deve apresentar um alerta e um desafio ao empreendimento, pois poderá encontrar dificuldade na negociação dos preços de insumos e no financiamento das compras para o negócio. Contudo, a qualidade dos produtos utilizados no setor de Beleza e Estética é um ponto crucial para tornar atrativo ao público e fidelizar clientes.

3.3 ANÁLISE INTERNA

Com intuito de diagnosticar o ambiente interno do empreendimento serão analisados a baixo os aspectos da área de produção recursos humanos, finanças e marketing.

Áreas	Aspectos analisados
Produção	<p>O salão terá instalações amplas e apropriadas ao negócio a que se propõe, situando-se em ponto estratégico na cidade de Rio do Sul-SC, ficará numa sala anexa a loja Havan, onde possui grande circulação de possíveis clientes, uma vez que há em seu entorno serviços de mercado, alimentação e farmácia. Tendo em vista que o salão pretende precipuamente trabalhar em parceria com profissionais de Estética e Beleza, inicialmente se investirá em montar a estrutura física e virtual do salão, e os parceiros utilizarão equipamentos e utensílios próprios. Com relação aos níveis de estoque dos insumos utilizáveis, a partir da pesquisa realizada no setor, ter-se-á um estoque de produtos inicialmente para 03 (três) meses de atividade. Destaca-se que os insumos utilizados pela sócia cabeleireira e pela copeira serão adquiridos pelas sócias, por sua vez, os demais serão adquiridos pelos profissionais-parceiros. Serão adquiridos para o salão 02 (dois) secadores de cabelo, 02 (dois) pranchas de alisamento, 02 (dois) babyliiss, 02 (dois) Conjunto Tesouras Profissionais, 02 (dois) lavatórios, 04 (quatro) Poltronas Cabeleireiro, 04 (quatro) Carrinhos auxiliares – Cabeleireiro, 06 (seis) Poltronas, 02 (duas) estufas, 02 (duas) macas, 02 (duas) escadas com dois degraus, 07 (sete) cadeiras normais, 03 (três) espelhos grandes, 01 (um) computador, 01 (um) aparelho de telefone, 01 (um) máquina de cartão de crédito/débito, 02 (dois) televisores, 03 (três) mesas de manicure, 01 (um) sofá três lugares, móveis sob medida para recepção, armários de produtos e bancadas de apoio, 80 (oitenta) toalhas, 01 (uma) geladeira, 01 (um) micro-ondas, 01 (um) fogão de mesa, 15 (quinze) pratos, 15 (quinze) copos, 15 (quinze) garfos, facas e colheres. Ainda, será implantado um sistema ERP, a fim de integrar todas as atividades diárias do salão, trazendo um gerenciamento informatizado com relatórios operacionais, de estoque, financeiros e contábeis.</p>
Recursos Humanos	<p>A sócia da empresa Patricia exercerá a gerência da empresa, realizando o Marketing e divulgação do salão, cuidará do seu layout e organização, fará também o atendimento e gestão de clientes, os</p>

	<p>serviços de contratação e gestão de funcionários, contratação com fornecedores, firmará os contratos de parceria com profissionais da área, bem como exercerá o controle financeiro. Por sua vez, a sócia Karine, que possui grande experiência na área da beleza, além atuar na área de estética capilar no salão, exercerá controle sobre a prestação dos serviços e a qualidade. Os profissionais que exercerão as atividades de Cabeleireiro, Esteticista, Manicure, Pedicure, Depilador e Maquiador, não serão contratados no regime celetista, mas sim firmarão contrato de parceria, tornando-se um profissional-parceiro e atuando como um microempreendedor individual. Acredito que essa opção da parceria reduz os custos fixos da empresa. Como o salão oferecerá aos clientes uma cozinha com pequenas refeições, será contratada uma copeira sob as normas da CLT, sendo remunerada por salário fixo. Para o melhor atendimento ao cliente, também contratar-se-á duas recepcionistas, também sob as normas da CLT e remuneradas por salário fixo. Todos os profissionais atuantes no salão realizarão cursos de especialização específicos para atividade desempenhada e de qualidade no atendimento ao cliente.</p>
Finanças	<p>Para a abertura do negócio, as sócias inicialmente farão um investimento com recursos próprios, e se aplicará no empreendimento um capital de R\$ 80.000,00, integralizando 50% cada uma das sócias. O capital será empregado para aquisição de mobília, equipamentos e utensílios, insumos, aluguel da sala, treinamentos, marketing, inauguração do salão e documentação da empresa e dos funcionários conforme determina a lei. Pontua-se que, num primeiro momento, deverão ser oferecidas aos clientes promoções atrativas e investir pesado na divulgação do salão a fim de conquistar o mercado. Não se descarta a realização de futuras parcerias ou financiamentos para o aumento de capital, para alcançar o crescimento do negócio.</p>

Marketing	A empresa apostará como a grande estratégia para sua recepção pelo mercado, os profissionais parceiros que dispõe de vários contatos com clientes potenciais, advindos de suas experiências no setor de beleza e estética. Será disponibilizado aos clientes um aplicativo do salão, no qual poderão conhecer melhor os serviços oferecidos e os profissionais, permitindo, ainda, marcar seu próprio horário ou tirar dúvidas como seu profissional favorito. Além da apresentação dos serviços pelo aplicativo, a empresa contará com página na rede social Facebook, Whatsapp e site na internet, nos quais os clientes poderão também conhecer o salão, seus profissionais, agendar horários. Os clientes terão a sua disposição os mais diversos serviços reunidos num único espaço, com diferenciais de preço, qualidade e horários de atendimento. Serão oferecidos aos clientes descontos, bônus e brindes por fidelidade. O salão contará com profissionais parceiros já conhecidos, porém reunidos no mesmo salão, a fim de propiciar comodidade e qualidade para obter maior número de clientes e diminuir os custos.
------------------	--

3.4 ANÁLISE SWOT

A partir da Matriz de SWOT, analisar-se-ão os aspectos do ambiente externo que poderão afetar positiva ou negativamente o futuro empreendimento, ou seja, as oportunidades e as ameaças, bem como os aspectos do ambiente interno, apresentando as capacidades do negócio, com seus pontos fortes e fracos.

Ambiente interno	
Pontos fortes	Pontos fracos
<ul style="list-style-type: none"> - Atendimento diferenciado aos clientes - Localização privilegiada - Prestação de serviço de qualidade - Gastos reduzidos com pessoal e tributos, por primar por Contratos de 	<ul style="list-style-type: none"> - Padronização dos processos - Atende apenas a um determinado tipo de público -Restrição da capacidade de atendimento.

Parceria e pelo programa crescer sem medo.	
Ambiente externo	
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> - Mercado em crescimento - Incentivos (benefícios) por parte do governo para empresas do setor - Implementação de ferramentas de marketing pessoal que visam fidelizar as clientes - Aumento da diversidade de produtos de beleza utilizáveis pela empresa - Conquista de novos clientes através do boca-a-boca. 	<ul style="list-style-type: none"> - Crise econômica brasileira - A oferta de serviços mais baratos e com qualidade duvidosa - Aumento da concorrência no setor - A saída de profissionais parceiros do salão Oficina da Beleza, com intuito de abrir seu próprio negócio.

3.5 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

1. Conquistar no mínimo 10% do público-alvo do município até o final do primeiro ano da empresa, primando por sua fidelidade com a empresa.
2. Alcançar notório o reconhecimento no município por sua qualidade de profissionais e excelência no atendimento num período de 1 ano.
3. Apresentar atendimento de alto padrão e tratamento diferenciado aos clientes.
4. Melhorar o nível de capacitação profissional dos funcionários e parceiros do negócio num período de 6 meses.

3.6 POSICIONAMENTO ESTRATÉGICO

O posicionamento estratégico adotado pela empresa será o de diferenciação, uma vez que se pretende atender o seu público alvo numa determinada área geográfica de forma diferenciada aos seus concorrentes. Para tanto, terá como foco o atendimento de qualidade, tratamento diferenciado aos clientes dentro do salão e flexibilidade de dias e horários.

4 PLANO DE MARKETING

No capítulo a seguir traz o plano de marketing proposto dentro do contexto do Plano de Negócios, apresentando-se todo o processo de análise, o qual abrange todo o estudo de mercado e as estratégias de segmentação.

4.1 PRODUTOS E/OU SERVIÇOS

Na Oficina da Beleza serão oferecidos serviços de manicure e pedicure às mulheres, com profissionais que realizam o tratamento de suas mãos e pés. Elas fazem todo o aparamento, polimento e esmaltacão das unhas, alinhado com esfoliação e aplicação de cremes para um resultado diferenciado. As clientes serão atendidas em ambiente exclusivo com cadeiras que proporcionem conforto enquanto deixam suas unhas mais belas. Os equipamentos utilizados são todos esterilizados e os esmaltes são hipoalérgicos. Ainda, as clientes dispõem de um painel com uma grande variedade de marcas e cores de esmaltes, garantindo-as a fazerem uso do que há de mais novo e tendência da estação, seja na cor do esmalte, nas opções de unhas decoradas e na alternativa de unha em Gel e suas variedades.

Na área de Estética Facial, disporá de esteticista que avaliará a pele e os anseios das clientes, oferecendo o serviço mais apropriado entre os oferecidos: Limpeza de pele; Pelling; Acupuntura com stiper; Drenagem facial.

A Limpeza de Pele serve para remoção de impurezas da pele, a fim de promover a limpeza dos poros e a renovação celular. Na limpeza são utilizados dermocosméticos, fototerapia (LED), e aplicação de máscara que hidrata, nutre e clareia a pele.

O Peeling é um procedimento que visa corrigir marcas, manchas, algumas alterações do envelhecimento e melhorar a aparência e a qualidade da pele, melhorando assim a sua aparência e textura, à medida que a deixa mais macia e delicada. Ele é indicado para pele fotoenvelhecida, poros dilatados, irregularidades cutâneas, manchas leves, cicatrizes de acne e pós-trauma, rugas finas e até algumas profundas. O Peeling de Diamante é um tratamento que também utiliza microdermoabrasão, a fim de obter a renovação celular, usando-se uma caneta a vácuo com ponteira de diamante que desliza sobre a pele, promovendo uma esfoliação superficial. Sendo indicado para peles fotoenvelhecidas, poros dilatados,

irregularidades cutâneas, manchas leves, cicatrizes de acne e pós-trauma, flacidez e rejuvenescimento facial. No Peeling de Ácido Glicólico aplica-se esse ácido sobre a pele, com objetivo de produzir uma renovação das camadas superficiais, promovendo uma descamação suave e progressiva da derme e epiderme, além de estimular a formação de colágeno e de fibras próprias da pele. Como atua na parte superficial da pele, ele é indicado para acabar com as manchas solares, sequelas de acne ou marcas de fotoenvelhecimento leve.

A acupuntura é utilizada para melhorar a oxigenação, a circulação local, o metabolismo, a sustentação da pele, trabalhar os músculos faciais e diminuir a acne e excesso de oleosidade.⁵ O método utilizado é o stiper, uma vez que é menos invasivo, e com um tempo de benefício terapêutico de estimulação permanente e duradouro.

A Drenagem Facial realizada é a linfática, que se trata de uma técnica de massagem que auxilia na eliminação de toxinas e ativação da circulação sanguínea e aumentar a vitalidade. Ela oxigena a pele, deixando-a mais firme e reduzindo as linhas de expressão.

Com relação aos cuidados das sobrancelhas, a Oficina oferece o serviço de limpeza, com utilização de pinças de modelos únicos, cera, linha, ou navalha. Também dispõe de Design de Sobrancelhas, procedimento realizado por profissional qualificado que faz cálculos com instrumentos e usa do visagismo, a fim de obter a harmonia, perfeição e um desenho único e personalizado para a sobrancelha de cada cliente. São feitos o desenho, limpeza e colorimetria com a aplicação de henna. Ou se a cliente desejar um resultado mais prologando é realizada a técnica de micropigmentação Fio a Fio 4D.

Ainda há o serviço de maquiagem com ou sem silícios, que é feita por profissionais atualizadas nas tendências e tecnologias, a fim de oferecer as clientes uma maquiagem bem feita, mas, sobretudo adequada a sua personalidade e ao ambiente a ser frequentado.

Na área de Estética Corporal, também se contará esteticista qualificada que realizará avaliação e buscará compreender os objetos individuais das clientes, oferecendo o serviço mais apropriado entre os disponibilizados: Massagem

⁵ Acupuntura ajuda a acabar com as rugas. Disponível em <<http://www.minhavidacom.br/beleza/materias/11918-acupuntura-ajuda-a-acabar-com-as-rugas>> Acesso em: 24 mai. 2018.

relaxante/terapeuta; Massagem modeladora/reduutora; Drenagem pós e pré-operatório; Bandagem morna e fria; Depilação; Acupuntura com stiper; Radiofrequência.

A massagem relaxante visa diminuir o estresse do dia-a-dia, aliviar um intestino preso ou acalmar o sistema nervoso. Enquanto que a massagem terapêutica busca solucionar um problema ou dor específica.

Por sua vez, a massagem modeladora/reduutora trata-se de uma técnica que utiliza manobras rápidas e vigorosas sobre a pele, empregando pressão por meio de movimentos de amassamento e deslizamento, com uso de creme redutor especial nos pontos onde há maior concentração de gordura. Ela é indicada para clientes que buscam por tratamento de gordura localizada, modelagem corporal e perda de medidas.⁶

A Drenagem pós e pré-operatório é direcionada às clientes que passam por procedimentos cirúrgicos estéticos, pois auxilia o organismo para drenar os líquidos que precisam ser eliminado, assim como na eliminação de toxinas e edemas (inchaço). Para o procedimento utiliza-se cabeçote Tripolar, que gera ultrassom e correntes estéreo-dinâmicas ao mesmo tempo, permitindo um tratamento rápido e efetivo.⁷

A Bandagem morna (termoterapia) e a Bandagem fria (crioterapia) são procedimentos que associam o uso de géis com bandagens envolvendo o corpo da cliente. O tratamento é indicado para redução de medidas e deve sempre ser associado a outro tratamento estético.

O procedimento de Depilação oferecido é realizado com cera quente que atua com uma máscara relaxante sobre a pele, dilatando os poros, e assim facilitando a retirada do pelo com mais facilidade e menos dor. Tal procedimento tem durabilidade de pelo menos 20 dias. Para depilação de áreas grandes, a Oficina oferece a opção de Cera Roll On.

A Radiofrequência é um tratamento estético indicado para quem busca combater a flacidez, gordura localizada e celulite, sendo método seguro e duradouro. No procedimento o equipamento utilizado eleva a temperatura da pele e

⁶ O que é Massagem Modeladora e Redutora? Disponível em <<http://www.vitaclin.com.br/estetica/curitiba/estetica-corporal/massagem-modeladora-e-reduutora/>> Acesso em: 24 mai. 2018.

⁷ Drenagem para pré e pós operatório. Disponível em <<https://www.upplastica.com.br/drenagem-linfatica-pre-e-pos-operatorio/>> Acesso em: 24 mai. 2018.

do músculo para a 41 C e isto contrai o colágeno existente e aumenta a produção de mais fibras colágeno e elastina, dando mais sustentação e firmeza e pele.

Por fim, com relação aos serviços de Estética Capilar tem-se a disposição das clientes: Escovas; Hidratação capilar; Restruturação capilar; Coloração; Cauterização; Química em geral; Penteados e Cortes. A realização de cada procedimento capilar dependerá de pretensão da cliente juntamente com a avaliação do profissional, que indicará a melhor técnica para valorização da beleza natural.

A hidratação capilar serve para repor a água perdida por meios de processos externos ou químicos. Já a restruturação capilar é um tratamento que desenvolve as propriedades naturais dos fios de cabelo, reestruturando a fibra capilar e reparando fissuras caudas por processos químicos que danificam a haste capilar. A cauterização visa fechar a estrutura dos fios, de forma acabar com o frizz, reduzir o volume e promover a suavidade, hidratação e brilho dos fios, a partir do uso de queratina e calor.

A Oficina da Beleza oferece diversos tipos de escovas: Aromática, Ouro, regenerativa, Progressiva, Inteligente e Marroquina. São várias opções para atender a todos os tipos de cabelos, com ou sem química, para cabelos loiros, lisos ou crespos, e ainda opções sem formol.

Ainda realiza-se coloração e química em geral, com produtos de extrema qualidade, que visam obter o melhor resultado sem prejudicar a proteção dos fios e do couro cabeludo. No salão trabalha-se com as marcas L'Oréal e Wella Brasil.

Por fim, os penteados e cortes são realizados por profissionais especializadas em visagismo, que usam o design no cabelo para combinar tanto o corte quanto o penteado com as clientes e suas personalidades. Busca-se criar uma imagem pessoal que revele as qualidades interiores das clientes, conforme suas características físicas e os princípios da linguagem visual (harmonia e estética).

A Oficina da Beleza oferecerá os mais variados serviços estéticos às mulheres, contando com os melhores profissionais do mercado em sua equipe, a fim de propiciar comodidade às clientes e serviços de qualidade ao mercado da beleza. Prestará um atendimento diferenciado, desde o agendamento, que poderá ser feito por aplicativo próprio, ou pelo Facebook e Whatsapp, em que a cliente marca seu próprio horário e ainda conhece melhor os profissionais e serviços, ou pelo atendimento em dias e horários incomuns a maioria dos salões, uma vez que se atenderá de segunda a segunda. Assim, as clientes terão à sua disposição os mais

diversos serviços reunidos num único espaço, com diferenciais de preço, qualidade e horários de atendimento.

Cumpra registrar que “produtos substitutos são bens ou serviços que podem substituir o consumo de seu produto”.⁸ Para o salão Oficina da Beleza, os produtos/serviços substitutos são os processos cirúrgicos que prometem resultados rápidos, como a lipoaspiração e lipoescultura que podem substituir os procedimentos de massagem modeladora/reduzora, bandagem morna e fria, Radiofrequência. Também há os cosméticos como os cremes redutores de medidas, cremes para redução de celulite, cremes para face, que podem ser adquiridos pelas clientes diretamente em loja de cosméticos. Na parte de estética capilar a gama de produtos substitutos é ainda maior, pois há diversos tintas, cremes e máscaras que prometem os mesmos resultados de salão, mas com um custo inferior.

Por sua vez, os “produtos complementares são aqueles que podem complementar a demanda de seu produto”.⁹ O salão traz como produtos complementares, a revenda de cosméticos para cabelo de linha profissional, os quais são produtos de maior qualidade e que não são encontrados em lojas tradicionais (supermercados e farmácias). Assim como cremes faciais, maquiagens e acessórios femininos.

4.2 MERCADO CONSUMIDOR

O público alvo do salão serão as mulheres, de faixa etária que vai dos 20 anos até 60 anos. Como o salão terá um atendimento mais dinâmico e flexível, pois será aberto todos os dias da semana, terá como enfoque as mulheres que trabalham, estudam e cuidam dos seus lares e que precisam de um local que atenda suas necessidades e se amolde a sua realidade (falta de tempo).

De acordo com o SEBRAE, os consumidores de serviços relacionados à beleza encontram-se em todas as classes sociais, possuindo o negócio grandes chances de sucesso seja nas regiões de menor poder aquisitivo ou nas de classe média ou alta.¹⁰ O salão Oficina da Beleza se localizará próximo ao centro do

⁸ Gohr, Claudia Fabiana. Trabalho de conclusão de curso em administração I : livro didático. Palhoça/SC: Unisul Virtual, 2008. P. 125.

⁹ Gohr, Claudia Fabiana. Trabalho de conclusão de curso em administração I : livro didático. Palhoça/SC: Unisul Virtual, 2008. P. 125.

¹⁰ Salão de Beleza. Disponível em: <<http://intranet.df.sebrae.com.br/download/salao-de-beleza.pdf>>

município, atraindo as clientes dos bairros próximos que são de classe média.

As clientes em enfoque buscam semanalmente pelo menos um serviço de beleza ou estética, primando sempre por locais próximos de suas residências ou local de trabalho. A escolha do salão geralmente baseia-se em qualidade, preço e atendimento.

O salão Oficina da Beleza embora pense nas clientes que encontram-se na redondeza do salão, tem potencial para ter uma abrangência geográfica do mercado muito além. Ele é estrategicamente estabelecido em ponto de muita movimentação e atende todos os dias da semana, podendo atender não apenas as clientes que moram ou trabalham próximo, mas as mulheres de toda a cidade e todo o Alto Vale do Itajaí, uma vez que Rio do Sul é a cidade polo da região.

No tocante a análise da demanda, como se trabalhará apenas com o mercado feminino, espera-se que haverá grande índice de intenção de procura pelos serviços oferecidos. Como ressalta Jeferson Santos, diretor geral da HAIR BRASIL, “a incerteza financeira não impede a mulher de investir em pequenos prazeres como cuidar semanalmente das unhas, cabelos ou comprar um novo cosmético”¹¹. Nesta perspectiva, acredita-se que em média serão realizados mais 25 (vinte e cinco) serviços por dia.

Para corroborar, o mercado tem grande perspectiva de crescimento, pois de acordo com informações colacionadas pelo site Exame:

O mercado brasileiro de produtos de beleza projeta um crescimento nominal de 8% no faturamento em 2018, segundo a Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (Abihpec). A queda da taxa básica de juros (Selic), a melhora nas condições de crédito e a redução da inflação estão influenciando positivamente a disponibilidade de renda da população e o consequente consumo de produtos e serviços do setor.¹²

O setor da beleza no Brasil encontra-se em constante crescimento, representando o terceiro maior mercado de beleza do mundo, perdendo apenas para China e Estados Unidos, de acordo com os dados da Associação Brasileira da

Acesso em: 16. abr. 2018.

¹¹ Hair Brasil 2018: feira sinaliza retomada do setor de beleza e atrai mais visitantes. Disponível em: <<http://www.doisamaiscosmetica.com.br/cosmeticos/hair-brasil-2018-feira-sinaliza-retomada-do-setor-de-beleza-e-atrai-mais-visitantes/>> Acesso em: 16. abr. 2018.

¹² Mercado de beleza nacional se fortalece com empresas maduras e consolidadas. Disponível em <<https://exame.abril.com.br/negocios/dino/mercado-de-beleza-nacional-se-fortalece-com-empresas-maduras-e-consolidadas/>> Acesso em: 24 mai. 2018.

Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC).¹³

4.3 FORNECEDORES

Inicialmente a Oficina da Beleza terá os seguintes fornecedores:

1. A empresa Brudine, atua no segmento de beleza, oferecendo móveis aos salões de beleza que possuam funcionalidade, conforto e estética. A Brudine emprega tecnologia, design e mão de obra especializada na fabricação de lavatórios, cadeiras hidráulicas, macas, consoles, espelhos e acessórios. Antecipando as tendências, ela cria ambientes sob um novo conceito, oferecendo qualidade e praticidade nos seus móveis e decorações a espaços comerciais, institucionais e residenciais. A Brudine é uma referência nacional e internacional pela excelência na criação, fabricação e personalização de seus produtos. Localizada na Rua Koesa, no Bairro Kobrasol, no Município de São José – SC, disponibiliza para contato o telefone (48) 3344-2403 e o e-mail: contato@brudine.com.br.¹⁴ (Site - <https://www.brudine.com.br>)

2. A Visual Art Farma é uma empresa especializada em montagem de ambiente de Farmácias, Drogarias, Perfumarias, Lojas e acessórios diversos, no mercado desde 1995. Ela desenvolve produtos de qualidade e com inovações, auxiliando também na consultoria, criação de projetos e desenvolvimento desde a planta baixa, passando para visualização 3D até a execução da obra. Assim, a empresa oferece aos clientes um layout ideal para seu segmento e atende em todo território nacional. Para contato a empresa possui o telefone (11) 2338-8789 e o site www.visualartfarma.com.br.¹⁵

3. A Skiner Indústria e Comércio Ltda é uma empresa referência em tecnologia, que produz equipamentos para estética e fisioterapia certificados pela Anvisa, com responsabilidade socioambiental e design exclusivo, para garantir o bem-estar e satisfação dos clientes.

Fundada em 1978 por João da Matta e Silva Jr e Dona Zaida (sua Esposa), a

¹³ Salões De Beleza Movimentam Mais De R\$ 3,6 Bilhões Por Ano. Disponível em <<http://hairnor.com.br/saloes-de-beleza-movimentam-mais-de-r-36-bilhoes-por-ano/>> Acesso em: 24 mai. 2018.

¹⁴ Blog da Brudine. Disponível em: <<https://www.brudine.com.br/9-9-institucional>> Acesso em: 16. abr. 2018.

¹⁵ Site da Visual Art Farma. Disponível em: <<http://visualartfarma.com.br/empresa/>> Acesso em: 16. abr. 2018.

Skiner produziu os primeiros aparelhos para “estética” no Brasil, como o Mini Infra, o Alta Frequência Portátil e o Depilotronic - Modelo Antônia Maria, onde até então só haviam os importados. Nessa época a “mulher brasileira” estava começando a se interessar pela estética e seu universo. Em 1979, seu filho João Carlos (futuro Dr. João Carlos e Silva), entrou nesse universo supervisionando a produção, compras e administração da empresa. No ano seguinte, começou a montar uma estrutura de cursos, aprofundando os conhecimentos e o aperfeiçoamento técnico às esteticistas. Hoje, a Skiner investe em pesquisas, parcerias e muito trabalho, amparados por sua confiança e amizade para o avanço dos produtos, com a certeza que todos os benefícios da tecnologia, são aplicados para revelar “toda a sua beleza”.

A Skiner tem e oferece uma linha completa de equipamentos para tratamentos faciais, como para limpeza de pele, hidratação, lifting, rejuvenescimento e estrias. Para tratamentos corporais, ela oferece equipamentos para drenagem linfática, penetração de ativos, gasto calórico, tratamento fisioterápico, flacidez e celulite.

A empresa localiza-se na Rua Loefgreen, n. 77, no Bairro Vila Clementino, no Município de São Paulo – SP, e disponibiliza para contato o telefone (11) 5572-8592.¹⁶ (Site - www.skiner.com.br)

4. A HS Med é uma loja especializada em Aparelhos de Estética, Medicina Estética, Fisioterapia e Pilates, e trabalha com as melhores marcas de aparelhos nacionais, que possuem certificados pela ANVISA e IMMETRO, todas com um grande conceito, por serem de extrema qualidade e com excelente aceitação por parte dos consumidores.

Oferecem aparelhos de estética e fisioterapia, aparelho de lipocavitação, criolipólise, ultrassom, aparelho de radiofrequência, eletroestimuladores (correntes), alta-frequência, aparelho de luz pulsada, endermologia vibratória e vacuoterapia, aparelho de peeling, entre outros. Todos os produtos da loja são de qualidade, com um preço justo e são entregues rapidamente.

Localiza-se na Rua Demétrio Ribeiro, n. 1168, Loja 07, no Bairro Centro Histórico, no município de Porto Alegre- RS, e disponibiliza para contato o telefone (51) 3072-4232 e o e-mail: contato@hsmed.com.br.¹⁷

5. Wella Brasil

¹⁶ Site da Skiner. Disponível em: <<https://www.skiner.com.br/>> Acesso em: 16. mai. 2018.

¹⁷ Site da HS Med. Disponível em: <<https://www.hsmed.com.br/aparelho-de-estetica>> Acesso em: 16. mai. 2018.

É uma empresa especializada em produtos para cabelos há mais de 135 anos, incluindo xampus, condicionadores, cremes de tratamento, alisantes e tinturas. Para Wella, o cabelo é o ponto alto da definição de estilo próprio, tanto no corte quanto no penteado e, principalmente, na cor, e baseado nisso que desenvolve sempre os melhores produtos para pintar, lavar, regenerar ou até mesmo modificar, milhões de cabeças espalhadas pelo Brasil e no mundo. Com linhas de produtos para colorir, alisar, tratar e finalizar os cabelos, a marca disponibiliza tecnologia e arte totalmente a serviço da beleza da mulher.

Tem sede na Rua Paulista, n. 854 14º, 01310-913, no Município de São Paulo – SP, e telefone para contato (11) 50870100 e SAC: 0800 701 9276. (Site - www.wella.com.br)¹⁸

6. A L'Oréal tem se dedicado à beleza por mais de 100 anos e, no Brasil, a companhia está presente desde 1959, sendo hoje uma das líderes de mercado entre as empresas de beleza. Sendo a sexta maior subsidiária do Grupo, a L'Oréal Brasil possui um papel estratégico por conta do seu tamanho, sua diversidade étnica e cultural e a importância única da beleza para as brasileiras. Desde o início de sua operação no país, a L'Oréal é a grande impulsionadora do mercado de beleza no Brasil através de produtos inovadores e alinhados à visão do Grupo de que a beleza é acessível a todas as mulheres e homens do mundo.

Através de um portfólio de 26 marcas - diversificadas e complementares - comercializadas no país, a L'Oréal Brasil realiza o compromisso de propor diversas soluções de beleza para cada mulher e homem. Para contato disponibiliza o SAC: 0800 701 7237 e site - www.loreal.com.br¹⁹

7. A Taiff é uma empresa que tem o sucesso consolidado há 30 anos, pelo pioneirismo e pela produção de tecnologia.

Fabricam desde dos mais modernos secadores, chapas, modeladores e máquinas de corte e acabamento, sendo a primeira a lançar a tecnologia de íons negativos no Brasil e a primeira também a ter em um só secador íons negativos e positivos. E ainda possui a patente exclusiva da tecnologia de cerâmica para chapas, que também está na grade dos secadores.²⁰

¹⁸ Site da Wella. Disponível em: <<http://mundodasmarcas.blogspot.com.br/2006/06/wella-beautiful-hair-needs-expert.html>> Acesso em: 16. mai. 2018.

¹⁹ Site da L'oreal. Disponível em: <<http://www.loreal.com.br/grupo-l%C2%B4or%C3%A9al/sobre-a-lor%C3%A9al-brasil>> Acesso em: 16. mai. 2018.

²⁰ Site da Taiff. Disponível em: < <http://www.taiff.com.br/30-anos>> Acesso em: 16. mai. 2018.

Seus produtos possuem revenda A P Borges Cosméticos Me, localizada na Rua Mateus Junqueira, n. 528, bairro Copacabana, no Município de Lages – SC, telefone (49) 32236890.

8. A Soling é uma empresa de origem brasileira, que se dedica exclusivamente à fabricação produtos elétricos profissionais, como pranchas, secadores, máquinas de corte e máquinas de acabamento.

Oferecem um portfólio de produtos com altíssimo padrão de qualidade, cores vibrantes, fazendo com que a Soling seja um conjunto de qualidade, beleza, tecnologia, durabilidade e praticidade. Seus produtos possuem o sistema moderno de ionização e seus secadores com alta potência e um sistema avançado de cerâmicas em suas pranchas, perfeito para que os fios dos cabelos obtenham além do resultado esperado mais brilho e vitalidade.

Tem sede na Av. Getúlio Vargas, n. 1014, 1º Andar, no Bairro Anita Garibaldi, no Município de Joinville-SC, e tem para contato o telefone 0800 6011695 e o e-mail: sac@solingbrasil.com.br.²¹

Critério	Peso	Brudine	Visual Art Farma	Skiner	HS Med	Wella	L'Oréal	Taiff	Soling
A	3	3	5	4	5	4	3	2	5
B	2	5	3	3	3	4	3	4	5
C	2	3	4	4	4	4	4	4	4
D	1	3	3	3	5	4	4	4	4
E	1	4	3	5	3	4	5	5	5
F	1	5	3	5	3	3	5	5	4
Avaliação Ponderada	10	23	21	24	23	23	25	24	27

- A – Preço
- B – Localização
- C – Prazo de entrega
- D – Formas de pagamento
- E – Capacidade de inovação
- F – Qualidade do produto

Da tabela depreende-se que, quanto ao fornecimento dos móveis, o melhor fornecedor é a Brudine; quanto ao fornecimento de aparelhos estéticos, o melhor fornecedor é a Skiner; com relação aos cosméticos, o melhor fornecedor é a L'Oréal e, por fim, no que tange os produtos elétricos profissionais (secadores, pranchas,

²¹ Site da Soling Brasil. Disponível em: <<http://www.solingbrasil.com.br/pt/index.php?site=quemsomos>> Acesso em: 16. mai. 2018.

etc.) o fornecedor escolhido é a Soling.

4.4 CONCORRÊNCIA

Analisar a concorrência é imprescindível para estabelecer as estratégias de marketing do empreendimento, pois permite conhecer as diferentes opções de produtos existentes no mercado de atuação da empresa, bem com as razões que fazem o seu público alvo buscar outro produto.

Item	Sua empresa	Concorrente A	Concorrente B
Produto	Ponto Forte	Ponto Forte	Ponto Forte
Participação do mercado (em vendas)	Ponto Fraco	Ponto Forte	Ponto Forte
Atendimento	Ponto Forte	Ponto Forte	Ponto Fraco
Atendimento pós-venda	Ponto Forte	Ponto Fraco	Ponto Fraco
Localização	Ponto Forte	Ponto Forte	Ponto Fraco
Divulgação	Ponto Forte	Ponto Fraco	Ponto Fraco
Garantias oferecidas	Ponto Forte	Ponto Forte	Ponto Forte
Política de crédito	Ponto Forte	Ponto Forte	Ponto Fraco
Preços	Ponto Forte	Ponto Franco	Ponto Forte
Qualidade dos produtos	Ponto Forte	Ponto Forte	Ponto Fraco

Reputação	Ponto Fraco	Ponto Forte	Ponto Forte
Tempo de entrega	Ponto Forte	Ponto Forte	Ponto Forte
Canais de venda utilizados	Ponto Forte	Ponto Fraco	Ponto Forte

Concorrente A – Sttudio A

Concorrente B – Studio de Beleza - Jusara Hermes

Ao realizar uma pesquisa de mercado sobre salões de beleza situados no município de Rio do Sul – SC encontrou-se uma gama bem diversificada de salões, que atendem os mais diversos públicos, mostrando que o setor é bem amplo.

Contudo, no formato que se estabelecerá o salão Oficina da Beleza, ele terá como principais concorrentes o Studio de Beleza - Jusara Hermes e o Sttudio A. Os concorrentes possuem uma variedade de produtos/serviços na parte de Estética Facial, Capilar e Corporal, e têm como ponto forte a participação ativa no mercado e boa reputação, os quais foram consolidados a partir do logo tempo de atuação no mercado de beleza.

Embora a presença no mercado seja consolidada, estes não investem em divulgação a fim de atrair novos clientes, no atendimento pós-venda, e nos canais de venda, uma vez que não se encontra nos meios de comunicação e redes sociais a cartela de serviços oferecidos pelos salões, a qualificação dos seus profissionais, ou um contato mais acessível e prático entre clientes e os profissionais dos salões.

O Studio de Beleza - Jusara Hermes está presente no mercado há muitos anos, possuindo muitos clientes fidelizados. A concorrente tem como ponto fraco sua localização distante e a má qualidade de atendimento aos clientes. Já o Sttudio A, que também está há um longo tempo no mercado, conta a seu favor com um atendimento de extrema qualidade e com uma boa localização no centro do Município. Mas seus preços são considerados elevados.

Considera-se para ter um salão reconhecido no mercado, o empreendimento deverá primar por um bom atendimento aos clientes e oferecer serviços de

qualidade, que deverão conter preços justos e acessíveis. O salão deverá estabelecer-se em ponto estratégico e investir em divulgação e atendimento pós-venda, por meio interatividade com clientes nas redes de comunicação.

Entre as concorrentes, uma tem um atendimento de qualidade, contudo tem preços ruins, um tem uma localização vantajosa, enquanto o outro tem preços melhores. A Oficina da Beleza reúne todas essas qualidades, mas trazendo os diferenciais de atendimento pós-venda e divulgação. Com isso a Oficina da Beleza superará as concorrentes e ligeiramente se estabelecerá no mercado, ganhando reputação e obterá sucesso.

4.5 SEGMENTAÇÃO DO MERCADO

A Oficina da Beleza atuará no setor de beleza e estética, sendo especializado no público feminino. O salão oferecerá às clientes os mais diversos serviços na área de Estética Facial, Estética Corporal e Estética Capilar, bem como contará com serviços de manicure e pedicure.

Segundo o censo divulgado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o estado de Santa Catarina tem mais de 7 milhões de habitantes, sendo a 11ª unidade da federação mais populosa e possuindo o sexto maior crescimento do país.²² No Alto Vale do Itajaí, o número de moradores chegou a 293.252. Destaca-se que no ano de 2016, eram 290.548 habitantes, representando 2.704 novas pessoas morando na região neste ano.²³

Ainda, conforme o último censo do IBGE a cidade de Rio do Sul, polo do Alto Vale do Itajaí, tem 61.198 habitantes. Sendo que 59,92% da população da cidade se encontram na faixa etária entre 20 e 60 anos, e 50,77 % deste total é formado por mulheres. Cerca de 42,2% da população é ocupada, as quais recebem um salário médio mensal de 2.6 salários mínimos.²⁴

De acordo com o SEBRAE, os consumidores de serviços relacionados à beleza encontram-se em todas as classes sociais, possuindo os negócios de salões de

²² Santa Catarina é o sexto estado do país em crescimento populacional. Disponível em: <<https://ndonline.com.br/florianopolis/noticias/santa-catarina-e-o-sexto-estado-do-pais-em-crescimento-populacional>> Acesso em: 01 jun. 2018.

²³ Alto Vale chega a 293.252 habitantes. Disponível em: <<https://www.diarioav.com.br/alto-vale-chega-a-293-252-habitantes/>> Acesso em: 01 jun. 2018.

²⁴ Site do IBGE – Rio do Sul. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sc/rio-do-sul/panorama>> Acesso em: 01 jun. 2018.

beleza grandes chances de sucesso seja nas regiões de menor poder aquisitivo ou nas de classe média ou alta.²⁵ Contudo, destaca-se que a Classe Média, obteve um pequeno aumento da de 49,5% para 49,6%.

O crescimento da classe média alinhado com o fato que o estado tem uma população economicamente mais desenvolvida que as demais, possibilita a presença de grande parte das mulheres no mercado de trabalho, permitindo-se que elas possam preocupar-se com sua beleza e aparência física, se tornando mais propensas a investir em ações de beleza, saúde e estética.

Diante do exposto, definiu-se que os segmentos a serem atingidos serão os de pessoas do sexo feminino, de diferentes ocupações e estado civil, de faixa etária de 20 a 60 anos e de classe média, as quais residem no Município de Rio do Sul e região.

4.6 OBJETIVOS DE MARKETING

- Conquistar no mínimo 10% do público-alvo do município até o final do primeiro ano da empresa.
- Garantir que 70 % das clientes estejam cativos pela organização até o final do ano.
- Alcançar notório o reconhecimento no município por sua qualidade de profissionais e excelência no atendimento num período de 1 (um) ano.

4.7 ESTRATÉGIAS DE MARKETING

1. Estratégias de Produto

Os serviços estéticos oferecidos serão com a máxima qualidade, seja pela capacidade técnica dos profissionais ou pelos produtos utilizados que são considerados os melhores do mercado. A Oficina da Beleza focará, sobretudo, em duas diretrizes: qualidade dos serviços oferecidos com preço justo e qualidade do atendimento ofertado, tanto no primeiro contato com o cliente, como no pós-venda, oferecendo um serviço personalizado para se amoldar à necessidade das clientes. Para tanto, serão oferecidos aos clientes canais de comunicação, por aplicativo

²⁵ Salão de Beleza. Disponível em: <<http://intranet.df.sebrae.com.br/download/salao-de-beleza.pdf>> Acesso em: 16. abr. 2018.

personalizado, site, página de Facebook e Whatsapp.

2. Estratégias de Preço

Segundo Igor Ansoff, a estratégia de Penetração visa à entrada de um novo produto/serviço em algum segmento do mercado a partir do uso de preços baixos, conseguindo a empresa rapidamente ter uma participação representativa nesse mercado.²⁶

Para estabelecer-se no segmento de beleza e estética, a Oficina da Beleza adotará a Penetração como estratégia de preço. Assim, a empresa oferecerá preços competitivos, com base nos já apresentados pelas concorrentes, para conquistar a maior clientela e, por consequência, garantir uma grande participação no mercado.

Após conquistar o mercado e ficar demonstrada a qualidade e os diferenciais da prestação dos serviços estéticos do salão, buscar-se-á estratégias para maximizar o lucro, expandir ainda mais sua participação e consolidar-se.

3. Estratégias de Praça ou Distribuição

No setor de beleza e estética a prática comum é os profissionais esperarem os clientes, contudo é fundamental definir uma estratégia de distribuição do serviço. A Oficina da Beleza criará parcerias e programas de fidelização das clientes, bem como criará acessibilidade a agendamentos através de aplicativo diferenciado, site, rede social no Facebook e Whatsapp.

4. Estratégias de Promoção

Não basta ter um bom produto, é importante que exista o processo de comunicação com os clientes. Assim, as estratégias de promoção consistirão no contato constante com o cliente, por meio de redes sociais, oferecendo aos clientes um serviço diferenciado e com diversas possibilidades de negociação. Os serviços prestados pelo salão serão oferecidos principalmente nas redes sociais (Facebook e Whatsapp) e outdoors em pontos estratégicos do município.

4.8 PLANO DE AÇÕES DE MARKETING

²⁶ Estratégias Empresariais de Penetração e de Skimming. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/negocios/estrategias-empresariais-de-penetracao-e-de-skimming/56665/>> Acesso em: 05 jun. 2018

Para possibilitar a implementação do plano de marketing futuro empreendimento, será apresentando ações para cada estratégia indicada, com a finalidade de executar o plano.

Objetivo(s) de marketing	Estratégia(s) de marketing	Ações de marketing	Responsável	Prazo de execução	Mecanismos de controle
1. Conquistar no mínimo 10% do público-alvo do município até o final do primeiro ano da empresa	Produto: Investir na qualidade da prestação do serviço, primando também pela qualidade de atendimento ao cliente.	- Capacitar os funcionários - Estabelecer contato regular com os clientes, pelas redes sociais e pelo aplicativo do Salão.	Gerente da Empresa - Patricia	Final do 1º ano de atuação	- Relatórios Mensais dos Serviços Prestados à Clientela; -Reuniões bimestrais
	Preço: No período inicial, adotar preços competitivos com base nos preços de mercado, para ganhar reconhecimento no mercado.	- Fazer pesquisas de preços dos concorrentes - Fazer pesquisas de preços dos fornecedores - Analisar os custos.	Gerente da Empresa - Patricia	Final do 1º ano de atuação	- Relatórios Mensais dos Serviços Prestados à Clientela; -Reuniões bimestrais
	Distribuição: Criar programas de fidelização das clientes, bem como criar acessibilidade nos agendamentos através de aplicativo.	- Fazer contato com empresas desenvolvedoras de aplicativos -Fazer pesquisa de parceiros para criação dos programas.	Gerente da Empresa - Patricia	Final do 1º ano de atuação	- Relatórios Mensais dos Serviços Prestados à Clientela; -Reuniões bimestrais
	Promoção: Manter contato constante com as clientes.	- Criar grupo no Whatsapp para as clientes; - Manter contato com clientes em todas as redes sociais do Salão;	Gerente da Empresa - Patricia	Final do 1º ano de atuação	- Relatórios Mensais dos Serviços Prestados à Clientela; -Reuniões bimestrais

Objetivo(s) de marketing	Estratégia(s) de marketing	Ações de marketing	Responsável	Prazo de execução	Mecanismos de controle
2. Garantir que 70 % dos clientes	Produto: Manter qualidade	- Capacitar os funcionários	Gerente da Empresa -	Final do 1º ano de	- Relatórios Mensais da Qualidade dos

estejam cativos pela organização até o final do ano	da prestação do serviço, primando também pela qualidade de atendimento ao cliente.	- Estabelecer contato regular com os clientes, pelas redes sociais e pelo aplicativo do Salão.	Patricia	atuação	Serviços Prestados à Clientela; -Reuniões bimestrais
	Preço: Manter adoção de preços competitivos com base nos preços de mercado, para ganhar reconhecimento no mercado e manter a clientela.	- Fazer pesquisas de preços dos concorrentes - Fazer pesquisas de preços dos fornecedores - Analisar os custos.	Gerente da Empresa - Patricia	Final do 1º ano de atuação	- Relatórios Mensais da Qualidade dos Serviços Prestados à Clientela; -Reuniões bimestrais
	Distribuição: Priorizar os programas de fidelização das clientes, bem como criar acessibilidade nos agendamentos através de aplicativo.	- Treinar um profissional para gerenciar o aplicativo e atender as clientes virtualmente - Fazer pesquisa de parceiros para criação e desenvolvimento dos programas.	Gerente da Empresa - Patricia	Final do 1º ano de atuação	- Relatórios Mensais da Qualidade dos Serviços Prestados à Clientela; -Reuniões bimestrais
	Promoção: Manter contato constante com as clientes.	- Criar grupo no Whatsapp para as clientes; - Manter contato com clientes em todas as redes sociais do Salão;	Gerente da Empresa - Patricia	Final do 1º ano de atuação	- Relatórios Mensais da Qualidade dos Serviços Prestados à Clientela; -Reuniões bimestrais

Objetivo(s) de marketing	Estratégia(s) de marketing	Ações de marketing	Responsável	Prazo de execução	Mecanismos de controle
3. Alcançar notório o reconhecimento no município por sua qualidade de profissionais e excelência no atendimento num período de 1 (um) ano.	Produto: Investir em serviços diferenciados, que não são encontrados na região e na manutenção da alta qualidade dos serviços prestados.	- Fazer contrato de parceria com os profissionais mais renomados da região - Capacitar constantemente os funcionários - Estabelecer	Gerente da Empresa – Patricia	Final do 1º ano de atuação	- Relatório Pesquisas Trimestrais; -Reuniões trimestrais

		contato regular com os clientes, pelas redes sociais e pelo aplicativo do Salão.			
	Preço: Manter adoção de preços competitivos com base nos preços de mercado, para ganhar reconhecimento no mercado, a partir do referencial de qualidade com preço justo.	- Fazer pesquisas constantes dos preços de mercado - Buscar junto aos fornecedores melhores preços, a partir de compra do insumo em grande escala.	Gerente da Empresa - Patricia	Final do 1º ano de atuação	- Relatório Pesquisas Trimestrais; - Reuniões trimestrais
	Distribuição: Realizar parcerias com lojas de cosméticos da região e empresas que possuam um grande número de funcionárias do sexo feminino. Manter a efetividade na acessibilidade ao Salão.	- Realizar buscas de empresas e lojas dispostas a fazer parcerias com o Salão - Divulgar as parcerias realizadas - Manter um profissional para gerenciar o aplicativo e atender as clientes virtualmente	Gerente da Empresa - Patricia	Final do 1º ano de atuação	- Relatório Pesquisas Trimestrais; - Reuniões trimestrais
	Promoção: Manter contato constante com as clientes.	- Manter grupo no Whatsapp para as clientes; - Manter contato com clientes em todas as redes sociais do Salão;	Gerente da Empresa - Patricia	Final do 1º ano de atuação	- Relatório Pesquisas Trimestrais; - Reuniões trimestrais

5 PLANO DE OPERAÇÕES

Neste capítulo será apresentado o plano de operação do empreendimento, expondo os critérios utilizados para a escolha da sua localização e para definição da capacidade de produção. Igualmente, será abordado a cerca do processo produtivo da empresa, abrangendo as tecnologias e mão-de-obra necessária.

5.1 TAMANHO (CAPACIDADE INSTALADA)

O atendimento na Oficina da Beleza estará disponível às clientes, das 09:00 da manhã às 21:00 da noite, possuindo uma capacidade de produção de até 12 horas por dia, 7 dias por semana. O salão trabalhará todos os dias da semana, ou seja, incluído domingos e feriados. Apenas o dia 01 de janeiro e 25 de dezembro são considerados como dias não produtivos. Assim sendo, o salão atenderá 363 dias por ano.

As proprietárias do salão em conjunto com os profissionais parceiros, objetivam atingir 100% de sua produção total, sabendo que o faturamento da empresa e o rendimento individual dependem do comprometimento de cada um.

Tabela 1 – Capacidade Máxima de Atendimento de Clientes

Produto/Serviço	Estimativa da Capacidade Máxima de Atendimentos Mensais
Limpeza de pele / Pelling / Sobrancelha Fio a Fio 4D / Acupuntura com stiper / Drenagem facial	240
Sobrancelha (Limpeza, Henna)	180
Maquiagem	60
Massagem/ Drenagem pós e pré-Operatório / Bandagem morna e fria / Acupuntura com stiper / Radiofrequência	240
Depilação	150
Escovas (Aromática, Ouro, Regenerativa e Progressiva, Inteligente, Marroquina) / Coloração	240
Escova Simples	120
Cortes / Hidratação capilar / Restruturação capilar / Cauterização	450

Penteados	60
Manicure/Pedicure	1440
Total de Atendimentos Mensais:	3180 Serviços Mensais

Fonte: Elaborada pela acadêmica

A capacidade produtiva é de aproximadamente 3.180 serviços por mês entre cortes, unhas, massagens, etc., conforme o funcionamento no horário previsto. Tal perspectiva corresponde a uma média de 106 serviços por dia. Contudo, o cenário apresentado acima corresponde a uma previsão da capacidade total do salão num período de 1 mês, podendo alterar de acordo com a demanda específica de cada serviço oferecido pelos profissionais.

Muito embora o salão possua a capacidade apresentada, de acordo com a experiência das sócias e dos profissionais parceiros, inicialmente, estima-se a seguinte média de prestação de serviços mensais:

Tabela 2 – Estimativa de Atendimento de Clientes Inicial

Produto/Serviço	Estimativa da Capacidade de Atendimentos Mensais
Limpeza de pele / Pelling / Sobrancelha Fio a Fio 4D / Acupuntura com stiper / Drenagem facial	90
Sobrancelha (Limpeza, Henna)	120
Maquiagem	30
Massagem/ Drenagem pós e pré-Operatório / Bandagem morna e fria / Acupuntura com stiper / Radiofrequência	240
Depilação	75
Escovas (Aromática, Ouro, Regenerativa e Progressiva, Inteligente, Marroquina) / Coloração	105
Escova Simples	30
Cortes / Hidratação capilar / Restruturação capilar / Cauterização	240
Penteados	30
Manicure/Pedicure	490
Total de Atendimentos Mensais:	1.450 Serviços Mensais

Fonte: Elaborada pela acadêmica

Como visto, o empreendimento possui uma grande capacidade de prestação de serviços, contudo, de acordo com o planejamento espera-se num primeiro momento prestar cerca 1.450 serviços por mês, o que representa cerca 45,59% da capacidade instalada mensal do salão.

O tamanho do empreendimento justifica-se pelo crescimento do mercado da beleza e pelo diferencial que o salão representará, esperando-se que a demanda do empreendimento aumente. Ademais, como será trabalhado com contratos de parceria, o gasto com colaboradores será baixo, diminuindo os custos fixos mensais do empreendimento. Este fator possibilita um menor custo médio ou unitário de produção, favorecendo a capacidade produtiva do salão, sob a ótica econômica.

5.2 TECNOLOGIA E OPERAÇÃO

Os equipamentos necessários visualizados para o funcionamento do empreendimento estão no quadro abaixo:

Setor	Equipamento	Quantidade	Preço Estimado por Unidade	Preço Total
Estético Capilar	Secadores de cabelo	4	204,90	819,6
	Pranchas de alisamento	4	79,99	319,96
	Babyliss	4	113,99	455,96
	Conjunto Tesouras Profissionais	3	242,00	726
	Lavatórios	2	452,20	904,40
	Poltrona - Cabeleireiro	4	499,00	1996,00
	Carrinho auxiliar - Cabeleireiro	4	169,00	676,00
	03 (três) espelhos grandes	3	248,99	746,97
	Poltronas	2	170,00	340,00
Estético	Aparelho de Fototerapia por Laser e LED	1	6360,90	6360,90
	Cabeçote Tripolar	1	5.852,00	5.852,00
	Caneta	1	186,83	186,83

Corporal e Facial	Diamantada			
	Aparelho de Depilação	2	84,99	169,98
	Maca	2	349,00	698,00
	Escada com dois degraus	2	69,90	139,80
	Poltronas	2	170,00	340,00
Manicure / Pedicure	Estufas	2	407,80	815,60
	Mesas de manicure	3	269,90	809,7
	Cadeiras normais	6	59,00	354,00
	Kit de Alicates e Espátulas Inox	15	54,99	824,85
Recepção/ Sala de Espera	Computador	1	889,00	889,00
	Aparelho de telefone (Celular)	1	539,00	539,00
	Máquina de cartão de crédito/débito	1	68,40	68,40
	TV	2	989,99	1979,98
	Sofá três lugares	1	474,99	474,99
	Poltronas	2	170,00	340,00
	Cadeiras normais	1	59,00	59,00
	Toalhas	80	6,17	493,60
Cozinha	Geladeira	1	1059,00	1059,00
	Micro-ondas	1	339,00	339,00
	Fogão de mesa	1	439,00	439,00
	Pratos	15	12,90	193,50
	Copos	15	4,00	60,00
	Garfos	15	1,71	25,65
	Facas	15	3,74	56,10
	Colheres	15	2,16	32,40
Outros	Móveis sob medida para recepção, armários de produtos e bancadas de apoio	1	15000,00	15000,00
	Sistema ERP	1	2500,00	2500,00
Total:				48.608,37

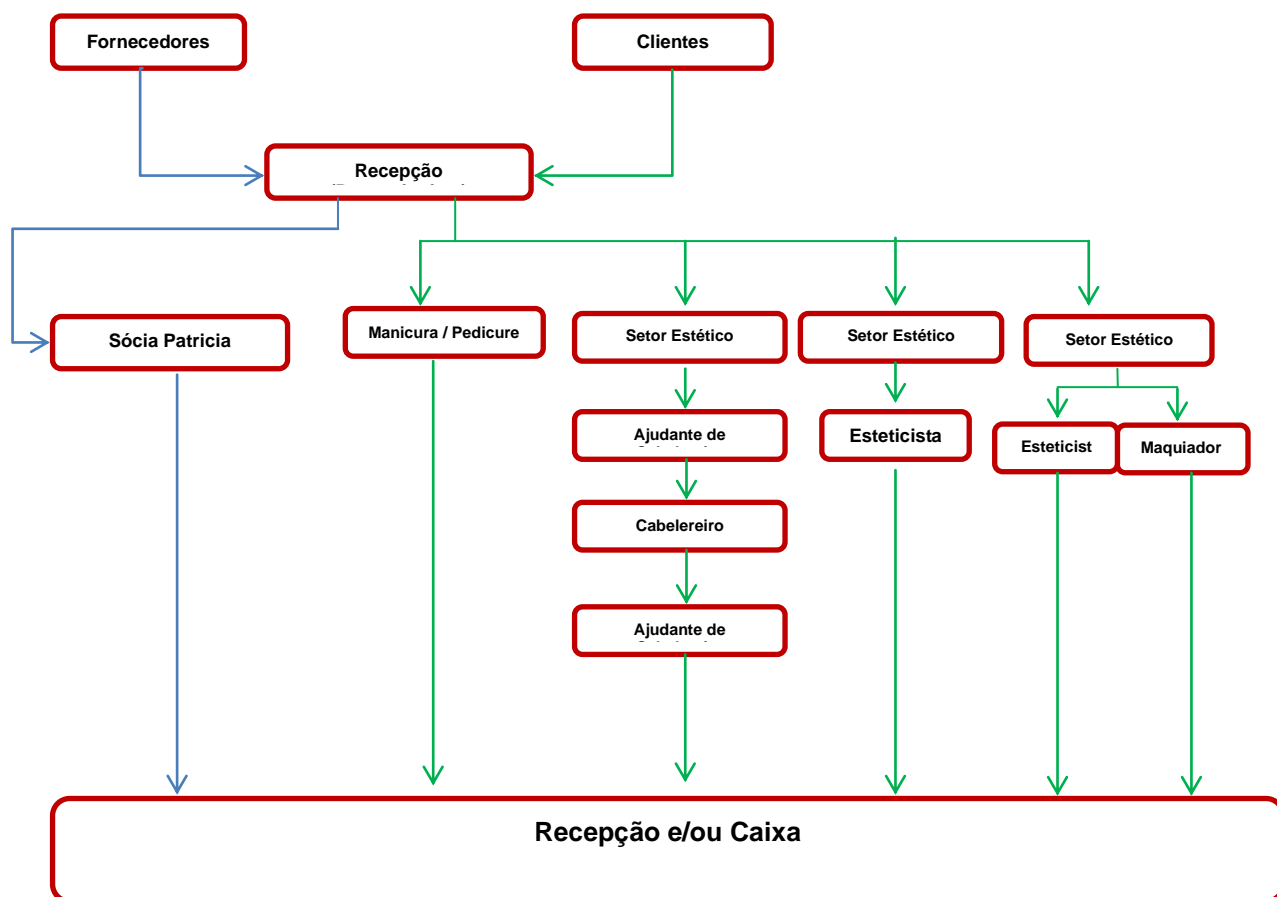
Fonte: Elaborada pela acadêmica

Tendo em vista que o salão trabalhará com profissionais parceiros, alguns dos equipamentos listados como necessários para o funcionamento do empreendimento serão adquiridos por eles.

Os seguintes equipamentos serão comprados pelos parceiros: salão 02 (dois) secadores de cabelo, 02 (dois) pranchas de alisamento, 02 (dois) babyliss, 01 (um) Conjunto Tesouras Profissionais, 01 (um) Aparelho de Fototerapia por Laser e LED, 01 (um) Cabeçote Tripolar, 01 (um) Caneta Diamantada e 02 (dois) Aparelhos de Depilação, 15 (quinze) Kit de Alicates e Espátulas Inox.

Os processos de Serviço/Produção estão representados nos fluxogramas a seguir:

Fluxograma 1 - Processo para atendimento geral ao cliente

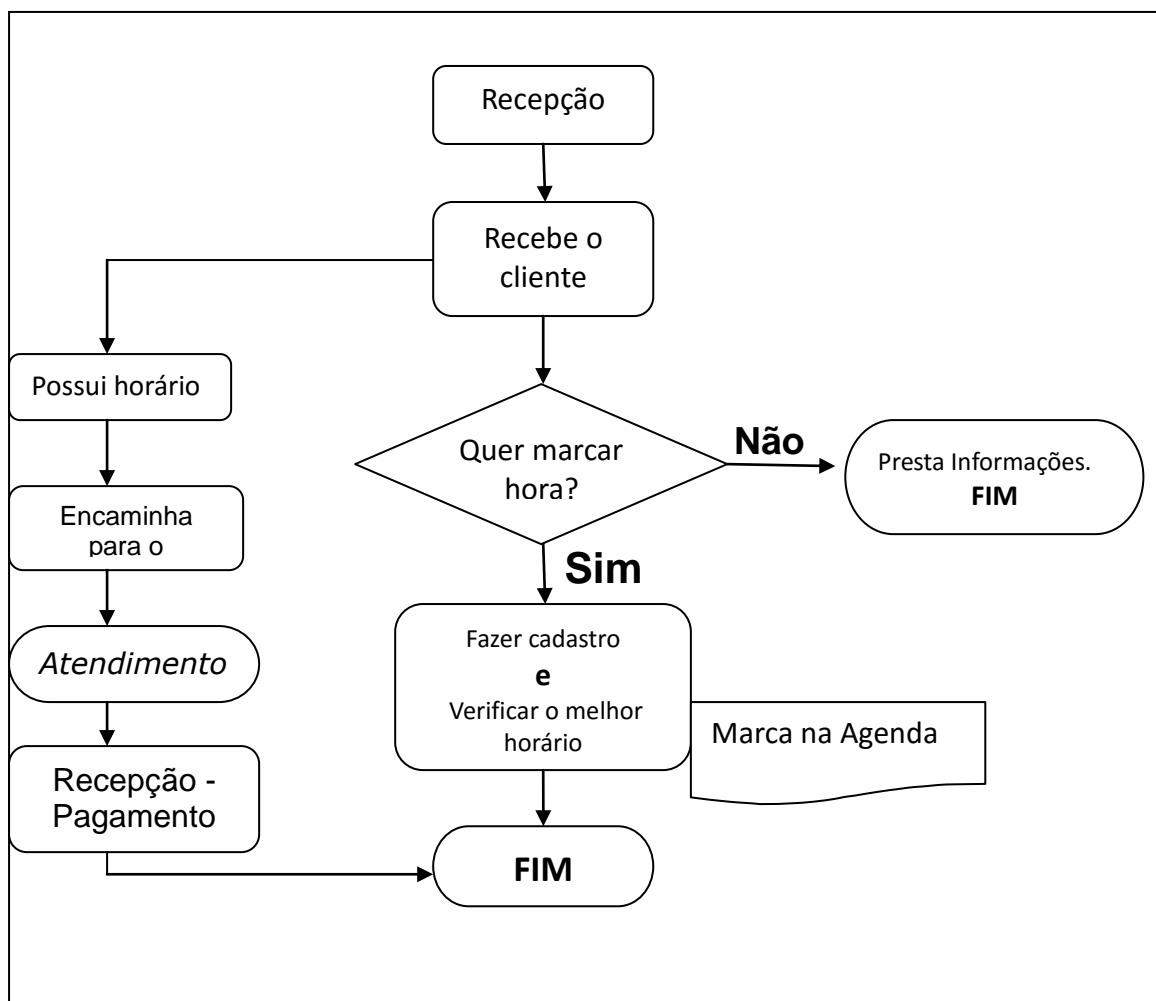


Fonte: Elaborada pela acadêmica

Conforme demonstrado no fluxograma acima, a recepção é a peça chave do empreendimento, uma vez que é a área em que será feito o primeiro e último contato do cliente no salão e que também recebe os fornecedores. É a recepcionista

que encaminhará a cliente para o setor responsável para realização do procedimento estético desejado pela mesma.

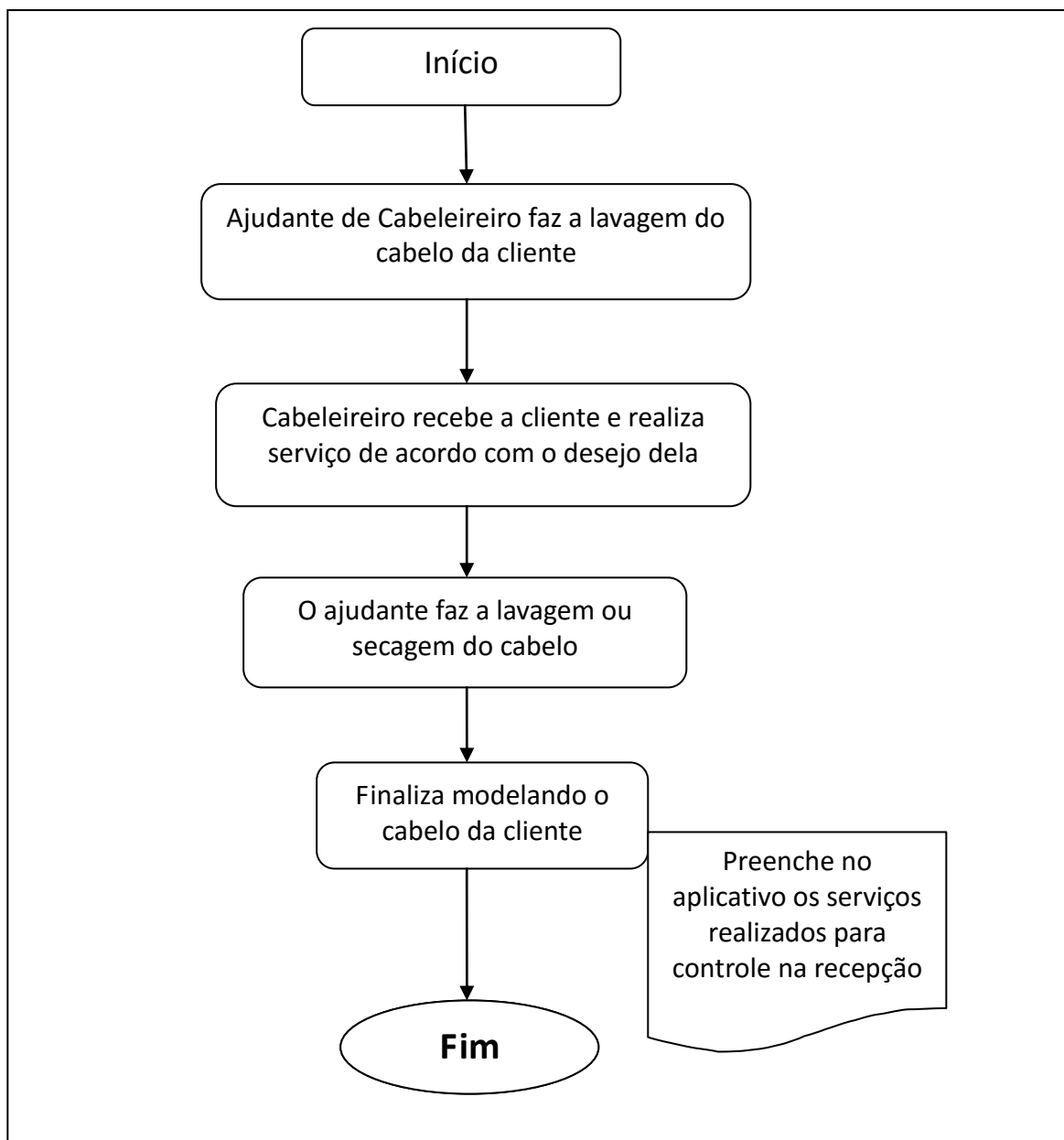
Fluxograma 2 - Processo para Recepção



Fonte: Elaborada pela acadêmica

A recepcionista realiza o atendimento inicial da cliente, por essa razão deve-se primar por um atendimento de qualidade. Sua função consistirá em agendar um atendimento e retirar dúvidas das clientes, ou redirecionar para o profissional que a aguarda. Contudo, quando o atendimento for ao fornecedor, este será direcionado a sócia Patricia. O processo de atendimento ao cliente poderá ser feito também via telefone ou rede social.

Fluxograma 3 - Processo para Atendimento pelo Setor Estético Capilar

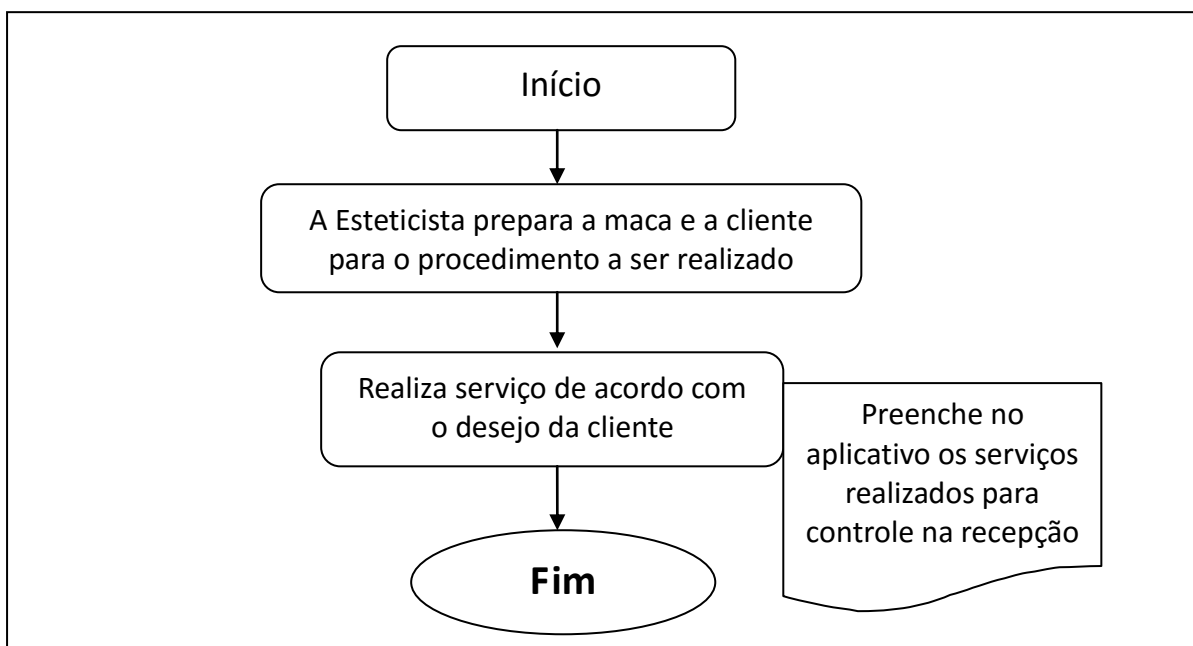


Fonte: Elaborada pela acadêmica

A cliente que deseja realizar algum procedimento estético capilar, após ser recepcionado no salão, é encaminhada primeiramente ao ajudante de cabeleireiro, que fará a preparação do cabelo, ou seja, recebe a cliente e leva para lavatório, lava o cabelo com shampoo, passa condicionar, e seca quando necessário. O cabeleireiro realiza o principal processo de um salão, pois executa a maior parte dos serviços executados. Ele recebe as clientes com o cabelo já lavado e realiza o serviço de acordo com o desejo da cliente, encaminhando-a após novamente ao ajudante para

lavagem ou secagem do cabelo. Então o cabeleireiro finaliza modelando o cabelo da cliente, bem como preenche no aplicativo os serviços realizados para controle na recepção.

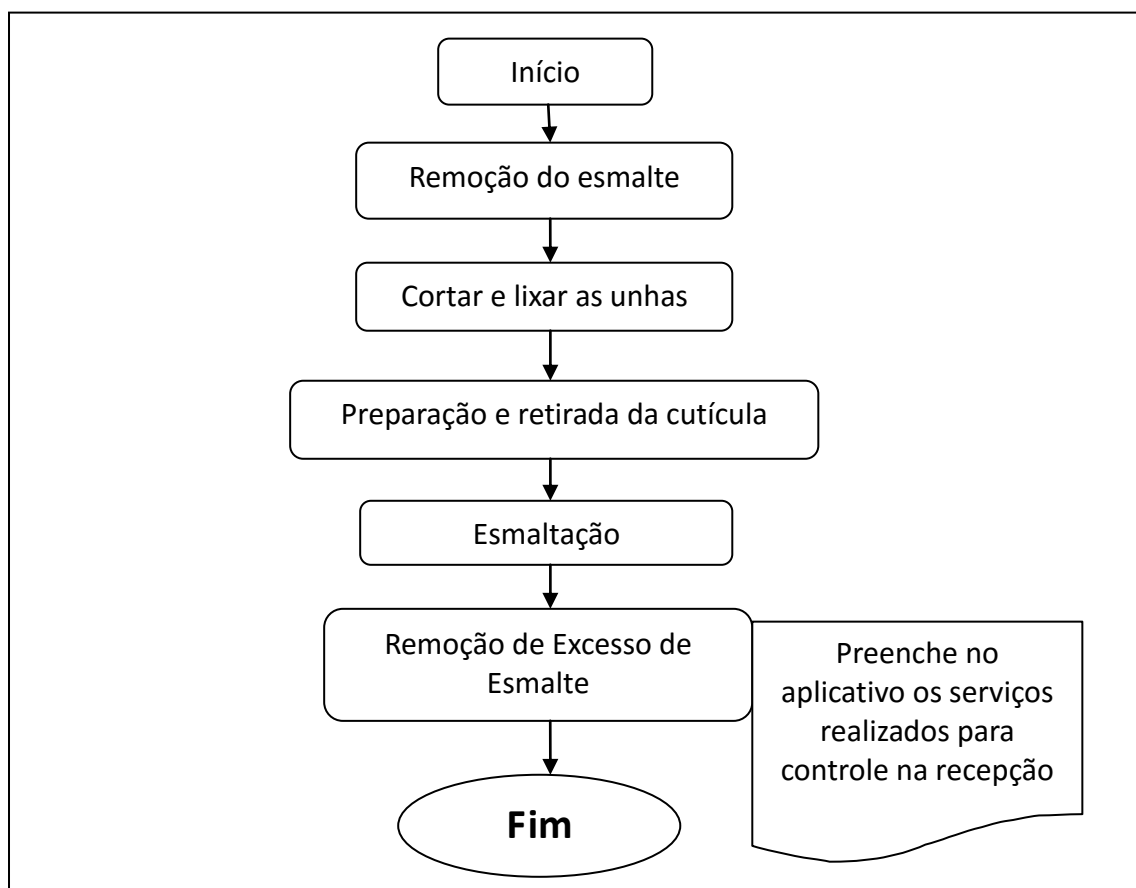
Fluxograma 4 - Processo para Atendimento pelo Setor Estético Facial e Corporal



Fonte: Elaborada pela acadêmica

A cliente que deseja realizar algum procedimento estético facial ou corporal, após sua recepção no salão, poderá ser encaminhada para a esteticista ou para a maquiadora, as quais realizarão o atendimento em sala própria. Ao final a esteticista/maquiadora preenche no aplicativo os serviços realizados para controle na recepção.

Fluxograma 5 - Processo para Atendimento pela Manicure/Pedicure

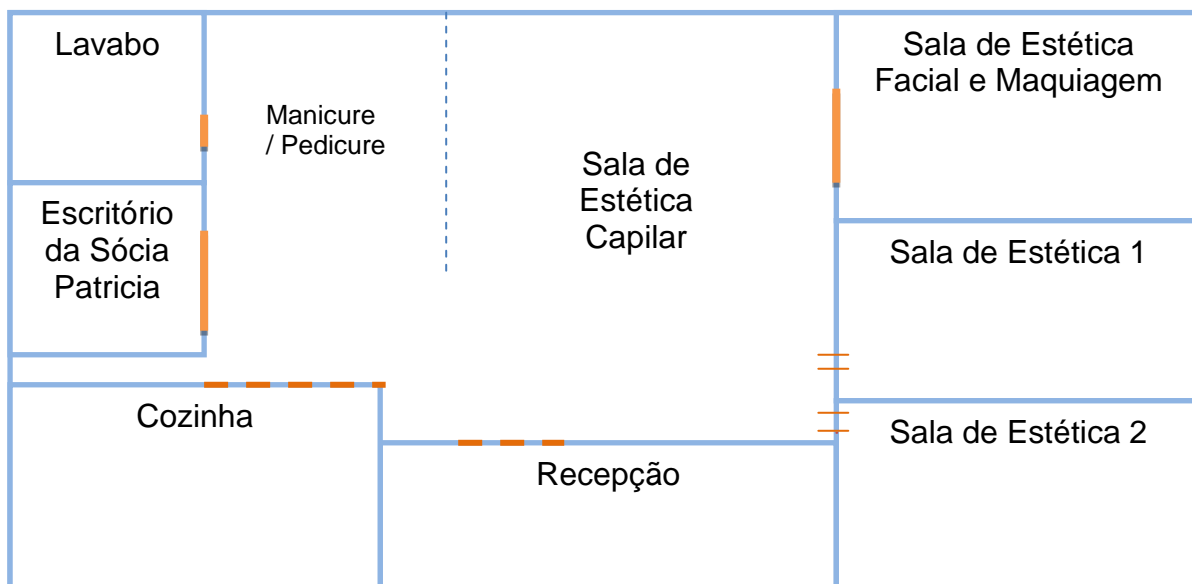


Fonte: Elaborada pela acadêmica

Após sua recepção no salão, conforme fluxograma, a cliente é encaminhada diretamente a manicura/pedicura que fará remoção do esmalte, corte e lixamento das unhas, retirará as cutículas e esmaltação das unhas. Ao final a esteticista preenche no aplicativo os serviços realizados para controle na recepção.

Apresenta-se abaixo uma proposta do layout do empreendimento:

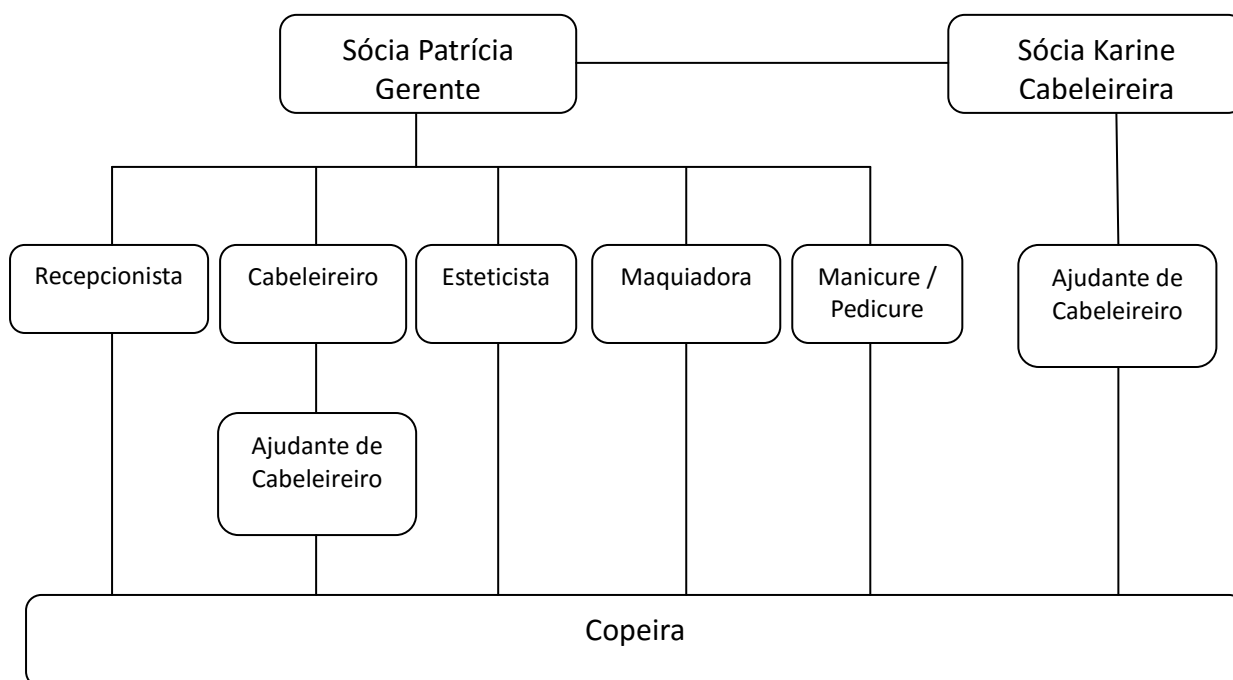
Figura 1 - Proposta de layout do empreendimento



Fonte: Elaborada pela acadêmica

A necessidade de mão de obra (equipes gerencial e operacional) foi projetada no organograma 1, conforme segue:

Organograma 1 – Equipes Gerencial e Operacional



Fonte: Elaborada pela acadêmica

A seguir apresenta-se o Quadro com a necessidade de colaboradores da Oficina da Beleza, com as respectivas qualificações:

Nº de Colaboradores	Cargo/Função	Qualificações Necessárias
2	Cabeleireiro (Sócia e Profissional Parceiro)	Profissional capacitado e com grande conhecimento em procedimentos capilares. Acompanhe as tendências e novas técnicas, e realize cursos de aperfeiçoamento constantes. Desejável bom relacionamento com clientes e interpessoal, bem como experiência anterior nessa área.
2	Ajudante de Cabeleireiro (Profissional Parceiro)	Profissional capacitado e com conhecimento em higienização de materiais, escovação e métodos de aplicação de produtos. Desejável bom relacionamento com clientes e interpessoal.
2	Maquiadora (Profissional Parceiro)	Profissional especializada em visagismo, atendida nas tendências de produtos e nas novas técnicas. Bom relacionamento com as clientes e cursos de aperfeiçoamento constantes. Desejável experiência anterior nessa área.
3	Manicure/Pedicura (Profissional Parceiro)	Profissional capacitada e que possua conhecimentos de limpeza e higienização do material utilizado e de segurança na sua área de trabalho. Antena nas tendências e técnicas. Bom relacionamento com as clientes e interpessoal.
2	Esteticista (Profissional Parceiro)	Profissional especializada em estética facial/corporal, atendida nas novas técnicas e tendências de procedimentos. Bom relacionamento com cliente a cursos de aperfeiçoamento.
2	Recepcionista	Profissional com boa aparência, educada e que possua experiência no atendimento de clientes. Deve ter conhecimentos de informática (internet, e-mail, agendas).
1	Copeira	Profissional com boa aparência, educada e que possua experiência como copeira.

Fonte: Elaborada pela acadêmica

5.3 LOCALIZAÇÃO

O salão terá instalações amplas e apropriadas ao negócio a que se propõe, situando-se em ponto estratégico na cidade de Rio do Sul -SC, ficará numa sala anexa a loja Havan, que se situa na rodovia BR-470, onde possui grande circulação de possíveis clientes, uma vez que há em seu entorno serviços de lojas departamentos, mercado, alimentação e farmácia.

Para escolha da localização do empreendimento, utilizou-se o método da pontuação ponderada, considerando pesos de 1 a 5 e notas de 1 a 10, conforme o quadro abaixo:

Fator	Peso	Escores			Ponderação		
		A	B	C	A	B	C
Aluguel (custo/benefício)	3	6	7	9	18	21	27
Necessidade de manutenção	1	5	9	7	5	9	7
Proximidade de consumidores	3	9	8	9	27	24	27
Acesso ao público-alvo	2	5	7	9	10	14	18
Acesso aos fornecedores	1	5	7	9	5	7	9
Estacionamento para clientes	2	5	9	8	10	18	16
Segurança (proteção x área de risco enchente)	3	4	10	10	12	30	30
Total					87	123	134

Fonte: Elaborada pela acadêmica

Pode-se observar a partir do método, que os locais “B” e “C” pontuaram no total valores bem próximos. Contudo, se olhar mais atentamente os fatores de maior relevância para escolha, desprende-se que o local “C” se mostra como mais vantagens e características oportunas para o empreendimento.

Portanto, a localização do empreendimento no ponto “C” deve-se ao bom custo benefício do aluguel, sem possuir grande necessidade de manutenção do espaço. Seu grande diferencial é a proximidade dos consumidores, com a oferta de fácil acesso tanto para as clientes, quantos aos fornecedores. Por fim, considerando que a cidade anualmente é afetada pelas cheias dos rios, o salão está instalado no local que não possui risco de ser atingido pelas inundações e sofrer pelos deslizamentos, demonstrando ótimas condições de segurança.

6 PLANO FINANCEIRO

No sexto capítulo traz o plano financeiro do empreendimento, abordando questões relativas aos investimentos, aos custos operacionais e às receitas. Apresenta-se a projeção do fluxo de caixa e do DRE (demonstrativo do resultado do exercício), que são imprescindíveis para tomadas de decisões pelas sócias.

6.1 INVESTIMENTO INICIAL

O investimento inicial do futuro empreendimento está resumido no quadro abaixo.

Item	Descrição	Valor (R\$)
Reforma no imóvel e instalações	O imóvel é novo, não precisando de reformas. Serão colocadas divisões dos ambientes.	R\$ 2.000,00
Tributos	Registros e taxas	R\$ 3.000,00
Equipamento e tecnologia	02 (dois) secadores de cabelo, 02 (dois) pranchas de alisamento, 02 (dois) babyliss, 02 (dois) Conjunto Tesouras Profissionais, 02 (dois) lavatórios, 04 (quatro) Poltronas Cabeleireiro, 04 (quatro) Carrinhos auxiliares – Cabeleireiro, 06 (seis) Poltronas, 02 (duas) estufas, 03 (três) mesas de manicure, 02 (duas) macas, 02 (duas) escadas com dois degraus, 07 (sete) cadeiras normais, 03 (três) espelhos grandes, 01 (um) computador, 01 (um) aparelho de telefone, 01 (um) máquina de cartão de crédito/débito, 02 (dois) televisores, 01 (um) sofá três lugares, 80 (oitenta) toalhas, 01 (uma) geladeira, 01 (um) micro-ondas, 01 (um) fogão de mesa, 15 (quinze) pratos, 15 (quinze) copos, 15 (quinze) garfos, facas e colheres	R\$ 16.150,00

Móveis	Móveis sob medida para recepção, armários de produtos e bancadas de apoio	R\$ 15.350,00
Sistemas	Sistema ERP e Aplicativo	R\$ 2.500,00
Divulgação	Divulgação de por meio de outdoors, fachada, cartões e site	R\$ 2.000,00
Outros Custos	Água, Energia Elétrica, Telefone, Internet, Aluguel, Encargos, Salários, Contabilidade, Limpeza, Material de Higiene e Limpeza	R\$ 8.000,00
Estoque inicial de produtos	Descartáveis (toucas, luvas, capas, etc), Produtos (shampoos, tinturas, cremes, etc)*, Alimentos para cozinha	R\$ 5.000,00
Capital de Giro	Recurso destinado a manter as despesas em dia até a obtenção de margem líquida	R\$ 26.000,00
Total		R\$ 80.000,00

Fonte: Elaborada pela acadêmica

*Os produtos (shampoos, tinturas, cremes, etc), serão adquiridos pelas sócias apenas a título de estoque mínimo inicial, pois os insumos serão adquiridos pelos profissionais parceiros e pela sócia cabeleireira de forma individual.

6.2 FORMAS DE FINANCIAMENTO

Não serão necessários financiamentos ou linhas de crédito para o empreendimento, pois o investimento inicial será pago utilizando-se capital próprio das sócias.

6.3 RECEITAS

A média estimada da prestação de serviços mensais e anual está apresentada no quadro abaixo:

Produto/Serviço	Tempo	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maió	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Total Anual
		Qtde.	Qtde.	Qtde.	Qtde.	Qtde.	Qtde.	Qtde.	Qtde.	Qtde.	Qtde.	Qtde.	Qtde.	Qtde.
Limpeza de pele	01h	20	32	32	32	25	25	25	25	25	32	32	37	342
Pelling	01h	16	36	36	36	20	20	20	20	20	36	36	29	325
Sobrancelha Fio a Fio 4D	01h	12	20	20	20	15	15	15	15	15	20	20	22	209
Drenagem facial	01h	12	20	20	20	15	15	15	15	15	20	20	22	209
Acupuntura com Stiper Facial	01h	12	20	20	20	15	15	15	15	15	20	20	22	209
Sobrancelha (Limpeza)	20min	56	91	91	91	70	70	70	70	70	91	91	102	963
Sobrancelha (Henna)	30min	40	65	65	65	50	50	50	50	50	65	65	73	688
Maquiagem	01h	24	39	39	39	30	30	30	30	30	39	39	44	413
Massagem	01h	40	65	65	65	50	50	50	50	50	65	65	73	688
Drenagem pós e pré-operatório	01h	16	26	26	26	20	20	20	20	20	26	26	29	275
Bandagem morna e fria	01h	40	65	65	65	50	50	50	50	50	65	65	73	688
Acupuntura com Stiper Corporal	01h	34	39	39	39	30	30	30	30	30	39	39	44	423
Radiofrequência	01h	72	117	117	117	90	90	90	90	90	117	117	131	1238
Depilação	40min	60	98	98	98	75	75	75	75	75	98	98	109	1034
Escovas	01h	36	59	59	59	45	45	45	45	45	59	59	66	622
Escova Simples	30min	24	39	39	39	30	30	30	30	30	39	39	44	413
Coloração	01h	46	78	78	78	60	60	60	60	60	78	78	87	823
Cortes	40min	120	195	195	195	150	150	150	150	150	195	195	218	2063
Hidratação Capilar	40min	40	65	65	65	50	50	50	50	50	65	65	73	688
Restruturação capilar / Cauterização	40min	32	52	52	52	40	40	40	40	40	52	52	58	550
Penteados	01h	24	39	39	39	30	30	30	30	30	39	39	44	413
Manicura / Pedicure	40min	392	637	637	637	490	490	490	490	490	637	637	711	6738

Projeção do Total de Atendimentos	1168	1897	1897	1897	1450	1450	1450	1450	1450	1897	1897	2111	20014
-----------------------------------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	-------

Fonte: Elaborada pela acadêmica

A partir estimativa de atendimento de clientes inicial anteriormente apresentada, elaborou-se a projeção da quantidade de serviços prestados mensal e anualmente. Nos meses de maio a setembro, espera-se não ocorrer aumento ou queda no atendimento, considerando-se a quantidade de atendimento média. Por sua vez, calcula-se que haverá uma queda de 20% de serviços prestados no mês de janeiro, pois é mês de férias em que a maioria das pessoas está viajando. Em fevereiro, março, abril, novembro e dezembro, como são meses mais quentes,

acredita-se que há uma maior procura pelos serviços estéticos. Nesses períodos (exceto dezembro) considerou-se um aumento de 30%. Por fim, o mês de dezembro é o ápice do salão, em que há o maior número de serviços prestados. Assim, dezembro estima-se um aumento de 45%.

O preço estimado para cada serviço prestado pelo salão está apresentado no quadro abaixo:

Produto/Serviço	Preço (R\$)
Limpeza de pele	80,00
Pelling	150,00
Sobrancelha Fio a Fio 4D	400,00
Drenagem facial	35,00
Acupuntura com stiper	50,00
Sobrancelha (Limpeza)	15,00
Sobrancelha (Henna)	30,00
Maquiagem	100,00
Massagem	50,00
Drenagem pós e pré-operatório	35,00
Bandagem morna e fria	35,00
Acupuntura com stiper Corporal	110,00
Radiofrequência	100,00
Depilação	40,00
Escovas	150,00
Escova Simples	40,00
Coloração	70,00
Cortes	65,00
Hidratação capilar	55,00
Restruturação capilar / Cauterização	65,00
Penteados	80,00
Manicure/Pedicure	18,00

Fonte: Elaborada pela acadêmica

Para definição do preço de cada serviço estético oferecido, utilizou-se primordialmente o método de preços baseados nas condições competitivas de mercado, determinando o valor com base no preço das concorrentes do salão. Por

outro lado, consideraram-se também os custos do empreendimento para estabelecer uma margem do lucro desejada.²⁷ As sócias arcarão com os custos fixos do salão e alguns dos custos variáveis, contudo, os custos variáveis de matéria-prima serão pagos pelos profissionais parceiros. O salão terá um custo fixo mensal de R\$ 8.413,33, e em média atenderá cerca 1450 serviços/mês. Assim, cada serviço prestado tem um custo fixo para as proprietárias do salão de R\$ 5,80. Com base em todos estes aspectos analisados definiram-se os preços dos serviços listados acima.

A receita mensal prevista está descrita nos quadros abaixo:

Quadro 1 – Previsão de receitas dos meses de janeiro e fevereiro

Produto/Serviço	SB	PF	Tempo	Janeiro					Fevereiro				
				Qtde.	Un/R\$	Total/R\$	SB	PF	Qtde.	Un/R\$	Total/R\$	SB	PF
Limpeza de pele	60%	40%	1h	20	80,00	1.600,00	960,00	640,00	32	80,00	2.560,00	1.536,00	1.024,00
Pelling	60%	40%	1h	16	150,00	2.400,00	1.440,00	960,00	36	150,00	5.400,00	3.240,00	2.160,00
Sobrancelha Fio a Fio 4D	60%	40%	1h	12	400,00	4.800,00	2.880,00	1.920,00	20	400,00	8.000,00	4.800,00	3.200,00
Drenagem facial	60%	40%	1h	12	35,00	420,00	252,00	168,00	20	35,00	700,00	420,00	280,00
Acupuntura com Stiper Facial	60%	40%	1h	12	50,00	600,00	360,00	240,00	20	50,00	1.000,00	600,00	400,00
Sobrancelha (Limpeza)	60%	40%	20 min	56	15,00	840,00	504,00	336,00	91	15,00	1.365,00	819,00	546,00
Sobrancelha (Henna)	60%	40%	30 min	40	30,00	1.200,00	720,00	480,00	65	30,00	1.950,00	1.170,00	780,00
Maquiagem	50%	50%	1h	24	100,00	2.400,00	1.200,00	1.200,00	39	100,00	3.900,00	1.950,00	1.950,00
Massagem	60%	40%	1h	40	50,00	2.000,00	1.200,00	800,00	65	50,00	3.250,00	1.950,00	1.300,00
Drenagem pós e pré-operatório	60%	40%	1h	16	35,00	560,00	336,00	224,00	26	35,00	910,00	546,00	364,00
Bandagem morna e fria	60%	40%	1h	40	35,00	1.400,00	840,00	560,00	65	35,00	2.275,00	1.365,00	910,00
Acupuntura com Stiper Corporal	60%	40%	1h	34	110,00	3.740,00	2.244,00	1.496,00	39	110,00	4.290,00	2.574,00	1.716,00
Radiofrequência	60%	40%	1h	72	100,00	7.200,00	4.320,00	2.880,00	117	100,00	11.700,00	7.020,00	4.680,00
Depilação	60%	40%	40 min	60	40,00	2.400,00	1.440,00	960,00	98	40,00	3.920,00	2.352,00	1.568,00
Escovas	60%	40%	1h	36	150,00	5.400,00	3.240,00	2.160,00	59	150,00	8.850,00	5.310,00	3.540,00
Escova Simples	60%	40%	30 min	24	40,00	960,00	576,00	384,00	39	40,00	1.560,00	936,00	624,00
Coloração	60%	40%	1h	46	70,00	3.220,00	1.932,00	1.288,00	78	70,00	5.460,00	3.276,00	2.184,00
Cortes	60%	40%	40 min	120	65,00	7.800,00	4.680,00	3.120,00	195	65,00	12.675,00	7.605,00	5.070,00
Hidratação Capilar	60%	40%	40 min	40	55,00	2.200,00	1.320,00	880,00	65	55,00	3.575,00	2.145,00	1.430,00
Restruturação capilar / Cauterização	60%	40%	40 min	32	65,00	2.080,00	1.248,00	832,00	52	65,00	3.380,00	2.028,00	1.352,00
Penteados	60%	40%	1h	24	80,00	1.920,00	1.152,00	768,00	39	80,00	3.120,00	1.872,00	1.248,00
Manicura / Pedicure	50%	50%	40 min	392	18,00	7.056,00	3.528,00	3.528,00	637	18,00	11.466,00	5.733,00	5.733,00
Subtotal						62.196,00	36.372,00	25.824,00			101.306,00	59.247,00	42.059,00

Fonte: Elaborada pela acadêmica

²⁷ GOHR, Claudia Fabiana. Trabalho de conclusão de curso em administração I : livro didático. Palhoa: Unisul Virtual, 2008. P. 163.

Quadro 2 – Previsão de receitas dos meses de março e abril

Produto/Serviço	SB	PF	Tempo	Março					Abril				
				Qtde.	Un/R\$	Total/R\$	SB	PF	Qtde.	Un/R\$	Total/R\$	SB	PF
Limpeza de pele	60%	40%	1h	32	80,00	2.560,00	1.536,00	1.024,00	32	80,00	2.560,00	1.536,00	1.024,00
Pelling	60%	40%	1h	36	150,00	5.400,00	3.240,00	2.160,00	36	150,00	5.400,00	3.240,00	2.160,00
Sobrancelha Fio a Fio 4D	60%	40%	1h	20	400,00	8.000,00	4.800,00	3.200,00	20	400,00	8.000,00	4.800,00	3.200,00
Drenagem facial	60%	40%	1h	20	35,00	700,00	420,00	280,00	20	35,00	700,00	420,00	280,00
Acupuntura com Stiper Facial	60%	40%	1h	20	50,00	1.000,00	600,00	400,00	20	50,00	1.000,00	600,00	400,00
Sobrancelha (Limpeza)	60%	40%	20 min	91	15,00	1.365,00	819,00	546,00	91	15,00	1.365,00	819,00	546,00
Sobrancelha (Henna)	60%	40%	30 min	65	30,00	1.950,00	1.170,00	780,00	65	30,00	1.950,00	1.170,00	780,00
Maquiagem	50%	50%	1h	39	100,00	3.900,00	1.950,00	1.950,00	39	100,00	3.900,00	1.950,00	1.950,00
Massagem	60%	40%	1h	65	50,00	3.250,00	1.950,00	1.300,00	65	50,00	3.250,00	1.950,00	1.300,00
Drenagem pós e pré-operatório	60%	40%	1h	26	35,00	910,00	546,00	364,00	26	35,00	910,00	546,00	364,00
Bandagem morna e fria	60%	40%	1h	65	35,00	2.275,00	1.365,00	910,00	65	35,00	2.275,00	1.365,00	910,00
Acupuntura com Stiper Corporal	60%	40%	1h	39	110,00	4.290,00	2.574,00	1.716,00	39	110,00	4.290,00	2.574,00	1.716,00
Radiofrequência	60%	40%	1h	117	100,00	11.700,00	7.020,00	4.680,00	117	100,00	11.700,00	7.020,00	4.680,00
Depilação	60%	40%	40 min	98	40,00	3.920,00	2.352,00	1.568,00	98	40,00	3.920,00	2.352,00	1.568,00
Escovas	60%	40%	1h	59	150,00	8.850,00	5.310,00	3.540,00	59	150,00	8.850,00	5.310,00	3.540,00
Escova Simples	60%	40%	30 min	39	40,00	1.560,00	936,00	624,00	39	40,00	1.560,00	936,00	624,00
Coloração	60%	40%	1h	78	70,00	5.460,00	3.276,00	2.184,00	78	70,00	5.460,00	3.276,00	2.184,00
Cortes	60%	40%	40 min	195	65,00	12.675,00	7.605,00	5.070,00	195	65,00	12.675,00	7.605,00	5.070,00
Hidratação Capilar	60%	40%	40 min	65	55,00	3.575,00	2.145,00	1.430,00	65	55,00	3.575,00	2.145,00	1.430,00
Restruturação capilar / Cauterização	60%	40%	40 min	52	65,00	3.380,00	2.028,00	1.352,00	52	65,00	3.380,00	2.028,00	1.352,00
Penteados	60%	40%	1h	39	80,00	3.120,00	1.872,00	1.248,00	39	80,00	3.120,00	1.872,00	1.248,00
Manicura / Pedicure	50%	50%	40 min	637	18,00	11.466,00	5.733,00	5.733,00	637	18,00	11.466,00	5.733,00	5.733,00
Subtotal						101.306,00	59.247,00	42.059,00			101.306,00	59.247,00	42.059,00

Fonte: Elaborada pela acadêmica

Quadro 3 – Previsão de receitas dos meses de maio e junho

Produto/Serviço	SB	PF	Tempo	Maio					Junho				
				Qtde.	Un/R\$	Total/R\$	SB	PF	Qtde.	Un/R\$	Total/R\$	SB	PF
Limpeza de pele	60%	40%	1h	25	80,00	2.000,00	1.200,00	800,00	25	80,00	2.000,00	1.200,00	800,00
Pelling	60%	40%	1h	20	150,00	3.000,00	1.800,00	1.200,00	20	150,00	3.000,00	1.800,00	1.200,00
Sobrancelha Fio a Fio 4D	60%	40%	1h	15	400,00	6.000,00	3.600,00	2.400,00	15	400,00	6.000,00	3.600,00	2.400,00
Drenagem facial	60%	40%	1h	15	35,00	525,00	315,00	210,00	15	35,00	525,00	315,00	210,00
Acupuntura com Stiper Facial	60%	40%	1h	15	50,00	750,00	450,00	300,00	15	50,00	750,00	450,00	300,00
Sobrancelha (Limpeza)	60%	40%	20 min	70	15,00	1.050,00	630,00	420,00	70	15,00	1.050,00	630,00	420,00
Sobrancelha (Henna)	60%	40%	30 min	50	30,00	1.500,00	900,00	600,00	50	30,00	1.500,00	900,00	600,00
Maquiagem	50%	50%	1h	30	100,00	3.000,00	1.500,00	1.500,00	30	100,00	3.000,00	1.500,00	1.500,00
Massagem	60%	40%	1h	50	50,00	2.500,00	1.500,00	1.000,00	50	50,00	2.500,00	1.500,00	1.000,00
Drenagem pós e pré-operatório	60%	40%	1h	20	35,00	700,00	420,00	280,00	20	35,00	700,00	420,00	280,00
Bandagem morna e fria	60%	40%	1h	50	35,00	1.750,00	1.050,00	700,00	50	35,00	1.750,00	1.050,00	700,00
Acupuntura com Stiper Corporal	60%	40%	1h	30	110,00	3.300,00	1.980,00	1.320,00	30	110,00	3.300,00	1.980,00	1.320,00
Radiofrequência	60%	40%	1h	90	100,00	9.000,00	5.400,00	3.600,00	90	100,00	9.000,00	5.400,00	3.600,00
Depilação	60%	40%	40 min	75	40,00	3.000,00	1.800,00	1.200,00	75	40,00	3.000,00	1.800,00	1.200,00
Escovas	60%	40%	1h	45	150,00	6.750,00	4.050,00	2.700,00	45	150,00	6.750,00	4.050,00	2.700,00
Escova Simples	60%	40%	30 min	30	40,00	1.200,00	720,00	480,00	30	40,00	1.200,00	720,00	480,00
Coloração	60%	40%	1h	60	70,00	4.200,00	2.520,00	1.680,00	60	70,00	4.200,00	2.520,00	1.680,00
Cortes	60%	40%	40 min	150	65,00	9.750,00	5.850,00	3.900,00	150	65,00	9.750,00	5.850,00	3.900,00
Hidratação Capilar	60%	40%	40 min	50	55,00	2.750,00	1.650,00	1.100,00	50	55,00	2.750,00	1.650,00	1.100,00
Restruturação capilar / Cauterização	60%	40%	40 min	40	65,00	2.600,00	1.560,00	1.040,00	40	65,00	2.600,00	1.560,00	1.040,00
Penteados	60%	40%	1h	30	80,00	2.400,00	1.440,00	960,00	30	80,00	2.400,00	1.440,00	960,00
Manicura / Pedicure	50%	50%	40 min	490	18,00	8.820,00	4.410,00	4.410,00	490	18,00	8.820,00	4.410,00	4.410,00
Subtotal					76.545,00	44.745,00	31.800,00			76.545,00	44.745,00	31.800,00	

Fonte: Elaborada pela acadêmica

Quadro 4 – Previsão de receitas dos meses de julho e agosto

Produto/Serviço	SB	PF	Tempo	Julho					Agosto				
				Qtde.	Un/R\$	Total/R\$	SB	PF	Qtde.	Un/R\$	Total/R\$	SB	PF
Limpeza de pele	60%	40%	1h	25	80,00	2.000,00	1.200,00	800,00	25	80,00	2.000,00	1.200,00	800,00
Pelling	60%	40%	1h	20	150,00	3.000,00	1.800,00	1.200,00	20	150,00	3.000,00	1.800,00	1.200,00
Sobrancelha Fio a Fio 4D	60%	40%	1h	15	400,00	6.000,00	3.600,00	2.400,00	15	400,00	6.000,00	3.600,00	2.400,00
Drenagem facial	60%	40%	1h	15	35,00	525,00	315,00	210,00	15	35,00	525,00	315,00	210,00
Acupuntura com Stiper Facial	60%	40%	1h	15	50,00	750,00	450,00	300,00	15	50,00	750,00	450,00	300,00
Sobrancelha (Limpeza)	60%	40%	20 min	70	15,00	1.050,00	630,00	420,00	70	15,00	1.050,00	630,00	420,00
Sobrancelha (Henna)	60%	40%	30 min	50	30,00	1.500,00	900,00	600,00	50	30,00	1.500,00	900,00	600,00
Maquiagem	50%	50%	1h	30	100,00	3.000,00	1.500,00	1.500,00	30	100,00	3.000,00	1.500,00	1.500,00
Massagem	60%	40%	1h	50	50,00	2.500,00	1.500,00	1.000,00	50	50,00	2.500,00	1.500,00	1.000,00
Drenagem pós e pré-operatório	60%	40%	1h	20	35,00	700,00	420,00	280,00	20	35,00	700,00	420,00	280,00
Bandagem morna e fria	60%	40%	1h	50	35,00	1.750,00	1.050,00	700,00	50	35,00	1.750,00	1.050,00	700,00
Acupuntura com Stiper Corporal	60%	40%	1h	30	110,00	3.300,00	1.980,00	1.320,00	30	110,00	3.300,00	1.980,00	1.320,00
Radiofrequência	60%	40%	1h	90	100,00	9.000,00	5.400,00	3.600,00	90	100,00	9.000,00	5.400,00	3.600,00
Depilação	60%	40%	40 min	75	40,00	3.000,00	1.800,00	1.200,00	75	40,00	3.000,00	1.800,00	1.200,00
Escovas	60%	40%	1h	45	150,00	6.750,00	4.050,00	2.700,00	45	150,00	6.750,00	4.050,00	2.700,00
Escova Simples	60%	40%	30 min	30	40,00	1.200,00	720,00	480,00	30	40,00	1.200,00	720,00	480,00
Coloração	60%	40%	1h	60	70,00	4.200,00	2.520,00	1.680,00	60	70,00	4.200,00	2.520,00	1.680,00
Cortes	60%	40%	40 min	150	65,00	9.750,00	5.850,00	3.900,00	150	65,00	9.750,00	5.850,00	3.900,00
Hidratação Capilar	60%	40%	40 min	50	55,00	2.750,00	1.650,00	1.100,00	50	55,00	2.750,00	1.650,00	1.100,00
Restruturação capilar / Cauterização	60%	40%	40 min	40	65,00	2.600,00	1.560,00	1.040,00	40	65,00	2.600,00	1.560,00	1.040,00
Penteados	60%	40%	1h	30	80,00	2.400,00	1.440,00	960,00	30	80,00	2.400,00	1.440,00	960,00
Manicura / Pedicure	50%	50%	40 min	490	18,00	8.820,00	4.410,00	4.410,00	490	18,00	8.820,00	4.410,00	4.410,00
Subtotal					76.545,00		44.745,00	31.800,00		76.545,00		44.745,00	31.800,00

Fonte: Elaborada pela acadêmica

Quadro 5 – Previsão de receitas dos meses de setembro e outubro

Produto/Serviço	SB	PF	Tempo	Setembro					Outubro				
				Qtde.	Un/R\$	Total/R\$	SB	PF	Qtde.	Un/R\$	Total/R\$	SB	PF
Limpeza de pele	60%	40%	1h	25	80,00	2.000,00	1.200,00	800,00	32	80,00	2.560,00	1.536,00	1.024,00
Pelling	60%	40%	1h	20	150,00	3.000,00	1.800,00	1.200,00	36	150,00	5.400,00	3.240,00	2.160,00
Sobrancelha Fio a Fio 4D	60%	40%	1h	15	400,00	6.000,00	3.600,00	2.400,00	20	400,00	8.000,00	4.800,00	3.200,00
Drenagem facial	60%	40%	1h	15	35,00	525,00	315,00	210,00	20	35,00	700,00	420,00	280,00
Acupuntura com Stiper Facial	60%	40%	1h	15	50,00	750,00	450,00	300,00	20	50,00	1.000,00	600,00	400,00
Sobrancelha (Limpeza)	60%	40%	20 min	70	15,00	1.050,00	630,00	420,00	91	15,00	1.365,00	819,00	546,00
Sobrancelha (Henna)	60%	40%	30 min	50	30,00	1.500,00	900,00	600,00	65	30,00	1.950,00	1.170,00	780,00
Maquiagem	50%	50%	1h	30	100,00	3.000,00	1.500,00	1.500,00	39	100,00	3.900,00	1.950,00	1.950,00
Massagem	60%	40%	1h	50	50,00	2.500,00	1.500,00	1.000,00	65	50,00	3.250,00	1.950,00	1.300,00
Drenagem pós e pré-operatório	60%	40%	1h	20	35,00	700,00	420,00	280,00	26	35,00	910,00	546,00	364,00
Bandagem morna e fria	60%	40%	1h	50	35,00	1.750,00	1.050,00	700,00	65	35,00	2.275,00	1.365,00	910,00
Acupuntura com Stiper Corporal	60%	40%	1h	30	110,00	3.300,00	1.980,00	1.320,00	39	110,00	4.290,00	2.574,00	1.716,00
Radiofrequência	60%	40%	1h	90	100,00	9.000,00	5.400,00	3.600,00	117	100,00	11.700,00	7.020,00	4.680,00
Depilação	60%	40%	40 min	75	40,00	3.000,00	1.800,00	1.200,00	98	40,00	3.920,00	2.352,00	1.568,00
Escovas	60%	40%	1h	45	150,00	6.750,00	4.050,00	2.700,00	59	150,00	8.850,00	5.310,00	3.540,00
Escova Simples	60%	40%	30 min	30	40,00	1.200,00	720,00	480,00	39	40,00	1.560,00	936,00	624,00
Coloração	60%	40%	1h	60	70,00	4.200,00	2.520,00	1.680,00	78	70,00	5.460,00	3.276,00	2.184,00
Cortes	60%	40%	40 min	150	65,00	9.750,00	5.850,00	3.900,00	195	65,00	12.675,00	7.605,00	5.070,00
Hidratação Capilar	60%	40%	40 min	50	55,00	2.750,00	1.650,00	1.100,00	65	55,00	3.575,00	2.145,00	1.430,00
Restruturação capilar / Cauterização	60%	40%	40 min	40	65,00	2.600,00	1.560,00	1.040,00	52	65,00	3.380,00	2.028,00	1.352,00
Penteados	60%	40%	1h	30	80,00	2.400,00	1.440,00	960,00	39	80,00	3.120,00	1.872,00	1.248,00
Manicura / Pedicure	50%	50%	40 min	490	18,00	8.820,00	4.410,00	4.410,00	637	18,00	11.466,00	5.733,00	5.733,00
Subtotal						76.545,00	44.745,00	31.800,00			101.306,00	59.247,00	42.059,00

Fonte: Elaborada pela acadêmica

Quadro 6 – Previsão de receitas dos meses de novembro e dezembro

Produto/Serviço	SB	PF	Tempo	Novembro					Dezembro				
				Qtde.	Un/R\$	Total/R\$	SB	PF	Qtde.	Un/R\$	Total/R\$	SB	PF
Limpeza de pele	60%	40%	1h	32	80,00	2.560,00	1.536,00	1.024,00	37	80,00	2.960,00	1.776,00	1.184,00
Pelling	60%	40%	1h	36	150,00	5.400,00	3.240,00	2.160,00	29	150,00	4.350,00	2.610,00	1.740,00
Sobrancelha Fio a Fio 4D	60%	40%	1h	20	400,00	8.000,00	4.800,00	3.200,00	22	400,00	8.800,00	5.280,00	3.520,00
Drenagem facial	60%	40%	1h	20	35,00	700,00	420,00	280,00	22	35,00	770,00	462,00	308,00
Acupuntura com Stiper Facial	60%	40%	1h	20	50,00	1.000,00	600,00	400,00	22	50,00	1.100,00	660,00	440,00
Sobrancelha (Limpeza)	60%	40%	20 min	91	15,00	1.365,00	819,00	546,00	102	15,00	1.530,00	918,00	612,00
Sobrancelha (Henna)	60%	40%	30 min	65	30,00	1.950,00	1.170,00	780,00	73	30,00	2.190,00	1.314,00	876,00
Maquiagem	50%	50%	1h	39	100,00	3.900,00	1.950,00	1.950,00	44	100,00	4.400,00	2.200,00	2.200,00
Massagem	60%	40%	1h	65	50,00	3.250,00	1.950,00	1.300,00	73	50,00	3.650,00	2.190,00	1.460,00
Drenagem pós e pré-operatório	60%	40%	1h	26	35,00	910,00	546,00	364,00	29	35,00	1.015,00	609,00	406,00
Bandagem morna e fria	60%	40%	1h	65	35,00	2.275,00	1.365,00	910,00	73	35,00	2.555,00	1.533,00	1.022,00
Acupuntura com Stiper Corporal	60%	40%	1h	39	110,00	4.290,00	2.574,00	1.716,00	44	110,00	4.840,00	2.904,00	1.936,00
Radiofrequência	60%	40%	1h	117	100,00	11.700,00	7.020,00	4.680,00	131	100,00	13.100,00	7.860,00	5.240,00
Depilação	60%	40%	40 min	98	40,00	3.920,00	2.352,00	1.568,00	109	40,00	4.360,00	2.616,00	1.744,00
Escovas	60%	40%	1h	59	150,00	8.850,00	5.310,00	3.540,00	66	150,00	9.900,00	5.940,00	3.960,00
Escova Simples	60%	40%	30 min	39	40,00	1.560,00	936,00	624,00	44	40,00	1.760,00	1.056,00	704,00
Coloração	60%	40%	1h	78	70,00	5.460,00	3.276,00	2.184,00	87	70,00	6.090,00	3.654,00	2.436,00
Cortes	60%	40%	40 min	195	65,00	12.675,00	7.605,00	5.070,00	218	65,00	14.170,00	8.502,00	5.668,00
Hidratação Capilar	60%	40%	40 min	65	55,00	3.575,00	2.145,00	1.430,00	73	55,00	4.015,00	2.409,00	1.606,00
Restruturação capilar / Cauterização	60%	40%	40 min	52	65,00	3.380,00	2.028,00	1.352,00	58	65,00	3.770,00	2.262,00	1.508,00
Penteados	60%	40%	1h	39	80,00	3.120,00	1.872,00	1.248,00	44	80,00	3.520,00	2.112,00	1.408,00
Manicura / Pedicure	50%	50%	40 min	637	18,00	11.466,00	5.733,00	5.733,00	711	18,00	12.798,00	6.399,00	6.399,00
Subtotal						101.306,00	59.247,00	42.059,00	Subtotal		111.643,00	65.266,00	46.377,00

Fonte: Elaborada pela acadêmica

A receita anual prevista está descrita no quadro abaixo:

Quadro 7 – Síntese da Previsão de receitas mensais e anual

	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maio	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro	Total Anual
Produto/Serviço	SB	SB	SB	SB	SB	SB	SB	SB	SB	SB	SB	SB	SB
Limpeza de pele	960	1.536,00	1.536,00	1.536,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.536,00	1.536,00	1.776,00	16.416,00
Pelling	1.440,00	3.240,00	3.240,00	3.240,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	3.240,00	3.240,00	2.610,00	29.250,00
Sobrancelha Fio a Fio 4D	2.880,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	4.800,00	4.800,00	5.280,00	50.160,00
Drenagem facial	252	420	420	420	315	315	315	315	315	420	420	462	4.389,00
Acupuntura com Stiper Facial	360	600	600	600	450	450	450	450	450	600	600	660	6.270,00
Sobrancelha (Limpeza)	504	819	819	819	630	630	630	630	630	819	819	918	8.667,00
Sobrancelha (Henna)	720	1.170,00	1.170,00	1.170,00	900	900	900	900	900	1.170,00	1.170,00	1.314,00	12.384,00
Maquiagem	1.200,00	1.950,00	1.950,00	1.950,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.950,00	1.950,00	2.200,00	20.650,00
Massagem	1.200,00	1.950,00	1.950,00	1.950,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.950,00	1.950,00	2.190,00	20.640,00
Drenagem pós e pré-operatório	336	546	546	546	420	420	420	420	420	546	546	609	5.775,00
Bandagem morna e fria	840	1.365,00	1.365,00	1.365,00	1.050,00	1.050,00	1.050,00	1.050,00	1.050,00	1.365,00	1.365,00	1.533,00	14.448,00
Acupuntura com Stiper Corporal	2.244,00	2.574,00	2.574,00	2.574,00	1.980,00	1.980,00	1.980,00	1.980,00	1.980,00	2.574,00	2.574,00	2.904,00	27.918,00
Radiofrequência	4.320,00	7.020,00	7.020,00	7.020,00	5.400,00	5.400,00	5.400,00	5.400,00	5.400,00	7.020,00	7.020,00	7.860,00	74.280,00
Depilação	1.440,00	2.352,00	2.352,00	2.352,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	2.352,00	2.352,00	2.616,00	24.816,00
Escovas	3.240,00	5.310,00	5.310,00	5.310,00	4.050,00	4.050,00	4.050,00	4.050,00	4.050,00	5.310,00	5.310,00	5.940,00	55.980,00
Escova Simples	576	936	936	936	720	720	720	720	720	936	936	1.056,00	9.912,00
Coloração	1.932,00	3.276,00	3.276,00	3.276,00	2.520,00	2.520,00	2.520,00	2.520,00	2.520,00	3.276,00	3.276,00	3.654,00	34.566,00
Cortes	4.680,00	7.605,00	7.605,00	7.605,00	5.850,00	5.850,00	5.850,00	5.850,00	5.850,00	7.605,00	7.605,00	8.502,00	80.457,00
Hidratação Capilar	1.320,00	2.145,00	2.145,00	2.145,00	1.650,00	1.650,00	1.650,00	1.650,00	1.650,00	2.145,00	2.145,00	2.409,00	22.704,00
Restruturação capilar / Cauterização	1.248,00	2.028,00	2.028,00	2.028,00	1.560,00	1.560,00	1.560,00	1.560,00	1.560,00	2.028,00	2.028,00	2.262,00	21.450,00
Penteados	1.152,00	1.872,00	1.872,00	1.872,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.440,00	1.872,00	1.872,00	2.112,00	19.824,00
Manicura / Pedicure	3.528,00	5.733,00	5.733,00	5.733,00	4.410,00	4.410,00	4.410,00	4.410,00	4.410,00	5.733,00	5.733,00	6.399,00	60.642,00
	36.372,00	59.247,00	59.247,00	59.247,00	44.745,00	44.745,00	44.745,00	44.745,00	44.745,00	59.247,00	59.247,00	65.266,00	621.598,00

Fonte: Elaborada pela acadêmica

Legenda:

SB - Percentual Referente a Cota Parte do São de Beleza

PF - Percentual Referente a Cota Parte do Profissional Parceiro

No Quadro 7 descreveu-se a receita anual do salão, considerando apenas o percentual pertencente às sócias e excluindo, por sua vez, a cota parte dos profissionais parceiros.

6.4 CUSTOS

Os custos operacionais mensais e anuais do empreendimento estão no quadro a seguir:

Item de custo operacional	Tipo de custo (fabricação, administração, vendas)	Valor Mensal (\$)	Valor Anual (\$)
Aluguel	Administração	1.500,00	18.000,00
IPTU	Administração	60,00	720,00
Internet	Administração	100,00	1.200,00
Mensalidade Contador	Administração	200,00	2.400,00
Material de Escritório	Administração	50,00	600,00
Material de Higiene e Limpeza	Administração	60,00	720,00
Limpeza	Administração	400,00	4.800,00
Software	Administração	200,00	2.400,00
Custo Mensais Funcionários (2 recepcionista, 1 coopeira)	Administração	4.123,33	49.479,96
Pró-labore	Administração	1.020,00	12.240,00
Manutenção e Despesas Prediais	Administração	200,00*	2.400,00
Alimentos Cozinha	Administração	250,00*	3.300,00
Água	Fabricação	150,00	1.800,00
Energia Elétrica	Fabricação	300,00	3.600,00
Materiais descartáveis	Fabricação	100,00*	1.500,00
Telefone	Vendas	50,00	600,00
Marketing	Vendas	200,00	2.400,00
Custos Operacionais Totais:		8.963,33	107.559,96

Fonte: Elaborada pela acadêmica

*Custo Operacional Mensal Médio

A classificação dos custos operacionais mensais e anuais está apresentada a seguir:

Item de custo	Custo fixo Mensal (\$)	Custo fixo Anual (\$)	Custo variável Mensal (\$)	Custo variável Anual (\$)
Aluguel	1.500,00	18.000,00		
IPTU	60,00	720,00		
Internet	100,00	1.200,00		
Mensalidade Contador	200,00	2.400,00		
Material de Escritório	50,00	600,00		
Material de Higiene e Limpeza	60,00	720,00		
Limpeza	400,00	4.800,00		
Software	200,00	2.400,00		
Custo Mensais Funcionários (2 recepcionista, 1 coopeira)	4.123,33	49.479,96		
Pró-labore	1.020,00	12.240,00		
Água	150,00	1.800,00		
Energia Elétrica	300,00	3.600,00		
Telefone	50,00	600,00		
Marketing	200,00	2.400,00		
Manutenção e Despesas Prediais			200,00*	2.400,00
Mantimentos Cozinha			250,00*	3.300,00
Materiais descartáveis			100,00*	1.500,00
Total	8.413,33	100.959,96	550,00	7.200,00

Fonte: Elaborada pela acadêmica

*Custo Operacional Mensal Médio

custos operacionais variáveis	4277,26	6965,73	6965,73	6965,73	5319,82	5319,82	5319,82	5319,82	5319,82	6965,73	6965,73	7757,36	73462,35
Custos operacionais Fixos													
Aluguel	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	18000
IPTU	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	720
Internet	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1200
Mensalidade Contador	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	2400
Material de Escritório	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	600
Material de Higiene e Limpeza	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	720
Limpeza	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	4800
Software	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	2400
Custo Mensais Funcionários	4123,33	4123,33	4123,33	4123,33	4123,33	4123,33	4123,33	4123,33	4123,33	4123,33	4123,33	4123,33	49.479,96
Pró-labore	1020	1020	1020	1020	1020	1020	1020	1020	1020	1020	1020	1020	12240
Água	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	1800
Energia Elétrica	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	3600
Telefone	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	600
Marketing	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	2400
Total de custos operacionais fixos	8.413,33	8.413,33	8.413,33	8.413,33	8.413,33	8.413,33	8.413,33	8.413,33	8.413,33	8.413,33	8.413,33	8.413,33	100.959,96
(b) Custo Total (CF + CV)	12.690,59	15.379,06	15.379,06	15.379,06	13.733,15	13.733,15	13.733,15	13.733,15	13.733,15	15.379,06	15.379,06	16.171,69	174.422,31
(c) Investimentos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	80.000,00
Saldo de caixa (a-b-c)	23.681,41	43.867,94	43.867,94	43.867,94	31.011,85	31.011,85	31.011,85	31.011,85	31.011,85	43.867,94	43.867,94	49.095,31	367.175,69

Fonte: Elaborada pela acadêmica

*Tributos definidos de acordo com anexo II

6.6 PROJEÇÃO DO DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS (DRE)

Demonstrativo de Resultado do Exercício (DRE) – em Reais – MENSAL												
	Jan.	Fev.	Mar.	Abr.	Mai.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
Receita Total (RT)	36.372	59.247	59.247	59.247	44.745	44.745	44.745	44.745	44.745	59.247	59.247	65.266
(-) Custo Variável (CV), exceto Tributos	400	650	650	650	550	550	550	550	550	650	650	800
(=) Lucro Bruto (LB)	35.972	58.597	58.597	58.597	44.195	44.195	44.195	44.195	44.195	58.597	58.597	64.466
(-) Custo Fixo (CF)	8.413,33	8.413,33	8.413,33	8.413,33	8.413,33	8.413,33	8.413,33	8.413,33	8.413,33	8.413,33	8.413,33	8.413,33
(=) Lucro Operacional (LO)	27.558,67	50.183,67	50.183,67	50.183,67	35.781,67	35.781,67	35.781,67	35.781,67	35.781,67	50.183,67	50.183,67	56.052,67
(-) Tributos = SIMPLES (IRPJ, CSLL, COFINS, PIS/PASEP, CPP, ICMS)	3877,26	6315,73	6315,73	6315,73	4769,82	4769,82	4769,82	4769,82	4769,82	6315,73	6315,73	6957,36
(=) Lucro Líquido	23.681,41	43.867,94	43.867,94	43.867,94	31.011,85	31.011,85	31.011,85	31.011,85	31.011,85	43.867,94	43.867,94	49.095,31

Fonte: Elaborada pela acadêmica

Demonstrativo de Resultado do Exercício (DRE) – em Reais – ANUAL	
Receita Total (RT)	621.598
(-) Custo Variável (CV), exceto Tributos	7.200
(=) Lucro Bruto (LB)	614.398

(-) Custo Fixo (CF)	100.959,96
(=) Lucro Operacional (LO)	513.438,04
(-) Tributos = SIMPLES (IRPJ, CSLL, COFINS, PIS/PASEP, CPP, ICMS)	66.262,35
(=) Lucro Líquido	447.175,69

Fonte: Elaborada pela acadêmica

7 AVALIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIOS

Por fim, neste capítulo será avaliado o plano de negócios sob a ótica econômica e social. Assim, por meio de técnicas avaliar-se-á primeiramente a viabilidade econômica do negócio proposto, e após será analisado os custos e impactos do empreendimento para a sociedade.

7.1 AVALIAÇÃO ECONÔMICA

7.1.1 Ponto de equilíbrio

O ponto de equilíbrio de uma empresa é o ponto onde o lucro obtido cobre todos os gastos fixos e variáveis, ou seja, receitas e custos se igualam. Contudo, se o empreendimento operar acima do ponto de equilíbrio terá lucro e se operar abaixo terá prejuízo.

Como a Oficina da Beleza oferecerá diferentes serviços (estéticos faciais, corporais, capilares, manicure e pedicure) com custos unitários variados, o ponto de equilíbrio deste empreendimento será calculado em percentual cuja fórmula é:

$$PE = \frac{CF}{RT - CV} \times 100$$

Anual:

$$PE = 100.959,96 / 621.598 - 73.462,35 \times 100$$

$$PE = 100.959,96 / 548.135,65 \times 100$$

$$PE = 0,184187 \times 100$$

$$PE = 18,4187\%$$

Mensal:

$$PE = 8.413,33 / 44.745 - 5.319,82 \times 100$$

$$PE = 8.413,33 / 39.425,18 \times 100$$

$$PE = 0,213399 * 100$$

$$PE = 21,3399\%$$

7.1.2 Taxa de lucratividade

A taxa de lucratividade do futuro empreendimento prevista é de:

$$\text{Taxa de Lucratividade} = \frac{\text{Lucro Líquido} \times 100}{\text{Receita Total}}$$

Anual:

$$\text{Taxa de Lucratividade} = 447.175,69 / 621.598 * 100$$

$$\text{Taxa de Lucratividade} = 71,94 \%$$

Mensal:

$$\text{Taxa de Lucratividade} = 31.011,85 / 44.745 * 100$$

$$\text{Taxa de Lucratividade} = 69,31 \%$$

7.1.3 Taxa do retorno do investimento

A taxa de retorno do futuro empreendimento prevista é de:

$$\text{Taxa de retorno do investimento} = \frac{\text{Lucro Líquido} \times 100}{\text{Investimento Inicial}}$$

Anual:

$$\text{Taxa de retorno de investimento} = 447.175,69 / 80.000 * 100$$

$$\text{Taxa de retorno de investimento} = 558,97 \%$$

Mensal:

$$\text{Taxa de retorno de investimento} = 31.011,85 / 80.000 * 100$$

$$\text{Taxa de retorno de investimento} = 38,76 \%$$

7.1.4 Prazo de retorno do investimento (*payback*)

O prazo de retorno do investimento (*payback*) do futuro empreendimento é de:

$$\text{Payback} = \frac{\text{Investimento Inicial}}{\text{Lucro Líquido}}$$

$$\text{Payback} = 80.000 / 447.175,69$$

$$\text{Payback} = 0,1789 \text{ ano}$$

$$0,1789 \text{ ano} \times 12 \text{ meses} = 2,1468 \text{ meses} - 2 \text{ meses} = 0,1468 \text{ mês}$$

$$0,1468 \text{ mês} \times 30 \text{ dias} = 4 \text{ dias}$$

Estima-se que em 2 meses e 4 dias a empresa recuperará o capital investido

7.1.5 Taxa Interna de Retorno

O cálculo da TIR foi realizado com a projeção de fluxo de caixa do primeiro ano da Oficina da Beleza, a partir da planilha a baixo, utilizando-se a fórmula = TIR (célula inicial: célula final) no Excel.

Mês	Projeção
0	-80000,00
1	23.681,41
2	43.867,94
3	43.867,94
4	43.867,94
5	31.011,85
6	31.011,85
7	31.011,85
8	31.011,85
9	31.011,85
10	43.867,94
11	43.867,94
12	49.095,31
TIR	43,34%

Desprende-se que a TIR do empreendimento é 43.34%, enquanto o TMA é 6,5% (Taxa SELIC atual), sendo a taxa interna de retorno é maior, devendo o investimento ser aceito.

7.1.6 Valor Presente Líquido

Para o cálculo do VPL do futuro empreendimento, utilizou-se a fórmula $=VPL(TMA; \text{célula inicial}; \text{célula final}) + (-\text{Valor do Investimento Inicial})$ no Excel.

Mês	Projeção
0	-80000,00
1	23.681,41
2	43.867,94
3	43.867,94
4	43.867,94
5	31.011,85
6	31.011,85
7	31.011,85
8	31.011,85
9	31.011,85
10	43.867,94
11	43.867,94
12	49.095,31

TMA	6,50%
VPL	R\$ 219.878,09

O VPL foi calculado, conforme demonstrado no quadro acima, através da projeção de caixa do primeiro ano empreendimento, assim como a TIR, usando a TMA de 6,50% e o valor obtido foi de R\$ 219.878,09. O respectivo valor é um ponto extremamente positivo, viabilizando a aceitação do projeto.

7.2 ANÁLISE DE SENSIBILIDADE

Projeção	Volume de vendas (serviços prestados)/ Lucro Líquido	Perspectiva de crescimento				
		Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5

Otimista		+20%	+15%	+15%	+10%	+10%
	20.014	4.003	3.603	4.143	3.176	3.493
Mais provável	447.175,69	558.242,8 2	658.203,24	773.157,72	861.289,4 9	958.234,4 3
		+15%	+15%	+15%	+10%	+5%
Pessimista	18.459	2.768	3.184	3.661	2.807	1.544
	404.380,00	481.043,5 6	569.206,59	670.594,07	748.324,4 7	791.076,2 0
Pessimista		+10%	+10%	+5%	+5%	+5%
	16.554	1.655	1.821	1.002	1.052	1.104
Pessimista	350.150,92	395.877,0 1	446.175,71	473.839,99	502.887,4 9	533.387,3 6

Análise em diferentes cenários			
Indicador	Cenários		
	Pessimista	Mais provável	Otimista
TIR (%)	506,27%	619,30%	715,48 %
VPL (R\$)	1.857.573,73	2.587.762,31	3.033.437,73
Payback	2 meses e 22 dias	2 meses e 11 dias	2 meses e 4 dias
PE (%)	22,38%	19,97%	18,41%

Cálculos da Análise em diferentes cenários:

Taxa Interna de Retorno (TIR)

	Cenário Pessimista	Cenário Mais provável	Cenário Otimista
0	-80.000,00	-80.000,00	-80.000,00
1	395.877,01	481.043,56	558.242,82
2	446.175,71	569.206,59	658.203,24
3	473.839,99	670.594,07	773.157,72
4	502.887,49	748.324,47	861.289,49

5	533.387,36	791.076,20	958.234,43
TIR	506,27%	619,30%	715,48%

Fórmula = TIR (célula inicial: célula final)

Valor Presente Líquido (VPL)

	Cenário Pessimista	Cenário Mais provável	Cenário Otimista
0	-80.000,00	-80.000,00	-80.000,00
1	395.877,01	481.043,56	558.242,82
2	446.175,71	569.206,59	658.203,24
3	473.839,99	670.594,07	773.157,72
4	502.887,49	748.324,47	861.289,49
5	533.387,36	791.076,20	958.234,43
TMA	6,50%	6,50%	6,50%
VPL	1.857.573,73	2.587.762,31	3.033.437,73

Fórmula =VPL(TMA; célula inicial: célula final)+(-Valor do Investimento Inicial)

Prazo de retorno do investimento (*Payback*)

Cenário Pessimista

Payback = 80.000 / 350.150,92

Payback = 0,228472 anos

0,228472 X 12 meses = 2,741664 meses – **2 meses** = 0,741664 meses

0,741664 meses X 30 dias = **22 dias**

Cenário Mais provável

Payback = 80.000 / 404.380,00

Payback = 0,197833 anos

0,197833 anos X 12 meses = 2,373996 meses – 2 meses = 0, 373996 meses

0, 373996 meses X 30 dias = 11 dias

Cenário Otimista

Payback = 80.000 / 447.175,69

Payback = 0,178900 anos

0,178900 anos X 12 meses = 2,1468 meses – 2 meses = 0,1468 meses

0,1468 meses X 30 dias = 4 dias

Ponto de equilíbrio (PE) (%)

$$\text{PE} = \frac{\text{CF}}{\text{RT} - \text{CV}} \times 100$$

Cenário Pessimista

PE = 100.959,96/511.821,00 – 60.710,12 *100

PE = 100.959,96/451.110,88 *100

PE = 0,223802 *100

PE = 22,38%

Cenário Mais provável

PE = 100.959,96/572.073,00 – 66.732,98 *100

PE = 100.959,96/505.340,02 *100

PE = 0,199786 *100

PE = 19,97%

Cenário Otimista

PE = 100.959,96/621598,00– 73.462,35 *100

PE = 100.959,96/548.135,65 *100

PE = 0,184187 *100

PE = 18,41%

7.3 AVALIAÇÃO SOCIAL

A instalação do empreendimento na cidade de Rio do Sul (SC) trará importantes contribuições à coletividade da região, repercutindo primordialmente no aspecto social.

Através do negócio, serão oportunizadas muitas vagas de emprego e circulação de renda, pois segundo a projeção da necessidade da mão de obra do salão (equipes gerencial e operacional), serão contratados diretamente 03 (três) funcionários e firmado contrato de parceria com mais 10 (dez) profissionais da área de beleza e estética.

Estima-se que a contratação direta inicial permitirá a geração de renda salarial de R\$ 49.479,96 anuais (salários e encargos). Ainda trará uma receita anual para os profissionais parceiros de aproximadamente R\$ 441.496,00.

Além da inserção direta de trabalhadores no mercado de trabalho e contratos de parceria, o empreendimento favorecerá uma potencial manutenção e/ou aumento de postos de trabalho na cadeia produtiva dos seus produtores e fornecedores. A Oficina da Beleza estima beneficiar os seguintes setores regionais com seu funcionamento: imobiliário, contabilidade, serviço de internet/TV, marcenaria, marketing, entre outros.

Por fim, destaca-se também que o salão contribuirá com a geração de receita anual tributária, no importe R\$ 66.262,35, englobando aqui todos os impostos (municipais, estaduais e federais), aumentando a arrecadação do Governo.

CONCLUSÃO

O mercado da Beleza e Estética é um setor muito amplo e com crescimento elevado no país, possuindo grande procura de todas as classes, mesmo em períodos de crise econômica.

Neste cenário e a partir do estudo do presente Plano de Negócio pode-se verificar a viabilidade e a conveniência da implantação do negócio em tela, pois os trabalhos de pesquisa realizados indicam que há segmento capaz de sustentar o negócio no mercado, sendo possível a instalação e a prestação de serviços oferecidos pelo empreendimento na cidade de Rio do Sul (SC).

A constante demanda do segmento e a opção de formato de negócio, que prima por contratos de parceira, ao invés da contratação direta de funcionários, diminui os custos fixos do salão, sendo pontos cruciais que contribuem para a viabilidade e certeza do sucesso do empreendimento.

A previsão de uma Receita Bruta Anual, com o desconto dos percentuais dos profissionais parceiros, possibilita o enquadramento da empresa como Empresa de Pequeno Porte e a inclui como optante do Simples Nacional, exigindo uma alíquota de apenas 10,66% da Receita Anual, o que abrevia a pesadíssima carga tributária, possibilitando ao empreendimento um prazo de retorno do investimento (payback) mais rápido e um significativo aumento da sua lucratividade.

ANEXOS

Anexo I – Custos Funcionários

Custo Funcionário		
Item	Valor Mensal	Valor Anual
Salário Base	1.000	12000
Descontos em folha (-)		
INSS empregado (8%)	80	960
Vale Transporte (6%)	60	720
Encargos Sociais (+)		
FGTS	80,00	960,00
Férias	83,33	1000,00
1/3 Férias	27,78	333,33
13º Salário	83,33	1000,00
Vale Transporte	240,00	2880,00
Custo Total	1374,44	16493,32

Fonte: Elaborada pela acadêmica com base no Blog Egestor²⁸

²⁸ Como calcular o custo de um funcionário na sua empresa? Disponível em: <<https://blog.egestor.com.br/como-calculer-o-custo-de-um-funcionario-na-sua-empresa/>> Acesso em: 15 ago. 2018.

Anexo II – Tributos – Simples Nacional

ANEXO III DA LEI COMPLEMENTAR Nº 123, DE 14 DE DEZEMBRO DE 2006
(Redação dada pela Lei Complementar nº 155, de 2016)

(Vigência: 01/01/2018)

Alíquotas e Partilha do Simples Nacional - Receitas de locação de bens móveis e de prestação de serviços não relacionados no § 5º-C do art. 18 desta Lei Complementar

Receita Bruta em 12 Meses (em R\$)		Alíquota	Valor a Deduzir (em R\$)
1ª Faixa	Até 180.000,00	6,00%	–
2ª Faixa	De 180.000,01 a 360.000,00	11,20%	9.360,00
3ª Faixa	De 360.000,01 a 720.000,00	13,50%	17.640,00
4ª Faixa	De 720.000,01 a 1.800.000,00	16,00%	35.640,00
5ª Faixa	De 1.800.000,01 a 3.600.000,00	21,00%	125.640,00
6ª Faixa	De 3.600.000,01 a 4.800.000,00	33,00%	648.000,00

Fonte: Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006²⁹**Cálculo Alíquota Efetiva**

Para calcular o valor devido de tributos do Simples Nacional, primeiramente foi necessário identificar a alíquota efetiva, por meio da fórmula abaixo:

$$\frac{\text{RBT12} \times \text{Aliq} - \text{PD}}{\text{RBT12}}$$

Cálculo:Alíquota Efetiva = $621598 \times 13,5\% - 17640 / 621598$

Alíquota Efetiva = 0,106621 = 10,66%

Fonte: Portal Wolters Kluwer³⁰

²⁹ Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/LCP/Lcp123.htm> Acesso em: 15 ago. 2018.

³⁰ Mudanças no Simples Nacional: como calcular as novas alíquotas. Disponível em: <<http://www.wolterskluwer.com.br/blog/mudancas-no-simples-nacional-como-calcular-novas-al>>

REFERÊNCIAS

3 MUDANÇAS QUE VÃO AFETAR O MERCADO DE BELEZA BRASILEIRO EM 2017. Disponível em: <<https://revistapegn.globo.com/Administracao-de-empresas/noticia/2016/12/3-mudancas-que-vao-afetar-o-mercado-de-beleza-brasileiro-em-2017.html/>> Acesso em: 26 mar. 2018.

Acupuntura ajuda a acabar com as rugas. Disponível em <<http://www.minhavidacom.br/beleza/materias/11918-acupuntura-ajuda-a-acabar-com-as-rugas>> Acesso em: 24 mai. 2018.

Alto Vale chega a 293.252 habitantes. Disponível em: <<https://www.diarioav.com.br/alto-vale-chega-a-293-252-habitantes/>> Acesso em: 01 jun. 2018.

Blog da Brudine. Disponível em: <<https://www.brudine.com.br/9-9-institucional>> Acesso em: 16. abr. 2018.

Como calcular o custo de um funcionário na sua empresa? Disponível em: <<https://blog.egestor.com.br/como-calculiar-o-custo-de-um-funcionario-na-sua-empresa/>> Acesso em: 15 ago. 2018.

Drenagem para pré e pós operatório. Disponível em <<https://www.upplastica.com.br/drenagem-linfatica-pre-e-pos-operatorio/>> Acesso em: 24 mai. 2018.

Estratégias Empresariais de Penetração e de Skimming. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/negocios/estrategias-empresariais-de-penetracao-e-de-skimming/56665/>> Acesso em: 05 jun. 2018

Gohr, Claudia Fabiana. Trabalho de conclusão de curso em administração I: livro didático. Palhoça/SC: Unisul Virtual, 2008.

Hair Brasil 2018: feira sinaliza retomada do setor de beleza e atrai mais visitantes. Disponível em: <<http://www.doisamaiscosmetica.com.br/cosmeticos/hair-brasil-2018-feira-sinaliza-retomada-do-setor-de-beleza-e-atrai-mais-visitantes/>> Acesso em: 16. abr. 2018.

Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/LCP/Lcp123.htm> Acesso em: 15 ago. 2018.

Lei nº 13.352, de 27 de outubro de 2016. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2016/lei/L13352.htm> Acesso em: 02 abr. 2018.

iquotas/> Acesso em: 15 ago. 2018.

Mercado de beleza nacional se fortalece com empresas maduras e consolidadas. Disponível em <<https://exame.abril.com.br/negocios/dino/mercado-de-beleza-nacional-se-fortalece-com-empresas-maduras-e-consolidadas/>> Acesso em: 24 mai. 2018.

Mudanças no Simples Nacional: como calcular as novas alíquotas. Disponível em: <<http://www.wolterskluwer.com.br/blog/mudancas-no-simples-nacional-como-calcular-novas-aliquotas/>> Acesso em: 15 ago. 2018.

O que é Massagem Modeladora e Redutora? Disponível em <<http://www.vitaclin.com.br/estetica/curitiba/estetica-corporal/massagem-modeladora-e-redutora/>> Acesso em: 24 mai. 2018.

O que esperar para a economia em 2018. Disponível em: <<http://terraeconomico.com.br/o-que-esperar-para-economia-em-2018>> Acesso em: 02 abr. 2018.

Salão de Beleza. Disponível em: <<http://intranet.df.sebrae.com.br/download/salao-de-beleza.pdf>> Acesso em: 16. abr. 2018.

Salão de Beleza. Disponível em: <<http://intranet.df.sebrae.com.br/download/salao-de-beleza.pdf>> Acesso em: 16. abr. 2018.

Salões De Beleza Movimentam Mais De R\$ 3,6 Bilhões Por Ano. Disponível em <<http://hairnor.com.br/saloes-de-beleza-movimentam-mais-de-r-36-bilhoes-por-ano/>> Acesso em: 24 mai. 2018.

Santa Catarina é o sexto estado do país em crescimento populacional. Disponível em: <<https://ndonline.com.br/florianopolis/noticias/santa-catarina-e-o-sexto-estado-do-pais-em-crescimento-populacional>> Acesso em: 01 jun. 2018.

Site do IBGE – Rio do Sul. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sc/rio-do-sul/panorama>> Acesso em: 01 jun. 2018.

Site da Taiff. Disponível em: <<http://www.taiff.com.br/30-anos>> Acesso em: 16. mai. 2018.

Site da Soling Brasil. Disponível em: <<http://www.solingbrasil.com.br/pt/index.php?site=quemsomos>> Acesso em: 16. mai. 2018.

Site da HS Med. Disponível em: <<https://www.hsmed.com.br/aparelho-de-estetica>> Acesso em: 16. mai. 2018.

Site da Wella. Disponível em: <<http://mundodasmarcas.blogspot.com.br/2006/06/wella-beautiful-hair-needs-expert.html>> Acesso em: 16. mai. 2018.

Site da L'oreal. Disponível em: <<http://www.loreal.com.br/grupo-1%C2%B4or%C3%A9al/sobre-a-lor%C3%A9al-brasil>> Acesso em: 16. mai. 2018.

Site da Skiner. Disponível em: <<https://www.skiner.com.br/>> Acesso em: 16. mai. 2018.

Site da Visual Art Farma. Disponível em: <http://visualartfarma.com.br/em_presa/> Acesso em: 16. abr. 2018.