

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA/UFPB
Centro de Ciências Sociais Aplicadas/CCSA
Departamento de Administração/DA

**PLANO DE NEGÓCIOS: LA CURITIBANA
SALÃO E BARBEARIA**

KÉNNELLY TURÉCK

João Pessoa
Dezembro de 2020

KÉNNELLY TURÉCK VIANA DA MATTA

PLANO DE NEGÓCIOS: LA CURITIBANA SALÃO E BARBEARIA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Coordenação do Serviço de Estágio Supervisionado em Administração do Curso de Graduação em Administração, do Centro de Ciências Sociais Aplicadas, da Universidade Federal da Paraíba, em cumprimento às exigências para obtenção do Grau de Bacharela em Administração.

Professor Orientador: Prof. Rosivaldo de Lima Lucena, Doutor.

Coordenador do Curso: João Soares Batista Neto

João Pessoa
Dezembro de 2020

K36p Matta, Kennelly Tureck Viana da.

Plano de Negócios: La Curitibana Salão e Barbearia /
Kennelly Tureck Viana da Matta. - João Pessoa, 2020.
49 f. : il.

Orientação: Rosivaldo de Lima Lucena.
TCC (Graduação) - UFPB/CCSA.

1. Administração - Trabalho de Conclusão de Curso. 2.
Empreendedorismo. 3. Plano de negócio. I. Lucena,
Rosivaldo de Lima. II. Título.

UFPB/CCSA

CDU 005

FOLHA DE APROVAÇÃO

Trabalho apresentado à banca examinadora como requisito parcial para a Conclusão de Curso do Bacharelado em Administração

Aluna: Kénnelly Tureck Viana da Matta

Trabalho: Plano de Negócio: La Curitibana Salão e Barbearia

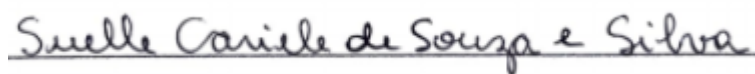
Área da pesquisa: Empreendedorismo

Data de aprovação: 01/12/2020

Banca examinadora



Prof. Dr. Rosivaldo de Lima Lucena
(Orientador)



Profa. Me. Suelle Cariele
(Membro 1 – Avaliadora)

Dedico este trabalho a todos(as) professores (as) do departamento de Administração da UFPB e também aos demais dos outros departamentos que me ajudaram a concluir minha graduação e, além disso construíram um pouco do que eu sou. Agradeço ao meu orientador, Rosivaldo Lucena, que com sua calma e sabedoria me orientou para a conclusão desse trabalho.

Agradecimentos

Agradeço a Deus por me fortalecer a cada dia, ao meu pai Jesulino Filho (in memorian), um grande incentivador dos filhos para o estudo, a minha mãe Clóris Turéck, que me ensinou o significado da perseverança e resiliência, ao meu irmão Leonardo da Matta, que sem o qual, não teria nem feito minha inscrição, agradeço a enorme quantidade de livros por ele comprados e todo material de apoio durante minha trajetória, ao meu namorado José Carlos que sempre me incentivou nos momentos de preocupações, com prazos de entregas dos trabalhos e as caronas, aos funcionários da UFPB, coordenação, que estavam sempre prontos para nos atender, pessoal da biblioteca, sempre atenciosos e aos funcionários da JMT, que me proporcionaram salas, banheiros e corredores sempre limpos e jardins agradáveis e bem cuidados. Enfim, passaria horas agradecendo a tudo e a todos, mas, a página acabará, deixo-os a partir de agora com o meu projeto de conclusão de curso.

Sumário Executivo

La Curitibana Salão e Barbearia é uma empresa que está sendo idealizada por uma estudante do curso de Administração, que tem na mãe um exemplo de empreendedorismo na área de prestação de serviços de beleza. Por amor a sua mãe a estudante iniciou suas primeiras atividades no salão auxiliando sua progenitora. Após 16 anos de experiência, a estudante está avaliando a possibilidade de empreender um salão e barbearia na região sul de João Pessoa. O empreendedorismo este que a princípio terá seu foco maior no atendimento à clientela masculina, público esse que carece de uma atenção especial também. Os homens motivados pelos novos padrões da sociedade, estão procurando cuidar mais da sua aparência. Por isso o negócio se mostra promissor e também um pouco desafiador porque a empreendedora sairá da zona de conforto que se encontra e partirá para uma nova etapa que será a abertura de um negócio na região sul de João Pessoa.

Indicadores de Viabilidade	Valor
Lucratividade	- 30 ,46 % a.a
Rentabilidade	- 79,41 % a.a
Prazo de Retorno do Investimento	
Ponto de Equilíbrio	R\$3.739,50

Indicadores de Viabilidade Opcional	Valor
Lucratividade	29,63 % a.a
Rentabilidade	91,06 % a.a
Prazo de Retorno do Investimento	14 meses
Ponto de Equilíbrio	R\$ 875,79

FIGURAS

Figura 1 - Descrição CNAE	15
Figura 2 - Localização do La Curitibana	16
Figura 3 - Abrangência do possível público do La Curitibana	21
Figura 4 - Preços do La Curitibana	21
Figura 5 - Logomarca do La Curitibana	28
Figura 6 - Preços do La Curitibana	28
Figura 7 - Cartão Felicidade do La Curitibana	29
Figura 8 – Localização do La Curitibana	29
Figura 9 – Layout do La Curitibana	30
Figura 10 - Foto do espaço 1 - 3 do La Curitibana	30
Figura 11 - Foto do espaço 1 - 2 do La Curitibana	30
Figura 12 - Foto do espaço 3 -4 do La Curitibana	31
Figura 13 - Processo de Prestação de Serviço no La Curitibana	31
Figura 14 – Organograma	32

GRÁFICOS

Gráfico 1 - Habitantes divididos por gênero	19
Gráfico 2 - Faixa etária dos habitantes do bairro	19
Gráfico 3 - Comparação entre jovens e idosos no bairro	19
Gráfico 4 - Idade dos respondentes	23
Gráfico 5 - Gênero dos respondentes	23
Gráfico 6 - Escolaridade dos respondentes.....	23
Gráfico 7 - Estilo dos respondentes.....	24
Gráfico 8 - Valor gasto em serviços de beleza pelos respondentes	24
Gráfico 9 - Tipos de serviços mais procurados pelos respondentes	25
Gráfico 10 - Frequência de idas ao salão dos respondentes	25
Gráfico 11 – Frequência de idas ao salão dos respondentes	26
Gráfico 12 - Quais fontes você utiliza para informações sobre salão / barbearia	26
Gráfico 13 - Fidelização dos respondentes com algum estabelecimento no ramo de serviços de beleza da sua região	27
Gráfico 14 - Carência na prestação de serviços de beleza no bairro do respondente	27

QUADROS

Quadro 1 - Capital Social	15
Quadro 2 - Análise SWOT	17
Quadro 3 - Indicadores Financeiros	17
Quadro 4 - Concorrentes do La Curitibana	21
Quadro 5 - Capacidade de atendimento diário	31
Quadro 6 - Necessidade de Pessoal	32
Quadro 7 - Investimento Fixo Inicial (Máquinas, Equipamentos)	32
Quadro 8 - Investimento Fixo Inicial (Móveis e Utensílios)	33
Quadro 9 - Total de investimentos fixo	33
Quadro 10 - Investimento em produtos para realizar os serviços	33
Quadro 11 - Necessidade média de estoques	34
Quadro 12 - Prazo Médio de Venda (Recebimentos)	34
Quadro 13 - Prazo Médio de Compra (Pagamentos)	34
Quadro 14 - Necessidade Líquida de CG (dias)	34
Quadro 15 - Caixa Mínimo	35
Quadro 16 - Capital de Giro (Resumo)	35
Quadro 17 - Investimentos pré – operacionais	35
Quadro 18 - Investimento Total	35
Quadro 19 - Fonte de Recursos	35
Quadro 20 - Estimativa de Faturamento Mensal de Serviços	36
Quadro 21 - Custo de Comercialização	36
Quadro 22 - Despesa com Pessoal	36
Quadro 23 - Depreciação	37
Quadro 24 - Custos Fixos Operacionais Mensais	37
Quadro 25 - DRE	37
Quadro 26 - Projeções das Receitas	39
Quadro 27 - Custo de Comercialização	39
Quadro 28 – DRE	39
Quadro 29 - Projeções das Receitas	40
Quadro 30 - Custo de Comercialização	40
Quadro 31 - DRE	40
Quadro 32 - Investimento Fixo Inicial (Máquinas, Equipamentos)	40
Quadro 33 - Investimento Fixo Inicial (Móveis e Utensílios)	41

Quadro 34 - Total de investimentos fixos	41
Quadro 35 - Investimento em produtos para realizar os serviços	41
Quadro 36 - Necessidade média de estoques	42
Quadro 37 - Prazo Médio de Venda (Recebimentos)	42
Quadro 38 - Prazo Médio de Compra (Pagamentos)	42
Quadro 39 - Prazo Médio de Compra (Pagamentos)	42
Quadro 40 - Caixa Mínimo	43
Quadro 41 - Capital de Giro (Resumo)	43
Quadro 42 - Investimentos pré – operacionais	43
Quadro 43 - Investimento Total	43
Quadro 44 - Fonte de Recursos	43
Quadro 45 - Estimativa de Faturamento Mensal de Serviços	43
Quadro 46 - Custo de Comercialização	44
Quadro 47 - Depreciação	44
Quadro 48 - Custos Fixos Operacionais Mensais	44
Quadro 49 - DRE 60	
Quadro 50 - Projeções das Receitas	46
Quadro 51 - Custo de Comercialização	46
Quadro 52 - DRE	46
Quadro 53 - Projeções das Receitas	47
Quadro 54 - Custo de Comercialização	47
Quadro 55 – DRE	47

SUMÁRIO

1 DESCRIÇÃO DO EMPREENDIMENTO	14
1.1 Definição do Negócio	14
1.2 Empreendedora	14
1.3 Exigências Legais	14
1.4 Área de Atuação	14
1.5 Capital Social	15
1.5.1 Fonte de Recursos	16
1.6 Setor de Atividade	16
1.7 Forma Jurídica	16
1.8 Enquadramento Tributário	16
1.8.1 Âmbito Federal	16
1.9 Conceitos Estratégicos da Organização	16
1.9.1 Missão	16
1.9.2 Visão	16
1.9.3 Valores	16
1.9.4 Descrição dos Principais Serviços	16
1.9.5 Parcerias	16
1.9.6 Localização do Empreendimento	16
1.9.7 Análise SWOT	16
1.10 Indicadores Financeiros	17
 2 ANÁLISE DE MERCADO	 17
2.1 Estudo de Clientes	18
2.1.1 Público Alvo	18
2.1.2 Comportamento dos Clientes	19
2.2 Área de Abrangência	20
2.3 Estudos dos Concorrentes	21
2.4 Estudo dos fornecedores	22
2.5 Análise dos Clientes	22
2.6 Questionário sobre o Comportamento do(a) Consumidor (a) de serviços de Salão e Barbearia	22

3 PLANO DE MARKETING	28
3.1 Logomarca	28
3.2 Descrição dos Principais Serviços	28
3.3 Estratégia de Preço	28
3.4 Estratégias Promocionais	28
3.4.1 Instagran	29
3.4.2 Banners e Placas	29
3.4.3 Parcerias Comerciais	29
3.5 Localização do Empreendimento	29
4 PLANO OPERACIONAL	30
4.1 Layout	30
4.2 Capacidade de Atendimento	31
4.3 Processo Operacional	31
4.4 Necessidade de Pessoal	32
4.5 Estrutura Organizacional	32
 5 PLANO FINANCEIRO	 32
5.1 Estimativas dos Investimentos Fixos	32
5.2 Capital de Giro	33
5.2.1 Estoque Inicial	33
5.2.2 Prazo Médio de Venda	34
5.2.3 Prazo Médio de Compra	34
5.2.4 Necessidade Líquida de CG (dias)	34
5.2.5 Caixa Mínimo	35
5.3 Investimentos Pré – Operacionais	35
5.4 Investimento Total	35
5.5 Estimativa do Faturamento Mensal	36
5.6 Custo de Comercialização	36
5.7 Custo com Mão de Obra	36
5.8 Custos com Depreciação	37
5.9 Custos Fixos Operacionais Mensais	37
5.10 Demonstrativo dos Resultados	37
 6 INDICADORES DE VIABILIDADE	 38
6.1 Ponto de Equilíbrio	38

6.1.1 Fórmula do Ponto de Equilíbrio	38
6.2 Lucratividade	38
6.3 Rentabilidade	38
6.4 Prazo de Retorno do Investimento	38
 7 CONSTRUÇÕES DE CENÁRIOS	38
7.1 Cenário Otimista	38
7.2 Cenário Pessimista	39
 8 PLANO FINANCEIRO OPCIONAL	40
8.1 Estimativas dos Investimentos Fixos	40
8.2 Capital de Giro	41
8.2.1 – Estoque Inicial	41
8.2.2 – Prazo Médio de Venda	42
8.2.3 – Prazo Médio de Compra	42
8.2.4 – Necessidade Líquida de CG (dias)	42
8.2.5 – Caixa Mínimo	43
8.3 Investimentos Pré – Operacionais	43
8.4 Investimento Total	43
8.5 Estimativa do Faturamento Mensal	43
8.6 Custo de Comercialização	44
8.7 Custo com Mão de Obra	44
8.8 Custos com Depreciação	44
8.9 Custos Fixos Operacionais Mensais	44
8.10 Demonstrativo dos Resultados	45
 9 INDICADORES DE VIABILIDADE DO PLANO FINANCEIRO OPCIONAL	45
9.1 Ponto de Equilíbrio	45
9.1.1 – Fórmula do Ponto de Equilíbrio	45
9.2 Lucratividade	45
9.3 Rentabilidade	45
9.4 Prazo de Retorno do Investimento	45

10 CONSTRUÇÕES DE CENÁRIOS DO PLANO FINANCEIRO OPCIONAL	46
10.1 Cenário Otimista	46
10.2 Cenário Pessimista	46
 11 DECISÃO GERENCIAL	 48
 12 REFERÊNCIAS	 49

1 Descrição do empreendimento

Neste capítulo, serão apresentados os dados descritivos do empreendimento necessário para a compreensão geral do negócio e suas características de mercado.

1.1 Definição de negócio

Nosso negócio é realçar a beleza de nossos clientes, através de serviços personalizados, aumentando assim a sua autoestima.

1.2 Empreendedora

La Curitibana terá como única proprietária, KénnellyTuréck, 38 anos, concluinte do curso de Administração na Universidade Federal da Paraíba, residente no Bairro da Cidade Jardim Universitária na rua Comerciante Edilson Paiva de Araújo, 1022, município de João Pessoa

Atribuições no Empreendimento:

Fundadora e proprietária da empresa, responsável pelas negociações de compra e vendas de mercadorias, execução de serviços estéticos como: corte de cabelo masculino, feminino e infantil, designer de sobrancelha unissex, barba, aplicação de coloração unissex, manicure e pedicure masculina e podologia unissex. A gestão financeira será feita pela proprietária juntamente com seu(sua) contador(a).

1.3 Exigências Legais

O empreendimento terá como Razão Social La Curitibana Salão e Barbearia e estará legalizado nos seguintes órgãos:

- Junta Comercial
- Secretaria da Receita Federal(CNPJ)
- Prefeitura Municipal de João Pessoa para obtenção do Alvará de Funcionamento
- Cadastro Municipal na Vigilância Sanitária
- Corpo de Bombeiros

1.4 Área de Atuação

A empresa La Curitibana se enquadra na categoria de atividades de serviços pessoais, conforme indica a Classificação Nacional de Atividades Econômicas(CNAE/IBGE)

Figura 1 – Descrição CNAE

Hierarquia	
Seção:	S OUTRAS ATIVIDADES DE SERVIÇOS
Divisão:	96 OUTRAS ATIVIDADES DE SERVIÇOS PESSOAIS
Grupo:	96.0 Outras atividades de serviços pessoais
Classe:	96.02-5 Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza
Subclasse:	9602-5/01 Cabeleireiros, manicure e pedicure
Notas Explicativas: Esta subclasse compreende: - as atividades de lavagem, corte, penteado, tingimento e outros tratamentos do cabelo - os serviços de barbearia - as atividades de manicure e pedicure	
Esta subclasse não compreende: - a fabricação de perucas (3299-0/99) - a atividade de podologia (8690-9/04) - as atividades de limpeza de pele, massagem facial, maquiagem, etc. (9602-5/02) - a atividade de depilação (9602-5/02)	

Fonte: CNAE/IBGE(2020)

1.5 Capital Social

No empreendimento serão investidos R\$ 12.964,210 reais provenientes da capitalização de recursos próprios e doação da família para a abertura do negócio.

Quadro 1 - Capital Social

Descrição	Valor	%
Recursos Próprios	R\$ 3.000,00	23,14
Recursos de Terceiros (doação da família)	R\$ 9.964,21	76,86
Total	R\$ 12.964,21	100

Fonte:Elaboração Própria (2020)

1.5.1Fonte de Recursos

O investimento provém de capital próprio, oriundo de remunerações de trabalhos anteriores e doação por parte da família, no caso o imóvel no qual está localizado o empreendimento.

1.6 Setor de Atividade

A empresa irá atuar no setor de atividade de serviços pessoais, conforme CNAE.

1.7Forma Jurídica

Microempreendedor Individual (MEI)

1.8Enquadramento Tributário

1.8.1 Âmbito Federal

Optante pelo Simples

1.9 Conceitos Estratégicos da Organização

1.9.1 Missão

Realçar a beleza natural, através de serviços personalizados, elevando a autoestima de nossos clientes.

1.9.2 Visão

Ser reconhecida como a melhor opção na prestação de serviços de beleza do bairro Jardim Cidade Universitária até o ano de 2021.

1.9.3 Valores

Responsabilidade

Respeito

Postura

Amor pela profissão

Atendimento personalizado

1.9.4 Descrição dos Principais Serviços

O salão contará a princípio com serviços de corte masculino, feminino e infantil, barba, manicure e pedicure masculina e podologia unissex e designer de sobrancelha. Os serviços serão prestados por ordem de chegada dos clientes.

1.9.5 Parcerias

La Curitiba deseja realizar parcerias com posto de combustível, padaria, escolas de ensino, academia e distribuidoras de água e gás da região. Parcerias essas que serão interessantes para o empreendimento porque farão com que uma rede de negócios seja criada e os clientes dos comércios parceiros façam parte da nossa rede. Serão disponibilizados descontos sobre os serviços realizados dos clientes advindos das parcerias. Outros parceiros do negócio serão as lojas de cosméticos e as escolas profissionalizantes.

1.9.6 Localização do empreendimento

La Curitiba estará localizada na rua Comerciante Edilson Paiva de Araújo, 1022, no bairro Jardim Cidade Universitária, município de João Pessoa, Paraíba. O local tem 12 metros quadrados.

Figura 2 – Localização do La Curitiba



Fonte: Elaboração Premium Gráfica (2020)

1.9.7 Análise SWOT

A partir da análise SWOT foram identificadas as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças do empreendimento pretendido de acordo com o contexto local, as quais foram elencadas no quadro 4.

Quadro 2– Análise SWOT

	FATORES POSITIVOS	FATORES NEGATIVOS
FATORES INTERNOS	Profissional especializada Atendimento personalizado Boa localização Preço competitivo Conhecimentos de Gestão	Não estar na principal rua do bairro Espaço físico reduzido Pouco capital de giro
FATORES EXTERNOS	Localização sem muitos concorrentes Mercado em expansão Possibilidade de expansão na oferta de serviços	Crise econômica Facilidade de entrantes no mercado

Fonte:Elaboração Própria (2020)

1.10 Indicadores Financeiros

Quadro 3 - Indicadores Financeiros

Indicadores de Viabilidade	Valor
Lucratividade	- 30 ,46 % a.a
Rentabilidade	- 79,41 % a.a
Prazo de Retorno do Investimento	
Ponto de Equilíbrio	R\$3.739,50
Indicadores de Viabilidade Opcional	Valor
Lucratividade	29,63 % a.a
Rentabilidade	91,06 % a.a
Prazo de Retorno do Investimento	14 meses
Ponto de Equilíbrio	R\$ 875,79

Fonte:Elaboração Própria (2020)

2Análise de Mercado

Uma pesquisa realizada pela empresa Euromonitor Internacional aponta o crescimento de 7,1% do mercado de beleza masculino, em 2015. A previsão é que o mesmo percentual de aumento se mantenha até 2019, colocando o Brasil no topo do mercado. Segundo a empresa EuromonitorInternational, o Brasil pode se tornar o maior mercado de beleza masculina do mundo.

A pesquisa traz números que indicam crescimento vertiginoso como o dos últimos cinco anos. Mostram que, no país, o setor de beleza masculina dobrou e deve continuar crescendo 7,1% ao ano até 2019, quando se tornará o maior mercado do mundo na categoria – movimentando US\$ 6,7 bilhões em vendas.

Os estudos da Euromonitor dizem que, desde 2015, no Brasil, o mercado de beleza masculina já dava indícios de sua grandiosidade, quando girou cerca de R\$ 20 bilhões na economia. O público masculino tem sido uma boa surpresa para o setor de men's care.

O brasileiro vive naturalmente se preocupa com a beleza e bem-estar. Isso aliado ao crescimento do setor de saúde e beleza muito superior ao PIB e gerando fatores positivos para a economia nacional prova que, historicamente, os momentos de dificuldades econômicas têm sido o berço de ótimos negócios. Nessa onda crescente ressurgem as barbearias que, muito mais do que cortes de cabelo e barba, oferecem um verdadeiro SPA para os homens. Apropriando-se do clima e conceito retrô, acrescentam ao serviço tradicional, o jogo de sinuca, chopps e drinks e, em alguns casos, até mesmo tatuadores. Outro diferencial é que algumas barbearias oferecem o “Dia do Noivo” com barboterapia e cuidados especiais para o grande dia.

Os novos estabelecimentos oferecem um serviço que atende às demandas do homem sofisticado que busca serviços personalizados e exclusivos e que conta com um ambiente reservado, elegante dentro de um espaço de multi serviços relacionados à saúde, beleza e bem-estar.

Um fator decisivo no crescimento dessa demanda foi o nascimento da cultura hipster e do estilo “lumbersexual”, ou o famoso “lenhador”. A vaidade masculina transformou os

hábitos de consumo dos homens criando espaços para saná-los. Há quem diga que o crescimento no mercado deu seus primeiros sinais nos anos 90, mas somente agora é possível perceber o potencial dele. Assim como em outras partes do mundo, no Brasil houve uma quebra no paradigma de que o cuidado com a beleza por parte dos homens tinha a ver com sexualidade. O homem moderno gosta de se cuidar e se preocupa na busca de novos tratamentos e serviços.

A Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC) divulgou uma pesquisa revelando que a venda de cosméticos, inclusive de barbear, destinados ao público masculino aumentou no Brasil nos últimos anos. Em 2015, esse segmento de mercado cresceu 2,4% e atualmente, os produtos masculinos representam mais de 10% do consumo total de HPPC no Brasil, totalizando US\$ 43 bilhões.

A pesquisa ainda aponta que 83% dos homens entrevistados acreditam hoje em dia não é luxo exclusivo das mulheres a preocupação com a aparência e 54% deles já frequentam regularmente salões de beleza e Barber Shop sem o menor receio.

Renan Peixoto, proprietário da Barbearia Torres, salienta: “O homem, de uns tempos para cá, tem ficado mais vaidoso, mas a mulher ainda gasta mais. O homem, agora, tem a preocupação de se sentir bem e anda mais antenado em se cuidar.

Já o Analista de marketing e comportamento de consumo, Saulo Donnard diz que: “Do ponto de vista da economia esse mercado apresenta significativa importância. Primeiro porque o crescimento no consumo de produtos de beleza e higiene pessoal masculina faz movimentar toda uma cadeia produtiva na indústria, gerando investimentos, emprego e renda”

Diante dessas informações é possível chegarmos à certas conclusões, dentre elas que: investir no mercado de oferta de serviços para o público masculino, feminino e infantil é uma ótima oportunidade de investimento com retorno praticamente certo.

2.1 Estudo do cliente

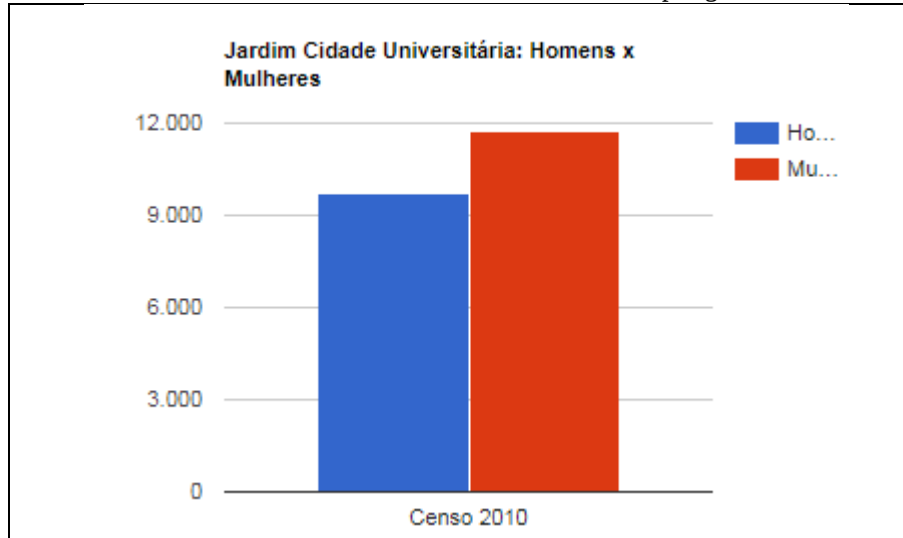
2.1.1 Público Alvo (perfil dos clientes)

A La Curitibana terá como público alvo o público masculino, entretanto, atenderá também mulheres e crianças, que cada vez mais demandam de serviços e produtos que atendam às suas necessidades de embelezamento. Considerando a região na qual a empresa situar-se-á, o perfil de renda dos moradores do bairro são pessoas da classe-média com renda variando entre 1 e 5 salários mínimos.

Demograficamente, a idade média dos frequentadores de espaços de beleza está entre 15 e 60 anos, com um percentual mais representativo entre a faixa etária de 18 a 40 anos, pois é onde as pessoas têm apresentado uma melhor situação de renda e preocupação com a beleza de forma mais intensa e rotineira.

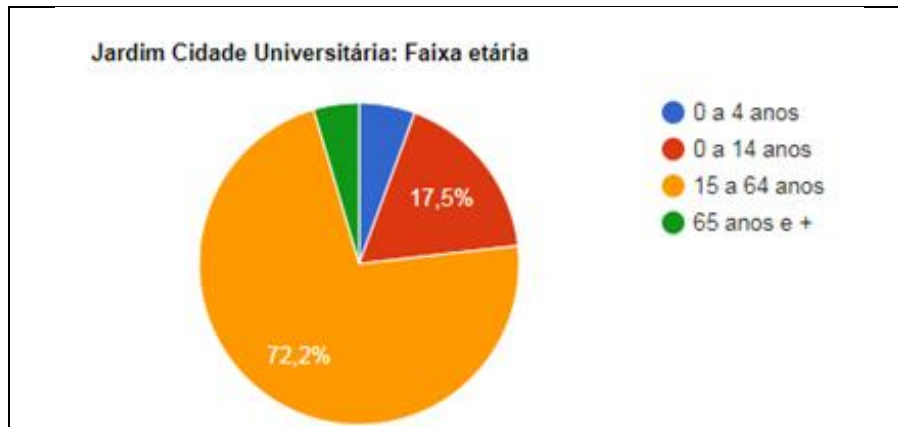
Segundo o Censo de 2010, o número de habitantes do bairro Jardim Cidade Universitária é de 21.425. Esses habitantes são na sua maioria do sexo feminino.

Conforme o Censo 2010 a população do bairro é distribuída entre homens e mulheres. A população masculina, representa 9718 habitantes e a população feminina, 11707 habitantes.

Gráfico 1 - Habitantes divididos por gênero

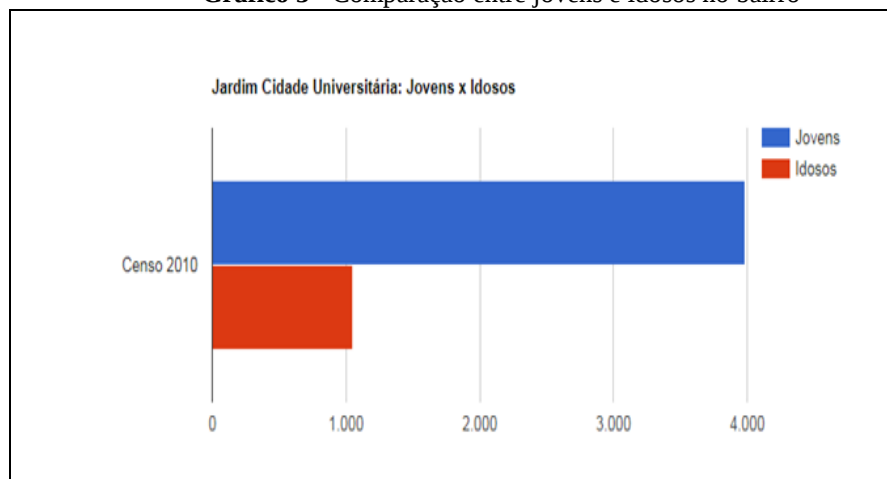
Fonte: IBGE (2010)

A faixa etária da população do bairro segue conforme exposto no Gráfico 2.

Gráfico 2 - Faixa etária dos habitantes do bairro

Fonte: IBGE (2010)

A população do bairro de jovens e idosos segue conforme o Gráfico 3.

Gráfico 3 - Comparação entre jovens e idosos no bairro

Fonte: IBGE (2010)

2.1.2 Comportamento dos clientes

Segundo Blackwell, Miniard, Engel (2005, p. 6), “o comportamento do consumidor é definido como atividades com que as pessoas se ocupam quando

obtêm, consomem e dispõem de produtos e serviços”. Limeira (2008), ainda, define comportamento do consumidor como um conjunto de reações ou respostas dos indivíduos a determinados estímulos, os quais decorrem de fatores pessoais, ambientais, situacionais e de marketing.

Uma pesquisa realizada por Thayse Castro André de Campos que embasou a sua monografia para a sua obtenção do título de especialista em Comunicação e Marketing: foco no relacionamento com o cliente, revelou que a maioria das pesquisadas afirmou sempre frequentar salões de beleza e que gastam, atualmente, menos de 5% de sua renda mensal com o serviço. As entrevistadas indicaram, também, que aumentaram o consumo dos serviços oferecidos pelos salões nos últimos 12 meses e estão dispostas a investir mais do que investem hoje para ficarem bonitas e elevarem sua autoestima, tendo os cuidados com o cabelo o aspecto central de sua atenção. Outro ponto levantado é que prezam pela qualidade nos serviços prestados e estão dispostas a pagar mais para que obtenham um serviço de qualidade superior.

Segundo Casotti, Campos e Suarez (2008), vive-se em uma época em que o culto à beleza, suas representações e práticas parecem assumir uma dimensão social inédita. Com recursos acessíveis não apenas às elites, mas, também, as classes mais baixas, a beleza deixou de ser uma questão de destino ou hereditariedade para se tornar uma escolha ou um luxo ao alcance de todos. Quanto mais os recursos de beleza se sofisticam e se popularizam, mais ainda se altera a relação de cada pessoa com sua aparência.

Segundo o site o Barbeiro, cada vez mais, os homens estão a assumir a sua vaidade de uma forma positiva. Já não escondem que usam hidratantes e frequentam sem inibições os institutos e clínicas de estética. Longe de serem “coisas de mulher”, os cuidados com o corpo e rosto são o mínimo que os homens podem fazer para uma aparência mais saudável. Saiba, então, os passos a dar para cuidar do seu visual

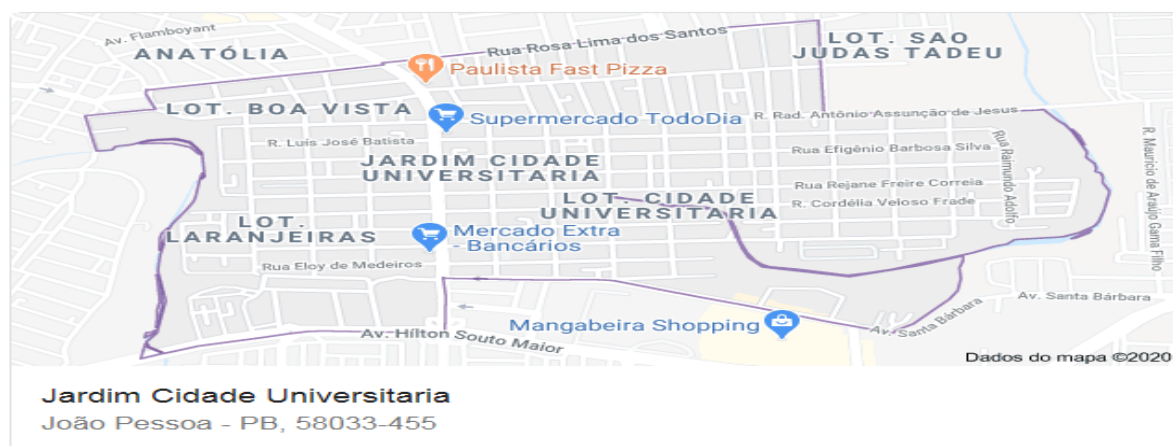
Os homens estão a perder o preconceito e a tornar-se se grandes consumidores de cosméticos. Cada vez mais desinibido, o público masculino começou a encher o armário da casa de banho com produtos só para ele. E há quem leve isto ainda mais longe – muitos homens já trocaram o barbeiro pelo salão de beleza. Não é raro uma mulher sentar-se na manicura e descobrir um cliente masculino na cadeira do lado. É um passo de gigante para um público que, ainda há poucos anos, só admitia usar uma colônia, não se preocupava com a marca do champô e acreditava que homem que fosse homem tinha de usar loção para a barba que ardesse no rosto.

2.2 Área de abrangência

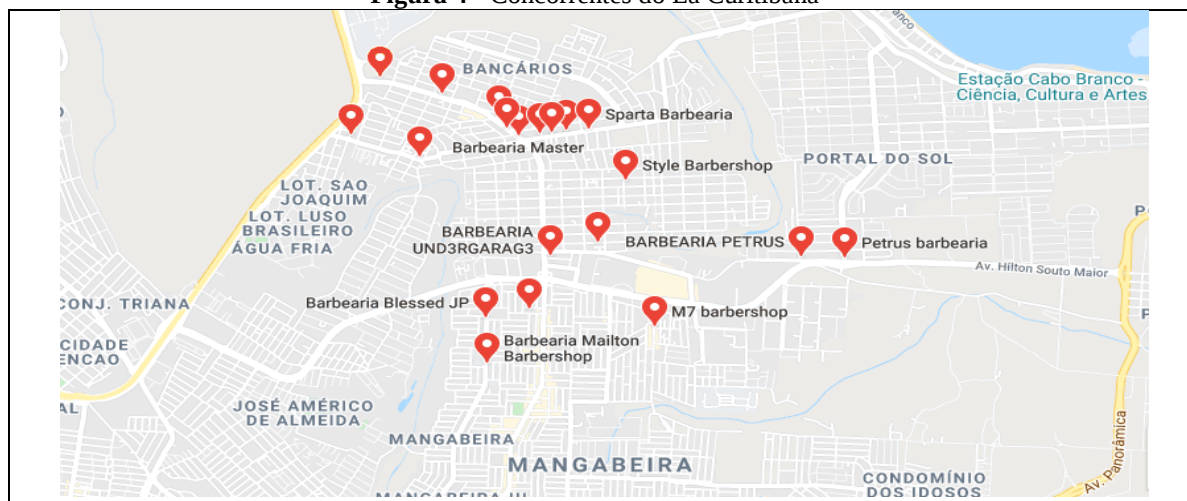
A La Curitiba terá a sua localização no Bairro Jardim Cidade Universitária, situada na Rua Comerciante Edilson Paiva de Araújo, 1022, em rua próxima à várias residências, escolas e alguns comércios como panificadora e mercadinho.

A escolha da localização, foi porque a família da proprietária adquiriu um imóvel no bairro e por questões familiares e também porque a mesma vislumbrou uma oportunidade de empreender coma abertura de um salão e barbearia no local.

Considerando a localização da empresa, será possível atender aos homens, crianças e às mulheres dos bairros: Jardim Cidade Universitária, Bancários e até mesmo Mangabeira.

Figura 3 – Abrangência do possível público do La Curitibaana**Fonte:Google maps****2.3 Estudo dos concorrentes**

Os concorrentes da La Curitibaana são basicamente compostos por empreendimentos com estrutura pequena exceto um concorrente de porte maior, o grau de instrução dos funcionários e até mesmo dos proprietários é geralmente de conhecimentos técnicos na área que atuam. Os riscos que esses concorrentes impõem são os da familiarização que têm com seus clientes e também a confiança que os mesmos têm nesses profissionais.

Figura 4 - Concorrentes do La Curitibaana**Fonte:Google maps****Quadro 4 - Concorrentes do La Curitibaana**

Nome	Qualidade	Preço Médio de Serviço(Corte Masculino)	Condição de Pagamento	Localização
Barbearia Philipeia	Ótima	R\$35,00	Cartões e dinheiro	R. Rosa Lima dos Santos, 313 -
Flávio Bezerra	Ótima	R\$45,00	Cartões e dinheiro	R. Cordélia Veloso,182
Marcos Cabeleireiro	Regular	R20,00	Cartões e dinheiro	R. Comerciante Alfredo Ferreira da Rocha, 1416
Seu Tavares	Boa	R\$40,00	Cartões e dinheiro	Empresarial futura – R. Rosa Lima dos Santos, 187
Barbearia Sr. João	Excelente	R\$35,00	Cartões e dinheiro	R. Bancário Sérgio Guerra, 138

Fonte:Elaboração Própria (2020)

2.4 Estudo dos fornecedores

Os fornecedores da La Curitibana trabalham com atendimento direto na loja, sendo que as compras de quase tudo que é necessário para a realização dos serviços pode ser adquirida pela internet também, só que com custos maiores do que os comprados diretamente nas lojas físicas. As compras no seu geral são formadas pelo maquinário, móveis, toalhas, capas, tesouras, pentes, escovas, alicates, espátulas, algodão, esmaltes, lixas, talco, gel de limpeza, álcool 70 %, lenços umedecidos, estojo de barbear, giletes, creme de barbear, loção pós barba, shampoo, creme condicionadores, coloração, gel, água.

Os fornecedores da La Curitibana são basicamente as seguintes lojas: Nova Missiana, Cosmetic Center, La festa Distribuidora.

As fornecedoras Nova Missiana e Cosmetic Center oferecem parcelamento a depender do valor da compra em até 10 vezes. Já a La festa somente compras para o vencimento do cartão.

2.5 Análise dos clientes

A fim de legitimar o plano de negócio, realizamos uma pesquisa de mercado, a expectativa era realizá-la com 35 pessoas no mínimo, para a coleta de dados. Foram observados dados a respeito do perfil e expectativas do público-alvo por meio da pesquisa quantitativa através de um questionário aplicado no bairro com pessoas que trafegavam na rua e também com pessoas que são clientes do salão.

A pesquisa realizada com 30 pessoas teve como objetivo identificar os pontos de melhoria e lacunas existentes neste tipo de serviço. A partir dos dados coletados, visaremos definir a estratégia inicial de mercado que será utilizada, fomentando políticas que desenvolvam o crescimento sustentável da organização baseado em sua proposta de atuação. A pesquisa realizada nos trouxe os seguintes resultados:

- A maioria dos respondentes se enquadra na faixa de idade que vai dos 41 anos aos 50 anos
- A maior parte dos respondentes é do gênero feminino
- A maior parte tem ensino superior completo.
- A maioria dos respondentes julga-se ter um estilo tradicional
- A maior parte dos respondentes diz gastar de vinte reais a quarenta reais em serviços de beleza.
- O serviço mais procurado foi o corte de cabelo.
- A frequência de ida ao salão foi a mensal
- O fator mais importante na hora de escolher os serviços pelos respondentes foi a qualidade seguida do preço.
- A fonte mais utilizada pelos respondentes foram os panfletos
- A maioria dos respondentes possui uma fidelização com um prestador de serviço de beleza.
- A maioria respondeu que o bairro é carente na prestação de serviços de beleza.

O fator mais importante na hora de escolher os serviços pelos respondentes foi a qualidade seguida do preço.

2.6 Questionário sobre o Comportamento do(a) Consumidor (a) de serviços de Salão e Barbearia.

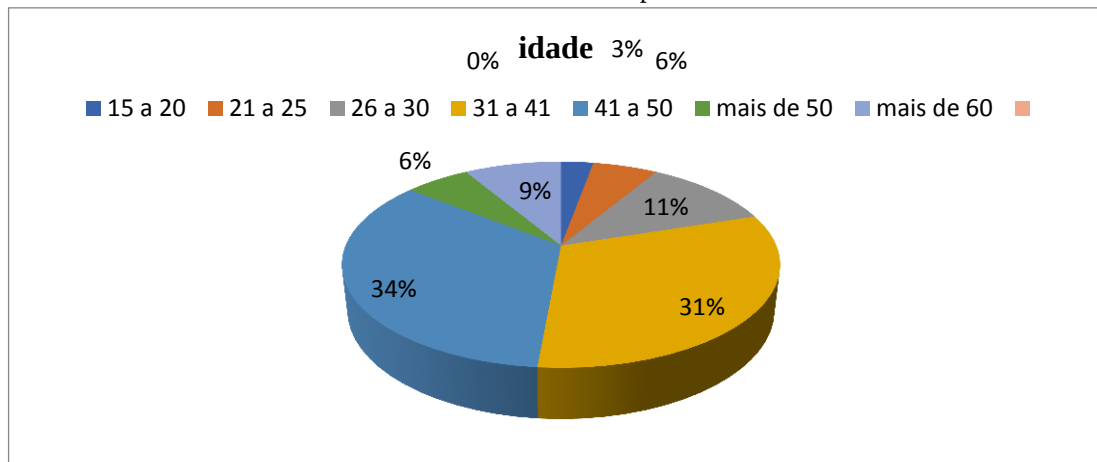
Bem-vindos(as)!

Este é um questionário que tem o propósito de nos alimentar de alguns dados a respeito dos potenciais consumidores, visando nos munir de informações importantes para que possamos nos direcionar da melhor forma possível, buscando uma melhor compreensão sobre a viabilidade do empreendimento.

IDADE

() 15 a 20 () 21 a 25 () 26 a 30 () 31 a 41
() 41 a 50 () mais de 50 () mais de 60

Gráfico 4 – Idade dos respondentes

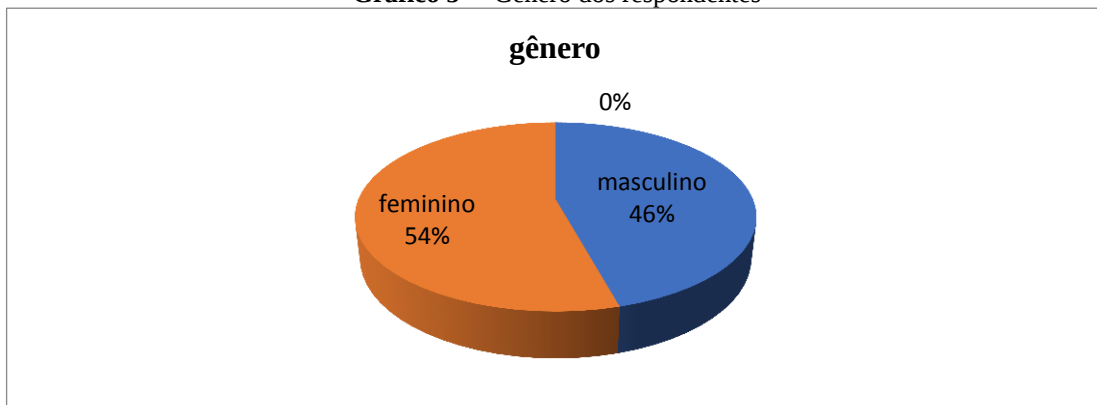


Fonte:Elaboração Própria (2020)

GÊNERO

() Masculino () Feminino

Gráfico 5 – Gênero dos respondentes

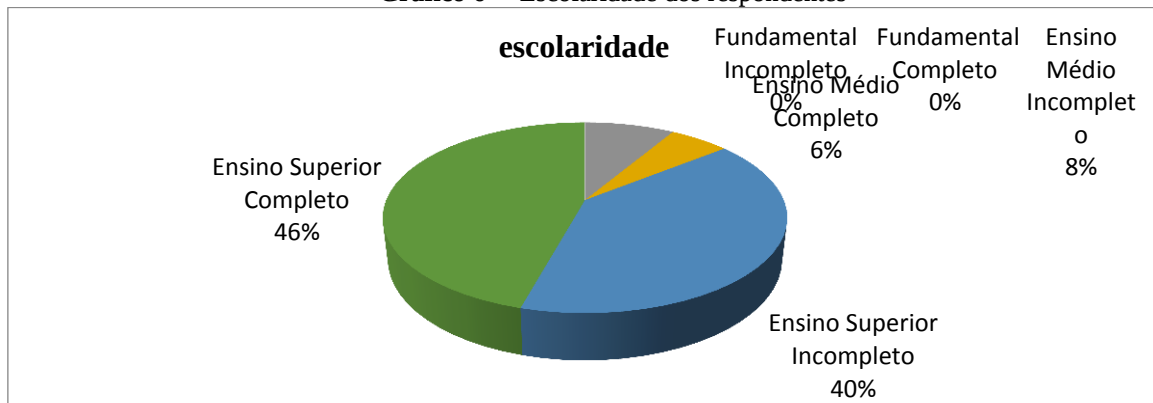


Fonte:Elaboração Própria(2020)

ESCOLARIDADE

() Fundamental Incompleto () Fundamental Completo () Ensino Médio Incompleto
() Ensino Médio Completo () Ensino Superior Incompleto () Ensino Superior Completo

Gráfico 6 – Escolaridade dos respondentes



Fonte:Elaboração Própria(2020)

PROFISSÃO

BAIRRO ONDE MORA:

COMO VOCÊ DEFINE O SEU ESTILO?

() Moderno

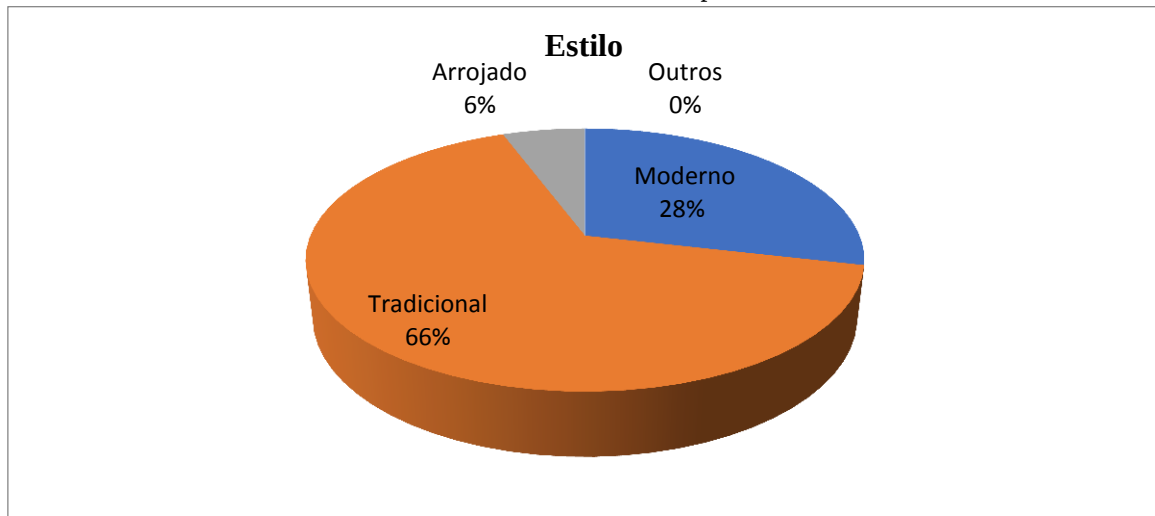
() Tradicional

() Arrojado

()

Outros

Gráfico 7 – Estilo dos respondentes



Fonte:Elaboração Própria (2020)

EM MÉDIA, QUANTO VC GASTA EM SERVIÇOS A CADA IDA AO SALÃO DEBELEZA / BARBEARIA

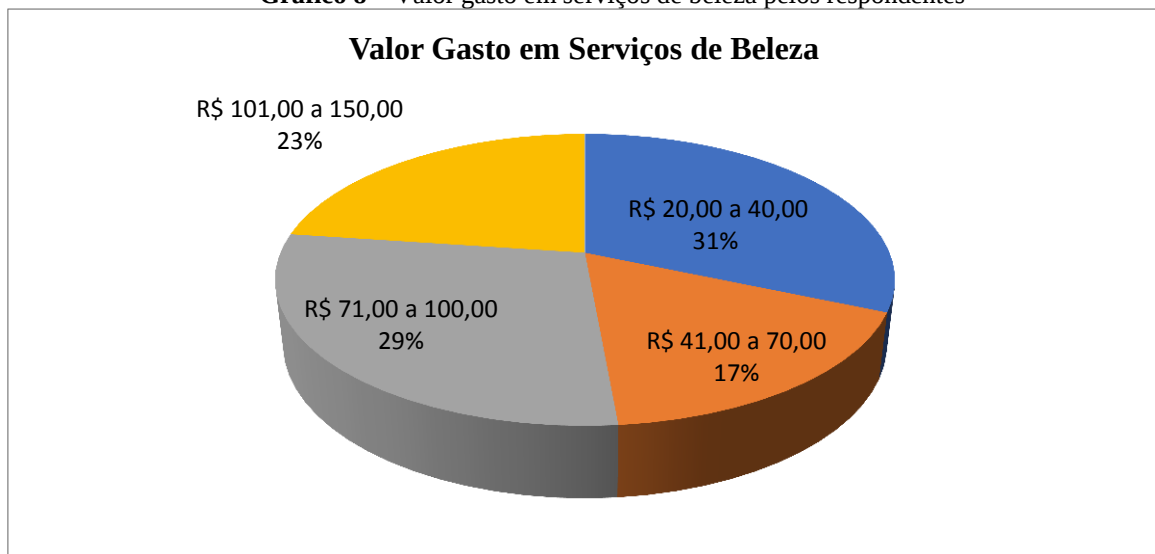
R\$ 20,00 a 40,00 ()

R\$ 41,00 a 70,00 () R\$ 71,00 a 100,00 ()

R\$ 101,00 a 150,00 ()

Mais que R\$ 1500,00 ()

Gráfico 8 – Valor gasto em serviços de beleza pelos respondentes



Fonte:Elaboração Própria (2020)

FALANDO EM “SERVIÇOS DE BELEZA”, QUAL TIPO DE SERVIÇO VOCÊ MAIS FAZ USO?

Escova ()

Tintura / Mechas ()

Corte ()

Maquiagem()

Depilação()

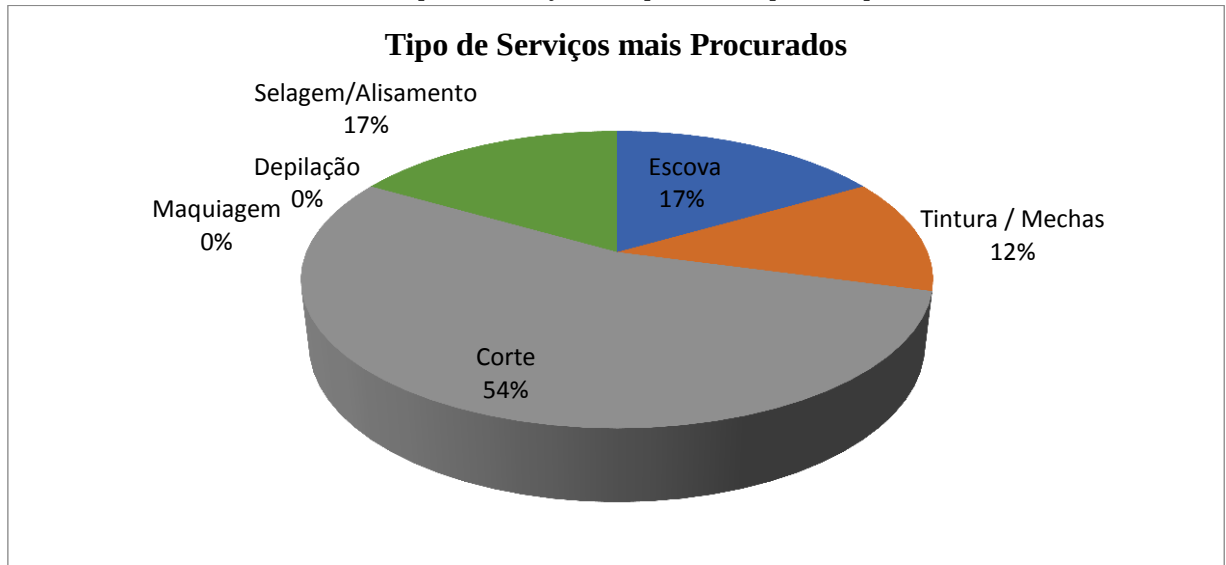
Selagem/Alisamento ()

Design sobrancelhas ()

Unhas ()

Hidratação ()

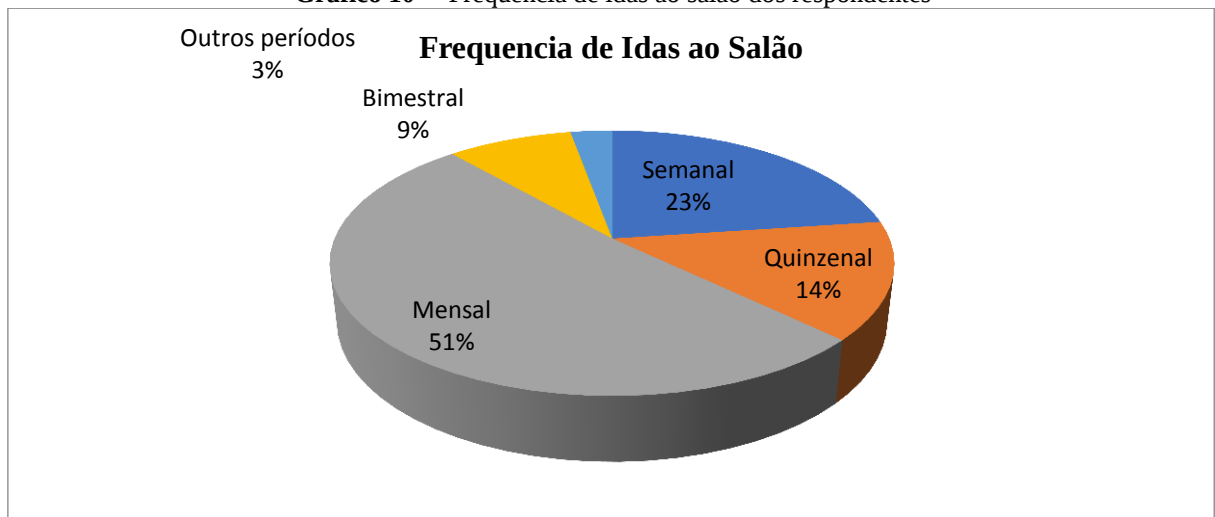
.

Gráfico 9 – Tipos de serviços mais procurados pelos respondentes

Fonte:Elaboração Própria(2020)

QUAL A FREQUÊNCIA DE IDAS AO SALÃO DE BELEZA?

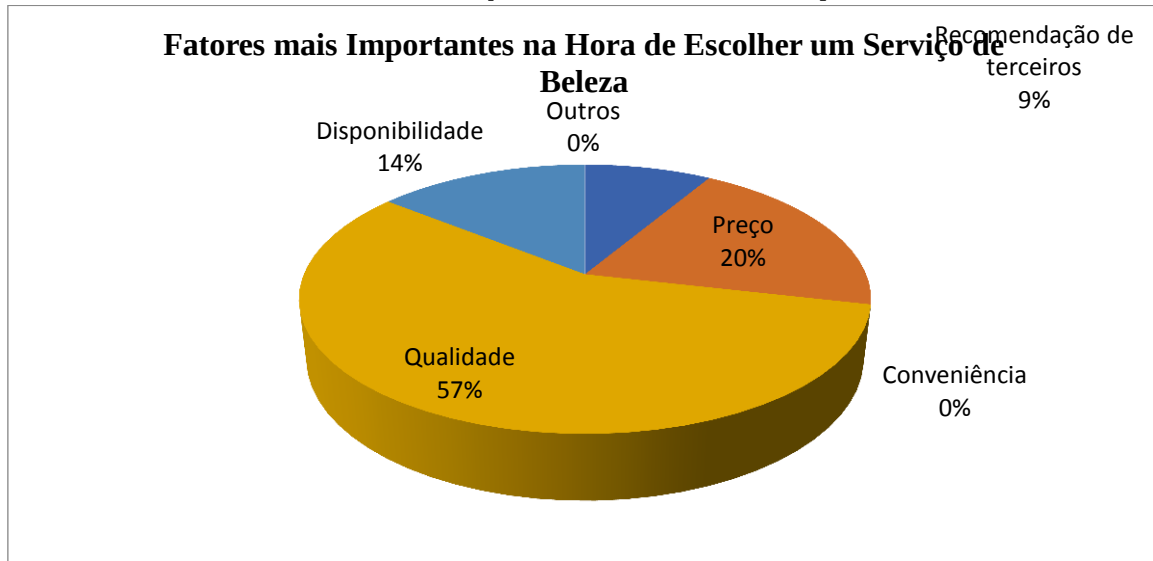
Semanal () Quinzenal () Mensal () Bimestral () Outros períodos:

Gráfico 10 – Frequência de idas ao salão dos respondentes

Fonte:Elaboração Própria(2020)

QUAIS FATORES SÃO MAIS IMPORTANTES AO ESCOLHER PRODUTOS /SERVIÇOS DE BELEZA PARA VOCÊ?

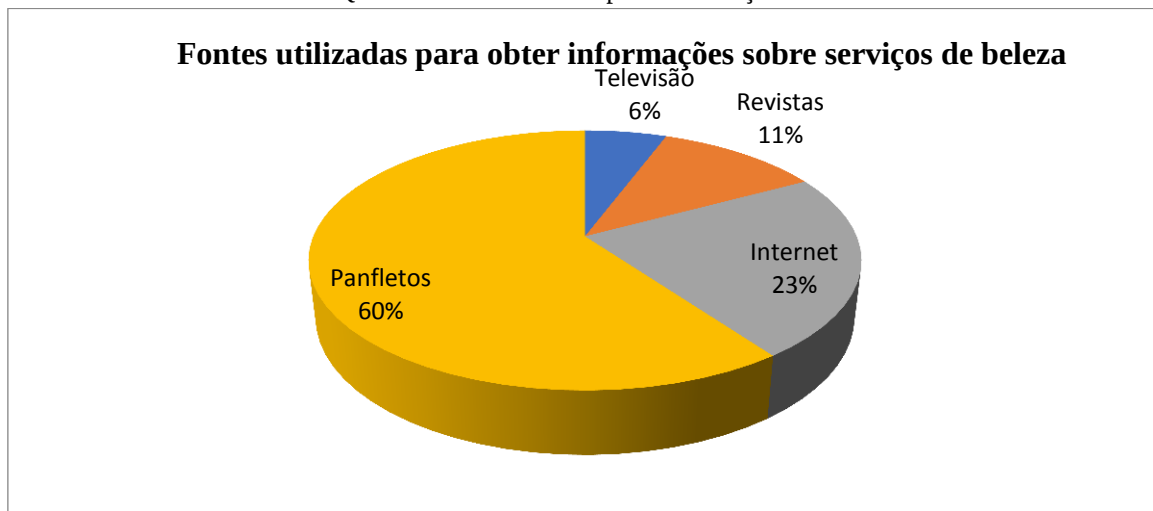
() Recomendação de terceiros () Preço () Conveniência
 () Qualidade () Disponibilidade () Outros

Gráfico 11 – Frequência de idas ao salão dos respondentes

Fonte:Elaboração Própria (2020)

QUAIS FONTES VOCÊ UTILIZA PARA INFORMAÇÕES SOBRE SALÃO / BARBEARIA

() Televisão () Revistas () Internet () Panfletos

Gráfico 12 – Quais fontes você utiliza para informações sobre salão / barbearia

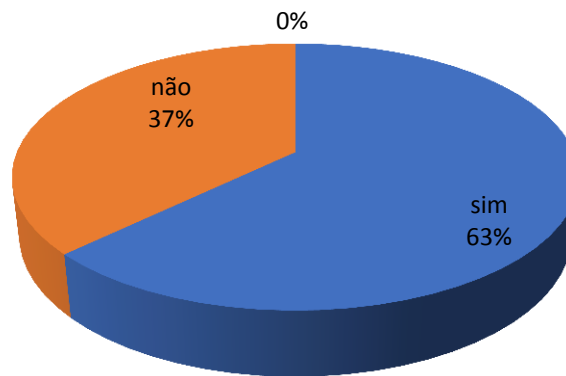
Fonte:Elaboração Própria(2020)

ATUALMENTE VOCÊ TEM FIDELIZAÇÃO COM ALGUM ESTABELECIMENTO NO RAMO DE SERVIÇOS DE BELEZA DA SUA REGIÃO?

() Sim () NÃO

Gráfico 13 – Fidelização dos respondentes com algum estabelecimento no ramo de serviços de beleza da sua região

Fidelização com prestador de Serviço de Beleza



Fonte:Elaboração Própria(2020)

SE SIM, QUAL?

Aqui tivemos as mais variadas respostas

CASO A RESPOSTA ANTERIOR TENHA SIDO AFIRMATIVA, QUAIS SÃO OS ATRATIVOS QUE ESSE ESTABELECIMENTO OFERECE AO PONTO DE GANHAR SUA FIDELIDADE?

A maioria respondeu qualidade nos serviços.

VOCÊ CONSIDERA O SEU BAIRRO CARENTE DE PRODUTOS E/OU SERVIÇOS NESSE SEGMENTO?

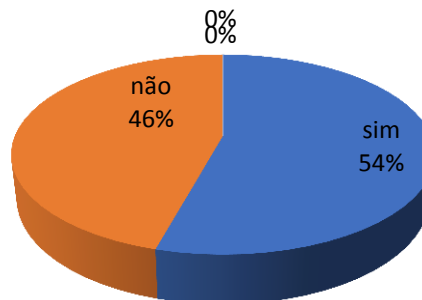
() SIM

() NÃO

A maioria respondeu que o bairro é carente na prestação de serviços de beleza.

Gráfico 14 – Carência na prestação de serviços de beleza no bairro do respondente

Carência na Prestação de Serviços de Beleza no Bairro do Respondente



Fonte:Elaboração Própria(2020)

3Plano de Marketing

Segundo o site <https://www.marketingparaindustria.com.br/marketing/plano-de-marketing/> o plano de marketing é uma forma de gerenciar uma empresa que queira se manter ativa no seu segmento de atuação. Como o La Curitibana Salão e Barbearia deseja manter-se ativa no mercado, ela idealizou seu plano de marketing da forma a seguir.

3.1Logomarca

Figura 5 – Logomarca do empreendimento



Fonte:Elaboração Gráfica Jacumã(2020)

3.2Descrição dos principais serviços

O salão e barbearia contará com os serviços de corte de cabelo unissex tanto adulto quanto infantil, designer de sobrancelhas unissex, barba, manicure e pedicure masculina e podologia unissex.

3.3Estratégia de Preço

Para que o preço seja bom, honesto e promova vantagem tanto para a empresa quanto para os clientes, que ele faça sentido para o mercado e para a empresa, optamos pela formação do preço levando em consideração os custos (fixos e variáveis) associados aos serviços prestados. Levamos em consideração os preços praticados por nossos concorrentes e assim sendo chegamos a um preço que nos possibilitou uma oferta competitiva.

Figura 6 – Preços do La Curitibana

 La Curitibana Salão e Barbearia	
CORTE MASCULINO.....	R\$ 10,00 / R\$ 13,00 (PROMOÇÃO)
CORTE FEMININO.....	R\$ 25,00. LAV+ CORTE
CORTE INFANTIL.....	R\$12,00/ R\$15,00/ R\$20,00
DESIGNER DE SOBRANCELHA UNISSEX.....	R\$10,00/ R\$13,00
BARBA.....	R\$ 15,00
APLICAÇÃO DE COLORAÇÃO UNISSEX.....	R\$ 20,00
MANICURE MASCULINA	R\$ 10,00
PEDICURE MASCULINA	R\$ 15,00
PODOLOGIA UNISSEX.....	R\$ 25,00 (A PARTIR)

Fonte:ElaboraçãoPremium Gráfica (2020)

3.4Estratégias Promocionais

Será realizado uma divulgação do salão através de carro de som, serão feitos e distribuídos panfletos nas imediações do empreendimento. Realizaremos o cadastro de nossos clientes para que posteriormente possamos fidelizá-los com campanhas promocionais. Será

feito também o cartão felicidade, no qual serão contabilizados, seis serviços, e o (a) cliente receberá o sétimo serviço como cortesia.

Figura 7 - Cartão Felicidade do La Curitibana



Fonte:ElaboraçãoPremium Gráfica(2020)

3.4.1 Instagram

Devido a grande visualização desse aplicativo, faz-se necessário que tiremos proveito do mesmo e utilizemos-o como ferramenta para divulgação do La Curitibana. O instagram será @la.curitibana

3.4.2 Banners e Placas

A princípio utilizaremos um banner na fachada e posteriormente faremos um ACM iluminado, o qual dará maior visibilidade ao La Curitibana.

3.4.3 Parcerias Comerciais

Realizaremos parcerias com o comércio próximo, realizando descontos para os clientes dos mesmos, assim conseguiremos ser mais conhecidos.

3.5 Localização do Empreendimento

Figura 8 – Localização do La Curitibana

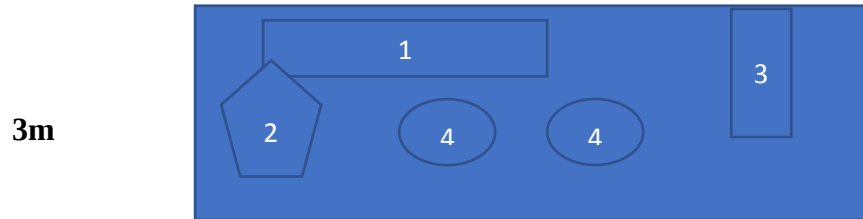


Fonte:ElaboraçãoPremium Gráfica(2020)

4Plano Operacional

4.1 Layout

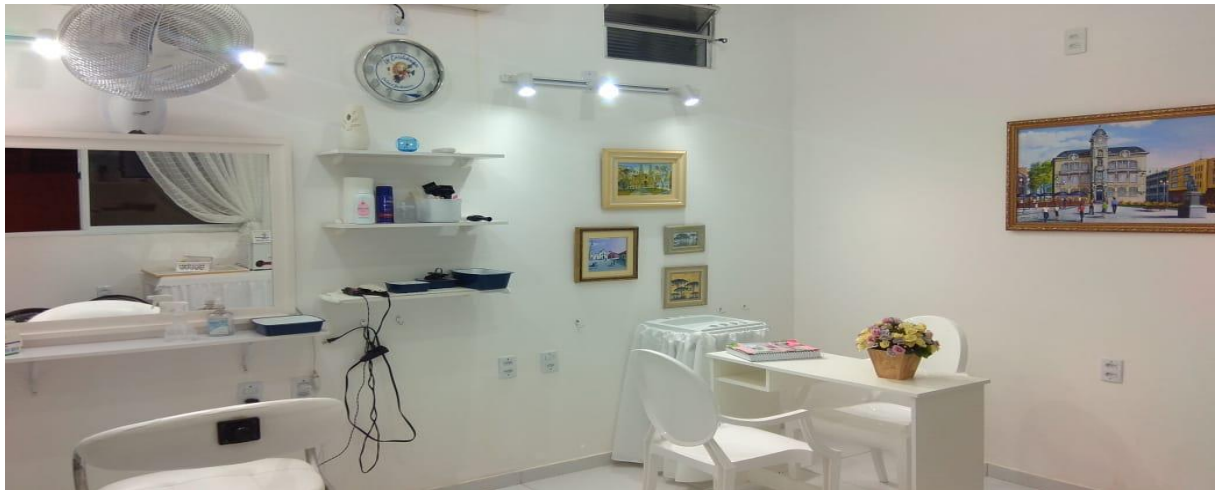
Figura 9 – Layout do La Curitiba
4m



Fonte:Elaboração Própria(2020)

O local tem 12 metros quadrados. Estes serão distribuídos da seguinte forma: cadeira para corte (1) lavatório(2) mesa de manicure(3)sala de estar (4)

Figura 10 – Foto do espaço 1 - 3 do La Curitiba



Fonte:Elaboração Própria(2020)

Figura 11 - Foto do espaço 1 - 2 do La Curitiba



Fonte:Elaboração Própria(2020)

Figura 12 - Foto do espaço 3 - 4 do La Curitibaana

Fonte:Elaboração Própria(2020)

4.2 Capacidade de Atendimento

Considerando a dimensão do local, a única profissional no momento, os equipamentos adquiridos e o tempo médio de atendimento em cada procedimento, têm-se, portanto, as seguintes estimativas:

Quadro 5 – Capacidade de atendimento diário

CAPACIDADE DE ATENDIMENTO DIÁRIO			
Procedimentos	Tempo médio por atendimento	Horas totais /dia	Quantidade máxima diária
Corte	20 minutos	6	18
Manicure+Pedicure	60 minutos	6	6
Podologia	90 minutos	6	4

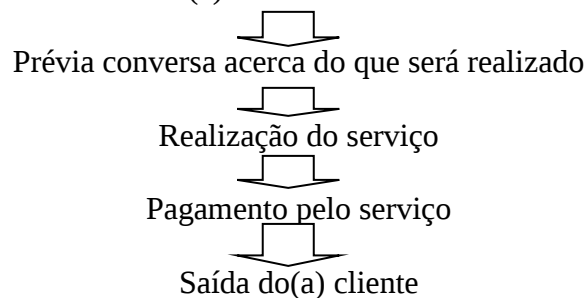
Fonte:Elaboração Própria(2020)

4.3 Processo Operacional de Prestação de Serviço no La Curitibaana

Figura 13 - Processo de Prestação de Serviço no La Curitibaana

Processo de Prestação de Serviço no La Curitibaana

Entrada do(a) Cliente no La Curitibaana



4.4 Necessidade de Pessoal

Quadro 6 - Necessidade de Pessoal

Cargo/Função	Quantidade	Qualificação Necessária
Gestor	1	Nível Superior em Adm. de Empresas
Cabeleireira	2	Curso de qualificação e específico
Manicure	1	Curso de qualificação e específico

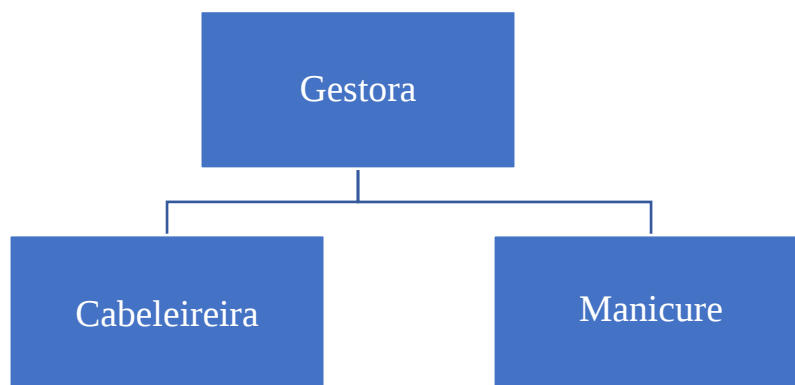
Fonte:Elaboração Própria(2020)

*Inicialmente todos os serviços serão realizados pela proprietária, entretanto, com a demanda aumentando, a mesma ficará responsável pela administração do local e também como cabeleireira. Havendo assim, a necessidade de contratação de uma manicure e um(a) cabeleireiro(a).

4.5 Estrutura Organizacional

O organograma do La Curitiba terá uma estrutura organizacional informal quando a equipe estiver completa. No momento a proprietária é quem realiza todos os serviços.

Figura 14 - Organograma



Fonte:Elaboração própria(2020)

5 Plano Financeiro

5.1 Estimativas dos Investimentos Fixos

A- Máquinas, Equipamentos

Quadro 7 - Investimento Fixo Inicial (Máquinas, Equipamentos)

	Descrição	Qtde.	Valor Unitário	Total
1	Cadeira de Cabeleireiro(a)	1	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00
2	Maquineta para pagamento em cartão	1	R\$ 100,00	R\$ 100,00
3	Kit sobancelha (pinça, tesoura,escova e lápis	4	R\$ 35,00	R\$ 140,00
4	Secador	1	R\$ 300,00	R\$ 300,00
5	Prancha	1	R\$ 280,00	R\$ 280,00
6	Baby - liss	1	R\$ 300,00	R\$ 300,00
7	Gela- água	1	R\$ 450,00	R\$ 450,00
8	Kit manicure(licate, tesoura, palito, afastador)	10	R\$ 71,00	R\$ 710,00
9	Estufa	1	R\$ 320,00	R\$ 320,00
10	Ar - Condicionado	1	R\$ 1100,00	R\$ 1100,00
11	Ventiladores	2	R\$ 120,00	R\$ 240,00
12	Máquina de cortar cabelo	1	R\$ 600,00	R\$ 600,00
13	Máquina para acabamento	1	R\$ 130,00	R\$ 130,00
14	Tesoura para corte	1	R\$ 100,00	R\$ 100,00
15	Tesoura para desbaste	1	R\$ 70,00	R\$ 70,00
	SUB - TOTAL	29		R\$ 6.040,00

Fonte:Elaboração Própria (2020)

B – Móveis e Utensílios

Quadro 8 - Investimento Fixo Inicial (Móveis e Utensílios)

	Descrição	Qtde.	Valor Unitário	Total
1	Apoio de pé	1	R\$ 100,00	R\$ 100,00
2	Carrinho auxiliar	1	R\$ 300,00	R\$ 300,00
3	Pentes	4	R\$1 0,00	R\$ 40,00
4	Escovas	5	R\$ 20,00	R\$ 100,00
5	Artigos decorativos	1	R\$ 300,00	R\$ 300,00
6	Capas para corte	3	R\$ 20,00	R\$ 60,00
7	Espanadores	10	R\$ 12,00	R\$ 120,00
8	Mesa de manicure	1	R\$ 120,00	R\$ 120,00
9	Cadeira de espera	3	R\$ 70,00	R\$ 210,00
10	Espelho de bancada	1	R\$ 200,00	R\$ 200,00
11	Lavatório	1	R\$ 700,00	R\$ 700,00
12	Kit sobancelha (pinça,tesoura,escova e lápis)	4	R\$ 35,00	R\$ 140,00
13	Cadeira de Cabeleireiro(a)	1	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00
	SUB - TOTAL	36		R\$ 3.590,00

Fonte:Elaboração Própria(2020)

Quadro 9 – Total de investimentos fixos

TOTAL DE INVESTIMENTOS FIXOS (A+ B)	R\$ 9.630,00
--	---------------------

Fonte:Elaboração Própria(2020)

5.2Capital de Giro

Um dos principais componentes da estrutura financeira, deve ser constantemente mensurado porque é ele quem vai garantir que o La Curitibana sobreviva enquanto os investimentos ainda não geraram retorno.

5.2.1Estoque Inicial

A estimativa do estoque de produtos do La Curitibana foram estimados nas projeções de demanda e também na necessidade de otimizar as idas às compras. A estimativa sugere o prazo médio de estocagem média de 30 dias para insumos necessários para a realização dos serviços prestados.

A – Estimativa do Estoque Inicial

Quadro 10 - Investimento em produtos para realizar os serviços

Descrição	Qtd.	Valor Unitário	Total
Talco	1	R\$ 15,00	R\$ 15,00
Gel	1	R\$ 5,00	R\$ 5,00
Spray	1	R\$ 20,00	R\$ 20,00
Lâmina para acabamento	120	R\$ 0,15	R\$ 18,00
Estojo para barbear	24	R\$ 0,87	R\$ 28,00
Lenço umedecido	2	R\$ 10,00	R\$ 20,00
Shampoo	1	R\$ 20,00	R\$ 20,00
Condicionador	1	R\$ 25,00	R\$ 25,00
Creme de pentear	1	R\$ 25,00	R\$ 25,00
Creme de barbear	1	R\$ 9,00	R\$ 9,00
Loção pós barba	1	R\$ 20,00	R\$ 20,00
TOTAL			R\$ 205,00

Fonte:Elaboração Própria (2020)

Quadro 11 - Necessidade média de estoques

Número de dias	
Necessidade média de estoques	30

Fonte:Elaboração Própria (2020)

5.2.2Prazo Médio de Venda

Em virtude dos serviços praticados no La Curitibaana possuírem preços honestos e vantajosos, contudo, relativamente baixos, tem-se um recebimento quase que na sua totalidade à vista e em espécie, entretanto, parte dos clientes optam pelo pagamento utilizando a maquineta, e esse é realizado no débito e no crédito, com isso, parte dos pagamentos são recebidos em até 30 dias após o serviço ser realizado.

Quadro 12 - Prazo Médio de Venda (Recebimentos)

PRAZO MÉDIO DE VENDA (Recebimento)			
PRAZO MÉDIO DE VENDA	%	N ^o de Dias	Média Ponderada (Dias)
À Vista	70%	0	0
A Prazo	30%	30	9
PRAZO MÉDIO DE VENDA			9 dias

Fonte: Elaboração Própria (2020)

5.2.3 Prazo Médio de Compra

O processo de compra dos insumos será misto, poderíamos até realizar compras à vista, entretanto independentemente do valor, é possível o pagamento no cartão para 30 dias, e quando as compras são em valores superiores a 100,00 reais, há a possibilidade do parcelamento em mais vezes. Como as compras geralmente não realizaremos pagamentos à vista e também, dependendo do valor, compras parceladas a depender de cada fornecedor

Quadro 13 - Prazo Médio de Compra (Pagamentos)

PRAZO MÉDIO DE COMPRA (Pagamento)			
PRAZO MÉDIO DE COMPRA	%	N ^o de Dias	Média Ponderada (Dias)
À Vista	30	0	0
A Prazo	30	30	9
A Prazo	30	60	1,8
A Prazo	10	90	9
PRAZO MÉDIO DE COMPRA			20 dias

Fonte:Elaboração Própria (2020)

5.2.4Necessidade Líquida de CG (dias)

Quadro 14 Necessidade Líquida de CG (dias)

Necessidade Líquida de CG em dias	N ^o de dias
Recursos da empresa fora do seu caixa	
1 . Contas a receber – Prazo médio venda	9
2. Estoque – necessidade média de estoque	30
Subtotal 1 (item 1+2)	39 dias
Recursos de terceiros no caixa da empresa	
3. Fornecedores: Prazo médio de compras	20

Subtotal 2	20 dias
Necessidade Líquida de CG em dias (Subtotal 1 – Subtotal 2)	19 dias

Fonte:Elaboração Própria (2020)

5.2.5Caixa Mínimo

O caixa mínimo representa a reserva financeira destinada ao financiamento dos custos operacionais nos meses iniciais de atividade da organização. Abaixo segue a projeção com resultados obtidos anteriormente.

Quadro 15 – Caixa Mínimo

Custo Fixo Mensal	R\$ 376,59 <i>arrumei</i>
Custo Variável Mensal	R\$ 200,00
Custo Total da Empresa	R\$
Custo Total Diário	R\$ 122,59
Necessidade Líquida de Capital de Giro (dias)	19 dias
Caixa Mínimo	R\$ 2.329,21

Fonte:Elaboração Própria (2020)

Quadro 16 – Capital de Giro (Resumo)

Descrição	Valor
A – Estoque Inicial	R\$ 205,00
B – Caixa Mínimo	R\$ 2.329,21
Total do Capital de Giro (A + B)	R\$ 2.534,21

Fonte:Elaboração Própria (2020)

5.3Investimentos Pré – Operacionais

Neste tópico, listaremos os investimentos que se fazem necessários para que o La Curitibana tenha condições para prestar os serviços aos seus futuros(as) clientes.

Quadro 17 – Investimentos pré – operacionais

Descrição	Valor
Despesa de legalização	R\$ 400,00
Divulgação	R\$ 400,00
Total	R\$ 800,00

Fonte:Elaboração Própria (2020)

5.4Investimento Total

O investimento total provém das estimativas de valores necessários para os investimentos fixos, financeiros e pré- operacionais. A soma destes valores representa o total a ser investido no negócio.

Quadro 18 – Investimento Total

Descrição	Valor	%
Estimativa dos investimentos fixos - Quadro (9)	R\$ 9.630,00	
Estimativa do capital de giro - Quadro (16)	R\$ 2.534,21	
Estimativa dos investimentos pré – operacionais – Quadro (17)	R\$ 800,00	
Total	R\$ 12.964,21	100

Fonte:Elaboração Própria (2020)

Quadro 19 – Fonte de Recursos

Descrição	Valor	%
Recursos Próprios	R\$ 3.000,00	23,14
Recursos de Terceiros (doação da família)	R\$ 9.964,21	76,86
Total	R\$ 12.964,21	100

Fonte:Elaboração Própria (2020)

5.5 Estimativa do Faturamento Mensal

Quadro 20 – Estimativa de Faturamento Mensal de Serviços

Descrição	Preço de Venda	Quantidade estimada de prestação dos serviços	Faturamento Total
Corte masc. á máquina	R\$ 10,00	60	R\$ 600,00
Corte masc. á máquina e tesoura	R\$ 13,00	40	R\$ 520,00
Corte feminino	R\$ 25,00	15	R\$ 375,00
Corte infantil	R\$ 15,00	15	R\$ 225,00
Manicure (unissex)	R\$ 10,00	20	R\$ 200,00
Pedicure (unissex)	R\$ 15,00	20	R\$ 300,00
Podologia	R\$ 25,00	15	R\$ 375,00
Barba	R\$ 15,00	20	R\$ 300,00
Designer de sobrancelha(unissex)	R\$ 13,00	20	R\$ 260,00
TOTAL DO FATURAMENTO			R\$ 2.817,00

Fonte:Elaboração Própria(2020)

5.6 Custo de Comercialização

Este tipo de despesa incide diretamente sobre as vendas e representa os gastos com impostos e demais custos que viabilizam a comercialização dos produtos e serviços. No La Curitibana, a princípio, não teremos comercialização de produtos, somente a venda dos nossos serviços. Mesmo sabendo que nem todo serviço será pago na maquineta, calculamos como se fosse, assim sendo, se, um dia forem pagos na mesma, este custo já estará contabilizado. E no futuro, das duas uma, ou não precisaremos aumentar o preço, ou a nossa margem de contribuição aumentará, caso seja pago em espécie.

Quadro 21 – Custo de Comercialização

Descrição	%	Faturamento Estimado	Custo Total
1. Impostos Municipais			
ISS – Imposto sobre Serviços	4	R\$ 2.817,00	R\$ 112,68
Subtotal 1			R\$ 112,68
2. Gastos com Vendas			
Taxa de administração do cartão de crédito	3	R\$ 2.817,00	R\$ 84,51
Subtotal 2			R\$ 84,51
TOTAL			R\$ 197,19

Fonte:Elaboração Própria (2020)

5.7 Custo com Mão de Obra

Neste quadro, levamos em consideração que a gestora a princípio será a pessoa que acumulará várias funções, sendo elas: gestora, cabeleireira e manicure. No início essa pratica será adotada para minimização de custos, entretanto logo serão realizadas parcerias para que haja aumento na receita do La Curitibana.

Quadro 22 – Despesa com Pessoal

Cargo/Função	Quantidade	Salário Mensal	Encargos	Salário Total
Gestora/Cabeleireira/ Manicure	1	R\$ 2.000,00	R\$ 56,15	R\$ 2056,15
TOTAL				R\$ 2056,15

Fonte:Elaboração Própria (2020)

5.8 Custos com Depreciação

Quadro 23 – Depreciação

Descrição	Valor	Vida útil	Depreciação Anual	Depreciação Mensal
Máquinas/Equipamentos	R\$ 6040,00	5 anos	R\$ 1.208,00	R\$ 100,67
Móveis e Utensílios	R\$ 3590,00	10 anos	R\$ 359,00	R\$29,92
TOTAL DA DEPRECIÇÃO				R\$ 130,59

Fonte:Elaboração Própria (2020)

As informações de “ Vida Útil” foram retiradas do Anexo I que se encontra no site da Receita Federal em:

<http://normas.receita.fazenda.gov.br>

5.9 Custos Fixos Operacionais Mensais

Quadro 24 – Custos Fixos Operacionais Mensais

Item	Descrição	Valor
1	IPTU	R\$ 20,00
2	Energia Elétrica	R\$ 80,00
3	Telefone	R\$ 40,00
4	Internet	R\$ 70,00
5	Aluguel	R\$ 0,00
6	Material de Limpeza	R\$ 36,00
7	Contador	R\$ 1.045,00
8	Depreciação	R\$ 130,59
9	Despesa com pessoal	R\$ 2.056,15
TOTAL		R\$ 3.477,74

Fonte:Elaboração Própria(2020)

5.10 Demonstrativo dos Resultados

Aqui, apresentaremos os resultados do negócio, verificando, a partir das estimativas realizadas, se ele possivelmente operará com lucro ou prejuízo

Quadro 25 – DRE

Descrição	Valores Mensais	Valor Anual em R\$
1. RECEITA COM VENDAS TOTAIS (=)	R\$ 2.817,00	R\$ 33.804,00
CUSTO VARIÁVEL TOTAL (-)		
CUSTO DE COMERCIALIZAÇÃO	R\$ 197,19	R\$ 2.366,28
2. CUSTO VARIÁVEL TOTAL =	R\$ 197,19	R\$ 2.366,28
3. LUCRO OPERACIONAL (1 – 2) =	R\$2.619,81	R\$ 31.437,72
4 CUSTOS FIXOS TOTAIS (3 – 4)	R\$ 3.477,74	41.732,88
5 LUCRO LÍQUIDO =	R\$ - 857,93	R\$ - 10.295,16

Fonte:Elaboração Própria (2020)

Observamos aqui que a empresa está operando no prejuízo, neste caso seria viável negociar o valor pago ao contador e também verificar a possibilidade de pagar o salário da mão de obra por comissão. Estão aí os maiores custos do empreendimento. Outra solução

viável também seria realizar um número maior de serviços, assim sendo a receita aumentaria e por conseguinte o lucro líquido também.

6 Indicadores de Viabilidade

6.1 Ponto de Equilíbrio

A partir deste indicador, podemos estimar o faturamento necessário para cobrir os custos operacionais do empreendimento. Para efetuar o cálculo do Ponto de Equilíbrio (PE) é preciso encontrar o valor do índice da Margem de Contribuição (ICM) através da fórmula abaixo, onde “RT “ é a Receita Total e “ CV “ Custo Variável.

6.1.1 Fórmula do Ponto de Equilíbrio

A) $PE = \text{Custo Fixo Total} / \text{Índice da Margem de Contribuição} (*)$

(*) Observação

B) Margem de Contribuição

Índice da Margem de Contribuição = $(\text{Receita Total} - \text{Custo Variável Total}) / \text{Receita Total}$

$IMC = (2.817,00 - 197,19) / 2.817,00$

$IMC = 2.619,81 / 2.817,00$

$IMC = 0,93$ logo, o ponto de equilíbrio será:

$PE = 3.477,74 / 0,93$

$PE = 3.739,50$

Conclui-se, então, que a empresa deve contar com uma receita mínima de R\$ 3.739,50 para que funcione sem prejuízo.

6.2 Lucratividade

Segundo o Sebrae a Lucratividade: “é um indicador que mede o lucro líquido em relação às vendas. É um dos principais indicadores econômicos das empresas, pois está relacionado à sua competitividade.”

$\text{Lucratividade} = \text{Lucro Líquido} / \text{Receita Total} \times 100$

$\text{Lucratividade} = (- 10.295,16 / 33.804,00) \times 100$

$\text{Lucratividade} = - 30,46 \% \text{ a.a}$

É possível concluir que, após a gestão do La Curitibana arcar com todas as suas obrigações financeiras. “faltam“ R\$ 10.296,70 na forma de prejuízo, o que indica um prejuízo de 30,46% ao ano.

6.3 Rentabilidade

A partir deste indicador de atratividade, é possível mensurar o retorno do capital investido.

$\text{Rentabilidade} = \text{Lucro Líquido} / \text{Investimento Total} \times 100$

$\text{Rentabilidade} = (- 10.295,16 / 12.964,21) \times 100$

$\text{Rentabilidade} = - 79,41 \% \text{ a.a}$

Constata-se que o negócio não é rentável da forma como estão realizando sua gestão, principalmente com as despesas com pessoal e também com relação ao total de receita pois a cada ano, o empreendedor pode perder 79,41 % a.a do total investido.

6.4 Prazo do Retorno do Investimento

Este indicador estima o tempo necessário para que o empreendedor recupere o que investiu no seu negócio. Assim como a rentabilidade, também é um indicador de atratividade .

No presente trabalho não haverá retorno de investimento de algo que não há lucro.

7 Construções dos Cenários

7.1 Cenário Otimista

No cenário otimista, obtém-se um lucro líquido que possibilita cobrir possíveis passagens pelos cenários pessimistas, além de permitir folga financeira para investir em oportunidades e melhorias.

No quadro 26 está representada a projeção das receitas em um cenário otimista, quando, por exemplo, estiverem se aproximando datas comemorativas e as pessoas tendem a procurar mais por serviços de embelezamento, a partir daí, temos os quadros e , respectivamente, as projeções dos custos de comercialização e da DRE para este cenário.

Quadro 26 – Projeções das Receitas

Descrição	Preço de Venda	Quantidade estimada de prestação dos serviços	Faturamento Total
Corte masc. á máquina	R\$ 10,00	80	R\$800,00
Corte masc. á máquina e tesoura	R\$ 13,00	60	R\$780,00
Corte feminino	R\$ 25,00	25	R\$625,00
Corte infantil	R\$ 15,00	25	R\$375,00
Manicure(unissex)	R\$ 10,00	40	R\$400,00
Pedicure(unissex)	R\$ 15,00	40	R\$600,00
Podologia	R\$ 25,00	25	R\$625,00
Barba	R\$ 15,00	50	R\$750,00
Designer de sobrancelha(unissex)	R\$ 13,00	30	R\$390,00
TOTAL DO FATURAMENTO			R\$5.345,00

Quadro 27 – Custo de Comercialização

Descrição	%	Faturamento Estimado	Custo Total
1. Impostos Municipais			
ISS – Imposto sobre Serviços	4	R\$ 5.345,00	R\$ 213,80
Subtotal 1			R\$ 213,80
2. Gastos com Vendas			
Taxa de administração do cartão de crédito	3	R\$ 5.345,00	R\$ 160,35
Subtotal 2			R\$ 160,35
TOTAL			R\$ 374,15

Fonte:Elaboração Própria (2020)

Quadro 28 – DRE

Descrição	Valores Mensais	Valor Anual em R\$
1. RECEITA COM VENDAS TOTAIS (=)	R\$ 5.345,00	R\$ 64.140,00
CUSTO VARIÁVEL TOTAL (-)		
CUSTO DE COMERCIALIZAÇÃO	R\$ 374,15	R\$ 4.489,80
2. CUSTO VARIÁVEL TOTAL =	R\$ 374,15	R\$ 4.489,80
3. LUCRO OPERACIONAL (1 - 2)=	R\$ 4.970,85	R\$ 59.650,20
4 CUSTOS FIXOS TOTAIS	R\$ 3.477,74	R\$ 41.732,88
5 LUCRO LÍQUIDO (3 – 4)=	R\$ 1.493,11	R\$ 17.917,32

Fonte:Elaboração Própria (2020)

7.2 Cenário Pessimista

A necessidade de se fazer belo está presente em quase todas as pessoas, por isso o ramo dos serviços de salão de beleza e barbearia serão sempre promissores, entretanto, sempre que haja mudanças nos cenários econômicos e políticos que venham afetar a economia das pessoas em geral, ou, até mesmo pandemias, como a que estamos atravessando, podem afetar quase que inteiramente todo o planejamento, receitas e despesas de qualquer organização, por isso se faz necessário a realização de um cenário pessimista para que passemos por essas mudanças, e continuemos exercendo nossa atividades, evitando assim uma possível falência.

O objetivo é criar estratégias de promoção para que as pessoas mesmo com outras prioridades possam realizar os serviços essenciais de beleza. É sabido que mesmo em momentos difíceis , o cabelo e unhas crescem e os mesmos precisam de cuidados. Outra ação é promover o atendimento domiciliar sem custos adicionais.

Quadro 29 – Projeções das Receitas

Descrição	Preço de Venda	Quantidade estimada de prestação dos serviços	Faturamento Total
Corte masc. á máquina	R\$ 10,00	20	R\$ 200,00
Corte masc. á máquina e tesoura	R\$ 13,00	20	R\$ 260,00
Corte feminino	R\$ 25,00	10	R\$ 250,00
Corte infantil	R\$ 15,00	10	R\$ 150,00
Manicure(unissex)	R\$ 10,00	4	R\$ 40,00
Pedicure(unissex)	R\$ 15,00	5	R\$ 75,00
Podologia	R\$ 25,00	4	R\$ 100,00
Barba	R\$ 15,00	4	R\$ 60,00
Designer de sobrancelha(unissex)	R\$ 13,00	10	R\$ 130,00
TOTAL DO FATURAMENTO			R\$ 1.265,00

Fonte:Elaboração Própria (2020)

Quadro 30 – Custo de Comercialização

Descrição	%	Faturamento Estimado	Custo Total
1. Impostos Municipais			
ISS – Imposto sobre Serviços	4	R\$ 1.265,00	R\$ 50,60
Subtotal 1			R\$ 50,60
2. Gastos com Vendas			
Taxa de administração do cartão de crédito	3	R\$ 1.265,00	R\$ 37,95
Subtotal 2			R\$ 37,95
TOTAL			R\$ 88,55

Fonte: Elaboração Própria (2020)

Quadro 31 – DRE

Descrição	Valores Mensais	Valor Anual em R\$
1. RECEITA COM VENDAS TOTAIS (=)	R\$ 1.265,00	R\$ 15.180,00
CUSTO VARIÁVEL TOTAL (-)		
CUSTO DE COMERCIALIZAÇÃO	R\$ 88,55	R\$ 1.062,60
2. CUSTO VARIÁVEL TOTAL =	R\$ 88,55	R\$ 1.062,60
3. LUCRO OPERACIONAL (1 - 2)=	R\$ 1.176,45	R\$ 14.117,40
4 CUSTOS FIXOS TOTAIS	R\$ 3.477,74	R\$ 41.732,88
5 LUCRO LÍQUIDO (3 – 4)=	R\$ - 2.301,29	R\$ - 27.615,48

Fonte:Elaboração Própria (2020)

8Plano Financeiro Opcional

O seguinte plano foi uma segunda opção que decidimos inserir nesse Plano de Negócios com o intuito de demonstrar que tomando a decisão de realizar a contabilidade por conta própria e também realizar o pagamento da mão de obra por comissão sobre os serviços realizados conseguimos demonstrar a viabilidade para a abertura do negócio.

8.1 Estimativas dos Investimentos Fixos

A-Máquinas, Equipamentos

Quadro 32 - Investimento Fixo Inicial (Máquinas, Equipamentos)

	Descrição	Qtde.	Valor Unitário	Total
1	Cadeira de Cabeleireiro(a)	1	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00
2	Maquineta para pagamento em cartão	1	R\$ 100,00	R\$ 100,00
3	Kit sobrancelha (pinça, tesoura,escova e lápis	4	R\$ 35,00	R\$ 140,00
4	Secador	1	R\$ 300,00	R\$ 300,00
5	Prancha	1	R\$ 280,00	R\$ 280,00
6	Baby - liss	1	R\$ 300,00	R\$ 300,00
7	Gela- água	1	R\$ 450,00	R\$ 450,00
8	Kit manicure(licate, tesoura, palito, afastador)	10	R\$ 71,00	R\$ 710,00
9	Estufa	1	R\$ 320,00	R\$ 320,00

10	Ar - Condicionado	1	R\$ 1100,00	R\$ 1100,00
11	Ventiladores	2	R\$ 120,00	R\$ 240,00
12	Máquina de cortar cabelo	1	R\$ 600,00	R\$ 600,00
13	Máquina para acabamento	1	R\$ 130,00	R\$ 130,00
14	Tesoura para corte	1	R\$ 100,00	R\$ 100,00
15	Tesoura para desbaste	1	R\$ 70,00	R\$ 70,00
	SUB - TOTAL	29		R\$ 6.040,00

Fonte:Elaboração Própria (2020)

B-Móveis e Utensílios

Quadro 33- Investimento Fixo Inicial (Móveis e Utensílios)

	Descrição	Qtde.	Valor Unitário	Total
1	Apoio de pé	1	R\$ 100,00	R\$ 100,00
2	Carrinho auxiliar	1	R\$ 300,00	R\$ 300,00
3	Pentes	4	R\$1 0,00	R\$ 40,00
4	Escovas	5	R\$ 20,00	R\$ 100,00
5	Artigos decorativos	1	R\$ 300,00	R\$ 300,00
6	Capas para corte	3	R\$ 20,00	R\$ 60,00
7	Espanadores	10	R\$ 12,00	R\$ 120,00
8	Mesa de manicure	1	R\$ 120,00	R\$ 120,00
9	Cadeira de espera	3	R\$ 70,00	R\$ 210,00
10	Espelho de bancada	1	R\$ 200,00	R\$ 200,00
11	Lavatório	1	R\$ 700,00	R\$ 700,00
12	Kit sobancelha (pinça,tesoura,escova e lápis)	4	R\$ 35,00	R\$ 140,00
13	Cadeira de Cabeleireiro(a)	1	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00
	SUB - TOTAL	36		R\$ 3.590,00

Fonte:Elaboração Própria (2020)

Quadro 34 – Total de investimentos fixos

TOTAL DE INVESTIMENTOS FIXOS (A+ B)	R\$ 9.630,00
--	---------------------

Fonte:Elaboração Própria (2020)

8.2 Capital de Giro

Um dos principais componentes da estrutura financeira, deve ser constantemente mensurado porque é ele quem vai garantir que o La Curitibana sobreviva enquanto os investimentos ainda não geraram retorno.

8.2.1Estoque Inicial

A estimativa do estoque de produtos do La Curitibana foram estimados nas projeções de demanda e também na necessidade de otimizar as idas às compras. A estimativa sugere o prazo médio de estocagem média de 30 dias para insumos necessários para a realização dos serviços prestados.

A-Estimativa do Estoque Inicial

Quadro 35 - Investimento em produtos para realizar os serviços

Descrição	Qtd.	Valor Unitário	Total
Talco	1	R\$ 15,00	R\$ 15,00
Gel	1	R\$ 5,00	R\$ 5,00
Spray	1	R\$ 20,00	R\$ 20,00
Lâmina para acabamento	120	R\$ 0,15	R\$ 18,00
Estojo para barbear	24	R\$ 0,87	R\$ 28,00
Lenço umedecido	2	R\$ 10,00	R\$ 20,00
Shampoo	1	R\$ 20,00	R\$ 20,00
Condicionador	1	R\$ 25,00	R\$ 25,00
Creme de pentear	1	R\$ 25,00	R\$ 25,00

Creme de barbear	1	R\$ 9,00	R\$ 9,00
Loção pós barba	1	R\$ 20,00	R\$ 20,00
TOTAL			R\$ 205,00

Fonte:Elaboração Própria (2020)

Quadro 36 - Necessidade média de estoques

	Número de dias
Necessidade média de estoques	30

Fonte:Elaboração Própria (2020)

8.2.2Prazo Médio de Venda

Em virtude dos serviços praticados no La Curitibaana possuem preços honestos e vantajosos, contudo, relativamente baixos, tem-se um recebimento quase que na sua totalidade à vista e em espécie, entretanto, parte dos clientes optam pelo pagamento utilizando a maquineta, e esse é realizado no débito e no crédito, com isso, parte dos pagamentos são recebidos em até 30 dias após o serviço ser realizado.

Quadro 37 - Prazo Médio de Venda (Recebimentos)

PRAZO MÉDIO DE VENDA (Recebimento)			
PRAZO MÉDIO DE VENDA	%	N ^o de Dias	Média Ponderada (Dias)
À Vista	70%	0	0
A Prazo	30%	30	9
PRAZO MÉDIO DE VENDA			9 dias

Fonte:Elaboração Própria(2020)

8.2.3Prazo Médio de Compra

O processo de compra dos insumos será misto, poderíamos até realizar compras à vista, entretanto independentemente do valor, é possível o pagamento no cartão para 30 dias, e quando as compras são em valores superiores a 100,00 reais, há a possibilidade do parcelamento em mais vezes. Como as compras geralmente não realizaremos pagamentos à vista e também, dependendo do valor, compras parceladas a depender de cada fornecedor

Quadro 38 - Prazo Médio de Compra (Pagamentos)

PRAZO MÉDIO DE COMPRA (Pagamento)			
PRAZO MÉDIO DE COMPRA	%	N ^o de Dias	Média Ponderada(Dias)
À Vista	30	0	0
A Prazo	30	30	9
A Prazo	30	60	1,8
A Prazo	10	90	9
PRAZO MÉDIO DE COMPRA			20 dias

Fonte:Elaboração Própria(2020)

8.2.4Necessidade Líquida de CG (dias)

Quadro 39 - Prazo Médio de Compra (Pagamentos)

Necessidade Líquida de CG em dias	N^o de dias
Recursos da empresa fora do seu caixa	
1 . Contas a receber – Prazo médio de venda	9
2. Estoque – necessidade média de estoque	30
Subtotal 1 (item 1+2)	39 dias
Recursos de terceiros no caixa da empresa	
3. Fornecedores: Prazo médio de compras	20
Subtotal 2	20 dias
Necessidade Líquida de CG em dias (Subtotal 1 – Subtotal 2)	19 dias

Fonte:Elaboração Própria (2020)

8.2.5 Caixa Mínimo

O caixa mínimo representa a reserva financeira destinada ao financiamento dos custos operacionais nos meses iniciais de atividade da organização. Abaixo segue a projeção com resultados obtidos anteriormente.

Quadro 40 – Caixa Mínimo

Custo Fixo Mensal	R\$ 376,59
Custo Variável Mensal	R\$ 200,00
Custo Total da Empresa	R\$ 576,59
Custo Total Diário	R\$ 19,22
Necessidade Líquida de Capital de Giro (dias)	19 dias
Caixa Mínimo	R\$ 365,17

Fonte:Elaboração Própria(2020)

Quadro 41 – Capital de Giro (Resumo)

Descrição	Valor
A – Estoque Inicial	R\$ 205,00
B – Caixa Mínimo	R\$ 365,17
Total do Capital de Giro (A + B)	R\$ 570,17

Fonte:Elaboração Própria(2020)

8.3 Investimentos Pré – Operacionais

Neste tópico, listaremos os investimentos que se fazem necessários para que o La Curitibana tenha condições para prestar os serviços aos seus futuros (ras) clientes.

Quadro 42 – Investimentos pré – operacionais

Descrição	Valor
Despesa de legalização	R\$ 400,00
Divulgação	R\$ 400,00
Total	R\$ 800,00

Fonte:Elaboração Própria(2020)

8.4 Investimento Total

O investimento total provém das estimativas de valores necessários para os investimentos fixos, financeiros e pré- operacionais. A soma destes valores representa o total a ser investido no negócio.

Quadro 43 Investimento Total

Descrição	Valor	%
Estimativa dos investimentos fixos - Quadro (34)	R\$ 9.630,00	
Estimativa do capital de giro - Quadro (41)	R\$ 570,17	
Estimativa dos investimentos pré – operacionais – Quadro (42)	R\$ 800,00	
Total	R\$ 11.000,17	100

Fonte:Elaboração Própria(2020)

Quadro 44 – Fonte de Recursos

Descrição	Valor	%
Recursos Próprios	R\$ 3.000,00	27,27
Recursos de Terceiros (doação da família)	R\$ 8.000,17	72,73
Total	R\$ 11.000,17	100

Fonte:Elaboração Própria(2020)

8.5 Estimativa do Faturamento Mensal

Quadro 45 – Estimativa de Faturamento Mensal de Serviços

Descrição	Preço de Venda	Quantidade estimada de prestação dos serviços	Faturamento Total
Corte masc. á máquina	R\$ 10,00	60	R\$ 600,00
Corte masc. á máquina e tesoura	R\$ 13,00	40	R\$ 520,00
Corte feminino	R\$ 25,00	15	R\$ 375,00
Corte infantil	R\$ 15,00	15	R\$ 225,00
Manicure (unissex)	R\$ 10,00	20	R\$ 200,00
Pedicure (unissex)	R\$ 15,00	20	R\$ 300,00

Podologia	R\$ 25,00	15	R\$ 375,00
Barba	R\$ 15,00	20	R\$ 300,00
Designer de sobancelha(unissex)	R\$ 13,00	20	R\$ 260,00
TOTAL DO FATURAMENTO			R\$ 2.817,00

Fonte:Elaboração Própria(2020)

8.6 Custo de Comercialização

Este tipo de despesa incide diretamente sobre as vendas e representa os gastos com impostos e demais custos que viabilizam a comercialização dos produtos e serviços. No La Curitibana, a princípio, não teremos comercialização de produtos, somente a venda dos nossos serviços. Mesmo sabendo que nem todo serviço será pago na maquineta, calculamos como se fosse, assim sendo, se, um dia forem pagos na mesma, este custo já estará contabilizado. E no futuro, das duas uma, ou não precisaremos aumentar o preço, ou a nossa margem de contribuição aumentará, caso seja pago em espécie.

Quadro 46 – Custo de Comercialização

Descrição	%	Faturamento Estimado	Custo Total
1. Impostos Municipais			
ISS – Imposto sobre Serviços	4	R\$ 2.817,00	R\$ 112,68
Subtotal 1			R\$ 112,68
2. Gastos com Prestação de Serviços			
Taxa de administração do cartão de crédito	3	R\$ 2.817,00	R\$ 84,51
Comissão Gestora/Cabeleireira/Manicure	50	R\$ 1.408,50	R\$ 1.408,50
Subtotal 2			R\$ 1.493,01
TOTAL			R\$ 1.605,69

Fonte:Elaboração Própria(2020)

8.7 Custo com Mão de Obra

O custo fixo com a mão de obra não haverá. Neste caso só haverá pagamento de 50% sobre a recita para a gestora, cabeleireira e manicure. E esses custos serão contabilizados no custo de comercialização.

8.8 Custos com Depreciação

Quadro 47 – Depreciação

Descrição	Valor	Vida útil	Depreciação Anual	Depreciação Mensal
Máquinas/Equipamentos	R\$ 6040,00	5 anos	R\$ 1.208,00	R\$ 100,67
Móveis e Utensílios	R\$ 3590,00	10 anos	R\$ 359,00	R\$29,92
TOTAL DA DEPRECIACÃO				R\$ 130,59

Fonte:Elaboração Própria(2020)

As informações de “ Vida Útil” foram retiradas do Anexo I que se encontra no site da Receita Federal em: <http://normas.receita.fazenda.gov.br>

8.9 Custos Fixos Operacionais Mensais

Quadro 48 – Custos Fixos Operacionais Mensais

Item	Descrição	Valor
1	IPTU	R\$ 20,00
2	Energia Elétrica	R\$ 80,00
3	Telefone	R\$ 40,00
4	Internet	R\$ 70,00
5	Aluguel	R\$ 0,00
6	Material de Limpeza	R\$ 36,00
7	Depreciação	R\$ 130,59
TOTAL		R\$ 376,59

Fonte:Elaboração Própria(2020)

8.10 Demonstrativo dos Resultados

Aqui, apresentaremos os resultados do negócio, verificando, a partir das estimativas realizadas, se ele possivelmente operará com lucro ou prejuízo.

Quadro 49 – DRE

Descrição	Valores Mensais	Valor Anual em R\$
1. RECEITA COM VENDAS TOTAIS (=)	R\$ 2.817,00	R\$ 33.804,00
CUSTO VARIÁVEL TOTAL (-)		
CUSTO DE COMERCIALIZAÇÃO	R\$ 1.605,69	R\$ 19.269,28
2. CUSTO VARIÁVEL TOTAL =	R\$ 1.605,69	R\$ 19.269,28
3. LUCRO OPERACIONAL (1 – 2) =	R\$ 1.211,31	R\$ 14.535,72
4 CUSTOS FIXOS TOTAIS -	R\$ 376,59	R\$4.519,08
5 LUCRO LÍQUIDO (3 – 4) =	R\$ 834,72	R\$ 10.016,64

Fonte:Elaboração Própria(2020)

9 Indicadores de Viabilidade do Plano Financeiro Opcional

9.1 Ponto de Equilíbrio

A partir deste indicador, podemos estimar o faturamento necessário para cobrir os custos operacionais do empreendimento. Para efetuar o cálculo do Ponto de Equilíbrio (PE) é preciso encontrar o valor do índice da Margem de Contribuição (ICM) através da fórmula abaixo, onde “RT “ é a Receita Total e “ CV “ Custo Variável.

9.1.1Fórmula do Ponto de Equilíbrio

A) $PE = \text{Custo Fixo Total} / \text{Índice da Margem de Contribuição} (*)$

(*) Observação

Margem de Contribuição

B) $\text{Índice da Margem de Contribuição} = (\text{Receita Total} - \text{Custo Variável Total}) / \text{Receita Total}$

$$IMC = (2.817,00 - 1.605,69) / 2.817,00$$

$$ICM = 1.211,31 / 2.817,00$$

ICM = 0,43 Logo, o ponto de equilíbrio será:

$$PE = 376,59 / 0,43$$

$$PE = 875,79$$

Conclui-se, então, que a empresa deve contar com uma receita mínima de R\$ 875,79 para que funcione sem prejuízo.

9.2Lucratividade

Segundo o Sebrae a Lucratividade: “é um indicador que mede o lucro líquido em relação às vendas. É um dos principais indicadores econômicos das empresas, pois está relacionado à sua competitividade.”

$$\text{Lucratividade} = \text{Lucro Líquido} / \text{Receita Total} \times 100$$

$$\text{Lucratividade} = (10.016,64 / 33.804,00) \times 100$$

$$\text{Lucratividade} = 29,63 \% \text{ a.a}$$

É possível concluir que, após a gestão do La Curitibaana arcar com todas as suas obrigações financeiras. “sobram“ R\$ 10.016,64 na forma de lucro, o que indica uma lucratividade de 29,63 % ao ano.

9.3Rentabilidade

A partir deste indicador de atratividade, é possível mensurar o retorno do capital investido.

$$\text{Rentabilidade} = \text{Lucro Líquido} / \text{Investimento Total} \times 100$$

$$\text{Rentabilidade} = (10.016,64 / 11.000,17) \times 100$$

$$\text{Rentabilidade} = 91,06 \% \text{ a.a}$$

Constata-se que o negócio é rentável porque a cada ano ele pode recuperar 91,06 % do total investido.

9.4Prazo de Retorno do Investimento

Este indicador estima o tempo necessário para que o empreendedor recupere o que investiu no seu negócio. Assim como a rentabilidade, também é um indicador de atratividade

PRI = Investimento Total / Lucro Líquido

PRI = 11.000,17 / 10.016,64 PRI ~ = 1,098 anos (13,18 meses)

O resultado indica que, em aproximadamente 14 meses da inauguração do La Curitiba, será possível recuperar, na forma de lucro, tudo o que foi investido na construção do empreendimento.

10 Construções dos Cenários do Plano Financeiro Opcional

10.1 Cenário Otimista

No cenário otimista, obtém-se um lucro líquido que possibilita cobrir possíveis passagens pelos cenários pessimistas, além de permitir folga financeira para investir em oportunidades e melhorias.

No quadro está representada a projeção das receitas em um cenário otimista, quando, por exemplo, estiverem se aproximando datas comemorativas e as pessoas tendem a procurar mais por serviços de embelezamento, a partir daí, temos os quadros e, respectivamente, as projeções dos custos de comercialização e da DRE para este cenário.

Quadro 50 – Projeções das Receitas

Descrição	Preço de Venda	Quantidade estimada de prestação dos serviços	Faturamento Total
Corte masc. á máquina	R\$ 10,00	80	R\$800,00
Corte masc. á máquina e tesoura	R\$ 13,00	60	R\$780,00
Corte feminino	R\$ 25,00	25	R\$625,00
Corte infantil	R\$ 15,00	25	R\$375,00
Manicure (unissex)	R\$ 10,00	40	R\$400,00
Pedicure (unissex)	R\$ 15,00	40	R\$600,00
Podologia	R\$ 25,00	25	R\$625,00
Barba	R\$ 15,00	50	R\$750,00
Designer de sobrancelha(unissex)	R\$ 13,00	30	R\$390,00
TOTAL DO FATURAMENTO			R\$5.345,00

Fonte:Elaboração Própria(2020)

Quadro 51 – Custo de Comercialização

Descrição	%	Faturamento Estimado	Custo Total
1. Impostos Municipais			
ISS – Imposto sobre Serviços	4	R\$ 5.345,00	R\$ 213,80
Subtotal 1			R\$ 213,80
2. Gastos com Vendas			
Taxa de administração do cartão de crédito	3	R\$ 5.345,00	R\$ 160,35
Subtotal 2			R\$ 160,35
TOTAL			R\$ 374,15

Fonte: Elaboração Própria (2020)

Quadro 52 – DRE

Descrição	Valores Mensais	Valor Anual em R\$
1. RECEITA COM VENDAS TOTAIS (=)	R\$ 5.345,00	R\$ 64.140,00
CUSTO VARIÁVEL TOTAL (-)		
CUSTO DE COMERCIALIZAÇÃO	R\$ 374,15	R\$ 4.489,80
2. CUSTO VARIÁVEL TOTAL =	R\$ 374,15	R\$ 4.489,80
3. LUCRO OPERACIONAL (1 - 2)=	R\$ 4.970,85	R\$ 59.650,20
4 CUSTOS FIXOS TOTAIS	R\$ 3.477,74	R\$ 41.732,88
5 LUCRO LÍQUIDO (3 – 4)=	R\$ 1.493,11	R\$ 17.917,32

Fonte:Elaboração Própria(2020)

10.2 Cenário Pessimista

A necessidade de se fazer belo está presente em quase todas as pessoas, por isso o ramo dos serviços de salão de beleza e barbearia serão sempre promissores, entretanto,

sempre que haja mudanças nos cenários econômicos e políticos que venham afetar a economia das pessoas em geral, ou, até mesmo pandemias, como a que estamos atravessando, podem afetar quase que inteiramente todo o planejamento, receitas e despesas de qualquer organização, por isso se faz necessário a realização de um cenário pessimista para que passemos por essas mudanças, e continuemos exercendo nossa atividades, evitando assim uma possível falência.

O objetivo é criar estratégias de promoção para que as pessoas mesmo com outras prioridades possam realizar os serviços essenciais de beleza. É sabido que mesmo em momentos difíceis, o cabelo e unhas crescem e os mesmos precisam de cuidados. Outra ação é promover o atendimento domiciliar sem custos adicionais.

Quadro 53 – Projeções das Receitas

Descrição	Preço de Venda	Quantidade estimada de prestação dos serviços	Faturamento Total
Corte masc. á máquina	R\$ 10,00	20	R\$ 200,00
Corte masc. á máquina e tesoura	R\$ 13,00	20	R\$ 260,00
Corte feminino	R\$ 25,00	10	R\$ 250,00
Corte infantil	R\$ 15,00	10	R\$ 150,00
Manicure (unissex)	R\$ 10,00	4	R\$ 40,00
Pedicure (unissex)	R\$ 15,00	5	R\$ 75,00
Podologia	R\$ 25,00	4	R\$ 100,00
Barba	R\$ 15,00	4	R\$ 60,00
Designer de sobancelha (unissex)	R\$ 13,00	10	R\$ 130,00
TOTAL DO FATURAMENTO			R\$ 1.265,00

Fonte:Elaboração Própria(2020)

Quadro 54 – Custo de Comercialização

Descrição	%	Faturamento Estimado	Custo Total
1. Impostos Municipais			
ISS – Imposto sobre Serviços	4	R\$ 1.265,00	R\$ 50,60
Subtotal 1			R\$ 50,60
2. Gastos com Vendas			
Taxa de administração do cartão de crédito	3	R\$ 1.265,00	R\$ 37,95
Subtotal 2			R\$ 37,95
TOTAL			R\$ 88,55

Fonte:Elaboração Própria(2020)

Quadro 55 – DRE

Descrição	Valores Mensais	Valor Anual em R\$
1. RECEITA COM VENDAS TOTAIS (=)	R\$ 1.265,00	R\$ 15.180,00
CUSTO VARIÁVEL TOTAL (-)		
CUSTO DE COMERCIALIZAÇÃO	R\$ 88,55	R\$ 1.062,60
2. CUSTO VARIÁVEL TOTAL =	R\$ 88,55	R\$ 1.062,60
3. LUCRO OPERACIONAL (1 - 2)=	R\$ 1.176,45	R\$ 14.117,40
4 CUSTOS FIXOS TOTAIS	R\$ 3.477,74	R\$ 41.732,88
5 LUCRO LÍQUIDO (3 – 4)=	R\$ - 2.301,29	R\$ - 27.615,48

Fonte:Elaboração Própria(2020)

11DECISÃO GERENCIAL

É sabido que o ramo de beleza é bastante promissor, primeiramente porque é saudável estar bem consigo mesmo, outro fator que propicia o sucesso do negócio de beleza é que, a sociedade nos cobra pelo menos uma aparência aceitável.

Levando em conta que o projeto se for realizado da forma como foi planejado, não terá lucro líquido, assim sendo, será um projeto natimorto, qual empresa deseja operar sem lucro? Entretanto, se desejarmos operar, teremos que aumentar nossas receitas, aí sim, poderemos obter demonstrativos de resultados e indicadores financeiros favoráveis à abertura do empreendimento, caso que observamos quando realizamos o cenário otimista do negócio. Outra medida cabível seria a de reformularmos nosso planejamento da seguinte forma: mesmo sabendo que o contador é um parceiro primordial para qualquer negócio, nesse novo planejamento e também nos valendo de que o MEI por lei não é obrigado a ter um contador, assim sendo, não mais teremos seu salário como um custo fixo, além disso, realizamos mudanças também na forma de pagamento da gestora, cabeleireira e manicure, a mesma passará a receber 50% sobre o total das receitas do empreendimento. Essas decisões mudarão quase que por inteiro os demonstrativos de resultados e indicadores financeiros do empreendimento La Curitiba Salão e Barbearia.

Com o novo plano financeiro pudemos observar que diminuindo os custos fixos, os demonstrativos de resultados e indicadores financeiros do empreendimento La Curitiba Salão e Barbearia tornaram o empreendimento viável, contudo, somente no cenário pessimista desse novo plano é que teremos que mesmo nas dificuldades, criarmos formas de promoções, atendimento à domicílio sem custo a mais.

Diante do exposto verificamos que o presente trabalho é de suma importância para que um empreendedor possa ter a ideia de como será seu investimento. Assim sendo a chance dele fechar e entrar para estatísticas negativas diminuem.

12REFERÊNCIAS

SEBRAE/RS. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Rio Grande do Sul. **Plano de negócios**. Porto Alegre, 2004.

REVISTA EXAME. Novo conceito de barbearia conquista espaço no disputado mercado de beleza brasileiro. Disponível em: https://exame.abril.com.br/negocios/dino_old/novo-conceito-de-barbearia-conquista-espaco-no-disputado-mercado-de-beleza-brasileiro-shtml/. Acesso em: 01 dez. 2020.

O crescente mercado das barbearias. Jornal Daqui. Disponível em: <https://www.daquibh.com.br/crescente-mercado-das-barbearias/>. Acesso em: 1 Dec. 2020.

http://populacao.net.br/populacao-jardim-cidade-universitaria_joao-pessoa_pb.html

CAMPOS, THAYSE CASTRO ANDRÉ DE. Perfil das consumidoras de salões de beleza no Brasil. **Unesc.net**, 2012. Disponível em: <http://repositorio.unesc.net/handle/1/1245>. Acesso em: 1 Dec. 2020.

RODRIGUES, Mika. **Vaidade Masculina**. Barbearia O Barbeiro. Disponível em: <http://www.obarbeiro.com.br/comportamento-2/vaidade-masculina/>. Acesso em: 1 Dec. 2020.