



**UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA
CAMILA PAULA DE OLIVEIRA SILVA**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO EM ADMINISTRAÇÃO

PORTO ALEGRE

2021

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO EM ADMINISTRAÇÃO

Trabalho apresentado ao Curso de Administração
Universidade do Sul de Santa Catarina, como requisito
à obtenção do Título de Bacharel em Administração

Orientadora: Prof.^a Fabiana Witt

PORTO ALEGRE

2021

Agradecimentos

Gostaria de agradecer primeiramente a Deus, que me deu forças nos momentos difíceis principalmente, creio que sem Ele não teria tido forças físicas e mentais para chegar até aqui.

Agradeço ao meu esposo Renato pela compreensão e ajuda durante toda trajetória acadêmica.

Agradeço a minha mãe que mesmo longe sempre me incentivou a buscar o melhor e a não desistir do meu objetivo.

Agradeço a UNISUL, todos os profissionais envolvidos e professores que desempenharam um importante papel para que eu pudesse chegar até aqui e concluir o curso.

Agradeço também a todas as pessoas que contribuíram para a conclusão desse curso, não fazemos nada sozinho e se hoje estou conquistando essa formação acredito que tenha sido com a ajuda de muitas pessoas que estiveram presente em minha vida fisicamente ou mentalmente. Gratidão resumi tudo.

Sumário

Agradecimentos.....	3
1. Projeto de Pesquisa.....	5
2. Descrição do Plano de Negócio.....	5
2.1 Produtos (bens e/ou serviços)	5
3. Plano Estratégico	6
3.1 Análise do Macroambiente	6
3.2 Análise Do Setor	7
3.3 Análise Interna	10
3.4 Análise Swot.....	11
3.5 Objetivos Estratégicos.....	12
3.6 Posicionamento Estratégico	12
4. Plano de Marketing.....	12
4.1 Produtos e Serviços	12
4.2 Mercado Consumidor	14
4.3 Fornecedores	14
4.4 Concorrência.....	16
4.5 Segmentação de Mercado	17
4.6 Objetivos de Marketing.....	18
4.7 Estratégica de Marketing.....	18
4.7.1 Estratégia de Produto.....	18
4.7.2 Estratégia de Produto, Preço, Promoção e Distribuição.....	19
5. O Plano de Operações	21
5.1 Tamanho (capacidade instalada):	21
5.2 Tecnologia e operação	21
5.3 Layout.....	24
5.4 Fluxograma	24
5.5 Organograma da Empresa	26
5.6 Localização	27
6. Plano Financeiro	27
6.1 Investimento inicial	27
6.2 Formas de financiamento	28
6.3 Receitas	28
6.4 Custos	29
6.5 Fluxos de caixa	30
6.6 Projeção do demonstrativo de resultados (DRE).....	30
7. Avaliação do Plano de Negócios	30
7.1 Ponto de equilíbrio	30
7.2 Taxa de lucratividade	31
7.3 Taxa do retorno do investimento	31
7.4 Prazo de retorno do investimento (<i>payback</i>)	31
7.5 Taxa Interna de Retorno.....	31
7.6 Valor Presente Líquido	31
7.7 Análise de sensibilidade	31
7.8 Avaliação social.....	34
8. Conclusão	34
Referências	34

1.PROJETO DE PESQUISA

Considerando que você irá desenvolver um plano de negócio e que para isso será necessário desenvolver um processo de investigação, portanto, uma pesquisa, apresente aspectos importantes da metodologia do trabalho, partindo do pressuposto de que será desenvolvida uma pesquisa empírica “dedicada a codificar a face mensurável da realidade social” (GOHR, 2008). A partir deste tipo de pesquisa, classifique-a quanto:

A aplicabilidade da pesquisa será aplicada, utilizando conhecimento através da pesquisa básica.

A forma de abordar o problema de pesquisa será quantitativa, utilizando a medida dos resultados para confirmar ou refutar as suas hipóteses.

Os instrumentos de coleta de dados foi feito através de análise documental.

2.Descrição de negócio

Será proposto um novo negócio no ramo da estética e beleza. Com ênfase voltada inicialmente para estética facial.

A empresa está situada na Avenida Intendente Magalhães, 940, sala 247, na capital do Rio de Janeiro.

Seus meios de propaganda inicialmente será através de anúncios no Google e nas redes sociais, onde serão apresentados os nossos serviços.

O nome da organização: Myla Flor Sobrancelha e Estética;

O ramo de atividade será o de prestação de serviço;

A constituição legal será de MEI (Microempreendedor Individual)

2.1 Produtos (bens e/ou serviços)

Irá trabalhar com design de sobrancelhas, aplicação de henna ou coloração, micropigmentação shadow e fio a fio, limpeza de pele e microagulhamento.

3. PLANO ESTRATÉGICO

3.1 Análise do macroambiente com base no modelo STEP

FATORES	ASPECTOS ANALISADOS E TENDÊNCIAS
Econômicos	1. Segundo o site Folha de Pernambuco, "mesmo a economia estando estagnada como mostrou o PIB do terceiro trimestre ao registrar -0,2%, alguns setores estão despontando e revelam uma recuperação robusta e o Mercado de produtos e serviços de saúde e bem-estar tem se mostrado promissor" 2. Segundo o site Poder 360 foram observadas novas linhas de crédito e as que não ofereciam carência passaram a oferecer, medidas que daram fôlego para os pequenos negócios no momento atual .
Político-legais	1. Segundo o site do Sebrae o MEI reduz significativamente a burocracia que outros enquadramentos empresariais exigem, permitindo que o recolhimento dos tributes aconteça de forma simplificada.
Socioculturais	2. Devido a ação sociocultural a organização é beneficiada pelo fato das pessoas estarem sempre em busca da boa aparência e dos cuidados com a pele, um serviço que hoje é muito procurado tanto por homens e mulheres.
Tecnológicos	1. As tecnologias disponíveis no Mercado que minha empresa poderá utilizar é muito grande, na parte da estética sempre surgem novos produtos que proporcionam grandes resultados para cada tipo de procedimento, na parte das sobrancelhas sempre surgem novas tendência e técnicas, que requerem novos cursos para podermos sempre estar em alta no Mercado competitivo.

--	--

3.2 Analise do setor

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.	3
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.	3
F.	O local, compatível com a concorrência, exigirá baixo investimento.	1
G.	Não há exigências do governo que beneficiam empresas existentes ou limitam a entrada de novas empresas.	3
H.	Empresas estabelecidas têm pouca experiência no negócio ou custos altos.	3
I.	É improvável uma guerra com os novos concorrentes.	5
J.	O mercado não está saturado.	5
TOTAL		36

Intensidade da Força 1 = $((36 - 10) / 40) \times 100 = 65$

() baixa (v) média () alta

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.	3
B.	O setor em que se situa o negócio mostra um lento crescimento. Uns prosperam em detrimento de outros.	2
C.	Custos fixos altos e pressão no sentido do vender o máximo para cobrir estes custos.	2
D.	Acirrada disputa de preços entre os concorrentes.	5
E.	Não há diferenciação entre os produtos comercializados pelos concorrentes.	3
F.	É muito dispendioso para as empresas já estabelecidas saírem do negócio.	3
TOTAL		

Intensidade da Força 2 = $((18 - 6) / 24) \times 100 = 50$

() baixa (v) média () alta

Força 3 – Ameaças 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.	3
C.	Empresas existentes não costumam utilizar publicidade para promover sua imagem e dos produtos.	2
D.	Setores de atuação dos produtos substitutos estão em expansão, aumentando a concorrência.	5
TOTAL		

Intensidade da Força 3 = $((15 - 4) / 16) \times 100 = 68$

() baixa (v) média () alta

Força 4 – Poder de negociação dos compradores

FATORES		NOTA
A.	Clientes compram em grandes quantidades e sempre fazem forte pressão por preços menores.	3
B.	Produto vendido pelas empresas do setor representa muito nos custos do comprador.	3
C.	Produtos que os clientes compram das empresas do setor são padronizados.	3
D.	Clientes não têm custos adicionais significativos, se mudarem de fornecedores.	3
E.	Há sempre uma ameaça dos clientes virem a produzir os produtos adquiridos no setor.	5
F.	Produto vendido pelas empresas do setor não é essencial para melhorar os produtos do comprador.	3
G.	Clientes são muito bem informados sobre preços, e custos do setor.	5
H.	Clientes trabalham com margens de lucro achatadas.	2
TOTAL		

Intensidade da Força 4 = $((27 - 8) / 32) \times 100 = 59$

() baixa (v) média () alta

Força 5 – Poder de negociação dos fornecedores:

FATORES		NOTA
A.	O fornecimento de produtos, insumos e serviços necessários é concentrado em poucas empresas fornecedoras.	5
B.	Produtos adquiridos pelas empresas do setor não são facilmente substituídos por outros.	2
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.	3
F.	Existem custos significativos para se mudar de fornecedor.	3
G.	Ameaça permanente dos fornecedores entrarem no negócio do setor.	3
TOTAL		

Intensidade da Força 5 = $((23 - 7) / 28) \times 100 = 57$

() baixa (v) média () alta

Com base na intensidade das 5 Forças Competitivas, conclui-se que o setor possui Grau de Atratividade:

() baixo (v) médio () alto

1. A força 1 avalia a possibilidade de novos concorrentes, e analisando o setor em que a empresa está inserida e a intensidade da força é possível concluir que há grande possibilidade abertura de uma nova empresa.
2. A força 2 avalia a rivalidade existente entre as empresas existentes no setor, com o crescente crescimento anual na área da estética e beleza a rivalidade entre as empresas desse segmento sempre existirá, mais isso não atrapalha a abertura de novas empresas principalmente pela grande procura pelos serviços oferecidos.
3. A força 3 avalia a ameaça de produtos substitutos, esta é uma força que motiva e impulsiona a criação de um novo negócio e que também motiva a sempre estar oferecendo um produto diferenciado e de qualidade.
4. A força 4 avalia o poder de negociação dos compradores, esta é uma força que desafia as novas empresas a buscarem novos clientes e manter a fidelização dos mesmos e assim conquistar uma fatia no novo mercado.
5. A força 5 avalia o poder de negociação dos fornecedores, grande desafio para quem é novo no mercado e que ainda não construiu uma boa relação de confiança com os fornecedores para conseguir bons prazos de pagamento e preços melhores.

3.3 Análise internamente o futuro empreendimento

ÁREAS	DESCRIÇÃO E ANÁLISE
Produção/Comercialização/Prestação de Serviços	1. Cliente chega a empresa e é recebido atenciosamente, é oferecido alguma bebida até que seja chamado para o procedimento contratado; 2. A empresa se preocupa em tomar todas as medidas de segurança e exige dos clientes e colaboradores a utilização de máscara de proteção e tem a disposição de todos álcool gel.
Pessoas	1.A empresa terá uma funcionária que será responsável por fazer os atendimentos de design de sobrancelhas, limpeza de pele e microagulhamento. 2.A proprietária da empresa será responsável pela organização, higienização dos materiais que poderão ser reutilizados e da limpeza da empresa.
Finanças	1.Previsão de um faturamento mensal de 7 a 10 mil reais inicialmente, com uma margem de lucro inicial de 50%.
Marketing	1.Os canais de comunicação que a empresa irá trabalhar será através do perfil da empresa no Instagram, nos status do WhatsApp e colocando a empresa nas opções de pesquisa do Google; 2. Sem falar do bom atendimento aos clientes, o que geralmente gera grande retorno.

3.4 Análise swot

Ambiente interno	
Pontos fortes	Pontos fracos
Boa recepção do cliente; Trabalho bem feito, respeitando o desejo de cada cliente; Ambiente agradável e colhedor; Confirmação do procedimento agendado 1 dia antes; Agendamento do próximo procedimento no final do atendimento; Cartão fidelidade que dá ao cliente a cortesia de um procedimento grátis após o preenchimento do mesmo; Ambiente seguro e seguindo as normas recomendadas durante o período da pandemia.	Sala de espera pequena; Mau ou pouca apresentação dos serviços oferecidos aos clientes por parte de uma das colaboradoras; Não cumprimento de alguns horários previamente marcados; Falta acompanhamento no pós atendimento, para saber se o cliente realmente ficou satisfeito;
Ambiente externo	
Oportunidades	Ameaças
Atrair novos clientes através das redes sociais e dos elogios dos clientes; Oferecer atendimento personalizado, indo até a casa das clientes; Oferecer formas diferenciadas de pagamento; Estar atento as novas tendências do mercado.	Concorrentes próximos; Preços mais baixos; Concorrentes sempre apresentam todos os serviços oferecidos;

3.5 Objetivos estratégicos

Objetivo Estratégico 1: Criar meios de manter a fidelização dos clientes que a empresa já conquistou no primeiro ano, aumentar a visibilidade da empresa nos principais meios de comunicação para atrair mais clientes e não deixar cair a qualidade dos serviços prestados.

Objetivo Estratégico 2: Aumentar o faturamento de 15% no final do primeiro ano e 30% no segundo e terceiro ano de empresa. Ampliar o espaço da empresa e contratar mais uma colaboradora.

3.6 Posicionamento estratégico

() Liderança em custo

(v) Diferenciação

() Foco ou enfoque

Justificativa: Oferecer um serviço de qualidade respeitando o estilo de cada cliente sem deixar de lado a excelência da execução da boa técnica. Sabendo ouvir o cliente e atender da melhor forma possível.

4 Plano de Marketing

4.1 Produtos e serviços

CRITÉRIOS	DESCRIÇÃO
Definição do Produto (Qual é o bem e/ou serviço que será fabricado, comercializado e/ou prestado?)	1. Design de sobrancelhas, aplicação de henna ou coloração, micropigmentação shadow e fio a fio, limpeza de pele e microagulhamento.
Utilização do Produto (Para que ele será utilizado por quem o adquirir?)	1.O design de sobrancelhas será destinado para quem deseja ter sobrancelhas bem desenhadas e harmonizadas, realçando a beleza de cada um. A aplicação de henna ou coloração será para aqueles que desejam

	preencher ou colorir suas sobrancelhas, seja para cobrir falhas ou colorir pelos brancos de maneira temporária. A micropigmentação shadow será para aqueles que queiram sobrancelhas marcadas e preenchidas por mais tempo, já a micropigmentação fio a fio será para quem deseja cobrir as falhas das sobrancelhas de um modo mais natural, já que esse processo desenha linhas finas muito parecidas com os fios das sobrancelhas deixando as mais delicadas e naturais. A limpeza de pele é para quem deseja tirar cravos e impurezas da pele de uma maneira profissional e segura. O microagulhamento é destinado para aqueles que buscam eliminar manchas na pele, melhorar a sua firmeza através da ativação do colágeno.
Características e Diferenciais do Produto (O que se pode destacar como características do bem e/ou serviço que o torna desejável frente à concorrência?)	1.O que nos faz diferente da concorrência é a boa execução e atualização das técnicas existentes no mercado, atendendo o cliente sempre de forma educada e consciente, deixando o cliente a vontade para decidir o melhor procedimento buscando atender o melhor da melhor forma possível.

A aplicação de henna ou coloração de sobrancelhas de pois de feito o design poderá ser substituído pela aplicação do lápis que não irá custar nada ao cliente. A limpeza de pele poderá ser substituída pela limpeza expressa que é a metade do preço e oferece excelente resultado.

No caso dos clientes que fazem design de sobrancelhas poderão comprar um lápis para sobrancelhas, uma escovinha própria para sobrancelhas e um lápis de cor nude para poderem cuidar das sobrancelhas até a próxima manutenção.

Para auxiliar no pós da limpeza poderá ser oferecido ao cliente um gel de limpeza e um protetor solar e no pós microagulhamento depois de 24hs o protetor solar será muito bem vindo juntamente com uma vitamina c.

4.2 Mercado consumidor

ITENS	DESCRIÇÃO
Perfil do Cliente	Homens, mulheres e adolescentes (acompanhados por seus responsáveis) que estão insatisfeitas com o tipo ou formato das sobrancelhas e que também buscam cuidar da pele e aumentar a sua auto estima.
Abrangência Geográfica	A empresa terá abrangência em todo o bairro de Marechal Hermes, podendo se estender pelos bairros de Madureira, Bento Ribeiro, Vila Valqueire, Bangu, Tanque e outras regiões mais distantes.
Potencial de crescimento do mercado (com dados referenciados)	Segundo o site Terra “ O setor de estética no Brasil hoje está muito aquecido, existem muitas oportunidades nessa área, e com a crise pessoas encontraram essa nova fonte de renda e de profissionalização nessa área”. Um levantamento feito pela pesquisa de beleza e cuidados pessoais da Eurimonitor apontou que até esse ano terá um aumento acumulado em 14,3%, uma média de 2,7% ao ano. https://www.terra.com.br/noticias/dino/com-3-maior-mercado-do-mundo-brasil-mantem-setor-de-estetica-aquecido,7057894f803145681eb48d2061281278sctp6dzo.html

4.3 Fornecedores

Produto(s) que as duas empresas fornecem	Pinças, henna e coloração para sobrancelhas, dermoroller para microagulhamento, produtos para limpeza de pele e vitamina c.
Fornecedor 1	
Nome	Casa do Esteticista

Localização	Avenida das Américas, 3665 – segundo piso loja 204 – Barra da Tijuca –RJ (Shopping Barra Square Expansão)
Prazo de fornecimento	Fornecimento imediato se o produto estiver disponível em estoque e se for comprado na loja física ou retirado na mesma no caso da compra ter sido feita por telefone, whatsApp ou pelo site, podendo também ser entregue pelo motoboy em até 1 dia útil ou pelos correios em até 5 dias uteis.
Condições de pagamento	Pagamento em até 10x sem juros no cartão de crédito conforme parcela mínima e desconto nos pagamentos feitos por depósito bancário.
Fornecedor 2	
Nome	Tudo Belo Estética
Localização	Rua C 155 N.784- Jardim América Goiânia – GO
Prazo de fornecimento	A entrega poderá ser feita pela transportadora ou pelos correios em ambas as entregas são feitas em dias uteis sendo feitas até 3 tentativas para a entrega do produto. O prazo de entrega será contado a partir de 2 dias uteis após a aprovação do pagamento. O prazo de entrega varia de 7 a 23 dias dependendo do frete escolhido.
Condições de pagamento	Parcelamento em até 48% sem juros mediante análise de crédito ou 5% de desconto nos pagamentos feitos por boleto.

Os dois fornecedores possuem excelente reputação e qualidade em seus produtos, mesmo o segundo fornecedor possui um prazo de pagamento maior, porém seu prazo de entrega e frete são mais altos, já o primeiro fornecedor oferece prazo de pagamento menor porém sua loja fica no mesmo Estado da minha empresa o que facilita muito o fornecimento dos produtos, sendo assim minha preferência é o primeiro fornecedor.

4.4 Concorrência

Item	Sua empresa (descrição do item)	Concorrente A		Concorrente B	
		Ponto Forte?	Ponto Fraco?	Ponto Forte?	Ponto Fraco?
Produto	Design de sobrancelhas, aplicação de henna ou coloração, micropigmentação shadow e fio a fio, limpeza de pele e microagulhamento	x			x
Participação no mercado (em % de vendas)	Com o objetivo de aumentar o % de vendas em 30% no primeiro ano		x	x	
Atendimento	Durante o procedimento contratado.	x		x	
Atendimento pós-venda	Após a realização do procedimento contratado	x			x
Localização	Ambos de fácil localização	x		x	
Divulgação	Feito por artistas conhecidos e por depoimento e fotos de antes e depois de cada procedimento	x		x	
Preços	Altos	x			x
Qualidade do(s) produto(s)	Trabalham com produtos de boa qualidade	x		x	
Reputação	Boa reputação	x		x	
Canais de venda utilizados	Redes sociais com depoimentos dos clientes.	x			x

4.5 Segmentação de Mercado

PROCESSO DE SEGMENTAR	CARACTERÍSTICAS
Mercado (Para quem o produto será vendido?) Traga para cá a descrição do cliente que você já colocou na questão 4!	Homens, mulheres e adolescentes (acompanhados por um responsável) que estão insatisfeitas com o tipo ou formato das sobrancelhas e que também buscam cuidar da pele e aumentar a sua auto estima.
Características do Produto (O que meu cliente estará buscando de benefícios no meu produto ao adquiri-lo?) Traga para cá as características e descrição do produto que você já colocou na questão 1!	O design de sobrancelhas será destinado para quem deseja ter sobrancelhas bem desenhadas e harmonizadas, realçando a beleza de cada um. A aplicação de henna ou coloração será para aqueles que desejam preencher ou colorir suas sobrancelhas, seja para cobrir falhas ou colorir pelos brancos de maneira temporária. A micropigmentação shadow será para aqueles que queiram sobrancelhas marcadas e preenchidas por mais tempo, já a micropigmentação fio a fio será para quem deseja cobrir as falhas das sobrancelhas de um modo mais natural, já que esse processo desenha linhas finas muito parecidas com os fios das sobrancelhas deixando as mais delicadas e naturais. A limpeza de pele é para quem deseja tirar cravos e impurezas da pele de uma maneira profissional e segura. O microagulhamento é destinado para aqueles que buscam eliminar manchas na pele, melhorar a sua firmeza através da ativação do colágeno.
Segmento (Síntese das duas respostas anteriores)	Pessoas em geral independente do sexo que queiram cuidar da boa aparência das sobrancelhas e da pele buscando harmonizar o olhar, aumentando assim sua auto estima.

4.6 Objetivos de Marketing

Objetivo Estratégico 1: Criar meios de manter a fidelização dos clientes que a empresa já conquistou no primeiro ano, aumentar a visibilidade da empresa nos principais meios de comunicação para atrair mais clientes e não deixar cair a qualidade dos serviços prestados.

Objetivo de Marketing 1: Criar um perfil para a empresa nas principais redes sociais mais usadas como Instagram e Facebook buscando ser sempre visto e mostrar nossos produtos e serviços atraindo assim novos clientes.

Objetivo Estratégico 2: Aumentar o faturamento de 15% no final do primeiro ano e 30% no segundo e terceiro ano de empresa. Ampliar o espaço da empresa e contratar mais uma colaboradora.

Objetivo de Marketing 2: Estar sempre atualizado com as novas tendências do mercado, buscando sempre estar aperfeiçoando as técnicas através de cursos e a utilização de excelentes produtos garantindo assim um resultado satisfatório para o cliente. Oferecer benefícios para os clientes que trouxerem mais clientes para a empresa. Estar sempre em contato com os clientes no pós atendimento para poder medir o grau de satisfação e poder assim corrigir possíveis erros.

4.7 Estratégias de Marketing

4.7. 1 Estratégia de Produto

Estratégia de Produto	Trabalhar sempre com bons produtos para garantir um bom resultado do procedimento adquirido pelo cliente.
Estratégia de Preço	Trabalhar com preços compatíveis com a boa qualidade da matéria prima , buscando manter os clientes fidelizados e podendo assim atrair novos clientes.
Estratégia de Promoção	Dependendo do procedimento oferecer descontos de até 10% nos pagamentos feitos em dinheiro, oferecer aos clientes um cartão fidelidade que será assinado na realização de cada procedimento dando ao cliente que completar todo o cartão a cortesia de um procedimento grátis, desconto de 5% e parcelamento em até 4x sem juros na adesão do pacote de microagulhamento.

Estratégia de Distribuição	A melhor forma de distribuição inicialmente será somente na empresa e futuramente na casa dos clientes.
----------------------------	---

4.7.2 Estratégia de produto, Preço, Promoção e Distribuição

Estratégia de Produto	Trabalhar com produtos de boa qualidade, garantindo um procedimento bem feito e satisfatório
Ação 1	Mostrar os benefícios do procedimento
Responsável	Designer e esteticista responsável por executar os procedimentos
Prazo de execução	30 minutos a 1 hora dependendo do procedimento
Mecanismo de controle	Entrar em contato com os clientes após o atendimento para avaliar o grau de satisfação e corrigir possíveis erros
Ação 2	Estar sempre em busca dos melhores produtos e fornecedores
Responsável	Proprietário da empresa
Prazo de execução	O prazo de execução será mensal
Mecanismo de controle	Estar sempre atento aos lançamentos de novos produtos e ao resultado obtido com os mesmos
Estratégia de Preço	Trabalhar com preços compatíveis com a boa qualidade da matéria prima utilizada
Ação 1	Ter um fornecedor local que ofereça boas formas de pagamento e tenha frete grátis
Responsável	Proprietário da empresa
Prazo de execução	Mensal
Mecanismo de controle	Estar sempre atento as promoções
Ação 2	Trabalhar com produtos de boa reputação no mercado
Responsável	Esteticista e designer de sobrancelhas
Prazo de execução	Mensalmente
Mecanismo de controle	Testar cada produto antes de fazer uso dele nos clientes evitando assim possíveis erros na qualidade de cada procedimento
Estratégia de Promoção	Criar pacotes promocionais
Ação 1	Oferecer um pacote de cuidados com a pele, onde o cliente compra um pacote de 5 sessões de microagulhamento e ganha

	10% de desconto e o pacote pode ser parcelado em 4 vezes sem juros nos cartões
Responsável	Esteticista
Prazo de execução	5 meses
Mecanismo de controle	Tirar fotos a cada sessão para acompanhar a evolução do procedimento e estar sempre em contato com o cliente no pós procedimento também
Ação 2	Oferecer ao cliente a cortesia de uma manutenção de sobrancelha grátis quando o mesmo completar 10 manutenções
Responsável	Designer de sobrancelhas
Prazo de execução	Após completar 10 sessões
Mecanismo de controle	Cartão fidelidade entregue ao cliente que deverá ser apresentado em cada procedimento para que seja assinado pela designer de sobrancelhas responsável
Estratégia de Distribuição	O meio de distribuição será feito inicialmente na empresa e futuramente na casa dos clientes
Ação 1	Executar cada procedimento de forma segura e confiável
Responsável	Esteticista ou designer de sobrancelhas
Prazo de execução	Será feito diariamente em cada procedimento
Mecanismo de controle	Estar sempre em contato com o cliente, principalmente após o procedimento
Ação 2	Adquirir equipamentos para atender os clientes em casa
Responsável	Proprietária da empresa
Prazo de execução	Semestral
Mecanismo de controle	Estar sempre em contato com os clientes para assim poder corrigir possíveis erros nos atendimentos fora da empresa.

5.O Plano de Operações

5.1 Tamanho (capacidade instalada)

Sobramcelhas			
Designer por atendimento		Nº de pessoas por atendimento	Nº de atendimentos por mês
Designer	2	2	120
Designer e henna	2	2	120
Designer e coloração	2	2	120
Micropigmentação	2	2	120
Total	-	-	480
Procedimentos estéticos			
Esteticista por procedimento		Nº de atendimentos por dia	Nº de atendimentos por mês
Limpeza de pele	1	1	30
Microagulhamento	1	1	30
Total		-	60

5.2 Tecnologia e operação

Processos	Principais atividades	Equipamentos utilizados	Pessoas envolvidas
Processo administrativo	Gerenciar propaganda em redes sociais; gerenciar setores de designer de sombrancelhas e estética facial	Notebook, rede wifi, celulares, telefone fixo, etc.	Proprietária da empresa e sócia da empresa
Processo de agendamento	Recepcionar os agendamentos dos	Notebook, rede wifi, celulares, telefone fixo,	Responsáveis pela realização dos procedimentos.

	procedimentos e verificar a disponibilidade de horários para a realização dos mesmos.	aplicativo de agenda do celular e notebook, aplicativo de bate papo watsaap, etc.	
Processo de compras	Negociar com fornecedores os melhores preços, consultar prazos de entrega e custo de frete; armazenar os produtos de forma correta.	Notebook, rede wifi, celular, telefone fixo, armários para armazenamento dos produtos	Proprietária e sócia.
Processo de limpeza e manutenção	Manter salas de atendimento e recepção limpos; esterilizar os equipamentos de forma correta; fazer o descarte correto dos materiais utilizados	Vassoura, rodo, panos para limpeza, produtos de limpeza, sacos para lixo, lixeira para colocar o material descartado, máquina de esterilização, etc.	Profissionais que realizam os procedimentos (proprietária e sócia)
Processo financeiro	Receber o pagamento de cada procedimento realizado, fazer o pagamento de fornecedores, efetuar	Aplicativo do banco, notebook, celular, máquina de receber pagamento com cartão de crédito, etc.	Proprietária da empresa

	pagamento de conta de luz, água, internet.		
--	--	--	--

Tabela de equipamentos e materiais para o funcionamento da empresa

Equipamentos	Valores R\$
Sala designer de sobrancelhas e esteticista: 2 macas R\$1.399,00, 2 escadinhas para subir nas macas R\$270,00, 10 pinças R\$169,00, 4 tesoura R\$67,20, 2 dermografos R\$1.798,00, 10 agulhas para dermografo R\$299,00, 2 mixer para mistura de pigmentos R\$119,98 4 tintura para sobrancelhas para micropigmentação tonalidades diversas R\$436,00, 4 coloração para sobrancelhas cores diversas R\$356,00 4 henna R\$63,96 , 10 escovinhas 2 faces para sobrancelhas R\$58,90, 10 roller para microagulhamento R\$790,00, vitamina c para o rosto R\$199,00, algodão R\$22,90, kit para limpeza de pele R\$636,87, 2 espelhos de aumento R\$44,00 , vaporizador umificador com ar quente R\$185,27, envelopes autosselantes R\$32,00, autoclave R\$4.190,00.	11.137,08
Sala de espera e recepção: 2 cadeiras R\$799,80, 2 puff quadrados R\$139,96, armário R\$395,99, balcão para atendimento R\$1058,87, cadeira para o balcão R\$379,89, espelho R\$179,90 ,10 álcool gel R\$126,00, notebook R\$3699,99, celular R\$1799,00	8.579,40
Banheiro e cozinha: vassoura R\$12,55, rodo R\$8,35 , 10 pano de limpeza R\$49,99,	1.714,81

produtos de limpeza R\$ 100,00, papel higiênico R\$39,90, cafeteira R\$371,90, refil para cafeteira R\$37,00, xícaras R\$147,00, talheres R\$31,92, purificador de água R\$510,57, 2.500 copos descartáveis R\$69,99, 10 saco para lixo com 20 unidades R\$ 149,00, 4 lixeira R\$186,64.	
Total	21.431,29

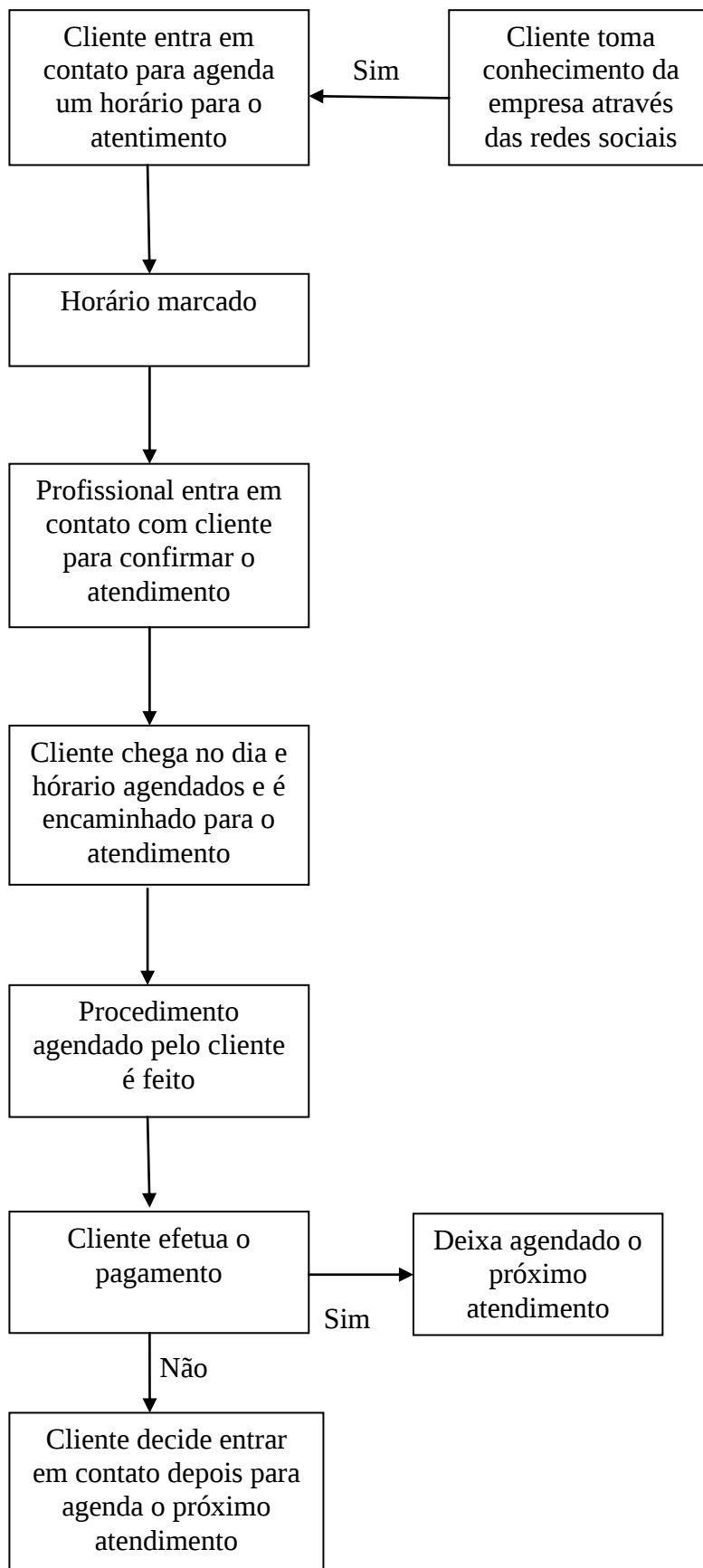
5.3 Layout



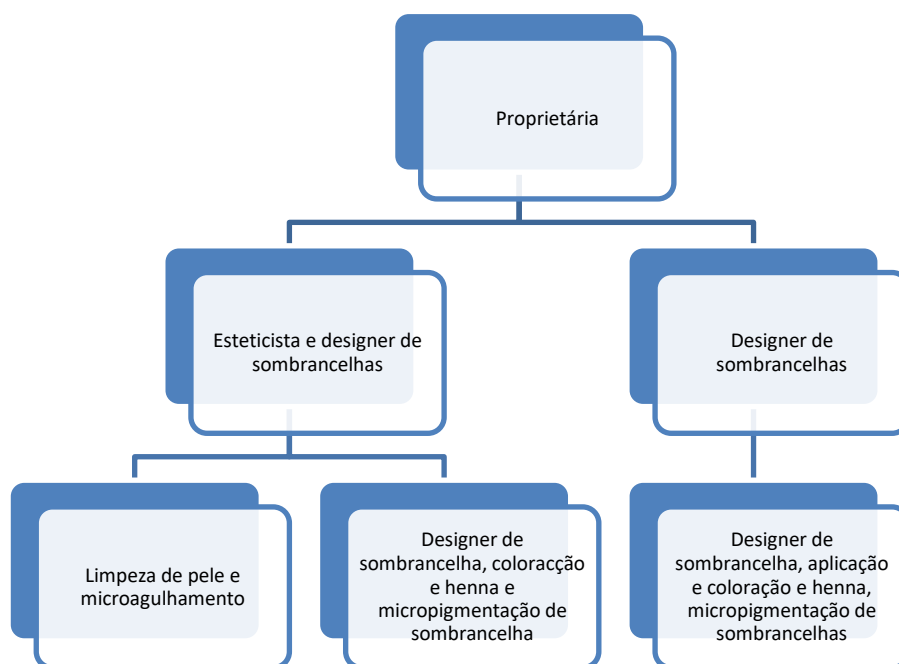
Fonte retirada do site:Eudoraangola, Planta baixa. **Pinterest**. Disponível em:

< <https://br.pinterest.com/eudoraangola/planta-baixa/>> Acesso em 10 de maio de 2021

5.4 Fluxograma do processo de atendimento da empresa



5.5 Organograma da empresa



Fonte: elaborada pela autora

Tipo de trabalho	Número de pessoas	Qualificações desejadas	Quem?
Designer de sobrancelhas, coloração, aplicação de henna e micropigmentação de sobrancelas	2	Curso técnico em designer de sobrancelhas e micropigmentação	Designer de sobrancelhas E esteticista
Limpeza de pele e microagulhamento	1	Curso técnico ou ser formado em esteticista	Esteticista

Funcionário/cargo	Número de pessoas	Salário
1 / Designer de sombrancelhas	1	R\$2.000,00
1/ Esteticista e designer de sombrancelhas	1	R\$2.600,00

5.6 Localização

Fator		Escores		Ponderação	
Peso		A	B	A	B
Energia	3	4	8	12	24
Aluguel	3	6	7	18	21
Sol da tarde	2	9	5	18	10
Necessidade de reforma	3	9	5	27	15
Outros	1	4	7	4	7
Total:				79	77

Mesmo o local A tendo um bom resultado final optamos por escolher o local B não só por estar melhor localizado mais também por ter menos luz solar no período da tarde o que ajuda muito na economia de energia já que nossa empresa está situada no Rio de Janeiro um dos locais mais quentes do Brasil.

6.Plano Financeiro

6.1 Investimento inicial

ITEM DE INVESTIMENTO	QTDE.	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL
Equipamentos para atendimentos	71	156.86	11.137,08
Mobiliário sala de espera e recepção	20	428.97	8.579,40
Custos para abertura da empresa	1	4,700.00	4.700,00
Utensílios do banheiro e cozinha	34	50.44	1.714,81
Capital de giro	1	50,000.00	50.000,00
VALOR TOTAL	-	-	76.131,19

6.2 Formas de Financiamento

TIPO DE CAPITAL	VALOR	%
Capital próprio	100,000.00	
Capital total	76,131.29	100%

6.3 Receitas

6.3.1 Previsão de Venda Mensal/Anual

PRODUTO/SERVIÇO	VENDA MENSAL	VENDA ANUAL
Designer	120	1440
Designer e henna	120	1440
Designer e coloração	120	1440
Micropigmentação	120	1440
Limpeza de pele	30	360
Microagulhamento	30	360

Preço de Venda Prevista

PRODUTO/SERVIÇO	PV ESTIMADO
Designer	R\$ 30.00
Designer e henna	R\$ 55.00
Designer e coloração	R\$ 65.00
Micropigmentação	R\$ 500.00
Limpeza de pele	R\$ 95.00
Microagulhamento	R\$ 300.00

Receita Mensal/Anual Prevista

PRODUTO/SERVIÇO	VENDA MENSAL	PREÇO DE VENDA	FAT. MENSAL	FAT. ANUAL
Designer	120	R\$ 30,00	R\$ 3.600,00	R\$ 43.200,00
Designer e henna	120	R\$55,00	R\$ 6.600,00	R\$ 79.200,00
Designer e coloração	120	R\$ 65,00	R\$ 7.800,00	R\$ 93.600,00
Micropigmentação	120	R\$ 500,00	R\$ 60.000,00	R\$ 720.000,00
Limpeza de pele	30	R\$ 95,00	R\$ 2.850,00	R\$ 34.200,00
Microagulhamento	30	R\$ 300,00	R\$ 9.000,00	R\$ 108.000,00

TOTAL	-	-	R\$ 89.850,00	R\$ 1.078.200,00
--------------	---	---	---------------	------------------

6.4 Custos

Custos Operacionais/Anuais do Futuro Empreendimento

GASTOS OPERACIONAIS	TIPO	VALOR MENSAL	VALOR ANUAL
Pró labore e encargos	ADM.	2,000.00	24.000,00
Total Folha de pagamento	FABR.	4,600.00	55.200,00
Despesas administrativas	ADM.	100.00	1.200,00
Aluguel	ADM.	1,500.00	18.000,00
Matéria prima	FABR.	3,063.63	36.763,56
IPTU	ADM.	200.00	2.400,00
Contador	ADM.	49.00	588,00
Depreciação	FABR.	1,002.34	12.028,05
Depreciação	ADM.	1,029.42	12.353,05
Manutenção preventiva	FABR.	100.00	1.200,00
Luz	FABR.	1,000.00	12.000,00
Água	FABR.	300.00	3.600,00
Telefone e internet	ADM.	150.00	1.800,00
Impostos	FINANC.	58.25	699,00
TOTAL	-	15,152.64	181.831,66

Classificação dos Custos Mensais/Anuais em Fixos e Variáveis

GASTOS OPERACIONAIS	MENSAL		ANUAL	
	GASTO FIXO	GASTO VARIÁVEL	GASTO FIXO	GASTO VARIÁVEL
Pró labore	2.000,00		24.000,00	
Total folha de pagamento	4.600,00		55.200,00	
Despesas administrativas	100,00		1.200,00	
Aluguel	1.500,00		18.000,00	
Matéria prima		3.063,63		36.763,56
IPTU	200,00		2.400,00	
Contador	49,00		588,00	
Depreciação	2.031,76		24.381,10	
Manutenção preventiva	100,00		1.200,00	
Luz		1.000,00		12.000,00
Água		300,00		3.600,00
Telefone e internet		150,00		1.800,00
Impostos		58,25		699,00
TOTAL FIXO E VARIÁVEL	10.580,76	4.571,88	126.969,10	54.862,56
TOTAL GERAL	15.152,64		181.831,66	

6.5 Fluxo de caixa

Projeção do fluxo de caixa mensal/anual do futuro empreendimento.

ANOS	0	1	2	3	4	5
(a) Receita total (Vendas)		1.078,200	1.110,546,00	1.143.862,38	1.178.178,25	1.213.523,60
Pagamentos						
Gastos operacionais variáveis		54.862,56	56.508,44	58.203,69	59.949,80	61.748,29
Gastos operacionais fixos		126.969,10	126.969,10	126.969,10	126.969,10	126.969,00
(a) total de gastos (CF + CV)		181.831,66	183.477,54	185.172,79	186.918,90	188.717,39
investimento inicial + giro capital	76.131,29	-	-	-	-	-
(b) fluxo de caixa livre – FCL (a-b-c)	76.131,29	896.368,34	927.068,46	958.689,59	991.259,35	1.024.806,21

6.6 Projeção do demonstrativo de resultados (DRE)

	ANO 1
Receita Total	1,078,200.00
(-) Gasto Variável	54,862.56
(=) Lucro Bruto	1,023,337.44
(-) Gasto Fixo	126,969.10
(=) Lucro Operacional	896,368.34
(-) Imposto de Renda ou Simples	134,455.25
(-) Contribuição Social ou Simples	80,673.15
(=) Lucro Líquido	681,239.94

7. Avaliação econômica

7.1 Ponto de equilíbrio

Calcule o ponto de equilíbrio econômico do futuro empreendimento

$$PE = [CF \div (RT - CV)] \times 100$$

12%

7.2 Taxa de lucratividade

$$TL = (LL \div RT) \times 100$$

63%

7.3 Taxa do retorno do investimento

$$TRI = (LL \div II) \times 100$$

895%

7.4 Prazo de retorno do investimento (payback)

$$\text{Payback} = II \div LL$$

0,11 (1 ano e 10 meses)

7.5 Taxa Interna de Retorno

$$=TIR(B20:G20)"$$

1181%

7.6 Valor Presente Líquido (VPL)

$$\text{No excel } "=VPL(10\%;C20:G20)+B20"$$

3.538.566,49

7.7 Análise de sensibilidade

Cenário otimista (Receitas 10% maior)

Fluxo de caixa

ANOS	PRÉ ABERTU RA	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
(a) RECEITA TOTAL (VENDAS)		1.186.020 ,00	1.221.600, 60	1.258.248,6 2	1.295.996, 08	1.334.875, 96
Pagamentos						
Gastos operacionais variáveis		60.348,82	62.159,28	64.024,06	65.944,78	67.923,12
Gastos operacionais fixos		126.969,1 0	126.969,10	126.969,10	126.969,10	126.969,10
(b) Total de gastos (CF + CV)	-	187.317, 91	189.128,38	190.993,16	192.913,88	194.892,22
(c) Investimento inicial + capital de giro	76.131,19	-	-	-	-	-
(d) Fluxo de caixa livre – FCL (a – b – c)	76.131,19	998.702, 09	1.032.472, 22	1.067.255,4 6	1.103.082, 20	1.139.983, 74

DRE	ANO 1
Receita Total	1,186,020.00
(-) Gasto Variável	60,348.82
(=) Lucro Bruto	1,125,671.18
(-) Gasto Fixo	126,969.10
(=) Lucro Operacional	998,702.09
(-) Imposto de Renda	149,805.31
(-) Contribuição Social	89,883.19
(=) Lucro Líquido	759,013.59

DADOS DO PLANO FINANCEIRO NO CENÁRIO OTIMISTA

INVESTIMENTO INICIAL (II)	76,131.29
RECEITA TOTAL ANUAL (RT)	1,186,020.00
TOTAL DE GASTOS VARIÁVEIS ANUAL (GV ou CV)	60,348.82
TOTAL DE GASTOS FIXOS ANUAL (GF ou CF)	126,969.10
LUCRO LÍQUIDO ANUAL (LL)	759,013.59

Cenário pessimista (receita 10% menor)

ANOS	PRÉ ABERTURA	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
(a) RECEITA TOTAL (VENDAS)		980.380,00	999.491,40	1.029.476,14	1.060.360,43	1.092.171,24
Pagamentos						
Gastos operacionais variáveis		49.376,30	50.857,59	56.383,32	53.954,82	55.573,47
Gastos operacionais fixos		126.969,10	126.969,10	126.969,10	126.969,10	126.969,10
(b) Total de gastos (CF + -)		176.345,40	177.826,69	179.352,42	180.923,92	182.542,46

CV)		0				
(c) Investimento inicial + capital de giro	76.131,19	-	-	-	-	-
(d) Fluxo de caixa livre – FCL (a – b – c)	76.131,19	794.034,60	821.664,71	850.123,72	879.436,51	909.628,68

DRE	ANO 1
Receita Total	970,380.00
(-) Gasto Variável	49,376.30
(=) Lucro Bruto	921,003.70
(-) Gasto Fixo	126,969.10
(=) Lucro Operacional	794,034.60
(-) Imposto de Renda	119,105.19
(-) Contribuição Social	71,463.11
(=) Lucro Líquido	603,466.29

DADOS DO PLANO FINANCEIRO NO CENÁRIO PESSIMISTA

INVESTIMENTO INICIAL (II)	76,131.29
RECEITA TOTAL ANUAL (RT)	970,380.00
TOTAL DE GASTOS VARIÁVEIS ANUAL (GV ou CV)	49,376.30
TOTAL DE GASTOS FIXOS ANUAL (GF ou CF)	126,969.10
LUCRO LÍQUIDO ANUAL (LL)	603,466.29

	Receitas				
Projeção	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
Otimista (exemplo 10% maior)	1.186.120,00	1.121.600,60	1.258.248,62	1.295.996,08	1.334.875,96
Mais provável	1.078.200,00	1.110.546,00	1.143.862,38	1.178.178,25	1.213.523,60
Pessimista (exemplo 10% menor)	970.380,00	999.941,40	1.029.476,14	1.060.360,43	1.092.171,24

Indicador	Otimista	Mais provável	Pessimista
TIR %	1315%	1181%	1046%
VPL R\$	3.948.167,54	3.538.566,49	3.128.965,43
PAYBACK (tempo)	0,10	0,11	0,13
PE %	11%	12%	14%

7.8 Avaliação social

Os benefícios do futuro empreendimento se comparado ao número de empregos gerados são poucos já que no primeiro ano não foi feita nenhuma contratação a mais, já os benefícios para os clientes foram muitos principalmente a melhora da auto estima. Os impactos ao meio ambiente foram poucos analisando pelo fato do lixo gerado não ter tido o destino apropriado e ter sido descartado em um local onde são descartados todos os tipos de lixo, gerando um impacto ambiental muito maior do que o previsto infelizmente.

8. Conclusão

Mesmo em meio ao cenário de incertezas vivido atualmenteo comercio da estética e beleza manteve – se em alta mesmo ap’s a longa quarentena. Pode – se observar que com a reaberturaparcial dos centros estéticos o número de clientes aumentou muito graças a esse longo período que as pessoas tiveram que ficar em casa. Analizando o momento atual juntamente com todo o plano de negócio proposto é possível observar que sim é viável a implantação dessa ideia de negócio e todo bom empreendedor deve saber observar uma boa oportunidade de negócio como a vivida atualmente. E para empreender é necessário ter a cabeça fria e explorar cada nova oportunidade, sabendo aproveitar cada oportunidade de lucro. A viabilidade dessa ideia de negócio é a parte mais fácil tendo em viasta a parte de colocar em prática cada item estudado fora do papel será necessario fazer e oferecer um serviço diferenciado tendo em vista a grande quantidade de concorrentes no ramo. Tão importante como começar e se lançar no mercado será permanecer nele.

9. Referências

Amazon. **Amazon**, 2021. Disponível em: <https://www.amazon.com.br/Henna-Design-SobrancelhaProfissionalMakiaj/dp/B085MFBP7P/ref=asc_df_B085MFBP7P/?tag=googleshopp0020&linkCode=df0&hvadid=393137797567&hvpos=&hvnetw=g&hvrnd=11810013322872860862&hvpone=&hvptwo=&hvqmt=&hvdev=c&hvdvcmdl=&hvlocint=&hvlocphy=1031598&hvtargid=pla-966417184070&psc=1>. Acesso em: 10 de maio de 2021.

Aprender excel. **Função soma no excel**, 2013. Disponível em:

<https://www.aprenderexcel.com.br/2013/tutoriais/funcao-soma-no-excel#:~:text=1.,apresentar%C3%A1%20a%20soma%20dos%20valores>.

Acesso em:

Blog ploomes. **Como fazer calculo de depreciação de ativos**, 2019. Disponível em: <https://blog.ploomes.com/index.php/2019/04/25/calculo-de-depreciacao-de-ativos/>. Acesso em: 10 de maio de 2021.

Casas Bahia. **Casas Bahia**, 2021. Disponível em: <https://www.casasbahia.com.br/armarios-aereos-ditalia/b>>. Acesso em: 10 de maio de 2021.

Casa do esteticista. **Casa do esteticista**. Rio de Janeiro – RJ. 29 de outubro de 2020. Disponível em: <https://www.casadoesteticista.com.br/>> Acesso em: 29 de outubro de 2020.

Casa do esteticista. **Casa do esteticista**. Rio de Janeiro – RJ, 2021. Disponível em: https://www.casadoesteticista.com.br/loja/busca.php?loja=658781&palavra_busca=maca > Acesso em: 10 de maio de 2021

Casa do esteticista. **Casa do esteticista**. Rio de Janeiro – RJ, 2021. Disponível em: https://www.casadoesteticista.com.br/loja/busca.php?loja=658781&palavra_busca=escada > Acesso em: 10 de maio de 2021

Casa do esteticista. **Casa do esteticista**. Rio de Janeiro – RJ, 2021. Disponível em: https://www.casadoesteticista.com.br/loja/busca.php?loja=658781&palavra_busca=pin%E7a > Acesso em: 10 de maio de 2021

Casa do esteticista. **Casa do esteticista**. Rio de Janeiro, 2021. Disponível em: https://www.casadoesteticista.com.br/loja/busca.php?loja=658781&palavra_busca=tesoura > Acesso em: 10 de maio de 2021

Casa do esteticista. **Casa do esteticista**. Rio de Janeiro, 2021. Disponível em:

<https://www.casadoesteticista.com.br/loja/busca.php?loja=658781&palavra_busca=dermografo> Acesso em: 10 maio de 2021.

Casa do esteticista. **Casa do esteticista**, Rio de Janeiro – RJ, 2021. Disponível em: <<https://www.casadoesteticista.com.br/estetica/acessorios-para-estetica/espelho-de-aumento-para-bancada-dupla-face-cod-988>>. Acesso em: 10 de maio de 2021.

Casa do esteticista. **Casa do esteticista**, Rio de Janeiro –RJ, 2021. Disponível em: <https://www.casadoesteticista.com.br/loja/busca.php?loja=658781&palavra_busca=envelopes+autosselantes>. Acesso em: 10 de maio de 2021.

Casa do esteticista. **Casa do esteticista**, Rio de Janeiro – RJ, 2021. Disponível em: <<https://www.casadoesteticista.com.br/autoclaves-e-estufas/autoclave-vitale-class-cristofoli-12-litros-inox>>. Acesso em: 10 de maio de 2021.

Casa do esteticista. **Casa do esteticista**, Rio de Janeiro – RJ, 2021. Disponível em: <https://www.casadoesteticista.com.br/loja/busca.php?loja=658781&palavra_busca=pigmentos>. Acesso em: 10 de maio de 2021.

Casa do esteticista. **Casa do esteticista**, Rio de Janeiro – RJ 2021. Disponível em: <<https://www.casadoesteticista.com.br/design-do-olhar/micropigmentacao-e-microblading/acessorios-para-micropigmentacao/escovinha-2-faces-para-sobrancelha-cod-1283>>. Acesso em: 10 de maio de 2021.

Casa do esteticista. **Casa do esteticista**, Rio de Janeiro – RJ. Disponível em: <<https://www.casadoesteticista.com.br/estetica/acessorios-para-estetica/microagulhamento/roller-microagulhamento-com-anvisa-540-agulhas-smart-gr>
<https://www.casadoesteticista.com.br/rejuvenescimento/dermosoft-revitalize-dermo-vit-c-30g-extratos-da-terra>>. Acesso em: 10 de maio de 2021

Casa do esteticista. **Casa do esteticista**, Rio de Janeiro – RJ. Disponível em: <https://www.casadoesteticista.com.br/loja/busca.php?loja=658781&palavra_busca=algodão> Acesso em: 10 de maio de 2021.

Casa do esteticista. **Casa do esteticista**, Rio de Janeiro – RJ, 2021. Disponível em: <<https://www.casadoesteticista.com.br/kit-limpeza-de-pele-profunda-antiacne-extratos-da-terra>>. Acesso em: 10 de maio de 2021.

Empreendedorismo, **Economia UOL**, 2019. Disponível em: <<https://economia.uol.com.br/empreendedorismo/noticias/redacao/2019/05/06/contabilidade-online-contador-startups.htm#:~:text=Para%20empreendedores%20do%20MEI%2C%20que,%24%2049%20e%20R%24%2079>>. Acesso em: 10 de maio de 2021.

Gimba. **Gimba**, 2021. Disponível em: <https://www.gimba.com.br/rodos/rodo-plastico-duplo-para-chao-40cm-cabo-de-madeira-120m-1-un-oliveira-e-azevedo/?PID=20923&utm_source=googleshopping&utm_medium=googleshopping&utm_campaign=googleshopping&gclid=Cj0KCQjws-OEBhCkARIsAPhOkIZhO-kvBFVkvYObkAm9F9nOoOea4O9fGsRamPIRXKaP6eH7X5wLbyEaAutlEALw_wcB>. Acesso em: 10 de maio de 2021.

Gohr, Claudia Fabiana, **Livro Trabalho de Conclusão de Curso em Administração I**: livro de dático/Claudia Fabiana Gohr; designer instrucional Leandro Kingeski Pacheco. – Palhoça UnisulVirtual, 2008.

Gohr, Claudia Fabiana **Trabalho de conclusão de curso em administração II** : livro didático / Claudia Fabiana Gohr ; design instrucional Leandro Kingeski Pacheco. – Palhoça : UnisulVirtual, 2008. 186 p. : il. ; 28 cm. Inclui bibliografi a. 1. Negócios. 2. Administração de empresas – Pesquisa. I. Pacheco, Leandro Kingeski. II. Título.

Google. **Google**, 2021. Disponível em: <https://www.google.com.br/search?q=cadeira+para+balc%C3%A3o+de+recep%C3%A7%C3%A3o&sxsrf=ALeKk02ao_1ezLZzEU7BWK_NmYDfRK4WQQ:1620504412750&source=univ&tbm=shop&tbo=u&sa=X&ved=2ahUKEwjWx4Ov8brwAhX-FbkGHS7HCDcQ1TV6BQgBEOYB&biw=1366&bih=625#spd=1552667238245960771_1>. Acesso em: 10 de maio de 2021.

Kalunga. **Kalunga**, 2021. Disponível em: <https://www.kalunga.com.br/prod/lixreira-plastica-c-pedal-vime-preta-12l-163-p-nitronplast-industri-pt-1-un/156839?pcID=39&gclid=Cj0KCQjws-OEBhCkARIsAPhOkIbJvqh0lF2o14dTqEkQw--p52fB9oQixB2u_SMxcbWbfQ-WjqWD5T0aAl4eEALw_wcB>. Acesso em: 10 de maio de 2021.

Lojas Americanas. **Lojas Americanas**, 2021. Disponível em: <https://www.americanas.com.br/produto/2785033864?pfm_carac=umidificador-220v&pfm_index=4&pfm_page=search&pfm_pos=grid&pfm_type=search_page&cor=Branco%20e%20Azul&voltagem=220vundefined>. Acesso em: 10 de maio de 2021.

Lojas americanas. **Lojas Americanas**, 2021. Disponível em: <https://www.americanas.com.br/produto/2947509475?pfm_carac=notebook&pfm_index=8&pfm_page=search&pfm_pos=grid&pfm_type=search_page&cor=PRATA&voltagem=BIVOLT>. Acesso em: 10 de maio de 2021.

Lojas americanas. **Lojas Americanas**, 2021. Disponível em: <https://www.americanas.com.br/produto/1972840661?pfm_carac=celular&pfm_index=3&pfm_page=search&pfm_pos=grid&pfm_type=search_page>. Acesso em: 10 de maio de 2021.

Lojas americanas. **Lojas Americanas**, 2021. Disponível em: <https://www.americanas.com.br/produto/2698903083?pfm_carac=purificador-de-agua&pfm_index=10&pfm_page=search&pfm_pos=grid&pfm_type=search_page&voltagem=Bivolt>. Acesso em: 10 de maio de 2021.

Loja limppano. **Loja Limppano**, 2021. Disponível em: <https://www.lojalimppano.com.br/sacos-de-lixo/saco-de-lixo-30-litros?parceiro=7295&gclid=Cj0KCQjws-OEBhCkARIsAPhOkIYsELbsXp3UunXTM5nm9gSYbaBwlJzkPMudrip7xYyU9fB7kZarT0AaAivSEALw_wcB>. Acesso em: 10 de maio de 2021.

Magazine Luiza. **Magazine Luiza**, 2021. Disponível em:

https://www.magazineluiza.com.br/papel-higienico-folha-dupla-neve-toque-de-seda-24-rolos-30m/p/215282300/me/pahi/?&seller_id=magazineluiza&&utm_source=google&utm_medium=pla&utm_campaign=&partner_id=58934&gclid=Cj0KCQjws-OEBhCkARIsAPhOkIYYCw8xkdeKatjRKGiTndXXYI6wZEhULM5S8pElpEErbKkLGJ2pQdUaApnLEALw_wcB > . Acesso em: 10 de maio de 2021.

Mercado de estética se destaca na economia brasileira. **Folha de Pernambuco**, 03 de junho.2019. Econômia. Disponível em: <<https://www.folhape.com.br/economia/mercado-da-estetica-se-destaca-na-economia-brasileira/106746/>>. Acesso em 28 agosto 2020

Mercado Livre. **Mercado Livre**. 2021. Disponível em: <https://produto.mercadolivre.com.br/MLB-1687455240-kit-50-batoques-anel-acrilico-henna-mini-mix-misturador-JM?searchVariation=75485745216#searchVariation=75485745216&position=22&search_layout=grid&type=item&tracking_id=88a3540f-d784-4a39-93db-d13b81c9ce0b> Acesso em 10 de maio de 2021.

Mercado Livre. **Mercado Livre**, 2021. Disponível em: <https://produto.mercadolivre.com.br/MLB-1790834506-kit-2-puff-quadrado-couro-sintetico-para-escritorio-decorar-JM#reco_item_pos=1&reco_backend=machinalis-seller-items-pdp&reco_backend_type=low_level&reco_client=vip-seller_items-above&reco_id=e74f8fdd-b2d3-4d5f-ad86-f7cd47a26cae>. Acesso em: 10 de maio de 2021.

Mercado livre. **Mercado Livre**, 2021. Disponível em: <https://produto.mercadolivre.com.br/MLB-745281996-balco-escritorio-recepco-atendimento-120x140-var-cores-JM?matt_tool=18956390&utm_source=google_shopping&utm_medium=organic>. Acesso em: 10 de maio de 2021.

Mercado livre. **Mercado Livre**, 2021. Disponível em:

<<https://produto.mercadolivre.com.br/MLB-1793375250-pano-de-cho-saca-alvejado-10-unidades->

[JM?matt_tool=18956390&utm_source=google_shopping&utm_medium=organic](https://produto.mercadolivre.com.br/MLB-1793375250-pano-de-cho-saca-alvejado-10-unidades-JM?matt_tool=18956390&utm_source=google_shopping&utm_medium=organic)>.

Acesso em: 10 de maio de 2021.

Mercado livre. **Mercado Livre**, 2021. Disponível em:

<<https://produto.mercadolivre.com.br/MLB-1161805842-copo-desc-180ml-c1000-copomais-coposul-kerocopo-copomais->

[JM?matt_tool=18956390&utm_source=google_shopping&utm_medium=organic](https://produto.mercadolivre.com.br/MLB-1161805842-copo-desc-180ml-c1000-copomais-coposul-kerocopo-copomais-JM?matt_tool=18956390&utm_source=google_shopping&utm_medium=organic)>.

Acesso em: 10 de maio de 2021.

Oceano B2B, **Oceano B2B**, 2021. Disponível em: <https://www.oceanob2b.com/cadeira-de-escritorio-preta-berwell-luxura-staples-oceano-b2b->

[p1002477?tsid=16&gclid=CjwKCAjw7diEBhB-](https://www.oceanob2b.com/cadeira-de-escritorio-preta-berwell-luxura-staples-oceano-b2b-p1002477?tsid=16&gclid=CjwKCAjw7diEBhB-EiwAskVi17Z9AGoJeofMibhNk4r2FEDICc4pCuktLJDAEtpCv7U1MqWEb9I5BxoCinIQAvD_BwE)

[EiwAskVi17Z9AGoJeofMibhNk4r2FEDICc4pCuktLJDAEtpCv7U1MqWEb9I5BxoCinIQAvD_BwE](https://www.oceanob2b.com/cadeira-de-escritorio-preta-berwell-luxura-staples-oceano-b2b-p1002477?tsid=16&gclid=CjwKCAjw7diEBhB-EiwAskVi17Z9AGoJeofMibhNk4r2FEDICc4pCuktLJDAEtpCv7U1MqWEb9I5BxoCinIQAvD_BwE) >. Acesso em: 10 de maio de 2021

Quais as obrigações do MEI após a formalização empresarial. **SEBRAE**. Portal sebrae. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ap/artigos/quais-as-obrigacoes-do-mei-apos-a-formalizacao-empresarial,87532ceb1d5bf510VgnVCM1000004c00210aRCRD>> Acesso em 28 de agosto de 2020.

Que impostos o microempreendedor individual paga?. **Sebrae**, 2021. Disponível em:

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/faq/que-impostos-o-microempreendedor-individual->

[paga,8c7ed15a9567d410VgnVCM1000003b74010aRCRD#:~:text=Ao%20se%20tornar%20MEI%2C%20o,%2C%20Cofins%2C%20IPI%20e%20CSLL](https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/faq/que-impostos-o-microempreendedor-individual-paga,8c7ed15a9567d410VgnVCM1000003b74010aRCRD#:~:text=Ao%20se%20tornar%20MEI%2C%20o,%2C%20Cofins%2C%20IPI%20e%20CSLL) >. Acesso em: 10 de maio de 2021.

Riachuelo. **Riachuelo**, 2021. Disponível em: <[https://www.riachuelo.com.br/espelho-redondo-couro-sintetico-40cm-13189492001_sku?gclid=CjwKCAjw7diEBhB-](https://www.riachuelo.com.br/espelho-redondo-couro-sintetico-40cm-13189492001_sku?gclid=CjwKCAjw7diEBhB-EiwAskVi1yVWp5xZVom79iwrQx8WadvLi3unMrbQ-dS0oMerXxaW_hPXCpRahoc7FoQAvD_BwE)

[EiwAskVi1yVWp5xZVom79iwrQx8WadvLi3unMrbQ-](https://www.riachuelo.com.br/espelho-redondo-couro-sintetico-40cm-13189492001_sku?gclid=CjwKCAjw7diEBhB-EiwAskVi1yVWp5xZVom79iwrQx8WadvLi3unMrbQ-dS0oMerXxaW_hPXCpRahoc7FoQAvD_BwE)

[dS0oMerXxaW_hPXCpRahoc7FoQAvD_BwE](https://www.riachuelo.com.br/espelho-redondo-couro-sintetico-40cm-13189492001_sku?gclid=CjwKCAjw7diEBhB-EiwAskVi1yVWp5xZVom79iwrQx8WadvLi3unMrbQ-dS0oMerXxaW_hPXCpRahoc7FoQAvD_BwE)>. Acesso em: 10 de maio de 2021.

Sebrae lista linhas de crédito voltada a pequenos negócios durante a crise. **Poder 360**, 2020. Publicidade. Disponível em:

<<https://www.poder360.com.br/coronavirus/coletanea-lista-linhas-de-credito-voltadas-a-pequenos-negocios-durante-crise/>>. Acesso em: 28 de agosto 2020

Tudo belo estética. **Tudo Belo Estética**. Jardim América - Goiânia – GO. 29 de outubro 2020. Disponível em: <<https://www.tudobeloestetica.com.br/outlet> > Acesso em: 29 de outubro 2020.