

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA – UFPB

Centro De Ciências Sociais Aplicadas – CCSA

Curso de Administração – CADM

**PLANO DE NEGÓCIO: Seja Bela Cosméticos**

JÉSSICA MARIA BERNARDO DA SILVA

João Pessoa

Novembro 2020

JÉSSICA MARIA BERNARDO DA SILVA

## **PLANO DE NEGÓCIO: Seja Bela Cosméticos**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como parte dos requisitos obtenção do Grau de Bacharelado em Administração, pelo Centro de Ciências Sociais Aplicadas, da Universidade Federal da Paraíba / UFPB.

**Professor Orientador:** Suelle Cariele de Souza e Silva, Mestra.

João Pessoa

Novembro 2020

**Catálogo na publicação**  
**Seção de Catalogação e Classificação**

S586p Silva, Jessica Maria Bernardo da.  
Plano de negócio: Seja Bela Cosméticos / Jessica Maria  
Bernardo da Silva. - João Pessoa, 2020.  
58 f. : il.

Orientação: Suelle Cariele de Souza e Silva.  
TCC (Graduação) - UFPB/CCSA.

1. Plano de negócio. 2. Mercado de cosméticos. 3.  
Administração de vendas. I. Silva, Suelle Cariele de  
Souza e. II. Título.

UFPB/CCSA

CDU 658

## **Folha de aprovação**

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

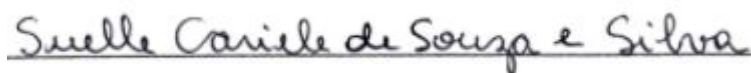
**Aluna:** Jéssica Maria Bernardo da Silva

**Trabalho:** Plano de Negócio: Seja Bela Cosméticos

**Área da Pesquisa:** Finanças

**Data de Aprovação:** 01/12/2020

### **Banca Examinadora**



---

Orientador

Profª. Suelle Cariele de Souza e Silva, Mestra



Membro 1

Prof. Rosivaldo de Lima Lucena, Doutor

Dedico este trabalho de conclusão de curso a meu esposo que sempre esteve comigo e me deu forças nos momentos difíceis. A minha mãe pelo seu apoio e dedicação. E aos meus professores do curso de administração que através de seus ensinamentos contribuíram para meu crescimento profissional

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço, em primeiro lugar, a Deus que me permitiu ter paciência e persistência para atingir meus objetivos.

Aos meus pais Edson Bernardo da Silva (in memorian) e Rosélia Maria Bernardo da Silva, que sempre me apoiaram e comemoram as minhas vitórias.

Ao meu esposo José Nildo Moreira dos Santos pelo amor, companheirismo, paciência e compreensão.

Aos meus irmãos Eudes e Euzivan, e familiares que de forma direta ou indireta contribuíram para o que sou hoje.

A minha orientadora e professora, Suelle Cariele de Souza e Silva, pela paciência, dedicação e pelos conhecimentos compartilhados, os quais foram fundamentais para a conclusão deste trabalho.

Aos meus amigos Bertulio, Daiana, Erick, Gustavo, Larissa e Polyanna, pela amizade, apoio e compreensão.

E a todos os gestores que gentilmente abriram as portas de suas empresas para a realização de meus trabalhos acadêmicos.

*“Ser competente é acertar um alvo que ninguém acertou, ser administrador é acertar um alvo que ninguém viu”.*

*(Erlandson F. A. Andrade)*

## SUMÁRIO EXECUTIVO

Seja Bela Cosméticos é uma empresa que atuará no município de João Pessoa-PB com a venda de produtos de qualidade com preços acessíveis. A proprietária Jéssica Maria Bernardo da Silva apresenta características empreendedoras, sabe administrar todos os setores da empresa, possui experiência de 5 anos com vendas e atualmente está se graduando em Administração pela Universidade Federal da Paraíba. A razão social do empreendimento será Jéssica Maria Bernardo da Silva cosméticos – ME, a mesma deverá ser legalizada como empresário individual. O capital social virá de recursos próprios da proprietária e possui valor estimado de R\$ 63.170,93. Desse valor R\$ 36.858,17 estará reservado para suprir a necessidade de capital de giro. A projeção do investimento é de R\$ 63.170,93, ao levar em consideração um cenário onde a empresa consiga atuar com 60% de capacidade instalada, obtém-se uma receita mensal de R\$ 20.378,55 com lucro líquido de R\$ 8.859,82 e prazo de retorno do investimento de aproximadamente 7 meses, mostrando que o negócio é viável. A empresa possui como missão proporcionar bem-estar e autoestima por meio da venda de produtos que realcem a beleza natural de nossos clientes. Esse plano de negócios foi elaborado seguindo a metodologia do Sebrae (2013).

### Indicadores da Viabilidade

|                                         |               |
|-----------------------------------------|---------------|
| <b>Ponto de Equilíbrio</b>              | R\$ 10.294,65 |
| <b>Lucratividade</b>                    | 43,47% aa     |
| <b>Rentabilidade</b>                    | 168,30% aa    |
| <b>Prazo de Retorno do Investimento</b> | 7 meses       |

## **LISTA DE FIGURAS**

|                                                 |    |
|-------------------------------------------------|----|
| Figura 1 - Descrição CNAE .....                 | 14 |
| Figura 2 - Logomarca da empresa Seja Bela ..... | 27 |
| Figura 3 - Layout .....                         | 31 |
| Figura 4 - Organograma .....                    | 33 |

## LISTA DE QUADROS

|                                                                                      |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Quadro 1 - Capital Social .....                                                      | 14 |
| Quadro 2 - Indicadores da Viabilidade .....                                          | 15 |
| Quadro 3 - Análise da Concorrência .....                                             | 17 |
| Quadro 4 - Análise dos Fornecedores.....                                             | 18 |
| Quadro 5 - Análise SWOT .....                                                        | 18 |
| Quadro 6 - Lojas de cosméticos onde os respondentes fizeram a sua última compra..... | 26 |
| Quadro 7 - Precificação .....                                                        | 27 |
| Quadro 8 - Investimento Fixo Inicial .....                                           | 34 |
| Quadro 9 - Investimento em estoque inicial.....                                      | 34 |
| Quadro 10 - Prazo Médio de Recebimento de Vendas .....                               | 37 |
| Quadro 11 - Prazo Médio de Compras .....                                             | 37 |
| Quadro 12 - Necessidade Média de Estoques .....                                      | 38 |
| Quadro 13 - Necessidade Líquida de Capital de Giro (em dias) .....                   | 38 |
| Quadro 14 - Caixa Mínimo.....                                                        | 38 |
| Quadro 15 - Capital de Giro (Resumo) .....                                           | 38 |
| Quadro 16 - Investimentos pré-operacionais .....                                     | 39 |
| Quadro 17 - Investimento Total .....                                                 | 39 |
| Quadro 18 - Fonte de recursos .....                                                  | 39 |
| Quadro 19 - Estimativa do Faturamento Mensal .....                                   | 39 |
| Quadro 20 - Custos de Comercialização .....                                          | 42 |
| Quadro 21 - Despesa com Pessoal .....                                                | 42 |
| Quadro 22 - Depreciação .....                                                        | 43 |
| Quadro 23 - Despesas Operacionais .....                                              | 43 |
| Quadro 24 - DRE .....                                                                | 44 |
| Quadro 25 - Projeção da Receita para o cenário otimista .....                        | 47 |
| Quadro 26 - Projeção dos Custos de Comercialização para o cenário otimista .....     | 50 |
| Quadro 27 - Projeção da DRE para o cenário otimista .....                            | 50 |
| Quadro 28 - Projeção da Receita para o cenário pessimista .....                      | 50 |
| Quadro 29 - Projeção dos Custos de Comercialização para o cenário pessimista .....   | 53 |
| Quadro 30 - Projeção da DRE para o cenário pessimista .....                          | 53 |

## LISTA DE GRÁFICOS

|                                                                                                   |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gráfico 1 - Idade dos respondentes .....                                                          | 20 |
| Gráfico 2 - Renda Familiar .....                                                                  | 20 |
| Gráfico 3 - Frequência de visita a lojas de cosméticos .....                                      | 21 |
| Gráfico 4 - Produtos que os respondentes costumam comprar .....                                   | 22 |
| Gráfico 5 - Produtos que os respondentes costumam comprar .....                                   | 22 |
| Gráfico 6 - Quantidade de itens que os respondentes costumam comprar .....                        | 23 |
| Gráfico 7 - Valor médio gasto em visita a loja de cosméticos .....                                | 23 |
| Gráfico 8 - Fatores levados em consideração no momento da compra .....                            | 24 |
| Gráfico 9 - Meios pelos quais os respondentes procuram informações sobre loja de cosméticos ..... | 26 |

## SUMÁRIO

|                                                             |    |
|-------------------------------------------------------------|----|
| 1. DESCRIÇÃO DO EMPREENDIMENTO.....                         | 13 |
| 1.1 Definição do Negócio.....                               | 13 |
| 1.2 Empreendedora.....                                      | 13 |
| 1.3 Síntese das Responsabilidades da Equipe Dirigente ..... | 13 |
| 1.4 Exigências Legais .....                                 | 13 |
| 1.5 Área de Atuação .....                                   | 13 |
| 1.6 Capital Social.....                                     | 14 |
| 1.7 Indicadores Estratégicos da Organização .....           | 14 |
| 1.7.1 Missão.....                                           | 14 |
| 1.7.2 Visão.....                                            | 14 |
| 1.7.3 Valores.....                                          | 14 |
| 1.8 Indicadores Financeiros.....                            | 15 |
| 2. ANÁLISE DE MERCADO.....                                  | 16 |
| 2.1 Análise dos Clientes .....                              | 16 |
| 2.1.1 Público – Alvo .....                                  | 16 |
| 2.1.2 Comportamento dos Clientes .....                      | 16 |
| 2.2 Análise da Concorrência.....                            | 17 |
| 2.3 Análise dos Fornecedores.....                           | 17 |
| 2.4 Análise SWOT.....                                       | 18 |
| 2.4.1 Forças .....                                          | 19 |
| 2.4.2 Fraquezas .....                                       | 19 |
| 2.4.3 Oportunidades.....                                    | 19 |
| 2.4.4 Ameaças .....                                         | 19 |
| 3. PESQUISA DE MERCADO.....                                 | 20 |
| 3.1 Análise do Perfil do Cliente .....                      | 20 |
| 3.2 Análises das preferências dos clientes.....             | 21 |
| 3.3 Análises Gerais .....                                   | 25 |
| 4. PLANO DE MARKETING .....                                 | 27 |
| 4.1 Logomarca.....                                          | 27 |
| 4.2 Produtos.....                                           | 27 |
| 4.3 Preço .....                                             | 27 |
| 4.4 Estratégias Promocionais.....                           | 29 |
| 4.5 Estrutura de Comercialização .....                      | 30 |
| 4.6 Localização do Negócio .....                            | 30 |
| 5. PLANO OPERACIONAL.....                                   | 31 |

|                                             |    |
|---------------------------------------------|----|
| 5.1 Layout.....                             | 31 |
| 5.2 Capacidade Instalada .....              | 31 |
| 5.3 Processos Operacionais .....            | 32 |
| 5.3.1 Compra .....                          | 32 |
| 5.3.2 Estocagem e reposição .....           | 32 |
| 5.3.3 Recepção.....                         | 32 |
| 5.3.4 Pagamento .....                       | 32 |
| 5.3.5 Pesquisa de Satisfação .....          | 32 |
| 5.3.6 Saída do Estabelecimento.....         | 32 |
| 5.3.7 Pós-Venda.....                        | 32 |
| 5.4 Necessidade de Pessoal .....            | 33 |
| 5.4.1 Estrutura Organizacional .....        | 33 |
| 6 PLANO FINANCEIRO.....                     | 34 |
| 6.1. Investimentos Fixos.....               | 34 |
| 6.2 Capital de Giro .....                   | 34 |
| 6.2.1 Estoque Inicial .....                 | 34 |
| 6.2.2 Caixa Mínimo .....                    | 37 |
| 6.3 Investimentos Pré-Operacionais .....    | 39 |
| 6.4 Investimento Total.....                 | 39 |
| 6.5 Estimativa do Faturamento Mensal .....  | 39 |
| 6.6 Custo de Comercialização .....          | 42 |
| 6.7 Custos com Mão de Obra .....            | 42 |
| 6.8 Custos com Depreciação .....            | 43 |
| 6.9 Custos Fixos Operacionais Mensais ..... | 43 |
| 6.10 Demonstrativo dos Resultados .....     | 43 |
| 7 INDICADORES DE VIABILIDADE.....           | 45 |
| 7.1 Ponto de Equilíbrio.....                | 45 |
| 7.2 Lucratividade .....                     | 45 |
| 7.3 Rentabilidade .....                     | 45 |
| 7.4 Prazo de Retorno do Investimento.....   | 46 |
| 8 CONSTRUÇÃO DOS CENÁRIOS .....             | 47 |
| 8.1 Cenário Otimista.....                   | 47 |
| 8.2 Cenário Pessimista.....                 | 50 |
| 9 DECISÃO GERENCIAL .....                   | 54 |
| REFERÊNCIA .....                            | 55 |
| APÊNDICE .....                              | 56 |

## **1. DESCRIÇÃO DO EMPREENDIMENTO**

Neste capítulo, serão vistos os dados que descrevem o empreendimento, bem como as informações necessárias para que ocorra a compreensão do negócio e de suas características de mercado.

### **1.1 Definição do Negócio**

A empresa, aqui apresentada, tem como finalidade realçar a beleza natural de seus clientes por meio do comércio varejista de cosméticos de qualidade e com preços acessíveis aos moradores da região metropolitana de João Pessoa- PB.

### **1.2 Empreendedora**

Jéssica Maria Bernardo da Silva, brasileira, natural de Guarabira-PB, casada, auxiliar administrativo, residente na Rua Severina Crispim Veras, nº 307, Planalto Boa Esperança, João Pessoa, PB. Apresenta características empreendedoras, sabe administrar todos os setores da empresa, possui experiência de 5 anos com vendas e atualmente está se graduando em Administração pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB).

### **1.3 Síntese das Responsabilidades da Equipe Dirigente**

A responsabilidade de dirigente da empresa fica a cargo de Jéssica, o que inclui as tarefas de contratação, demissão e remuneração de funcionários; compra de material, controle de estoque e previsão de demanda; controle de entradas e saída de caixa, planejamento e controle financeiro; divulgação da empresa, entre outros.

### **1.4 Exigências Legais**

A razão social do empreendimento Seja Bela Cosméticos será Jéssica Maria Bernardo da Silva cosméticos – ME, a mesma deverá ser legalizada como empresário individual.

Segundo o SEBRAE (2013), a lei enquadra como empresário individual a pessoa jurídica com receita bruta anual de até R\$ 360 mil reais, o pagamento de tributos é feito pelo simples nacional que ocorre de forma reduzida e simplificada, além disso, o recolhimento do imposto é único. O enquadramento no simples nacional está relacionado ao faturamento da empresa, e também possui os benefícios da desburocratização, incentivo a inovação, entre outros.

### **1.5 Área de Atuação**

A Seja Bela está enquadrada na área de comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal, como pode ser visto na Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE/IBGE) que está representada na figura 1.

Figura 1 - Descrição CNAE

**Hierarquia**

|            |                                                                                                                     |
|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Seção:     | G COMÉRCIO; REPARAÇÃO DE VEÍCULOS AUTOMOTORES E MOTOCICLETAS                                                        |
| Divisão:   | 47 COMÉRCIO VAREJISTA                                                                                               |
| Grupo:     | 47.7 Comércio varejista de produtos farmacêuticos, perfumaria e cosméticos e artigos médicos, ópticos e ortopédicos |
| Classe:    | 47.72-5 Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal                               |
| Subclasse: | 4772-5/00 Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal                             |

**Notas Explicativas:**  
 Esta subclasse compreende:  
 - o comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria, de toucador e de higiene pessoal

Esta subclasse compreende também:  
 - o comércio varejista especializado em fraldas descartáveis e absorventes higiênicos

Esta subclasse não compreende:  
 - o comércio varejista de produtos farmacêuticos com manipulação de fórmula (4771-7/02)

**Lista de Descritores**  
 Registros encontrados: 20

Mostrar: 10 registros por página

| Código    | Descrição                                       |
|-----------|-------------------------------------------------|
| 4772-5/00 | ABSORVENTE HIGIÊNICO ÍNTIMO; COMÉRCIO VAREJISTA |
| 4772-5/00 | ARTIGOS DE HIGIENE PESSOAL; COMÉRCIO VAREJISTA  |
| 4772-5/00 | ARTIGOS DE PERFUMARIA; COMÉRCIO VAREJISTA       |
| 4772-5/00 | ARTIGOS DE TOUCADOR; COMÉRCIO VAREJISTA DE      |

Fonte: CNAE/IBGE (2020)

## 1.6 Capital Social

O capital social virá de recursos próprios da proprietária e possui valor estimado de R\$ 63.170,93. Desse valor R\$ 36.858,17 estará reservado para suprir a necessidade de capital de giro.

Quadro 1 - Capital Social

| Sócios                          | Valor (R\$) | Participação (%) |
|---------------------------------|-------------|------------------|
| Jéssica Maria Bernardo da Silva | 63.170,93   | 100              |

Fonte: Elaboração Própria (2020)

## 1.7 Indicadores Estratégicos da Organização

### 1.7.1 Missão

Proporcionar bem-estar e autoestima por meio da venda de produtos que realcem a beleza natural de nossos clientes.

### 1.7.2 Visão

Tornar-se referência na venda de produtos de beleza em João Pessoa, até 2027, sendo reconhecida pela qualidade dos produtos e excelência no atendimento.

### 1.7.3 Valores

**Ética:** agimos com ética e respeito em todos os processos da empresa;

**Qualidade:** procuramos a melhoria contínua da qualidade de nossos produtos e de nosso atendimento;

**Inovação:** buscamos produtos inovadores que satisfaçam as necessidades de nossos clientes;

**Responsabilidade ambiental:** procuramos reduzir o impacto ambiental por meio de ações relacionadas à reciclagem.

### 1.8 Indicadores Financeiros

**Quadro 2 – Indicadores da Viabilidade**

|                                         |               |
|-----------------------------------------|---------------|
| <b>Ponto de Equilíbrio</b>              | R\$ 10.294,65 |
| <b>Lucratividade</b>                    | 43,47% aa     |
| <b>Rentabilidade</b>                    | 168,30% aa    |
| <b>Prazo de Retorno do Investimento</b> | 7 meses       |

**Fonte:** Elaboração Própria (2020)

## **2. ANÁLISE DE MERCADO**

No ano de 2019, o mercado de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos (HPPC) teve um bom desempenho, segundo a Associação Brasileira de Embalagem (2020). Houve um crescimento de 3,9%, alcançando 116,8 bilhões de reais. Contudo, dados da Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos mostram um crescimento de 4,2% para o setor.

A ABIHPEC (2019) apontou em seu relatório de resultados do mercado de HPPC que, em 2018, o Brasil tornou-se o terceiro mercado global em lançamentos de produtos de cosméticos por ano, ficando atrás dos Estados Unidos e China (primeiro e segundo lugar, respectivamente). A contribuição do setor para a movimentação da economia também vem crescendo nos últimos anos, tendo movimentado um valor estimado de 14,9 bilhões de reais em 2018 (ABIHPEC, 2019).

O panorama do setor feito pela ABIHPEC com dados da *Euromonitor* mostra que, em 2018, o Brasil era o quarto maior consumidor de HPPC do mundo movimentando 30 bilhões de dólares em 2018, que corresponde a cerca de 6,9% do mercado mundial, ficando atrás apenas do Estados Unidos (que movimentou US\$ 89,5), China (que movimentou US\$ 62,0) e Japão (que movimentou US\$ 37,5).

O crescimento do setor, em 2020, está sendo modesto em decorrência da pandemia do Covid-19, a alta no faturamento de janeiro a maio foi de apenas 0,6%, quando comparado ao ano mesmo período no ano anterior (ABIHPEC, 2020). Apesar disso, espera-se que um resultado melhor no segundo semestre de 2020. A venda de alguns produtos de higiene considerados “cesta da covid-19” (sabonete, álcool em gel, entre outros) obtiveram um aumento considerável nesse período.

### **2.1 Análise dos Clientes**

#### **2.1.1 Público – Alvo**

O público alvo da loja são mulheres, de diferentes faixas etárias, que pertencem às classes C e D, e moram em João Pessoa- PB ou região metropolitana. E estão à procura de cosméticos de qualidade, com preço acessível, que satisfaçam as suas necessidades.

#### **2.1.2 Comportamento dos Clientes**

Os consumidores de cosméticos estão se tornando cada vez mais exigentes. Segundo o caderno de tendências 2019-2020 do SEBRAE em parceria com a ABIHPEC (2019), o mercado brasileiro acabou assimilando algumas tendências internacionais, entre elas: a personalização que é o desejo por produtos que atendam as características individuais; e a beleza com foco em ingredientes de origem natural, que são produtos com formulação de origem vegetal e ingredientes ecocertificados.

## 2.2 Análise da Concorrência

No município de João Pessoa existem diversas lojas de cosméticos que farão concorrência com a empresa. No quadro abaixo é possível observar algumas delas. As lojas analisadas ficam distantes umas das outras, a primeira fica no bairro Anatólia, a segunda no Centro, a terceira em Mangabeira e a quarta no Valentina.

A loja Nova cosméticos e Sheila Cosméticos vendem produtos semelhantes, porém a estrutura física da primeira é maior o que possibilita o atendimento de uma grande demanda, além disso, os vendedores da Nova cosméticos atendem bem os clientes, tiram dúvidas, fazem indicação de produtos, etc. O que não ocorre com a segunda empresa.

A loja Fricotes de luxo possui um excelente espaço físico, ótimo atendimento e produtos de qualidade, porém seu foco é maquiagem e produtos para cabelo, limitando assim as opções do cliente. Já a Franquia O Boticário, localizada no Mangabeira Shopping possui uma excelente localização e produtos de qualidade, porém os vendedores não atentem bem os clientes. Todas se assemelham na forma de pagamento, que pode ser à vista ou no cartão.

**Quadro 3 - Análise da Concorrência**

| Empresa                                                  | Serviços                                                                                                | Qualidade | Pagamento            | Localização | Atendimento | Infraestrutura                        |
|----------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|----------------------|-------------|-------------|---------------------------------------|
| <b>Fricotes de luxo</b>                                  | Comércio de maquiagem e produtos para cabelo                                                            | Ótima     | À vista ou no cartão | Excelente   | Ótimo       | Excelente, atende uma grande demanda. |
| <b>Nova cosméticos (Em frente a Praça Pedro Américo)</b> | Comércio de acessórios, maquiagem, equipamentos, produtos para depilação, mãos e unhas e rosto e corpo. | Ótima     | À vista ou no cartão | Ótima       | Bom         | Excelente, atende uma grande demanda. |
| <b>O Boticário (Mangabeira a Shopping)</b>               | Comércio de produtos para corpo e rosto, mãos e unhas e maquiagem                                       | Ótima     | À vista ou no cartão | Excelente   | Razoável    | Espaço pequeno, porém bem organizado. |
| <b>Sheila Cosméticos</b>                                 | Comércio de acessórios, maquiagem, equipamentos, produtos para depilação, mãos e unhas e rosto e corpo. | Boa       | À vista ou no cartão | Boa         | Razoável    | Espaço pequeno, porém bem organizado. |

**Fonte:** Elaboração Própria (2020)

## 2.3 Análise dos Fornecedores

No Quadro 4 é possível observar a lista com os principais fornecedores da empresa. Eles diferenciam na disponibilidade de itens, preço e prazo de entrega. A forma de pagamento pode ser feita à vista ou a prazo em todos os fornecedores. As compras serão feitas exclusivamente online, por isso o prazo de entrega varia de 10 a 15 dias úteis, a depender do fornecedor.

**Quadro 4- Análise dos Fornecedores**

| Nº | Itens                                                         | Fornecedor              | Preço | Pagamento          | Prazo de entrega | Localização                                                      |
|----|---------------------------------------------------------------|-------------------------|-------|--------------------|------------------|------------------------------------------------------------------|
| 1  | Acessórios Cabelo, Equipamentos, Maquiagem e Rosto e corpo.   | Master Beauty           | Bom   | À vista ou a prazo | 10 dias          | Av. Itamarati, 2.989, Santo André, São Paulo.                    |
| 2  | Acessórios, Maquiagem, Mãos e unhas e Rosto e corpo.          | Atacadão das maquiagens | Bom   | À vista ou a prazo | 15 dias          | Av. Francisco Rodrigues Filho, 4680, Mogi Das Cruzes, São Paulo. |
| 3  | Cabelo, Maquiagem, Mãos e unhas, Rosto e corpo.               | Forever Liss            | Ótimo | À vista ou a prazo | 10 dias          | Rua José Bonifácio, 690 Lençóis Paulista, São Paulo.             |
| 4  | Cabelo, Maquiagem, Mãos e unhas, Pés e pernas, Rosto e corpo. | Bio Cosméticos          | Bom   | À vista ou a prazo | 15 dias          | Av. Araguaia, 822, Setor Central, Goiânia, Goiás.                |
| 5  | Depilação                                                     | Depil Bella             | Ótimo | À vista ou a prazo | 10 dias          | Av. Marginal Projetada, 1810, Barueri, São Paulo.                |

**Fonte:** Elaboração Própria (2020)

## 2.4 Análise SWOT

No Quadro 5 é apresentada a análise dos fatores interno e externo da empresa. O fator interno é composto pelas forças e fraquezas, já o externo é formado pelas oportunidades e ameaças.

**Quadro 5- Análise SWOT**

| FATORES INTERNOS | FORÇAS                                                                                                                                                                                   | FRAQUEZAS                                                                                                                           |
|------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Qualidade do atendimento;</li> <li>Produtos com ótimo custo x benefício;</li> <li>Preço competitivo;</li> <li>Localização estratégica.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Poucos funcionários;</li> <li>Pouca força da marca;</li> <li>Pouco espaço físico.</li> </ul> |
| FATORES EXTERNOS | OPORTUNIDADES                                                                                                                                                                            | AMEAÇAS                                                                                                                             |
|                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Produtos personalizados;</li> <li>Perspectiva de crescimento para o setor;</li> </ul>                                                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>Mudança de Legislação.</li> <li>Crise econômica.</li> <li>Novos concorrentes;</li> </ul>     |

**Fonte:** Elaboração Própria (2020)

### 2.4.1 Forças

- **Qualidade do atendimento:** o treinamento oferecido para os funcionários proporcionará os recursos necessários para que o atendimento seja de qualidade e com isso se conquiste o cliente.
- **Produtos com ótimo custo x benefício:** produtos de qualidade proporcionaram aos clientes benefícios que serão maiores que os custos.
- **Preço competitivo:** o preço dos produtos levará em consideração os valores praticados pela concorrência, com isso é possível conhecer melhor os concorrentes e captar novos clientes.
- **Localização estratégica:** o local escolhido para abertura da empresa será em uma rua movimentada, de fácil acesso, próximo de estacionamento e parada de ônibus.

### 2.4.2 Fraquezas

- **Poucos funcionários:** a quantidade reduzida de colaboradores poderá prejudicar o atendimento simultâneo e gerar um aumento no tempo de espera do cliente.
- **Pouca força da marca:** por estar entrando no mercado a marca ainda não é conhecida pelos clientes.
- **Pouco espaço físico:** a impossibilidade de expansão do ambiente físico poderá limitar o crescimento futuro da loja.

### 2.4.3 Oportunidades

- **Produtos personalizados:** a tendência do consumo de produtos que atendam as individualidades pode atrair um número maior de clientes.
- **Perspectiva de crescimento para o setor:** apesar do faturamento do setor no primeiro semestre ter sido baixa, espera-se que haja uma melhora no segundo semestre de 2020.

### 2.4.4 Ameaças

- **Mudança de Legislação:** mudanças em obrigações fiscais, legislação tributária e trabalhistas podem afetar o negócio.
- **Crise econômica:** a crise econômica gerada pelo fechamento do comércio devido à pandemia do covid-19 poderá afetar o poder econômico dos clientes e consequentemente diminuir o consumo de cosméticos.
- **Novos concorrentes:** o surgimento de novos concorrentes com produtos de qualidade e preços semelhantes poderá “roubar” os clientes da loja.

### 3. PESQUISA DE MERCADO

Neste capítulo, serão vistos os resultados obtidos com a pesquisa de mercado referentes à análise do perfil do cliente, análises das preferências e análises gerais.

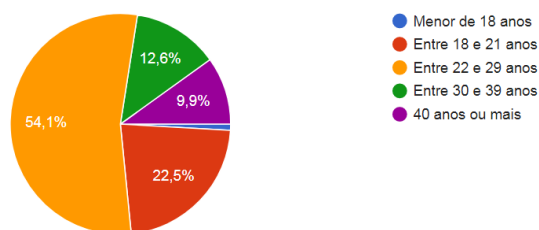
#### 3.1 Análise do Perfil do Cliente

Com o intuito de conhecer melhor o perfil dos clientes e suas preferências, foi realizada uma pesquisa de mercado quantitativa aplicada por meio de um questionário do *Google Forms*, o mesmo foi divulgado em grupos de Whatsapp e Facebook. Espera-se que esses dados auxiliem na criação de estratégias para o desenvolvimento do negócio.

Durante o período em que estava disponível coletou-se os dados de 111 respondentes, desses 91% são do gênero feminino e 9% do masculino. Evidenciando a predominância do público feminino na compra de cosméticos nessa amostra. No que diz respeito à idade constatou-se que a maioria 54,1% pertencem a faixa etária entre 22 e 29 anos, como pode ser visto no Gráfico 1.

**Gráfico 1- Idade dos respondentes**

Qual sua idade?  
111 respostas

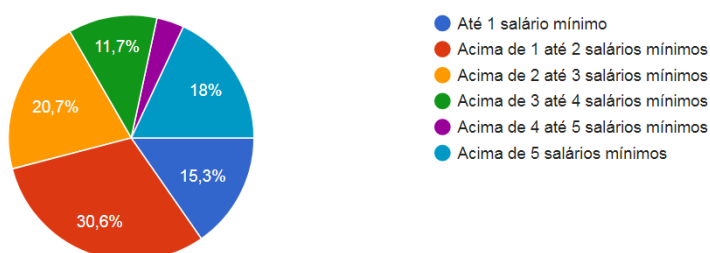


**Fonte:** Dados da Pesquisa (2020)

No Gráfico 2 é possível perceber que a maioria dos respondentes possuem renda familiar acima de 1 até 2 salários mínimos (30,6%), a segunda maior faixa é acima de 2 até 3 salários mínimos (20,7%). Esses resultados revelam que os consumidores dessa amostra pertencem a faixa renda proposta pela empresa.

**Gráfico 2- Renda Familiar**

Incluindo você, qual a sua renda familiar?  
111 respostas



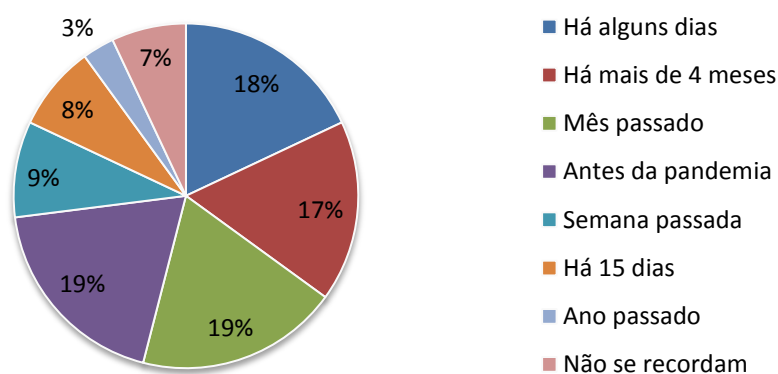
**Fonte:** Dados da Pesquisa (2020)

Com relação ao local onde vivem constatou-se que 79,27% moram em João Pessoa, 4,5% em Cabedelo, 3,6% em Bayeux, 2,7% em Santa Rita, 0,9% em Guarabira, 0,9% em Cruz do Espírito Santo, 0,9% em Mamanguape e 7,23% não responderam ou são de outros estados. Das 111 pessoas que responderam o questionário, apenas 12,6% não moram, nem fazem compras em João Pessoa, mostrando que a grande maioria dos respondentes pode ser potenciais compradores.

Para saber a periodicidade de compra de produtos de beleza foi questionado sobre a última vez que o consumidor frequentou uma loja de cosméticos. As respostas mais citadas foram, antes da pandemia (19%), mês passado (19%), há alguns dias (18%) e há mais de 4 meses (17%). Esse resultado mostra o impacto na pandemia do covid-19 no mercado de cosméticos, corroborando com a análise de mercado vista anteriormente, no capítulo 2, que evidencia o baixo crescimento do setor de HPPC no primeiro semestre de 2020.

**Gráfico 3- Frequência de visita a lojas de cosméticos**

Última vez que o consumidor frequentou uma loja de cosméticos



**Fonte:** Dados da Pesquisa (2020)

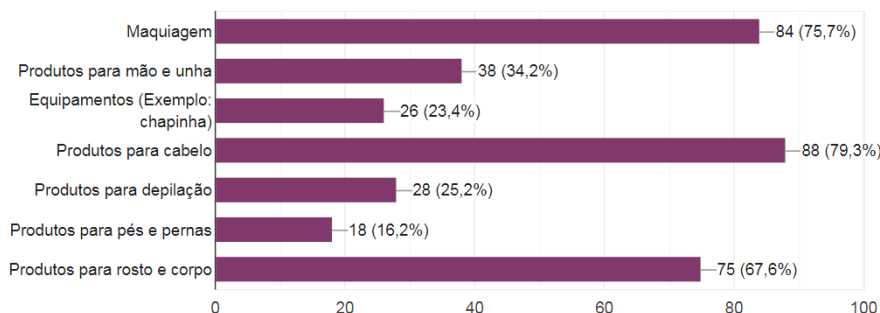
### 3.2 Análises das preferências dos clientes

Buscou-se verificar quais eram os produtos que os respondentes costumam consumir (Gráfico 4), usando como base as categorias de produtos que serão vendidos na loja. Os produtos mais consumidos pelos clientes são: produtos para cabelo (79,3%), maquiagem (75,7%) e produtos para o rosto e corpo (67,6%). As categorias que apresentam consumo médio são: produtos para mão e unha (34,2%), produtos para depilação (25,2%) e equipamentos. Os menos comprados são produtos para pés e pernas (16,2%). A partir dessas informações será possível identificar a importância de cada categoria e fazer um gerenciamento estratégico para a compra dos produtos.

**Gráfico 4- Produtos que os respondentes costumam comprar**

Dentre os produtos abaixo, qual ou quais você costuma consumir (pode selecionar mais de um)?

111 respostas



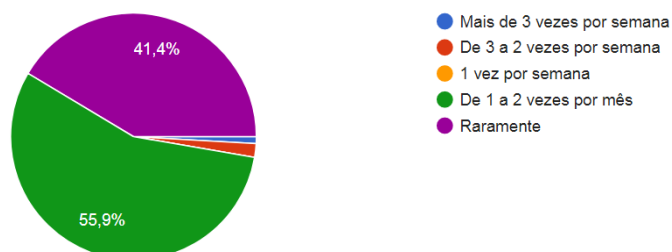
**Fonte:** Dados da Pesquisa (2020)

Ao serem questionados sobre a frequência que compram os produtos listados no Gráfico 5, verificou-se que a maioria dos respondentes (55,9%) adquire de 1 a 2 vezes por mês. No entanto, o percentual de pessoas que raramente compram também foi alto 41,4%. Ao fazer uma relação das respostas “raramente” com a questão “*Quando foi a última vez que você frequentou uma loja de cosméticos*” observou-se que 9 das 46 pessoas que responderam raramente afirmaram que não vão a uma loja de cosmético desde o início da quarentena, o que deixa a dúvida se esse pode ou não ter sido o motivo que levou as respostas raramente. Fazendo essa mesma análise com as pessoas que responderam de 1 a 2 vezes por mês percebe-se que 8 dos 62 respondentes afirmaram que fizeram a sua última compra antes da quarentena, indicando que houve uma queda de vendas devido da pandemia.

**Gráfico 5- Produtos que os respondentes costumam comprar**

Com que frequência você costuma comprar os produtos listados acima?

111 respostas



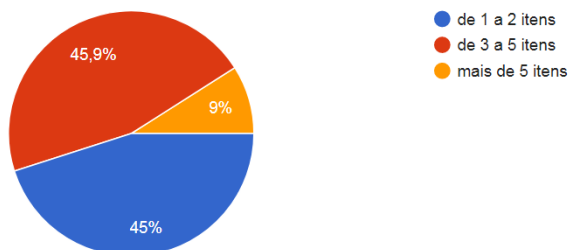
**Fonte:** Dados da Pesquisa (2020)

Ao irem às compras, 45,9% dos respondentes costumam adquirir de 3 a 5 itens, 45% de 1 a 2 itens e 9,1% mais de 5 itens (Gráfico 6). Esse resultado evidencia a importância da organização das prateleiras de modo que haja visibilidade dos produtos complementares.

### Gráfico 6 - Quantidade de itens que os respondentes costumam comprar

Você costuma comprar quantos itens de cosméticos?

111 respostas



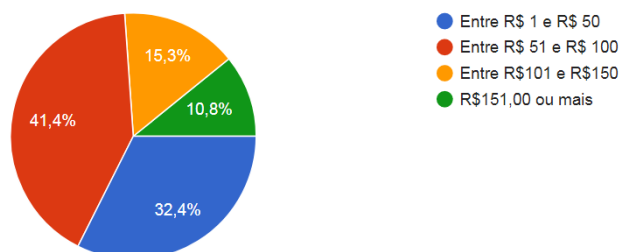
**Fonte:** Dados da Pesquisa (2020)

Com relação ao valor médio comprado 41,4% gastam entre R\$ 51,00 e 100,00 reais em suas compras, 32,4% entre R\$ 1,00 e 50,00 reais, 15,3% entre R\$ 101,00 e 150,00 e 10,8% R\$ 151,00 ou mais (Gráfico 7). Saber o valor que o cliente está habituado a gastar é importante para a determinação da precificação, estratégias de vendas, entre outros.

### Gráfico 7 - Valor médio gasto em visita a loja de cosméticos

Em média, qual o valor gasto por você em uma visita à loja de cosmético?

111 respostas



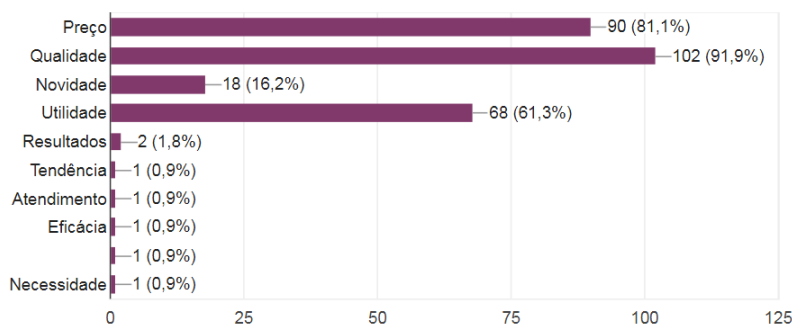
**Fonte:** Dados da Pesquisa (2020)

Com o intuito de verificar os fatores que influenciam os clientes na hora da compra, pediu-se para que selecionassem as características levadas em consideração na compra de seus cosméticos. No Gráfico 8 é possível observar que as características mais consideradas são: qualidade (91,9%), preço (81,1%) e utilidade (61,3%). Essas mesmas características foram avaliadas de forma isolada, ou seja, observou-se a quantidade de pessoas que selecionaram apenas uma característica, obtendo os seguintes resultados: 6 pessoas responderam apenas qualidade; 3 pessoas, preço; e 1, utilidade. Analisando de forma conjunta observou-se que 36 pessoas selecionaram preço, qualidade e utilidade e 29 selecionaram preço e qualidade. Esses dados relevam que características isoladas são menos atrativas, por isso os produtos da loja precisam estar de acordo com as perspectivas dos clientes.

**Gráfico 8- Fatores levados em consideração no momento da compra**

O que você leva em consideração na compra de um cosmético (pode selecionar mais de um)?

111 respostas



**Fonte:** Dados da Pesquisa (2020)

Foram realizados alguns questionamentos sobre as escolhas que os respondentes fazem no processo de compra por meio de afirmações nas quais teriam que escolher se discordam totalmente, discordam parcialmente, se são indiferentes, concordam parcialmente ou concordam totalmente, os resultados podem ser observados na Tabela 1.

A primeira afirmação dizia “*Faço pesquisa de preço antes da compra e escolho o produto mais barato*”. A maioria (52 pessoas) concordou com a afirmação, 34 discordaram e 25 foram indiferentes. Mostrando que o preço é um importante fator de decisão de compra.

Na segunda afirmação foi questionado “*Quando tenho dúvida entre dois produtos, compro o mais barato*”. A maioria (49 pessoas) respondeu que discorda, 42 concorda e 20 são indiferentes. Já para a afirmação “*Quando tenho dúvida entre dois produtos, compro o que possui qualidade superior*” 78 respondentes concordaram com afirmação, 9 discordaram e 24 foram indiferentes. Com isso, percebe-se que a qualidade do produto apresenta maior importância do que o preço.

Também foram realizadas afirmações a respeito das preferências na escolha da loja,. Para a afirmação “*Com relação a escolha da loja, dou preferência a que tiver menor preço*” 64 pessoas responderam que concordaram com a afirmação, 29 foram indiferentes, e 18 discordaram, mostrando o preço novamente como um fator decisivo para a compra.

Na quinta afirmação vemos que a maioria dos consumidores (84) concordam com a afirmação que dão preferência a loja que tiver maior variedade de produtos. Os desejos e necessidades dos clientes são variados, por isso o *mix* diversificado de produtos consegue atingir um número maior de pessoas, além de aumentar o faturamento e fazer com que o cliente não precise recorrer a concorrentes para comprar o que deseja.

Para a afirmação “*Com relação a escolha da loja, dou preferência a que tiver o melhor atendimento*”, foi possível observar que 87 respondentes concordam com essa afirmação. Como visto anteriormente na análise Swot, a qualidade no atendimento é uma das forças que a empresa pretende ter, visto que esse é um fator importante para a fidelização do cliente.

Questionou-se também sobre a concordância com as afirmações “*Com relação a escolha da loja, dou preferência a que tiver a melhor organização e exposição de produtos*” e “*Com relação a escolha da loja, dou preferência a que tiver facilidade de pagamento*”. A maioria dos respondentes concordou com ambas, apresentando resultado de 68 e 84, respectivamente. Por ser um fator importante, a organização da loja deve pensada de modo que atraia os clientes, por isso os produtos devem ser estudados para verificar quais são os

mais vendidos, os que chamam mais atenção, entre outros. Por fim, a disponibilidade de várias formas de pagamento proporciona uma maior comodidade ao cliente, além disso, poderá absorver um número maior de clientes.

**Tabela 1 - Afirmações referentes ao hábito de compra de cosmético, sendo: 1– discordo totalmente, 2- discordo parcialmente, 3- indiferente, 4- concordo parcialmente e 5- concordo totalmente**

| Afirmação                                                                                                | Grau de concordância |    |    |    |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|----|----|----|----|
|                                                                                                          | 1                    | 2  | 3  | 4  | 5  |
| Faço pesquisa de preço antes da compra e escolho o produto mais barato.                                  | 12                   | 22 | 25 | 29 | 23 |
| Quando tenho dúvida entre dois produtos compro o mais barato.                                            | 29                   | 20 | 20 | 23 | 19 |
| Quando tenho dúvida entre dois produtos compro o que possui qualidade superior.                          | 7                    | 2  | 24 | 33 | 45 |
| Com relação a escolha da loja, dou preferência a que tiver menor preço.                                  | 11                   | 7  | 29 | 33 | 31 |
| Com relação a escolha da loja, dou preferência a que tiver maior variedade de produtos.                  | 7                    | 4  | 16 | 34 | 50 |
| Com relação a escolha da loja, dou preferência a que tiver o melhor atendimento.                         | 2                    | 2  | 20 | 34 | 53 |
| Com relação a escolha da loja, dou preferência a que tiver o melhor organização e exposição de produtos. | 7                    | 10 | 26 | 28 | 40 |
| Com relação a escolha da loja, dou preferência a que tiver facilidade de pagamento.                      | 7                    | 6  | 14 | 33 | 51 |

**Fonte:** Dados da Pesquisa (2020)

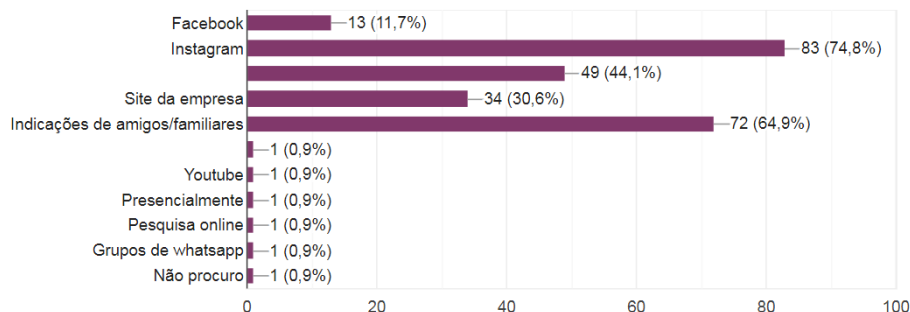
### 3.3 Análises Gerais

A divulgação da empresa é essencial para a captação de novos clientes, por isso conhecer os meios pelos quais são feitas as buscas por lojas de cosméticos é importante para o desenvolvimento da comunicação mais adequada para a loja. Os resultados da pesquisa indicam que 74,8% dos respondentes procuram por essas informações no Instagram, 64,9% por indicação de amigos e familiares, 44,1% pelo Google e 30,6% pelo site da empresa (Gráfico 9). Poucas pessoas responderam que procuram pelo Facebook, Whatsapp, entre outros. Dito isso, percebe-se que o Instagram possui um grande potencial para a divulgação dos produtos da loja e pode ser usado para atrair novos consumidores.

### Gráfico 9- Meios pelos quais os respondentes procuram informações sobre loja de cosméticos

Por quais meios você costuma procurar informações sobre loja de cosméticos (pode selecionar mais de um)?

111 respostas



**Fonte:** Dados da Pesquisa (2020)

Por fim, buscou-se identificar em qual loja de cosméticos os respondentes realizaram sua última compra, com a finalidade de conhecer os concorrentes onde eles estão comprando, o resultado pode ser visto no Quadro 6. As lojas que citadas por mais de um respondente foram: Fricotes de Luxo (11), O Boticário (10), Farmácia (8), Nova cosméticos (6) e Online (5). Conhecendo os concorrentes é possível analisar quais são seus pontos fortes e fracos, suas características, suas estratégias, entre outros.

**Quadro 6– Lojas de cosméticos onde os respondentes fizeram a sua última compra**

| LOJA                   | Nº DE RESPOSTAS | LOJA                 | Nº DE RESPOSTAS | LOJA                | Nº DE RESPOSTAS |
|------------------------|-----------------|----------------------|-----------------|---------------------|-----------------|
| A belíssima cosméticos | 1               | Farmácia             | 8               | Não lembro          | 14              |
| Adonanas               | 1               | Fricotes de Luxo     | 11              | Nova Cosméticos     | 6               |
| Americanas             | 1               | Glamshop             | 4               | Online              | 5               |
| Bela Ju                | 1               | Iap cosméticos       | 3               | Pink                | 1               |
| Beleza                 | 1               | Krika cosméticos     | 4               | Paraibela           | 1               |
| O Boticário            | 10              | Lidi Cosméticos      | 1               | Quem disse berenice | 3               |
| Cherry Cosméticos      | 1               | Loja Purple          | 2               | Riachuelo           | 1               |
| Cosmético center       | 4               | MAC Cosmetics        | 1               | Sd intermares       | 3               |
| Consumos de mulher     | 1               | Makeme store         | 1               | Sephora             | 2               |
| Di rosy                | 1               | Maricota Makeup      | 1               | Sheila Cosméticos   | 2               |
| Embeleze               | 3               | Missiana             | 1               | Supermercado        | 3               |
| Época Cosméticos       | 3               | Mary Key             | 1               | Vanessa Lima Makeup | 1               |
| Eudora                 | 1               | Mundo das bijuterias | 1               | Vendedora autônoma  | 1               |

**Fonte:** Dados da Pesquisa (2020)

## 4. PLANO DE MARKETING

Neste capítulo, serão apontadas informações sobre o mix de produtos vendidos e a localização da empresa.

### 4.1 Logomarca

Figura 2 - Logomarca da empresa Seja Bela



Fonte: Elaboração Própria (2020)

### 4.2 Produtos

O mix de produtos da Seja Bela Cosméticos constará com diversos itens para cabelo, depilação, equipamento, maquiagens, mãos e unhas, pés e pernas, rosto e corpo e acessórios diversos. As marcas serão escolhidas de acordo com as preferências dos clientes e análise das tendências do mercado. Entre as marcas que serão vendidas na loja encontram-se: Ruby Rose, Dalla makeup, Salon Line e Forever Liss.

### 4.3 Preço

Para a determinação do preço foram levados em consideração os custos fixos e variáveis do empreendimento, a adequação com o preço de mercado e uma margem de lucro mínima de 30%. No Quadro 7 é possível observar o valor unitário dos produtos.

Quadro 7- Precificação

| PRODUTOS                            | VALOR UNITÁRIO |
|-------------------------------------|----------------|
| <b>ACESSÓRIOS DIVERSOS</b>          |                |
| Algodão hidrófilo bola              | R\$ 3,45       |
| Alicate cutícula Macrilan           | R\$ 13,90      |
| Amolecedor de cutícula              | R\$ 4,15       |
| Cortador de unha pequeno Macrilan   | R\$ 2,55       |
| Escova de cabelo                    | R\$ 26,00      |
| Escova de limpeza facial esfoliante | R\$ 12,20      |
| Elástico de cabelo                  | R\$ 0,20       |
| Espelho de bolsa                    | R\$ 5,60       |
| Espelho de mesa                     | R\$ 51,70      |

|                                       |            |
|---------------------------------------|------------|
| Esponja de esfoliação                 | R\$ 10,40  |
| Esponja Master beauty                 | R\$ 4,30   |
| Kit de pincéis Master beauty 7 peças  | R\$ 35,10  |
| Lenços umedecidos                     | R\$ 4,75   |
| Nécessaire                            | R\$ 3,30   |
| Pincel Master beauty                  | R\$ 6,50   |
| Pente                                 | R\$ 6,30   |
| Tesoura para unha                     | R\$ 5,50   |
| <b>CABELOS</b>                        |            |
| Água oxigenada 10 Vol.                | R\$ 1,70   |
| Água oxigenada 20 Vol.                | R\$ 1,70   |
| Água oxigenada 40 Vol.                | R\$ 1,70   |
| Alisante Hair life                    | R\$ 11,00  |
| Ampolas Power sock                    | R\$ 3,30   |
| Ativador de cachos Salon Line         | R\$ 15,50  |
| Botox Capilar Forever liss            | R\$ 32,50  |
| Condicionador home care Forever liss  | R\$ 28,60  |
| Creme de cabelo Skala                 | R\$ 7,10   |
| Creme de pentear Boom                 | R\$ 12,50  |
| Defrizante Salon line                 | R\$ 11,35  |
| Descolorante pó Ligtner               | R\$ 5,60   |
| Fixador care liss                     | R\$ 13,10  |
| Gel redutor de volume Salon line      | R\$ 16,40  |
| Kit semi definitivo Forever liss      | R\$ 130,00 |
| Kit shampoo + condicionador Bothânico | R\$ 11,20  |
| Leave-in Forever liss                 | R\$ 29,90  |
| Mascará de hidratação intensa         | R\$ 20,20  |
| Máscara Forever liss                  | R\$ 19,50  |
| Progressiva Forever liss              | R\$ 103,90 |
| Óleo de cabelo Salon line             | R\$ 17,65  |
| Reparador de pontas Fina flor         | R\$ 6,00   |
| Selagem Argan oil                     | R\$ 39,00  |
| Shampoo anticaspas Clear              | R\$ 17,55  |
| Shampoo Home care Forever liss        | R\$ 27,88  |
| Tintura Cor e ton                     | R\$ 11,85  |
| Tintura Duty color                    | R\$ 10,95  |
| Tintura Forever liss                  | R\$ 16,90  |
| Tintura tonalizante Salon line        | R\$ 16,90  |
| <b>DEPILAÇÃO</b>                      |            |
| Aparelho depilatório                  | R\$ 22,20  |
| Cera depilatória Depi roll            | R\$ 6,40   |
| Creme depilatório Depi roll           | R\$ 20,15  |
| Loção depilatória                     | R\$ 23,95  |
| <b>EQUIPAMENTOS</b>                   |            |
| Mini chapinha portátil                | R\$ 23,30  |
| Secador de cabelo Taiff 1900W         | R\$ 363,00 |
| <b>MÃOS E UNHAS</b>                   |            |
| Acetona                               | R\$ 3,40   |
| Adesivo para unha                     | R\$ 0,65   |
| Creme para mãos anti-idade Nivea      | R\$ 21,32  |
| Esmalte Ludurana                      | R\$ 2,60   |
| Esmalte Risqué                        | R\$ 4,35   |
| Espátula Macrilan                     | R\$ 5,25   |
| Hidratante para cutícula Belle        | R\$ 7,35   |
| Lenço removedor de esmalte            | R\$ 3,60   |
| Lixa                                  | R\$ 0,25   |
| Palito para cutícula                  | R\$ 0,10   |
| Óleo de banana                        | R\$ 2,55   |

|                                         |           |
|-----------------------------------------|-----------|
| Removedor de esmalte sem acetona        | R\$ 3,70  |
| Spray secante Fenzza                    | R\$ 15,80 |
| <b>MAQUIAGEM</b>                        |           |
| Água miscelar Ruby Rose                 | R\$ 3,85  |
| Base vegana efeito matte Dalla makeup   | R\$ 14,17 |
| Base líquida Ruby Rose                  | R\$ 24,70 |
| Batom matte Ruby Rose                   | R\$ 5,25  |
| Batom líquido efeito matte Dalla makeup | R\$ 12,35 |
| Blush Dalla make-up                     | R\$ 7,10  |
| Brilho labial Vivai                     | R\$ 3,51  |
| Cílio postiço Sabrina Sato              | R\$ 7,80  |
| Corretivo alta cobertura Dalla makeup   | R\$ 16,80 |
| Delineador Ruby Rose                    | R\$ 19,50 |
| Fixador Master beauty                   | R\$ 5,40  |
| Iluminador Glow baby glow Dalla makeup  | R\$ 10,90 |
| Lápis sobrancelha Luirance              | R\$ 5,20  |
| Lápis de olho Lebruce                   | R\$ 2,40  |
| Lip tint Fenzza                         | R\$ 8,55  |
| Loção demaquilante                      | R\$ 28,30 |
| Paleta de sombra Ruby Rose              | R\$ 19,40 |
| Primer Dalla make-up                    | R\$ 22,70 |
| Pó compacto Ruby rose                   | R\$ 13,00 |
| Pó solto Ruby rose                      | R\$ 18,20 |
| Pó translúcido HD vegano Dalla makeup   | R\$ 10,90 |
| Rímel Ruby rose                         | R\$ 21,60 |
| Sombra para sobrancelha                 | R\$ 7,20  |
| <b>PÉS E PERNAS</b>                     |           |
| Antisséptico para pés                   | R\$ 9,80  |
| Lixa de pés                             | R\$ 5,30  |
| Hidratante para pés Bio instinto        | R\$ 5,15  |
| <b>ROSTO E CORPO</b>                    |           |
| Creme facial Nivea                      | R\$ 30,90 |
| Esfoliante Mia Make                     | R\$ 15,20 |
| Gel esfoliante skin care Belle          | R\$ 3,40  |
| Gel para corpo e rosto aloe vera        | R\$ 39,00 |
| Hidratante corporal Belle               | R\$ 13,45 |
| Hidratante corporal Paixão              | R\$ 7,35  |
| Hidratante corporal Skala               | R\$ 5,95  |
| Hidratante corporal Yeva                | R\$ 10,85 |
| Máscara de esfoliação                   | R\$ 6,80  |
| Máscara facial Bonny hill               | R\$ 11,70 |
| Máscara facial Pell off                 | R\$ 2,20  |
| Sérum facial Fenzza                     | R\$ 11,90 |
| Tônico facial Beauty                    | R\$ 10,30 |

**Fonte:** Elaboração Própria (2020)

#### 4.4 Estratégias Promocionais

A estratégia promocional se dará, inicialmente, por meio de postagens em redes sociais, por exemplo, Instagram e Facebook. Nelas serão divulgados os principais produtos, dicas para utilização dos mesmos, promoções de venda, entre outros. Também serão contratados influenciadores digitais para fazerem a divulgação da loja.

Além disso, os clientes ganharão amostras grátis de alguns produtos e brindes. Dessa forma, pretende-se apresentar os produtos que são vendidos na loja e fazer com que eles se lembrem da empresa, construindo assim uma relação de longo prazo com os mesmos.

#### **4.5 Estrutura de Comercialização**

A estrutura física da loja proporcionará um ambiente agradável aos clientes, por meio de uma distribuição estratégica dos produtos e uso do *marketing* sensorial. Essa estratégia estimula os 5 sentidos do corpo humano (olfato, tato, visão, audição e paladar) buscando construir laços com os clientes por meio de experiências/emoções.

De acordo com Philippi e Zambon (2016), o olfato é a forma mais rápida da empresa de acessar as emoções dos clientes; o som tem uma forte influência no humor das pessoas; a visão tem sido o sentido mais explorado ao longo do tempo e o seu uso permanece sendo muito importante para a formação da identificação da marca; o tato auxilia na formação da noção de percepção da qualidade e pode ser usado na embalagem do produto para levar a diferenciação de produtos semelhantes; por fim o paladar está muito ligado ao olfato e ao acesso da memória.

Além disso, a empresa trabalhará com venda direta e seus funcionários participarão de treinamentos e capacitações para obter conhecimentos sobre os produtos vendidos, o mercado de beleza e o atendimento ao cliente.

#### **4.6 Localização do Negócio**

A estrutura física da loja ficará localizada na Rua Luiza Soares Leite, 191, Gramame João Pessoa, PB. A escolha do imóvel levou em consideração a proximidade com concorrentes, facilidade de acesso à rua, dimensões que comportem as instalações da empresa, entre outros. O imóvel pertence à proprietária, por isso não haverá custo com aluguel.

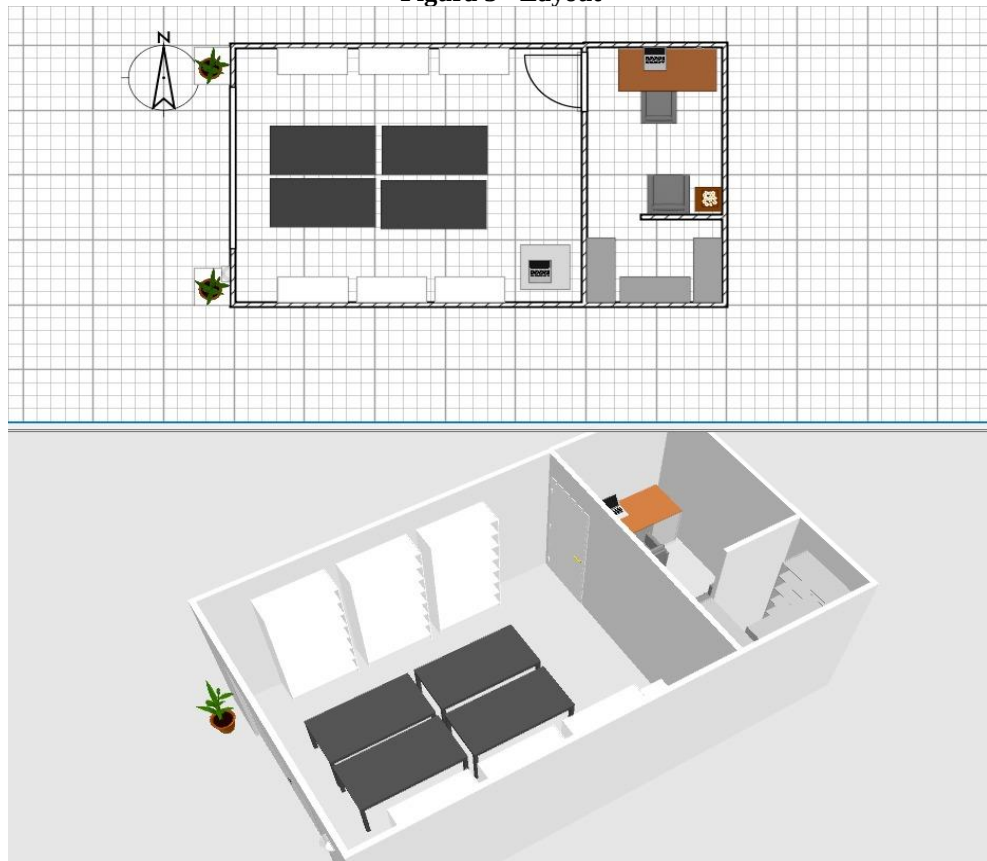
## 5. PLANO OPERACIONAL

Neste capítulo, serão mostrados o arranjo físico do empreendimento e as principais atividades realizadas na empresa.

### 5.1 Layout

Como pode ser visto na planta baixa (Figura 3) a loja esta dividida em três ambientes, sendo eles a, sala principal, escritório e depósito. Na sala principal ocorrerá a circulação de clientes, nela estão presentes prateleiras e mesas para a organização dos produtos e o balcão do caixa. O escritório será utilizado para o desenvolvimento das atividades administrativas e possui poltrona, cadeira de escritório, armário, entre outros. No depósito serão armazenados os produtos em estoque, nesse ambiente encontram-se distribuídas prateleiras.

Figura 3 - Layout



Fonte: Elaboração Própria (2020)

### 5.2 Capacidade Instalada

Espera-se que o atendimento de cada cliente dure em média 5min. Levando em consideração que a loja ficará aberta 48 horas semanalmente, tem-se uma capacidade de atendimento semanal de 480 clientes. O atendimento simultâneo é prejudicado, visto que a loja possuirá apenas um(a) vendedor(a).

### **5.3 Processos Operacionais**

Os processos operacionais envolvem as tarefas que serão desempenhadas na empresa, abaixo segue uma lista das principais atividades.

#### **5.3.1 Compra**

A compra dos produtos que serão vendidos na loja ocorrerá depois de uma análise da previsão de demanda que será realizada pela gestora. Em seguida, será feita uma pesquisa junto aos fornecedores para que se observem os preços, prazo de pagamento e tempo de entrega. Após esses processos, a compra será finalizada.

#### **5.3.2 Estocagem e reposição**

Os produtos comprados serão recebidos e armazenados no depósito pelo funcionário responsável pela reposição. Em seguida, será observada a necessidade da reposição de produtos nas prateleiras, esses produtos serão colocados na prateleira respeitando a regra do primeiro que entra é o primeiro que sai, ou seja, serão colocados os produtos que estão no estoque há mais tempo.

#### **5.3.3 Recepção**

Ao chegar na loja o cliente é recepcionado pelo vendedor que irá auxiliá-lo em suas compras, tirando dúvidas, mostrando opções de produtos, entre outros.

#### **5.3.4 Pagamento**

Após o atendimento e finalização da venda, o cliente é acompanhado até o caixa para que seja efetuado o pagamento e o cadastramento de seus dados, caso tenha interesse. O mesmo pode ser feito em espécie, cartão de crédito ou débito, não sendo permitido o pagamento em cheque ou duplicata.

#### **5.3.5 Pesquisa de Satisfação**

No caixa estará disponível para o cliente um breve questionário de satisfação, para que o mesmo avalie o atendimento e destaque os pontos que precisam de melhoria. O preenchimento dessa avaliação será opcional e respeitará o anonimato.

#### **5.3.6 Saída do Estabelecimento**

O cliente será acompanhado até a saída da loja.

#### **5.3.7 Pós-Venda**

Além do questionário de satisfação, os funcionários da loja entrarão em contato com o cliente para ouvir sua opinião a respeito da sua satisfação com o atendimento prestado, bem como a probabilidade de retorno, reclamações, sugestões, entre outros.

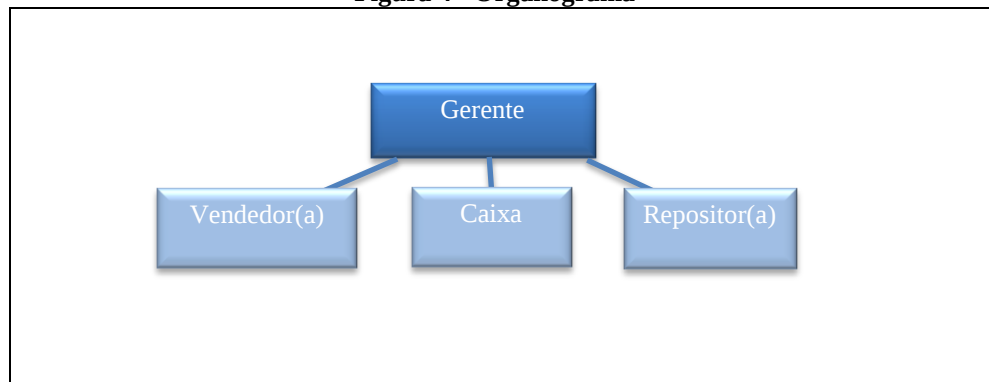
## 5.4 Necessidade de Pessoal

O quadro inicial de funcionários contará com 1 (um) vendedor(a), 1 (um) caixa, 1 (um) repositor(a) e 1 (um) gerente, sendo esta a proprietária do estabelecimento, totalizando 4 funcionários. O vendedor fará a recepção do cliente, bem como o atendimento durante o processo de venda. O caixa irá finalizar o atendimento com o recebimento do pagamento. O repositor ficará responsável pela organização do estoque e da reposição dos produtos na prateleira e a gerente fará todas as atividades relacionadas a área administrativa.

### 5.4.1 Estrutura Organizacional

A construção inicial do organograma se deu com base no quadro inicial de funcionários, nele são mostradas as relações entre os funcionários, como pode ser visto na Figura 4.

**Figura 4 - Organograma**



**Fonte:** Elaboração Própria (2020)

## 6 PLANO FINANCEIRO

Nesse capítulo serão vistos os recursos que serão investidos para que o negócio comece a funcionar.

### 6.1. Investimentos Fixos

O investimento fixo é composto pelos bens necessários para que as atividades da empresa tenham um bom resultado, nele apresenta-se o custo com móveis, equipamentos, eletroeletrônicos, entre outros. No Quadro 8 é possível observar os itens que compõem o investimento fixo inicial do negócio.

**Quadro 8 – Investimento Fixo Inicial**

| Item         | Descrição             | Quantidade | Valor Unitário | Valor Total          |
|--------------|-----------------------|------------|----------------|----------------------|
| 01           | Aparelho Telefônico   | 01         | R\$ 45,00      | R\$ 45,00            |
| 02           | Ar Condicionado       | 02         | R\$ 1.400,00   | R\$ 2.800,00         |
| 03           | Armário de escritório | 01         | R\$ 550,00     | R\$ 550,00           |
| 04           | Balcão do caixa       | 01         | R\$ 300,00     | R\$ 300,00           |
| 05           | Bebedouro             | 01         | R\$ 680,00     | R\$ 680,00           |
| 06           | Cadeira de escritório | 01         | R\$ 220,00     | R\$ 220,00           |
| 07           | Computador            | 02         | R\$ 1.500,00   | R\$ 3.000,00         |
| 08           | Espelhos              | 02         | R\$ 150,00     | R\$ 300,00           |
| 09           | Impressora            | 01         | R\$ 300,00     | R\$ 300,00           |
| 10           | Maquineta de cartão   | 01         | R\$ 240,00     | R\$ 240,00           |
| 11           | Mesa                  | 04         | R\$ 277,19     | R\$ 1.108,76         |
| 12           | Poltrona              | 02         | R\$ 292,00     | R\$ 584,00           |
| 13           | Prateleira            | 09         | R\$ 265,00     | R\$ 2.385,00         |
| <b>TOTAL</b> |                       |            |                | <b>R\$ 12.512,76</b> |

**Fonte:** Elaboração Própria (2020)

### 6.2 Capital de Giro

O capital de giro é um recurso financeiro utilizado para suprir as necessidades da empresa, compreende a compra de produtos, pagamento de despesas e financiamento das vendas.

#### 6.2.1 Estoque Inicial

No Quadro 9 é possível visualizar o estoque inicial da empresa, onde estão discriminadas as quantidades de cada produto, bem como o seu valor unitário e total.

**Quadro 9 – Investimento em estoque inicial**

| Item | Descrição                 | Quantidade | Valor Unitário | Valor Total |
|------|---------------------------|------------|----------------|-------------|
| 01   | Algodão hidrófilo bola    | 50         | R\$ 2,65       | R\$ 132,50  |
| 02   | Alicate cutícula Macrilan | 20         | R\$ 10,70      | R\$ 214,00  |
| 03   | Amolecedor de cutícula    | 30         | R\$ 3,20       | R\$ 96,00   |
| 04   | Cortador de unha Macrilan | 20         | R\$ 1,97       | R\$ 39,40   |
| 05   | Escova de cabelo          | 15         | R\$ 20,00      | R\$ 300,00  |

|    |                                       |     |           |            |
|----|---------------------------------------|-----|-----------|------------|
| 06 | Escova de limpeza facial esfoliante   | 30  | R\$ 9,38  | R\$ 281,40 |
| 07 | Elástico de cabelo                    | 100 | R\$ 0,125 | R\$ 12,50  |
| 08 | Espelho de bolsa                      | 20  | R\$ 4,31  | R\$ 86,20  |
| 09 | Espelho de mesa                       | 04  | R\$ 39,83 | R\$ 159,32 |
| 10 | Esponja de esfoliação                 | 20  | R\$ 7,99  | R\$ 159,80 |
| 11 | Esponja Master beauty                 | 20  | R\$ 3,33  | R\$ 66,60  |
| 12 | Kit de pincéis Master beauty 7 peças  | 05  | R\$ 26,99 | R\$ 134,95 |
| 13 | Lenços umedecidos                     | 30  | R\$ 3,66  | R\$ 109,80 |
| 14 | Nécessaire                            | 05  | R\$ 2,51  | R\$ 12,55  |
| 15 | Pincel Master beauty                  | 15  | R\$ 4,99  | R\$ 74,85  |
| 16 | Pente                                 | 20  | R\$ 4,84  | R\$ 96,80  |
| 17 | Tesoura para unha                     | 20  | R\$ 4,22  | R\$ 84,40  |
| 18 | Água oxigenada 10 Vol.                | 30  | R\$ 1,34  | R\$ 40,20  |
| 19 | Água oxigenada 20 Vol.                | 30  | R\$1,31   | R\$ 39,30  |
| 20 | Água oxigenada 40 Vol.                | 30  | R\$1,31   | R\$ 39,30  |
| 21 | Alisante Hair life                    | 30  | R\$8,44   | R\$ 253,20 |
| 22 | Ampolas Power sock                    | 30  | R\$ 2,56  | R\$ 76,80  |
| 23 | Ativador de cachos Salon Line         | 30  | R\$ 11,92 | R\$ 357,60 |
| 24 | Botox Capilar Forever liss            | 30  | R\$24,99  | R\$ 749,70 |
| 25 | Condicionador home care Forever liss  | 30  | R\$ 21,99 | R\$ 659,70 |
| 26 | Creme de cabelo Skala                 | 30  | R\$ 5,48  | R\$ 164,40 |
| 27 | Creme de pentear Boom                 | 30  | R\$ 9,59  | R\$ 287,70 |
| 28 | Defrizante Salon line                 | 30  | R\$ 8,72  | R\$ 261,60 |
| 29 | Descolorante pó Ligtner               | 30  | R\$ 4,29  | R\$ 128,70 |
| 30 | Fixador care liss                     | 30  | R\$ 10,08 | R\$ 302,40 |
| 31 | Gel redutor de volume Salon line      | 30  | R\$ 12,60 | R\$ 378,00 |
| 32 | Kit semi definitivo Forever liss      | 10  | R\$ 99,99 | R\$ 999,90 |
| 33 | Kit shampoo + condicionador Bothânico | 20  | R\$ 8,59  | R\$ 171,80 |
| 34 | Leave-in Forever liss                 | 20  | R\$ 22,99 | R\$ 459,80 |
| 35 | Mascará de hidratação intensa         | 20  | R\$ 15,51 | R\$ 310,20 |
| 36 | Máscara Forever liss                  | 30  | R\$ 14,99 | R\$ 449,70 |
| 37 | Progressiva Forever liss              | 10  | R\$79,99  | R\$ 799,90 |
| 38 | Óleo de cabelo Salon line             | 20  | R\$ 13,57 | R\$ 271,40 |
| 39 | Reparador de pontas Fina flor         | 30  | R\$ 4,69  | R\$ 140,70 |
| 40 | Selagem Argan oil                     | 20  | R\$ 29,99 | R\$ 599,80 |
| 41 | Shampoo anticaspa Clear               | 30  | R\$ 13,49 | R\$ 404,70 |
| 42 | Shampoo Home care Forever liss        | 30  | R\$ 20,99 | R\$ 629,70 |
| 43 | Tintura Cor e ton                     | 20  | R\$ 9,10  | R\$ 182,00 |
| 44 | Tintura Duty color                    | 20  | R\$ 8,43  | R\$ 168,60 |
| 45 | Tintura Forever liss                  | 20  | R\$ 12,99 | R\$ 259,80 |
| 46 | Tintura tonalizante Salon line        | 20  | R\$ 12,99 | R\$ 259,80 |
| 47 | Aparelho depilatório                  | 10  | R\$ 17,06 | R\$ 170,60 |
| 48 | Cera depilatória Depi roll            | 30  | R\$ 4,90  | R\$ 147,00 |

|    |                                         |     |            |            |
|----|-----------------------------------------|-----|------------|------------|
| 49 | Creme depilatório Depi roll             | 20  | R\$ 15,51  | R\$ 310,20 |
| 50 | Loção depilatória                       | 20  | R\$ 18,42  | R\$ 368,40 |
| 51 | Mini chapinha portátil                  | 05  | R\$ 17,90  | R\$ 89,50  |
| 52 | Secador de cabelo Taiff 1900W           | 03  | R\$ 330,00 | R\$ 990,00 |
| 53 | Acetona                                 | 50  | R\$ 2,59   | R\$ 129,50 |
| 54 | Adesivo para unha                       | 50  | R\$ 0,49   | R\$ 24,50  |
| 55 | Creme para mãos anti-idade Nivea        | 20  | R\$ 16,40  | R\$ 328,00 |
| 56 | Esmalte Ludurana                        | 30  | R\$ 1,97   | R\$ 59,10  |
| 57 | Esmalte Risqué                          | 30  | R\$ 3,33   | R\$ 99,90  |
| 58 | Espátula Macrilan                       | 20  | R\$ 4,04   | R\$ 80,80  |
| 59 | Hidratante para cutícula Belle          | 30  | R\$ 5,66   | R\$ 169,80 |
| 60 | Lenço removedor de esmalte              | 30  | R\$ 2,77   | R\$ 83,10  |
| 61 | Lixa                                    | 100 | R\$ 0,12   | R\$ 12,00  |
| 62 | Palito para cutícula                    | 100 | R\$ 0,0889 | R\$ 8,89   |
| 63 | Óleo de banana                          | 30  | R\$ 1,96   | R\$ 58,80  |
| 64 | Removedor de esmalte sem acetona        | 30  | R\$ 2,88   | R\$ 86,40  |
| 65 | Spray secante Fenzza                    | 15  | R\$ 12,14  | R\$ 182,10 |
| 66 | Água miscelar Ruby Rose                 | 40  | R\$ 2,95   | R\$ 118,00 |
| 67 | Base vegana efeito matte Dalla makeup   | 40  | R\$ 10,90  | R\$ 436,00 |
| 68 | Base líquida Ruby Rose                  | 40  | R\$ 19,00  | R\$ 760,00 |
| 69 | Batom matte Ruby Rose                   | 40  | R\$ 4,02   | R\$ 160,80 |
| 70 | Batom líquido efeito matte Dalla makeup | 40  | R\$ 9,50   | R\$ 380,00 |
| 71 | Blush Dalla makeup                      | 40  | R\$ 5,40   | R\$ 216,00 |
| 72 | Brilho labial Vivai                     | 40  | R\$ 2,70   | R\$ 108,00 |
| 73 | Cílio postiço Sabrina Sato              | 40  | R\$ 5,99   | R\$ 239,60 |
| 74 | Corretivo alta cobertura Dalla makeup   | 40  | R\$ 12,90  | R\$ 516,00 |
| 75 | Delineador Ruby Rose                    | 30  | R\$ 14,99  | R\$ 449,70 |
| 76 | Fixador Master beauty                   | 40  | R\$ 4,16   | R\$ 166,40 |
| 77 | Iluminador Glow baby glow Dalla makeup  | 40  | R\$ 8,36   | R\$ 334,40 |
| 78 | Lápis sobrancelha Luirance              | 40  | R\$ 3,98   | R\$ 159,20 |
| 79 | Lápis de olho Lebruce                   | 40  | R\$ 1,83   | R\$ 73,20  |
| 80 | Lip tint Fenzza                         | 40  | R\$ 6,59   | R\$ 263,60 |
| 81 | Loção demaquilante                      | 20  | R\$ 21,76  | R\$ 435,20 |
| 82 | Paleta de sombra Ruby Rose              | 30  | R\$ 14,91  | R\$ 447,30 |
| 83 | Primer Dalla makeup                     | 30  | R\$ 17,45  | R\$ 523,50 |
| 84 | Pó compacto Ruby rose                   | 40  | R\$ 10,00  | R\$ 400,00 |
| 85 | Pó solto Ruby rose                      | 40  | R\$ 14,00  | R\$ 560,00 |
| 86 | Pó translúcido HD vegano Dalla makeup   | 40  | R\$ 8,36   | R\$ 334,40 |
| 87 | Rímel Ruby rose                         | 30  | R\$ 16,63  | R\$ 498,90 |
| 88 | Sombra para sobrancelha                 | 40  | R\$ 5,52   | R\$ 220,80 |
| 89 | Antisséptico para pés                   | 30  | R\$ 7,52   | R\$ 225,60 |
| 90 | Lixa de pés                             | 30  | R\$ 4,08   | R\$ 122,40 |

|              |                                  |    |           |                      |
|--------------|----------------------------------|----|-----------|----------------------|
| 91           | Hidratante para pés Bio instinto | 30 | R\$ 3,94  | R\$ 118,20           |
| 92           | Creme facial Nivea               | 20 | R\$ 23,74 | R\$ 474,80           |
| 93           | Esfoliante Mia Make              | 30 | R\$ 11,68 | R\$ 350,40           |
| 94           | Gel esfoliante skin care Belle   | 30 | R\$ 2,63  | R\$ 78,90            |
| 95           | Gel para corpo e rosto aloe vera | 20 | R\$ 30,00 | R\$ 600,00           |
| 96           | Hidratante corporal Belle        | 15 | R\$ 10,33 | R\$ 154,95           |
| 97           | Hidratante corporal Paixão       | 15 | R\$ 5,66  | R\$ 84,90            |
| 98           | Hidratante corporal Skala        | 20 | R\$ 4,59  | R\$ 91,80            |
| 99           | Hidratante corporal Yeva         | 15 | R\$ 8,33  | R\$ 124,95           |
| 100          | Máscara de esfoliação            | 20 | R\$ 5,21  | R\$ 104,20           |
| 101          | Máscara facial Bonny hill        | 20 | R\$ 8,98  | R\$ 179,60           |
| 102          | Máscara facial Pell off          | 20 | R\$ 1,70  | R\$ 34,00            |
| 103          | Sérum facial Fenzza              | 15 | R\$ 9,14  | R\$ 137,10           |
| 104          | Tônico facial Beauty             | 15 | R\$ 7,90  | R\$ 118,50           |
| <b>TOTAL</b> |                                  |    |           | <b>R\$ 26.107,36</b> |

Fonte: Elaboração Própria (2020)

### 6.2.2 Caixa Mínimo

O caixa mínimo mostra o valor que é necessário ter para que a empresa consiga arcar com seus custos até que o dinheiro das contas a receber dos clientes esteja disponível no caixa. Para a sua determinação é necessário fazer o cálculo do prazo médio de recebimento de vendas, do prazo médio de compras, da necessidade de estoque e da necessidade líquida de capital de giro em dias, como pode ser visto nos passos abaixo.

1º passo: Contas a receber – cálculo do prazo médio de recebimento das vendas.

**Quadro 10 - Prazo Médio de Recebimento de Vendas**

| Prazo                    | (%) | Nº de dias | Média em dias  |
|--------------------------|-----|------------|----------------|
| À vista                  | 40  | 0          | 0              |
| A prazo                  | 60  | 30         | 18             |
| <b>Prazo Médio Total</b> |     |            | <b>18 dias</b> |

Fonte: Elaboração Própria (2020)

2º passo: Fornecedores – cálculo do prazo médio de compras

**Quadro 11 - Prazo Médio de Compras**

| Prazo                    | (%) | Nº de dias | Média em dias  |
|--------------------------|-----|------------|----------------|
| À vista                  | 30  | 0          | 0              |
| A prazo (1)              | 40  | 30         | 12             |
| A prazo (2)              | 30  | 60         | 18             |
| <b>Prazo Médio Total</b> |     |            | <b>30 dias</b> |

Fonte: Elaboração Própria (2020)

3º passo: Estoques – cálculo da necessidade média de estoque

**Quadro 12 - Necessidade Média de Estoques**

|                               | Número de dias |
|-------------------------------|----------------|
| Necessidade média de estoques | 40             |

Fonte: Elaboração própria (2020)

4º passo: Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias

**Quadro 13 – Necessidade Líquida de Capital de Giro (em dias)**

| Recursos da empresa fora do seu caixa                                   | Número de dias |
|-------------------------------------------------------------------------|----------------|
| 1. Contas a receber - prazo médio de vendas                             | 18             |
| 2. Estoques - necessidade média de estoques                             | 40             |
| <b>Subtotal 1 (item 1 + item 2)</b>                                     | 58             |
| Recursos de terceiros no caixa da empresa                               | Número de dias |
| 3. Fornecedores - prazo médio de compras                                | 30             |
| <b>Subtotal 2 (item 3)</b>                                              | 30             |
| <b>Necessidade líquida de capital de giro (Subtotal 1 – Subtotal 2)</b> | <b>28</b>      |

Fonte: Elaboração Própria (2020)

Após a conclusão desses passos é possível realizar a projeção do caixa mínimo, que contará com os valores do custo fixo, variável e total da empresa, bem como a quantidade de dias da necessidade líquida de capital de giro.

**Quadro 14 - Caixa Mínimo**

|                                                      |                      |
|------------------------------------------------------|----------------------|
| <b>Custo Fixo Mensal</b>                             | R\$ 8.956,35         |
| <b>Custo Variável Mensal</b>                         | R\$ 2.562,38         |
| <b>Custo Total da Empresa</b>                        | R\$ 11.518,73        |
| <b>Custo Total diário</b>                            | R\$ 383,95           |
| <b>Necessidade Líquida de Capital de Giro (dias)</b> | 28                   |
| <b>Caixa Mínimo</b>                                  | <b>R\$ 10.750,81</b> |

Fonte: Elaboração Própria (2020)

Para a determinação do capital de giro somou-se o valor do estoque inicial com o do caixa mínimo, como pode ser visto no Quadro 15.

**Quadro 15 – Capital de Giro (Resumo)**

| Descrição                             | Valor                |
|---------------------------------------|----------------------|
| A – Estoque Inicial                   | R\$ 26.107,36        |
| B – Caixa Mínimo                      | R\$ 10.750,81        |
| <b>TOTAL DO CAPITAL DE GIRO (A+B)</b> | <b>R\$ 36.858,17</b> |

Fonte: Elaboração Própria (2020)

### 6.3 Investimentos Pré-Operacionais

O investimento pré-operacional diz respeito aos gastos que precisaram ser realizados antes da empresa iniciar sua atividade comercial, nele está presente despesas com legalização, construção, divulgação, cursos e treinamentos (Quadro 16).

**Quadro 16 – Investimentos pré-operacionais**

| Descrição               | Valor                |
|-------------------------|----------------------|
| Despesas de legalização | R\$ 800,00           |
| Construção da loja      | R\$ 10.000,00        |
| Divulgação              | R\$ 1.000,00         |
| Cursos e treinamentos   | R\$ 2.000,00         |
| <b>Total</b>            | <b>R\$ 13.800,00</b> |

Fonte: Elaboração Própria (2020)

### 6.4 Investimento Total

O investimento total é resultado da soma das estimativas do investimento fixo, capital de giro e investimento pré-operacional, como pode ser visto no Quadro 17.

**Quadro 17– Investimento Total**

| Descrição                                                 | Valor                | %          |
|-----------------------------------------------------------|----------------------|------------|
| Estimativa dos investimentos fixos – Quadro 8             | R\$ 12.512,76        | 19,8       |
| Estimativa do capital de giro – Quadro 15                 | R\$ 36.858,17        | 58,4       |
| Estimativa dos investimentos pré-operacionais – Quadro 16 | R\$ 13.800,00        | 21,8       |
| <b>Total</b>                                              | <b>R\$ 63.170,93</b> | <b>100</b> |

Fonte: Elaboração Própria (2020)

**Quadro 18 – Fonte de recursos**

| Descrição         | Valor                | %          |
|-------------------|----------------------|------------|
| Recursos próprios | R\$ 63.170,93        | 100        |
| <b>Total</b>      | <b>R\$ 63.170,93</b> | <b>100</b> |

Fonte: Elaboração Própria (2020)

### 6.5 Estimativa do Faturamento Mensal

No Quadro 19 observa-se uma projeção da receita do negócio, supondo que a empresa funcione com 60% de sua capacidade.

**Quadro 19 – Estimativa do Faturamento Mensal**

| Item | Descrição                 | Preço     | Quantidade estimada de venda | Faturamento/mês | Faturamento/ano |
|------|---------------------------|-----------|------------------------------|-----------------|-----------------|
| 01   | Algodão hidrófilo bola    | R\$ 3,45  | 30                           | R\$ 103,50      | R\$ 1.242,00    |
| 02   | Alicate cutícula Macrilan | R\$ 13,90 | 12                           | R\$ 166,80      | R\$ 2.001,60    |
| 03   | Amolecedor de cutícula    | R\$ 4,15  | 18                           | R\$ 74,70       | R\$ 896,40      |

|    |                                       |            |    |            |              |
|----|---------------------------------------|------------|----|------------|--------------|
| 04 | Cortador de unha pequeno Macrilan     | R\$ 2,55   | 12 | R\$ 30,60  | R\$ 367,20   |
| 05 | Escova de cabelo                      | R\$ 26,00  | 9  | R\$ 234,00 | R\$ 2.808,00 |
| 06 | Escova de limpeza facial esfoliante   | R\$ 12,20  | 18 | R\$ 219,60 | R\$ 2.635,20 |
| 07 | Elástico de cabelo                    | R\$ 0,20   | 60 | R\$ 12,00  | R\$ 144,00   |
| 08 | Espelho de bolsa                      | R\$ 5,60   | 12 | R\$ 67,20  | R\$ 806,40   |
| 09 | Espelho de mesa                       | R\$ 51,70  | 3  | R\$ 155,10 | R\$ 1.861,20 |
| 10 | Esponja de esfoliação                 | R\$ 10,40  | 12 | R\$ 124,80 | R\$ 1.497,60 |
| 11 | Esponja Master beauty                 | R\$ 4,30   | 12 | R\$ 51,60  | R\$ 619,20   |
| 12 | Kit de pincéis Master beauty 7 peças  | R\$ 35,10  | 3  | R\$ 105,30 | R\$ 1.263,60 |
| 13 | Lenços umedecidos                     | R\$ 4,75   | 18 | R\$ 85,50  | R\$ 1.026,00 |
| 14 | Nécessaire                            | R\$ 3,30   | 3  | R\$ 9,90   | R\$ 118,80   |
| 15 | Pincel Master beauty                  | R\$ 6,50   | 9  | R\$ 58,50  | R\$ 702,00   |
| 16 | Pente                                 | R\$ 6,30   | 12 | R\$ 75,60  | R\$ 907,20   |
| 17 | Tesoura para unha                     | R\$ 5,50   | 12 | R\$ 66,00  | R\$ 792,00   |
| 18 | Água oxigenada 10 Vol.                | R\$ 1,70   | 18 | R\$ 30,60  | R\$ 367,20   |
| 19 | Água oxigenada 20 Vol.                | R\$ 1,70   | 18 | R\$ 30,60  | R\$ 367,20   |
| 20 | Água oxigenada 40 Vol.                | R\$ 1,70   | 18 | R\$ 30,60  | R\$ 367,20   |
| 21 | Alisante Hair life                    | R\$ 11,00  | 18 | R\$ 198,00 | R\$ 2.376,00 |
| 22 | Ampolas Power sock                    | R\$ 3,30   | 18 | R\$ 59,40  | R\$ 712,80   |
| 23 | Ativador de cachos Salon Line         | R\$ 15,50  | 18 | R\$ 279,00 | R\$ 3.348,00 |
| 24 | Botox Capilar Forever liss            | R\$ 32,50  | 18 | R\$ 585,00 | R\$ 7.020,00 |
| 25 | Condicionador home care Forever liss  | R\$ 28,60  | 18 | R\$ 514,80 | R\$ 6.177,60 |
| 26 | Creme de cabelo Skala                 | R\$ 7,10   | 18 | R\$ 127,80 | R\$ 1.533,60 |
| 27 | Creme de pentear Boom                 | R\$ 12,50  | 18 | R\$ 225,00 | R\$ 2.700,00 |
| 28 | Defrizante Salon line                 | R\$ 11,35  | 18 | R\$ 204,30 | R\$ 2.451,60 |
| 29 | Descolorante pó Ligtner               | R\$ 5,60   | 18 | R\$ 100,80 | R\$ 1.209,60 |
| 30 | Fixador care liss                     | R\$ 13,10  | 18 | R\$ 235,80 | R\$ 2.829,60 |
| 31 | Gel redutor de volume Salon line      | R\$ 16,40  | 18 | R\$ 295,20 | R\$ 3.542,40 |
| 32 | Kit semi definitivo Forever liss      | R\$ 130,00 | 6  | R\$ 780,00 | R\$ 9.360,00 |
| 33 | Kit shampoo + condicionador Bothânico | R\$ 11,20  | 12 | R\$ 134,40 | R\$ 1.612,80 |
| 34 | Leave-in Forever liss                 | R\$ 29,90  | 12 | R\$ 358,80 | R\$ 4.305,60 |
| 35 | Mascará de hidratação intensa         | R\$ 20,20  | 12 | R\$ 242,40 | R\$ 2.908,80 |
| 36 | Máscara Forever liss                  | R\$ 19,50  | 18 | R\$ 351,00 | R\$ 4.212,00 |
| 37 | Progressiva Forever liss              | R\$ 103,90 | 6  | R\$ 623,40 | R\$ 7.480,80 |
| 38 | Óleo de cabelo Salon line             | R\$ 17,65  | 12 | R\$ 211,80 | R\$ 2.541,60 |
| 39 | Reparador de pontas Fina flor         | R\$ 6,00   | 18 | R\$ 108,00 | R\$ 1.296,00 |
| 40 | Selagem Argan oil                     | R\$ 39,00  | 12 | R\$ 468,00 | R\$ 5.616,00 |
| 41 | Shampoo anticaspas Clear              | R\$ 17,55  | 18 | R\$ 315,90 | R\$ 3.790,80 |
| 42 | Shampoo Home care Forever liss        | R\$ 27,88  | 18 | R\$ 501,84 | R\$ 6.022,08 |
| 43 | Tintura Cor e ton                     | R\$ 11,85  | 12 | R\$ 142,20 | R\$ 1.706,40 |
| 44 | Tintura Duty color                    | R\$ 10,95  | 12 | R\$ 131,40 | R\$ 1.576,80 |
| 45 | Tintura Forever liss                  | R\$ 16,90  | 12 | R\$ 202,80 | R\$ 2.433,60 |
| 46 | Tintura tonalizante Salon line        | R\$ 16,90  | 12 | R\$ 202,80 | R\$ 2.433,60 |
| 47 | Aparelho depilatório                  | R\$ 22,20  | 6  | R\$ 133,20 | R\$ 1.598,40 |
| 48 | Cera depilatória Depi roll            | R\$ 6,40   | 18 | R\$ 115,20 | R\$ 1.382,40 |
| 49 | Creme depilatório Depi roll           | R\$ 20,15  | 12 | R\$ 241,80 | R\$ 2.901,60 |

|    |                                         |            |    |            |              |
|----|-----------------------------------------|------------|----|------------|--------------|
| 50 | Loção depilatória                       | R\$ 23,95  | 12 | R\$ 287,40 | R\$ 3.448,80 |
| 51 | Mini chapinha portátil                  | R\$ 23,30  | 3  | R\$ 69,90  | R\$ 838,80   |
| 52 | Secador de cabelo Taiff 1900W           | R\$ 363,00 | 2  | R\$ 726,00 | R\$ 8.712,00 |
| 53 | Acetona                                 | R\$ 3,40   | 30 | R\$ 102,00 | R\$ 1.224,00 |
| 54 | Adesivo para unha                       | R\$ 0,65   | 30 | R\$ 19,50  | R\$ 234,00   |
| 55 | Creme para mãos anti-idade Nivea        | R\$ 21,32  | 12 | R\$ 255,84 | R\$ 3.070,08 |
| 56 | Esmalte Ludurana                        | R\$ 2,60   | 18 | R\$ 46,80  | R\$ 561,60   |
| 57 | Esmalte Risqué                          | R\$ 4,35   | 18 | R\$ 78,30  | R\$ 939,60   |
| 58 | Espátula Macrilan                       | R\$ 5,25   | 12 | R\$ 63,00  | R\$ 756,00   |
| 59 | Hidratante para cutícula Belle          | R\$ 7,35   | 18 | R\$ 132,30 | R\$ 1.587,60 |
| 60 | Lenço removedor de esmalte              | R\$ 3,60   | 18 | R\$ 64,80  | R\$ 777,60   |
| 61 | Lixa                                    | R\$ 0,25   | 60 | R\$ 15,00  | R\$ 180,00   |
| 62 | Palito para cutícula                    | R\$ 0,10   | 60 | R\$ 6,00   | R\$ 72,00    |
| 63 | Óleo de banana                          | R\$ 2,55   | 18 | R\$ 45,90  | R\$ 550,80   |
| 64 | Removedor de esmalte sem acetona        | R\$ 3,70   | 18 | R\$ 66,60  | R\$ 799,20   |
| 65 | Spray secante Fenzza                    | R\$ 15,80  | 9  | R\$ 142,20 | R\$ 1.706,40 |
| 66 | Água miscelar Ruby Rose                 | R\$ 3,85   | 24 | R\$ 92,40  | R\$ 1.108,80 |
| 67 | Base vegana efeito matte Dalla makeup   | R\$ 14,17  | 24 | R\$ 340,08 | R\$ 4.080,96 |
| 68 | Base líquida Ruby Rose                  | R\$ 24,70  | 24 | R\$ 592,80 | R\$ 7.113,60 |
| 69 | Batom matte Ruby Rose                   | R\$ 5,25   | 24 | R\$ 126,00 | R\$ 1.512,00 |
| 70 | Batom líquido efeito matte Dalla makeup | R\$ 12,35  | 24 | R\$ 296,40 | R\$ 3.556,80 |
| 71 | Blush Dalla makeup                      | R\$ 7,10   | 24 | R\$ 170,40 | R\$ 2.044,80 |
| 72 | Brilho labial Vivai                     | R\$ 3,51   | 24 | R\$ 84,24  | R\$ 1.010,88 |
| 73 | Cílio postiço Sabrina Sato              | R\$ 7,80   | 24 | R\$ 187,20 | R\$ 2.246,40 |
| 74 | Corretivo alta cobertura Dalla makeup   | R\$ 16,80  | 24 | R\$ 403,20 | R\$ 4.838,40 |
| 75 | Delineador Ruby Rose                    | R\$ 19,50  | 18 | R\$ 351,00 | R\$ 4.212,00 |
| 76 | Fixador Master beauty                   | R\$ 5,40   | 24 | R\$ 129,60 | R\$ 1.555,20 |
| 77 | Iluminador Glow baby glow Dalla makeup  | R\$ 10,90  | 24 | R\$ 261,60 | R\$ 3.139,20 |
| 78 | Lápis sobrancelha Luirance              | R\$ 5,20   | 24 | R\$ 124,80 | R\$ 1.497,60 |
| 79 | Lápis de olho Lebruce                   | R\$ 2,40   | 24 | R\$ 57,60  | R\$ 691,20   |
| 80 | Lip tint Fenzza                         | R\$ 8,55   | 24 | R\$ 205,20 | R\$ 2.462,40 |
| 81 | Loção demaquilante                      | R\$ 28,30  | 12 | R\$ 339,60 | R\$ 4.075,20 |
| 82 | Paleta de sombra Ruby Rose              | R\$ 19,40  | 18 | R\$ 349,20 | R\$ 4.190,40 |
| 83 | Primer Dalla makeup                     | R\$ 22,70  | 18 | R\$ 408,60 | R\$ 4.903,20 |
| 84 | Pó compacto Ruby rose                   | R\$ 13,00  | 24 | R\$ 312,00 | R\$ 3.744,00 |
| 85 | Pó solto Ruby rose                      | R\$ 18,20  | 24 | R\$ 436,80 | R\$ 5.241,60 |
| 86 | Pó translúcido HD vegano Dalla makeup   | R\$ 10,90  | 24 | R\$ 261,60 | R\$ 3.139,20 |
| 87 | Rímel Ruby rose                         | R\$ 21,60  | 18 | R\$ 388,80 | R\$ 4.665,60 |
| 88 | Sombra para sobrancelha                 | R\$ 7,20   | 24 | R\$ 172,80 | R\$ 2.073,60 |
| 89 | Antisséptico para pés                   | R\$ 9,80   | 18 | R\$ 176,40 | R\$ 2.116,80 |
| 90 | Lixa de pés                             | R\$ 5,30   | 18 | R\$ 95,40  | R\$ 1.144,80 |
| 91 | Hidratante para pés Bio instinto        | R\$ 5,15   | 18 | R\$ 92,70  | R\$ 1.112,40 |
| 92 | Creme facial Nivea                      | R\$ 30,90  | 12 | R\$ 370,80 | R\$ 4.449,60 |
| 93 | Esfoliante Mia Make                     | R\$ 15,20  | 18 | R\$ 273,60 | R\$ 3.283,20 |
| 94 | Gel esfoliante skin care Belle          | R\$ 3,40   | 18 | R\$ 61,20  | R\$ 734,40   |

|              |                                  |           |    |                      |                       |
|--------------|----------------------------------|-----------|----|----------------------|-----------------------|
| 95           | Gel para corpo e rosto aloe vera | R\$ 39,00 | 12 | R\$ 468,00           | R\$ 5.616,00          |
| 96           | Hidratante corporal Belle        | R\$ 13,45 | 9  | R\$ 121,05           | R\$ 1.452,60          |
| 97           | Hidratante corporal Paixão       | R\$ 7,35  | 9  | R\$ 66,15            | R\$ 793,80            |
| 98           | Hidratante corporal Skala        | R\$ 5,95  | 12 | R\$ 71,40            | R\$ 856,80            |
| 99           | Hidratante corporal Yeva         | R\$ 10,85 | 9  | R\$ 97,65            | R\$ 1.171,80          |
| 100          | Máscara de esfoliação            | R\$ 6,80  | 12 | R\$ 81,60            | R\$ 979,20            |
| 101          | Máscara facial Bonny hill        | R\$ 11,70 | 12 | R\$ 140,40           | R\$ 1.684,80          |
| 102          | Máscara facial Pell off          | R\$ 2,20  | 12 | R\$ 26,40            | R\$ 316,80            |
| 103          | Sérum facial Fenzza              | R\$ 11,90 | 9  | R\$ 107,10           | R\$ 1.285,20          |
| 104          | Tônico facial Beauty             | R\$ 10,30 | 9  | R\$ 92,70            | R\$ 1.112,40          |
| <b>TOTAL</b> |                                  |           |    | <b>R\$ 20.378,55</b> | <b>R\$ 244.542,60</b> |

Fonte: Elaboração Própria (2020)

## 6.6 Custo de Comercialização

No custo de comercialização (Quadro 20) são descritas as despesas que vão incidir diretamente sobre as vendas, ele é classificado como custo variável e vai inclui gastos com impostos, publicidade, entre outros.

**Quadro 20 – Custos de Comercialização**

| Descrição                                  | %    | Faturamento Estimado | Custo Total         |
|--------------------------------------------|------|----------------------|---------------------|
| <b>1. Impostos</b>                         |      |                      |                     |
| SIMPLES                                    | 7,30 | R\$ 20.378,55        | R\$ 1.487,63        |
| <b>Subtotal 1</b>                          |      |                      | <b>R\$ 1.487,63</b> |
| <b>2. Gastos com vendas</b>                |      |                      |                     |
| Publicidade                                | 3    | R\$ 20.378,55        | R\$ 611,35          |
| Taxa de administração do cartão de crédito | 3,79 | R\$ 12.227,13        | R\$ 463,40          |
| <b>Subtotal 2</b>                          |      |                      | <b>R\$ 1.074,75</b> |
| <b>TOTAL</b>                               |      |                      | <b>R\$ 2.562,38</b> |

Fonte: Elaboração Própria (2020)

## 6.7 Custos com Mão de Obra

No Quadro 21 vemos as despesas com os salários e encargos dos funcionários para os cargos de caixa, repositor e vendedor. Nele não esta incluso o salário da gerente, visto que o cargo será exercido pela proprietária e seu custo está incluso no pró-labore.

**Quadro 21 - Despesa com Pessoal**

| Função       | Nº de Empregados | Salário Mensal | Encargos (%) | Salário Total       |
|--------------|------------------|----------------|--------------|---------------------|
| Caixa        | 1                | R\$ 1.155,00   | 9            | R\$ 1.258,95        |
| Repositor    | 1                | R\$ 1.155,00   | 9            | R\$ 1.258,95        |
| Vendedor     | 1                | R\$ 1.155,00   | 9            | R\$ 1.258,95        |
| <b>TOTAL</b> |                  |                |              | <b>R\$ 3.776,85</b> |

Fonte: Elaboração Própria (2020)

## 6.8 Custos com Depreciação

A depreciação é um processo pelo qual um bem perde seu valor durante a sua vida útil. Os valores apresentados no Quadro 22 mostram os custos com a depreciação mensal e anual que os bens da empresa sofrerão ao longo do tempo.

**Quadro 22 - Depreciação**

| Descrição               | Valor         | Vida Útil | Depreciação Anual   | Depreciação Mensal |
|-------------------------|---------------|-----------|---------------------|--------------------|
| Obras Cíveis/Reformas   | R\$ 10.000,00 | 15 anos   | R\$ 666,66          | R\$ 55,55          |
| Máquinas e Equipamentos | R\$ 4.065,00  | 05 anos   | R\$ 813,00          | R\$ 67,75          |
| Computadores            | R\$ 3.000,00  | 05 anos   | R\$ 600,00          | R\$ 50,00          |
| Móveis e Utensílios     | R\$ 5.447,76  | 10 anos   | R\$ 544,77          | R\$ 45,40          |
| <b>TOTAL</b>            |               |           | <b>R\$ 2.624,43</b> | <b>R\$ 218,70</b>  |

Fonte: Elaboração Própria (2020)

## 6.9 Custos Fixos Operacionais Mensais

Os custos fixos operacionais mensais mostram o valor somado das despesas operacionais que são independentes da quantidade de produtos vendidos, em outras palavras, são os custos que a empresa terá que arcar mesmo que não venda nenhum produto.

**Quadro 23 - Despesas Operacionais**

| Item         | Descrição              | Valor               |
|--------------|------------------------|---------------------|
| 01           | Energia Elétrica       | R\$ 500,00          |
| 02           | Telefone               | R\$ 82,90           |
| 03           | Internet               | R\$ 50,00           |
| 04           | Salários + Encargos    | R\$ 3.776,85        |
| 05           | Transporte             | R\$ 972,90          |
| 06           | Material de Limpeza    | R\$ 100,00          |
| 07           | Material de Escritório | R\$ 80,00           |
| 08           | Contador               | R\$ 1.045,00        |
| 09           | Pró-Labore             | R\$ 2.000,00        |
| 10           | Depreciação            | R\$ 218,70          |
| 11           | IPTU                   | R\$ 130,00          |
| <b>TOTAL</b> |                        | <b>R\$ 8.956,35</b> |

Fonte: Elaboração Própria (2020)

## 6.10 Demonstrativo dos Resultados

O Demonstrativo dos Resultados mostra qual será o lucro líquido do negócio a partir das estimativas realizadas, que vão demonstrar se haverá lucro ou prejuízo.

Quadro 24 - DRE

| Descrição                          | Valores Mensais em R\$ | Valor Anual em R\$    |
|------------------------------------|------------------------|-----------------------|
| <b>RECEITA TOTAL (=)</b>           | R\$ 20.378,55          | R\$ 244.542,60        |
| <b>CUSTOS VARIÁVEIS TOTAIS (-)</b> | R\$ 2.562,38           | R\$ 30.748,56         |
| <b>RESULTADO OPERACIONAL (=)</b>   | R\$ 17.816,17          | R\$ 213.794,04        |
| <b>CUSTOS FIXOS TOTAIS (-)</b>     | R\$ 8.956,35           | R\$ 107.476,20        |
| <b>LUCRO LÍQUIDO (=)</b>           | <b>R\$ 8.859,82</b>    | <b>R\$ 106.317,84</b> |

**Fonte:** Elaboração Própria (2020)

## 7 INDICADORES DE VIABILIDADE

Nesse capítulo serão vistos indicadores que permitiram avaliar se o negócio será ou não viável.

### 7.1 Ponto de Equilíbrio

O ponto de equilíbrio mostra o valor que a empresa precisa faturar para pagar seus custos operacionais. Para seu cálculo deve-se inicialmente encontrar o valor do IMC (Índice de Margem de Contribuição) utilizando a fórmula abaixo:

$$\text{IMC} = \frac{\text{Receita Total} - \text{Custo Variável}}{\text{Receita Total}} = \frac{20.378,55 - 2.562,38}{20.378,55} = 0,87$$

Após a obtenção do Índice de Margem de Contribuição calcula-se o Ponto de Equilíbrio (PE) usando a fórmula abaixo:

$$\text{PE} = \frac{\text{Custo Fixo}}{\text{IMC}} = \frac{8.956,35}{0,87} \quad \text{PE} = 10.294,65$$

Logo, chega-se a conclusão de que a empresa deve contar com uma receita mínima de R\$ 10.294,65 para que não funcione no prejuízo.

### 7.2 Lucratividade

Esse indicador está relacionado com a competitividade da empresa e vai medir o lucro líquido em relação a receita. Seu cálculo é realizado conforme a fórmula abaixo.

$$\text{Lucratividade: } \frac{\text{Lucro Líquido} * 100}{\text{Receita Total}} = \frac{106.317,84}{244.542,60} * 100 = 43,47\% \text{ aa}$$

Após o pagamento das despesas e impostos “sobram” R\$ 106.317,84 na forma de lucro, indicando que o negócio gera uma lucratividade anual de 43,47%.

### 7.3 Rentabilidade

O indicador de rentabilidade mostra o retorno do capital investido dos sócios, por isso ele indica a atratividade do negócio. Ele é obtido através da divisão do lucro líquido pelo investimento total, cuja fórmula é apresentada abaixo:

$$\text{Rentabilidade: } \frac{\text{Lucro Líquido} * 100}{\text{Investimento Total}} = \frac{106.317,84}{63.170,93} * 100 = 168,30\% \text{ aa}$$

Conclui-se que o negócio é rentável, visto que a empresaria irá recuperar 168,30% do total investido a cada ano.

#### 7.4 Prazo de Retorno do Investimento

O Prazo do Retorno do Investimento (PRI) mostra o tempo que será necessário para que se recupere o valor investido no negócio, seu cálculo é realizado usando a formula abaixo.

$$\text{PRI} = \frac{\text{Investimento Total}}{\text{Lucro Líquido}} = \frac{63.170,93}{106.317,84} = 0,59 \text{ ano}$$

O resultado mostra que para recuperar o dinheiro investido na empresa serão necessários aproximadamente 7 meses, após a inauguração do negócio.

## 8 CONSTRUÇÃO DOS CENÁRIOS

### 8.1 Cenário Otimista

A projeção de cenários simula situações que podem ocorrer na empresa, o cenário otimista representa um ambiente favorável onde todas as metas são atingidas. Ele permite a existência de folgas financeiras e um maior lucro líquido. Para a projeção do cenário otimista da Seja Bela Cosméticos considerou-se a receita de vendas com 80% de sua capacidade instalada, como pode ser visto no Quadro 25. Nos Quadros 26 e 27 vemos, respectivamente, as projeções dos custos de comercialização e da DRE que foram realizadas considerando esse cenário.

**Quadro 25- Projeção da Receita para o cenário otimista**

| Item | Descrição                            | Preço     | Quantidade estimada de venda | Faturamento /mês | Faturamento/ano |
|------|--------------------------------------|-----------|------------------------------|------------------|-----------------|
| 01   | Algodão hidrófilo bola               | R\$ 3,45  | 40                           | R\$ 138,00       | R\$ 1.656,00    |
| 02   | Alicate cutícula Macrilan            | R\$ 13,90 | 16                           | R\$ 222,40       | R\$ 2.668,80    |
| 03   | Amolecedor de cutícula               | R\$ 4,15  | 24                           | R\$ 99,60        | R\$ 1.195,20    |
| 04   | Cortador de unha pequeno Macrilan    | R\$ 2,55  | 16                           | R\$ 40,80        | R\$ 489,60      |
| 05   | Escova de cabelo                     | R\$ 26,00 | 12                           | R\$ 312,00       | R\$ 3.744,00    |
| 06   | Escova de limpeza facial esfoliante  | R\$ 12,20 | 24                           | R\$ 292,80       | R\$ 3.513,60    |
| 07   | Elástico de cabelo                   | R\$ 0,20  | 80                           | R\$ 16,00        | R\$ 192,00      |
| 08   | Espelho de bolsa                     | R\$ 5,60  | 16                           | R\$ 89,60        | R\$ 1.075,20    |
| 09   | Espelho de mesa                      | R\$ 51,70 | 3                            | R\$ 155,10       | R\$ 1.861,20    |
| 10   | Esponja de esfoliação                | R\$ 10,40 | 16                           | R\$ 166,40       | R\$ 1.996,80    |
| 11   | Esponja Master beauty                | R\$ 4,30  | 16                           | R\$ 68,80        | R\$ 825,60      |
| 12   | Kit de pincéis Master beauty 7 peças | R\$ 35,10 | 4                            | R\$ 140,40       | R\$ 1.684,80    |
| 13   | Lenços umedecidos                    | R\$ 4,75  | 24                           | R\$ 114,00       | R\$ 1.368,00    |
| 14   | Nécessaire                           | R\$ 3,30  | 4                            | R\$ 13,20        | R\$ 158,40      |
| 15   | Pincel Master beauty                 | R\$ 6,50  | 12                           | R\$ 78,00        | R\$ 936,00      |
| 16   | Pente                                | R\$ 6,30  | 16                           | R\$ 100,80       | R\$ 1.209,60    |
| 17   | Tesoura para unha                    | R\$ 5,50  | 16                           | R\$ 88,00        | R\$ 1.056,00    |
| 18   | Água oxigenada 10 Vol.               | R\$ 1,70  | 24                           | R\$ 40,80        | R\$ 489,60      |
| 19   | Água oxigenada 20 Vol.               | R\$ 1,70  | 24                           | R\$ 40,80        | R\$ 489,60      |
| 20   | Água oxigenada 40 Vol.               | R\$ 1,70  | 24                           | R\$ 40,80        | R\$ 489,60      |
| 21   | Alisante Hair life                   | R\$ 11,00 | 24                           | R\$ 264,00       | R\$ 3.168,00    |
| 22   | Ampolas Power sock                   | R\$ 3,30  | 24                           | R\$ 79,20        | R\$ 950,40      |
| 23   | Ativador de cachos Salon Line        | R\$ 15,50 | 24                           | R\$ 372,00       | R\$ 4.464,00    |
| 24   | Botox Capilar Forever liss           | R\$ 32,50 | 24                           | R\$ 780,00       | R\$ 9.360,00    |
| 25   | Condicionador home care Forever liss | R\$ 28,60 | 24                           | R\$ 686,40       | R\$ 8.236,80    |

|    |                                       |            |    |              |               |
|----|---------------------------------------|------------|----|--------------|---------------|
| 26 | Creme de cabelo Skala                 | R\$ 7,10   | 24 | R\$ 170,40   | R\$ 2.044,80  |
| 27 | Creme de pentear Boom                 | R\$ 12,50  | 24 | R\$ 300,00   | R\$ 3.600,00  |
| 28 | Defrizante Salon line                 | R\$ 11,35  | 24 | R\$ 272,40   | R\$ 3.268,80  |
| 29 | Descolorante pó Ligtner               | R\$ 5,60   | 24 | R\$ 134,40   | R\$ 1.612,80  |
| 30 | Fixador care liss                     | R\$ 13,10  | 24 | R\$ 314,40   | R\$ 3.772,80  |
| 31 | Gel redutor de volume Salon line      | R\$ 16,40  | 24 | R\$ 393,60   | R\$ 4.723,20  |
| 32 | Kit semi definitivo Forever liss      | R\$ 130,00 | 8  | R\$ 1.040,00 | R\$ 12.480,00 |
| 33 | Kit shampoo + condicionador Bothânico | R\$ 11,20  | 16 | R\$ 179,20   | R\$ 2.150,40  |
| 34 | Leave-in Forever liss                 | R\$ 29,90  | 16 | R\$ 478,40   | R\$ 5.740,80  |
| 35 | Mascarã de hidratação intensa         | R\$ 20,20  | 16 | R\$ 323,20   | R\$ 3.878,40  |
| 36 | Máscara Forever liss                  | R\$ 19,50  | 24 | R\$ 468,00   | R\$ 5.616,00  |
| 37 | Progressiva Forever liss              | R\$ 103,90 | 8  | R\$ 831,20   | R\$ 9.974,40  |
| 38 | Óleo de cabelo Salon line             | R\$ 17,65  | 16 | R\$ 282,40   | R\$ 3.388,80  |
| 39 | Reparador de pontas Fina flor         | R\$ 6,00   | 24 | R\$ 144,00   | R\$ 1.728,00  |
| 40 | Selagem Argan oil                     | R\$ 39,00  | 16 | R\$ 624,00   | R\$ 7.488,00  |
| 41 | Shampoo anticaspa Clear               | R\$ 17,55  | 24 | R\$ 421,20   | R\$ 5.054,40  |
| 42 | Shampoo Home care Forever liss        | R\$ 27,88  | 24 | R\$ 669,12   | R\$ 8.029,44  |
| 43 | Tintura Cor e ton                     | R\$ 11,85  | 16 | R\$ 189,60   | R\$ 2.275,20  |
| 44 | Tintura Duty color                    | R\$ 10,95  | 16 | R\$ 175,20   | R\$ 2.102,40  |
| 45 | Tintura Forever liss                  | R\$ 16,90  | 16 | R\$ 270,40   | R\$ 3.244,80  |
| 46 | Tintura tonalizante Salon line        | R\$ 16,90  | 16 | R\$ 270,40   | R\$ 3.244,80  |
| 47 | Aparelho depilatório                  | R\$ 22,20  | 8  | R\$ 177,60   | R\$ 2.131,20  |
| 48 | Cera depilatória Depi roll            | R\$ 6,40   | 24 | R\$ 153,60   | R\$ 1.843,20  |
| 49 | Crema depilatório Depi roll           | R\$ 20,15  | 16 | R\$ 322,40   | R\$ 3.868,80  |
| 50 | Loção depilatória                     | R\$ 23,95  | 16 | R\$ 383,20   | R\$ 4.598,40  |
| 51 | Mini chapinha portátil                | R\$ 23,30  | 4  | R\$ 93,20    | R\$ 1.118,40  |
| 52 | Secador de cabelo Taiff 1900W         | R\$ 363,00 | 2  | R\$ 726,00   | R\$ 8.712,00  |
| 53 | Acetona                               | R\$ 3,40   | 40 | R\$ 136,00   | R\$ 1.632,00  |
| 54 | Adesivo para unha                     | R\$ 0,65   | 40 | R\$ 26,00    | R\$ 312,00    |
| 55 | Crema para mãos anti-idade Nivea      | R\$ 21,32  | 16 | R\$ 341,12   | R\$ 4.093,44  |
| 56 | Esmalte Ludurana                      | R\$ 2,60   | 24 | R\$ 62,40    | R\$ 748,80    |
| 57 | Esmalte Risqué                        | R\$ 4,35   | 24 | R\$ 104,40   | R\$ 1.252,80  |
| 58 | Espátula Macrilan                     | R\$ 5,25   | 16 | R\$ 84,00    | R\$ 1.008,00  |
| 59 | Hidratante para cutícula Belle        | R\$ 7,35   | 24 | R\$ 176,40   | R\$ 2.116,80  |
| 60 | Lenço removedor de esmalte            | R\$ 3,60   | 24 | R\$ 86,40    | R\$ 1.036,80  |
| 61 | Lixa                                  | R\$ 0,25   | 80 | R\$ 20,00    | R\$ 240,00    |
| 62 | Palito para cutícula                  | R\$ 0,10   | 80 | R\$ 8,00     | R\$ 96,00     |
| 63 | Óleo de banana                        | R\$ 2,55   | 24 | R\$ 61,20    | R\$ 734,40    |
| 64 | Removedor de esmalte sem              | R\$ 3,70   | 24 | R\$ 88,80    | R\$ 1.065,60  |

|     |                                         |           |    |            |              |
|-----|-----------------------------------------|-----------|----|------------|--------------|
|     | acetona                                 |           |    |            |              |
| 65  | Spray secante Fenzza                    | R\$ 15,80 | 12 | R\$ 189,60 | R\$ 2.275,20 |
| 66  | Água miscelar Ruby Rose                 | R\$ 3,85  | 32 | R\$ 123,20 | R\$ 1.478,40 |
| 67  | Base vegana efeito matte Dalla makeup   | R\$ 14,17 | 32 | R\$ 453,44 | R\$ 5.441,28 |
| 68  | Base líquida Ruby Rose                  | R\$ 24,70 | 32 | R\$ 790,40 | R\$ 9.484,80 |
| 69  | Batom matte Ruby Rose                   | R\$ 5,25  | 32 | R\$ 168,00 | R\$ 2.016,00 |
| 70  | Batom líquido efeito matte Dalla makeup | R\$ 12,35 | 32 | R\$ 395,20 | R\$ 4.742,40 |
| 71  | Blush Dalla makeup                      | R\$ 7,10  | 32 | R\$ 227,20 | R\$ 2.726,40 |
| 72  | Brilho labial Vivai                     | R\$ 3,51  | 32 | R\$ 112,32 | R\$ 1.347,84 |
| 73  | Cílio postiço Sabrina Sato              | R\$ 7,80  | 32 | R\$ 249,60 | R\$ 2.995,20 |
| 74  | Corretivo alta cobertura Dalla makeup   | R\$ 16,80 | 32 | R\$ 537,60 | R\$ 6.451,20 |
| 75  | Delineador Ruby Rose                    | R\$ 19,50 | 24 | R\$ 468,00 | R\$ 5.616,00 |
| 76  | Fixador Master beauty                   | R\$ 5,40  | 32 | R\$ 172,80 | R\$ 2.073,60 |
| 77  | Iluminador Glow baby glow Dalla makeup  | R\$ 10,90 | 32 | R\$ 348,80 | R\$ 4.185,60 |
| 78  | Lápis sobancelha Luirance               | R\$ 5,20  | 32 | R\$ 166,40 | R\$ 1.996,80 |
| 79  | Lápis de olho Lebruce                   | R\$ 2,40  | 32 | R\$ 76,80  | R\$ 921,60   |
| 80  | Lip tint Fenzza                         | R\$ 8,55  | 32 | R\$ 273,60 | R\$ 3.283,20 |
| 81  | Loção demaquilante                      | R\$ 28,30 | 16 | R\$ 452,80 | R\$ 5.433,60 |
| 82  | Paleta de sombra Ruby Rose              | R\$ 19,40 | 24 | R\$ 465,60 | R\$ 5.587,20 |
| 83  | Primer Dalla makeup                     | R\$ 22,70 | 24 | R\$ 544,80 | R\$ 6.537,60 |
| 84  | Pó compacto Ruby rose                   | R\$ 13,00 | 32 | R\$ 416,00 | R\$ 4.992,00 |
| 85  | Pó solto Ruby rose                      | R\$ 18,20 | 32 | R\$ 582,40 | R\$ 6.988,80 |
| 86  | Pó translúcido HD vegano Dalla makeup   | R\$ 10,90 | 32 | R\$ 348,80 | R\$ 4.185,60 |
| 87  | Rímel Ruby rose                         | R\$ 21,60 | 24 | R\$ 518,40 | R\$ 6.220,80 |
| 88  | Sombra para sobancelha                  | R\$ 7,20  | 32 | R\$ 230,40 | R\$ 2.764,80 |
| 89  | Antisséptico para pés                   | R\$ 9,80  | 24 | R\$ 235,20 | R\$ 2.822,40 |
| 90  | Lixa de pés                             | R\$ 5,30  | 24 | R\$ 127,20 | R\$1.526,40  |
| 91  | Hidratante para pés Bio instinto        | R\$ 5,15  | 24 | R\$ 123,60 | R\$ 1.483,20 |
| 92  | Creme facial Nivea                      | R\$ 30,90 | 16 | R\$ 494,40 | R\$ 5.932,80 |
| 93  | Esfoliante Mia Make                     | R\$ 15,20 | 24 | R\$ 364,80 | R\$ 4.377,60 |
| 94  | Gel esfoliante skin care Belle          | R\$ 3,40  | 24 | R\$ 81,60  | R\$ 979,20   |
| 95  | Gel para corpo e rosto aloe vera        | R\$ 39,00 | 16 | R\$ 624,00 | R\$ 7.488,00 |
| 96  | Hidratante corporal Belle               | R\$ 13,45 | 12 | R\$ 161,40 | R\$ 1.936,80 |
| 97  | Hidratante corporal Paixão              | R\$ 7,35  | 12 | R\$ 88,20  | R\$ 1.058,40 |
| 98  | Hidratante corporal Skala               | R\$ 5,95  | 16 | R\$ 95,20  | R\$ 1.142,40 |
| 99  | Hidratante corporal Yeva                | R\$ 10,85 | 12 | R\$ 130,20 | R\$ 1.562,40 |
| 100 | Máscara de esfoliação                   | R\$ 6,80  | 16 | R\$ 108,80 | R\$ 1.305,60 |
| 101 | Máscara facial Bonny hill               | R\$ 11,70 | 16 | R\$ 187,20 | R\$ 2.246,40 |

|              |                         |           |    |                      |                       |
|--------------|-------------------------|-----------|----|----------------------|-----------------------|
| 102          | Máscara facial Pell off | R\$ 2,20  | 16 | R\$ 35,20            | R\$ 422,40            |
| 103          | Sérum facial Fenzza     | R\$ 11,90 | 12 | R\$ 142,80           | R\$ 1.713,60          |
| 104          | Tônico facial Beauty    | R\$ 10,30 | 12 | R\$ 123,60           | R\$ 1.483,20          |
| <b>TOTAL</b> |                         |           |    | <b>R\$ 26.877,70</b> | <b>R\$ 322.532,40</b> |

Fonte: Elaboração Própria (2020)

**Quadro 26 - Projeção dos Custos de Comercialização para o cenário otimista**

| Descrição                                  | %    | Faturamento Estimado | Custo Total         |
|--------------------------------------------|------|----------------------|---------------------|
| <b>1. Impostos</b>                         |      |                      |                     |
| SIMPLES                                    | 7,30 | R\$ 26.877,70        | R\$ 1.962,07        |
| <b>Subtotal 1</b>                          |      |                      | <b>R\$ 1.962,07</b> |
| <b>2. Gastos com vendas</b>                |      |                      |                     |
| Publicidade                                | 3    | R\$ 26.877,70        | R\$ 806,33          |
| Taxa de administração do cartão de crédito | 3,79 | R\$ 18.814,40        | R\$ 713,05          |
| <b>Subtotal 2</b>                          |      |                      | <b>R\$ 1.519,38</b> |
| <b>TOTAL</b>                               |      |                      | <b>R\$ 3.481,45</b> |

Fonte: Elaboração Própria (2020)

**Quadro 27 - Projeção da DRE para o cenário otimista**

| Descrição                          | Valores Mensais em R\$ | Valor Anual em R\$    |
|------------------------------------|------------------------|-----------------------|
| <b>RECEITA TOTAL (=)</b>           | R\$ 26.877,70          | R\$ 322.532,40        |
| <b>CUSTOS VARIÁVEIS TOTAIS (-)</b> | R\$ 3.481,45           | R\$ 41.777,40         |
| <b>RESULTADO OPERACIONAL (=)</b>   | R\$ 23.396,25          | R\$ 280.755,00        |
| <b>CUSTOS FIXOS TOTAIS (-)</b>     | R\$ 8.956,35           | R\$ 107.476,20        |
| <b>LUCRO LÍQUIDO (=)</b>           | <b>R\$ 14.439,90</b>   | <b>R\$ 173.278,80</b> |

Fonte: Elaboração Própria (2020)

## 8.2 Cenário Pessimista

No cenário pessimista foi realizada uma simulação prevendo que as vendas serão menores no início do negócio, esses dados são importantes para que sejam elaborados planos de ação visando o aumento das vendas. Para essa projeção da receita de vendas utilizou-se 40% da capacidade instalada, como pode ser visto no Quadro 28. A partir dos resultados foram calculadas a projeção de custos de comercialização e a projeção da DRE, Quadros 29 e 30, respectivamente.

**Quadro 28- Projeção da Receita para o cenário pessimista**

| Item | Descrição                           | Preço     | Quantidade estimada de venda | Faturamento/mês | Faturamento/ano |
|------|-------------------------------------|-----------|------------------------------|-----------------|-----------------|
| 01   | Algodão hidrófilo bola              | R\$ 3,45  | 20                           | R\$ 69,00       | R\$ 828,00      |
| 02   | Alicate cutícula Macrilan           | R\$ 13,90 | 8                            | R\$ 111,20      | R\$ 1.334,40    |
| 03   | Amolecedor de cutícula              | R\$ 4,15  | 12                           | R\$ 49,80       | R\$ 597,60      |
| 04   | Cortador de unha pequeno Macrilan   | R\$ 2,55  | 8                            | R\$ 20,40       | R\$ 244,80      |
| 05   | Escova de cabelo                    | R\$ 26,00 | 6                            | R\$ 156,00      | R\$ 1.872,00    |
| 06   | Escova de limpeza facial esfoliante | R\$ 12,20 | 12                           | R\$ 146,40      | R\$ 1.756,80    |

|    |                                       |            |    |            |              |
|----|---------------------------------------|------------|----|------------|--------------|
| 07 | Elástico de cabelo                    | R\$ 0,20   | 40 | R\$ 8,00   | R\$ 96,00    |
| 08 | Espelho de bolsa                      | R\$ 5,60   | 8  | R\$ 44,80  | R\$ 537,60   |
| 09 | Espelho de mesa                       | R\$ 51,70  | 2  | R\$ 103,40 | R\$ 1.240,80 |
| 10 | Esponja de esfoliação                 | R\$ 10,40  | 8  | R\$ 83,20  | R\$ 998,40   |
| 11 | Esponja Master beauty                 | R\$ 4,30   | 8  | R\$ 34,40  | R\$ 412,80   |
| 12 | Kit de pincéis Master beauty 7 peças  | R\$ 35,10  | 2  | R\$ 70,20  | R\$ 842,40   |
| 13 | Lenços umedecidos                     | R\$ 4,75   | 12 | R\$ 57,00  | R\$ 684,00   |
| 14 | Nécessaire                            | R\$ 3,30   | 2  | R\$ 6,60   | R\$ 79,20    |
| 15 | Pincel Master beauty                  | R\$ 6,50   | 6  | R\$ 39,00  | R\$ 468,00   |
| 16 | Pente                                 | R\$ 6,30   | 8  | R\$ 50,40  | R\$ 604,80   |
| 17 | Tesoura para unha                     | R\$ 5,50   | 8  | R\$ 44,00  | R\$ 528,00   |
| 18 | Água oxigenada 10 Vol.                | R\$ 1,70   | 12 | R\$ 20,40  | R\$ 244,80   |
| 19 | Água oxigenada 20 Vol.                | R\$ 1,70   | 12 | R\$ 20,40  | R\$ 244,80   |
| 20 | Água oxigenada 40 Vol.                | R\$ 1,70   | 12 | R\$ 20,40  | R\$ 244,80   |
| 21 | Alisante Hair life                    | R\$ 11,00  | 12 | R\$ 132,00 | R\$ 1.584,00 |
| 22 | Ampolas Power sock                    | R\$ 3,30   | 12 | R\$ 39,60  | R\$ 475,20   |
| 23 | Ativador de cachos Salon Line         | R\$ 15,50  | 12 | R\$ 186,00 | R\$ 2.232,00 |
| 24 | Botox Capilar Forever liss            | R\$ 32,50  | 12 | R\$ 390,00 | R\$ 4.680,00 |
| 25 | Condicionador home care Forever liss  | R\$ 28,60  | 12 | R\$ 343,20 | R\$ 4.118,40 |
| 26 | Creme de cabelo Skala                 | R\$ 7,10   | 12 | R\$ 85,20  | R\$ 1.022,40 |
| 27 | Creme de pentear Boom                 | R\$ 12,50  | 12 | R\$ 150,00 | R\$ 1.800,00 |
| 28 | Defrizante Salon line                 | R\$ 11,35  | 12 | R\$ 136,20 | R\$ 1.634,40 |
| 29 | Descolorante pó Ligtner               | R\$ 5,60   | 12 | R\$ 67,20  | R\$ 806,40   |
| 30 | Fixador care liss                     | R\$ 13,10  | 12 | R\$ 157,20 | R\$ 1.886,40 |
| 31 | Gel redutor de volume Salon line      | R\$ 16,40  | 12 | R\$ 196,80 | R\$ 2.361,60 |
| 32 | Kit semi definitivo Forever liss      | R\$ 130,00 | 4  | R\$ 520,00 | R\$ 6.240,00 |
| 33 | Kit shampoo + condicionador Bothânico | R\$ 11,20  | 8  | R\$ 89,60  | R\$ 1.075,20 |
| 34 | Leave-in Forever liss                 | R\$ 29,90  | 8  | R\$ 239,20 | R\$ 2.870,40 |
| 35 | Mascarâ de hidratação intensa         | R\$ 20,20  | 8  | R\$ 161,60 | R\$ 1.939,20 |
| 36 | Máscara Forever liss                  | R\$ 19,50  | 12 | R\$ 234,00 | R\$ 2.808,00 |
| 37 | Progressiva Forever liss              | R\$ 103,90 | 4  | R\$ 415,60 | R\$ 4.987,20 |
| 38 | Óleo de cabelo Salon line             | R\$ 17,65  | 8  | R\$ 141,20 | R\$ 1.694,40 |
| 39 | Reparador de pontas Fina flor         | R\$ 6,00   | 12 | R\$ 72,00  | R\$ 864,00   |
| 40 | Selagem Argan oil                     | R\$ 39,00  | 8  | R\$ 312,00 | R\$ 3.744,00 |
| 41 | Shampoo anticaspa Clear               | R\$ 17,55  | 12 | R\$ 210,60 | R\$ 2.527,20 |
| 42 | Shampoo Home care Forever liss        | R\$ 27,88  | 12 | R\$ 334,56 | R\$ 4.014,72 |
| 43 | Tintura Cor e ton                     | R\$ 11,85  | 8  | R\$ 94,80  | R\$ 1.137,60 |
| 44 | Tintura Duty color                    | R\$ 10,95  | 8  | R\$ 87,60  | R\$ 1.051,20 |
| 45 | Tintura Forever liss                  | R\$ 16,90  | 8  | R\$ 135,20 | R\$ 1.622,40 |
| 46 | Tintura tonalizante Salon line        | R\$ 16,90  | 8  | R\$ 135,20 | R\$ 1.622,40 |
| 47 | Aparelho depilatório                  | R\$ 22,20  | 4  | R\$ 88,80  | R\$ 1.065,60 |
| 48 | Cera depilatória Depi roll            | R\$ 6,40   | 12 | R\$ 76,80  | R\$ 921,60   |
| 49 | Creme depilatório Depi roll           | R\$ 20,15  | 8  | R\$ 161,20 | R\$ 1.934,40 |
| 50 | Loção depilatória                     | R\$ 23,95  | 8  | R\$ 191,60 | R\$ 2.299,20 |
| 51 | Mini chapinha portátil                | R\$ 23,30  | 2  | R\$ 46,60  | R\$ 559,20   |
| 52 | Secador de cabelo Taiff 1900W         | R\$ 363,00 | 2  | R\$ 726,00 | R\$ 8.712,00 |
| 53 | Acetona                               | R\$ 3,40   | 20 | R\$ 68,00  | R\$ 816,00   |
| 54 | Adesivo para unha                     | R\$ 0,65   | 20 | R\$ 13,00  | R\$ 156,00   |
| 55 | Creme para mãos anti-idade Nivea      | R\$ 21,32  | 8  | R\$ 170,56 | R\$ 2.046,72 |
| 56 | Esmalte Ludurana                      | R\$ 2,60   | 12 | R\$ 31,20  | R\$ 374,40   |
| 57 | Esmalte Risqué                        | R\$ 4,35   | 12 | R\$ 52,20  | R\$ 626,40   |
| 58 | Espátula Macrilan                     | R\$ 5,25   | 8  | R\$ 42,00  | R\$ 504,00   |
| 59 | Hidratante para cutícula Belle        | R\$ 7,35   | 12 | R\$ 88,20  | R\$ 1.058,40 |

|              |                                         |           |    |                      |                       |
|--------------|-----------------------------------------|-----------|----|----------------------|-----------------------|
| 60           | Lenço removedor de esmalte              | R\$ 3,60  | 12 | R\$ 43,20            | R\$ 518,40            |
| 61           | Lixa                                    | R\$ 0,25  | 40 | R\$ 10,00            | R\$ 120,00            |
| 62           | Palito para cutícula                    | R\$ 0,10  | 40 | R\$ 4,00             | R\$ 48,00             |
| 63           | Óleo de banana                          | R\$ 2,55  | 12 | R\$ 30,60            | R\$ 367,20            |
| 64           | Removedor de esmalte sem acetona        | R\$ 3,70  | 12 | R\$ 44,40            | R\$ 532,80            |
| 65           | Spray secante Fenzza                    | R\$ 15,80 | 6  | R\$ 94,80            | R\$ 1.137,60          |
| 66           | Água miscelar Ruby Rose                 | R\$ 3,85  | 16 | R\$ 61,60            | R\$ 739,20            |
| 67           | Base vegana efeito matte Dalla makeup   | R\$ 14,17 | 16 | R\$ 226,72           | R\$ 2.720,64          |
| 68           | Base líquida Ruby Rose                  | R\$ 24,70 | 16 | R\$ 395,20           | R\$ 4.742,40          |
| 69           | Batom matte Ruby Rose                   | R\$ 5,25  | 16 | R\$ 84,00            | R\$ 1.008,00          |
| 70           | Batom líquido efeito matte Dalla makeup | R\$ 12,35 | 16 | R\$ 197,60           | R\$ 2.371,20          |
| 71           | Blush Dalla makeup                      | R\$ 7,10  | 16 | R\$ 113,60           | R\$ 1.363,20          |
| 72           | Brilho labial Vivai                     | R\$ 3,51  | 16 | R\$ 56,16            | R\$ 673,92            |
| 73           | Cílio postiço Sabrina Sato              | R\$ 7,80  | 16 | R\$ 124,80           | R\$ 1.497,60          |
| 74           | Corretivo alta cobertura Dalla makeup   | R\$ 16,80 | 16 | R\$ 268,80           | R\$ 3.225,60          |
| 75           | Delineador Ruby Rose                    | R\$ 19,50 | 12 | R\$ 234,00           | R\$ 2.808,00          |
| 76           | Fixador Master beauty                   | R\$ 5,40  | 16 | R\$ 86,40            | R\$ 1.036,80          |
| 77           | Iluminador Glow baby glow Dalla makeup  | R\$ 10,90 | 16 | R\$ 174,40           | R\$ 2.092,80          |
| 78           | Lápis sobrancelha Luirance              | R\$ 5,20  | 16 | R\$ 83,20            | R\$ 998,40            |
| 79           | Lápis de olho Lebruce                   | R\$ 2,40  | 16 | R\$ 38,40            | R\$ 460,80            |
| 80           | Lip tint Fenzza                         | R\$ 8,55  | 16 | R\$ 136,80           | R\$ 1.641,60          |
| 81           | Loção demaquilante                      | R\$ 28,30 | 8  | R\$ 226,40           | R\$ 2.716,80          |
| 82           | Paleta de sombra Ruby Rose              | R\$ 19,40 | 12 | R\$ 232,80           | R\$ 2.793,60          |
| 83           | Primer Dalla makeup                     | R\$ 22,70 | 12 | R\$ 272,40           | R\$ 3.268,80          |
| 84           | Pó compacto Ruby rose                   | R\$ 13,00 | 16 | R\$ 208,00           | R\$ 2.496,00          |
| 85           | Pó solto Ruby rose                      | R\$ 18,20 | 16 | R\$ 291,20           | R\$ 3.494,40          |
| 86           | Pó translúcido HD vegano Dalla makeup   | R\$ 10,90 | 16 | R\$ 174,40           | R\$ 2.092,80          |
| 87           | Rímel Ruby rose                         | R\$ 21,60 | 12 | R\$ 259,20           | R\$ 3.110,40          |
| 88           | Sombra para sobrancelha                 | R\$ 7,20  | 16 | R\$ 115,20           | R\$ 1.382,40          |
| 89           | Antisséptico para pés                   | R\$ 9,80  | 12 | R\$ 117,60           | R\$ 1.411,20          |
| 90           | Lixa de pés                             | R\$ 5,30  | 12 | R\$ 63,60            | R\$ 763,20            |
| 91           | Hidratante para pés Bio instinto        | R\$ 5,15  | 12 | R\$ 61,80            | R\$ 741,60            |
| 92           | Creme facial Nivea                      | R\$ 30,90 | 8  | R\$ 247,20           | R\$ 2.966,40          |
| 93           | Esfoliante Mia Make                     | R\$ 15,20 | 12 | R\$ 182,40           | R\$ 2.188,80          |
| 94           | Gel esfoliante skin care Belle          | R\$ 3,40  | 12 | R\$ 40,80            | R\$ 489,60            |
| 95           | Gel para corpo e rosto aloe vera        | R\$ 39,00 | 8  | R\$ 312,00           | R\$ 3.744,00          |
| 96           | Hidratante corporal Belle               | R\$ 13,45 | 6  | R\$ 80,70            | R\$ 968,40            |
| 97           | Hidratante corporal Paixão              | R\$ 7,35  | 6  | R\$ 44,10            | R\$ 529,20            |
| 98           | Hidratante corporal Skala               | R\$ 5,95  | 8  | R\$ 47,60            | R\$ 571,20            |
| 99           | Hidratante corporal Yeva                | R\$ 10,85 | 6  | R\$ 65,10            | R\$ 781,20            |
| 100          | Máscara de esfoliação                   | R\$ 6,80  | 8  | R\$ 54,40            | R\$ 652,80            |
| 101          | Máscara facial Bonny hill               | R\$ 11,70 | 8  | R\$ 93,60            | R\$ 1.123,20          |
| 102          | Máscara facial Pell off                 | R\$ 2,20  | 8  | R\$ 17,60            | R\$ 211,20            |
| 103          | Sérum facial Fenzza                     | R\$ 11,90 | 6  | R\$ 71,40            | R\$ 856,80            |
| 104          | Tônico facial Beauty                    | R\$ 10,30 | 6  | R\$ 61,80            | R\$ 741,60            |
| <b>TOTAL</b> |                                         |           |    | <b>R\$ 13.827,70</b> | <b>R\$ 165.932,40</b> |

**Fonte:** Elaboração Própria (2020)

**Quadro 29 - Projeção dos Custos de Comercialização para o cenário pessimista**

| Descrição                                  | %    | Faturamento Estimado | Custo Total         |
|--------------------------------------------|------|----------------------|---------------------|
| <b>1. Impostos</b>                         |      |                      |                     |
| SIMPLES                                    | 4    | R\$ 13.827,70        | R\$ 553,10          |
| <b>Subtotal 1</b>                          |      |                      | <b>R\$ 553,10</b>   |
| <b>2. Gastos com vendas</b>                |      |                      |                     |
| Publicidade                                | 3    | R\$ 13.827,70        | R\$ 414,83          |
| Taxa de administração do cartão de crédito | 3,79 | R\$ 8.296,62         | R\$ 314,44          |
| <b>Subtotal 2</b>                          |      |                      | <b>R\$ 729,27</b>   |
| <b>TOTAL</b>                               |      |                      | <b>R\$ 1.282,37</b> |

Fonte: Elaboração Própria (2020)

**Quadro 30 - Projeção da DRE para o cenário pessimista**

| Descrição                          | Valores Mensais em R\$ | Valor Anual em R\$   |
|------------------------------------|------------------------|----------------------|
| <b>RECEITA TOTAL (=)</b>           | R\$ 13.827,70          | R\$ 165.932,40       |
| <b>CUSTOS VARIÁVEIS TOTAIS (-)</b> | R\$ 1.282,37           | R\$ 15.388,44        |
| <b>RESULTADO OPERACIONAL (=)</b>   | R\$ 12.545,33          | R\$ 150.543,96       |
| <b>CUSTOS FIXOS TOTAIS (-)</b>     | R\$ 8.956,35           | R\$ 107.476,20       |
| <b>LUCRO LÍQUIDO (=)</b>           | <b>R\$ 3.588,98</b>    | <b>R\$ 43.067,76</b> |

Fonte: Elaboração Própria (2020)

A partir do resultado dessa simulação conclui-se que a empresa apresentaria lucro líquido mesmo que funcione com 40% de sua capacidade instalada, mostrando que o negócio é viável.

## 9 DECISÃO GERENCIAL

O mercado de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos apresentou um bom desempenho nos últimos anos, e apesar do modesto crescimento no primeiro semestre de 2020, devido à pandemia do COVID-19, espera-se que haja uma melhora a partir segundo semestre. Tendo em vista esse panorama e as projeções dos cenários, que mesmo no cenário pessimista apresenta lucro, conclui-se que a implementação do negócio é viável.

O índice de rentabilidade mostra que a proprietária vai recuperar 168,30% de seu capital investido a cada ano, o que torna o negócio bastante atrativo. Além disso, o valor total investido na empresa será recuperado em menos de 1 ano.

As informações presentes nesse plano auxiliam na análise das variáveis e dos riscos que podem comprometer a viabilidade do empreendimento, a partir dos resultados obtidos com a DRE e os indicadores de viabilidade percebe-se que a probabilidade do negócio ter sucesso é maior do que ter fracasso, o que leva a decisão de abertura do empreendimento.

Logo, espera-se que após a sua inauguração a empresa possa permanecer e se desenvolver no mercado de João Pessoa. Para isso, pretende-se investir em cursos de capacitação para os funcionários, fazer um gerenciamento estratégico das compras, estreitar as relações com os clientes por meio da criação de redes sociais, entre outros.

Dessa maneira, almeja-se que a loja seja inaugurada até o início de 2022, visto que será necessário concluir a obra da construção da empresa e dar entrada na documentação para a sua legalização.

## REFERÊNCIA

ABIHPEC, SEBRAE. **Caderno de Tendências 2019-2020**. Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos. São Paulo, p. 13-41, 2019. Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/CADERNO%20DE%20TENDENCIAS%202019-2020%20Sebrae%20Abihpec%20vs%20final.pdf>. Acesso em 21 jul. 2020.

ABIHPEC. Durante a pandemia, indústria de HPPC registra alta de apenas 0,6% no faturamento, entre janeiro e maio de 2020. Disponível em: <https://abihpec.org.br/comunicado/durante-a-pandemia-industria-de-hppc-registra-alta-de-apenas-06-no-faturamento-entre-janeiro-e-maio-de-2020/>. Acesso em 20 jul. 2020.

\_\_\_\_\_. Panorama do Setor de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos 2019. Disponível em: [https://pub.flowpaper.com/docs/https://abihpec.org.br/site2019/wp-content/uploads/2019/05/2019-PANORAMA-S-M\\_\\_.pdf](https://pub.flowpaper.com/docs/https://abihpec.org.br/site2019/wp-content/uploads/2019/05/2019-PANORAMA-S-M__.pdf). Acesso em: 20 jul 2020.

ABRE. Setor de HPPC cresce 3,9% e atinge R\$ 116,8 bilhões em 2019. Disponível em: <https://www.abre.org.br/inovacao/setor-de-hppc-cresce-39-e-atinge-r-1168-bilhoes-em-2019/>. Acesso em: 20 jul 2020.

CONCLA Comissão Nacional de Classificação. CNAE Classificação Nacional de Atividades Econômicas. Disponível em: <https://concla.ibge.gov.br/busca-online-cnae.html?view=subclasse&tipo=cnae&versao=10.1.0&subclasse=4772500&chave=4772-5/00>. Acesso em: 06 jul. 2020.

PHILIPPI, A. C.; ZAMBON, M. C. F. A. Potencialidades do marketing sensorial: estudo de caso em empresa multimarcas catarinense do ramo de cosméticos. **e-Revista LOGO**, v. 5, n. 2, p. 146-163, 2016. Disponível em: <http://stat.cbsm.incubadora.ufsc.br/index.php/eRevistaLOGO/article/view/4273/4825>. Acesso em 20 jul. 2020.

SEBRAE. **Como elaborar um plano de negócios**. Brasília: Sebrae, 2013. 164 f.

## APÊNDICE

### Pesquisa sobre hábito de consumo de cosméticos

Prezado(a) respondente,

Este questionário de pesquisa tem como finalidade a obtenção de dados para verificar a viabilidade da abertura de uma loja de cosméticos no município de João Pessoa-PB, e faz parte de um Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharela em Administração pela Universidade Federal da Paraíba. Os dados recolhidos serão tratados respeitando o anonimato. A sua participação é indispensável para a consolidação dessa pesquisa, desde já agradeço a colaboração prestada.

#### 1. Qual seu gênero?

☐ Feminino ☐ Masculino ☐ Prefiro não dizer

#### 2. Qual sua idade?

- ☐ Menor de 18 anos
- ☐ Entre 18 e 21 anos
- ☐ Entre 22 e 29 anos
- ☐ Entre 30 e 39 anos
- ☐ 40 anos ou mais

#### 3. Incluindo você, qual a sua renda familiar?

- ☐ Até 1 salário mínimo
- ☐ Acima de 1 até 2 salários mínimos
- ☐ Acima de 3 até 4 salários mínimos
- ☐ Acima de 4 até 5 salários mínimos
- ☐ Acima de 5 salários mínimos

#### 4. Você reside ou faz compras em João Pessoa-PB?

☐ Sim ☐ Não

#### 5. Atualmente, em qual bairro você reside?

#### 6. Quando foi a última vez que você frequentou uma loja de cosméticos?

☐ Há alguns dias ☐ Semana passada ☐ Há 15 dias ☐ Mês passado Outro:

#### 7. Dentre os produtos abaixo, qual ou quais você costuma consumir?

- ☐ Maquiagem
- ☐ Produtos para mão e unha
- ☐ Equipamentos (Exemplo: chapinha)
- ☐ Produtos para cabelo
- ☐ Produtos para depilação
- ☐ Produtos para pés e pernas
- ☐ Produtos para rosto e corpo

**8. Com que frequência você costuma comprar os produtos listados acima?**

- ☐ Mais de 3 vezes por semana  
☐ De 3 a 2 vezes por semana  
☐ 1 vez por semana  
☐ De 1 a 2 vezes por mês  
☐ Raramente

**9. Você costuma comprar quantos itens de cosméticos?**

- ☐ de 1 a 2 itens   ☐ de 3 a 5 itens   ☐ mais de 5 itens

**10. O que você leva em consideração na compra de um cosmético?**

- ☐ Preço  
☐ Qualidade  
☐ Novidade  
☐ Utilidade  
☐ Outros:

**11. Em média, qual o valor gasto por você em uma visita à loja de cosmético?**

- ☐ Entre R\$10 e R\$ 50    ☐ Entre R\$ 51 e R\$ 100   ☐ Entre R\$101 e R\$150  
☐ R\$151,00 ou mais

**12. Por quais meios você costuma procurar informações sobre loja de cosméticos?**

- ☐ Facebook    ☐ Instagram    ☐ Google (avaliações, localização etc.)  
☐ Site da empresa   ☐ Indicações de amigos/familiares  
 Outro(s):

**13. Levando em consideração seus hábitos de compra, avalie as afirmações abaixo indicando seu grau de concordância ou discordância com cada afirmação, sendo 1 – discordo totalmente e 5 – concordo totalmente.**

| Afirmação                                                                                                | Grau de concordância |   |   |   |   |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------|---|---|---|---|
| Faço pesquisa de preço antes da compra e escolho o produto mais barato.                                  | 1                    | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Quando tenho dúvida entre dois produtos compro o mais barato.                                            | 1                    | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Quando tenho dúvida entre dois produtos compro o que possui qualidade superior.                          | 1                    | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Com relação a escolha da loja, dou preferência a que tiver menor preço.                                  | 1                    | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Com relação a escolha da loja, dou preferência a que tiver maior variedade de produtos.                  | 1                    | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Com relação a escolha da loja, dou preferência a que tiver o melhor atendimento.                         | 1                    | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Com relação a escolha da loja, dou preferência a que tiver o melhor organização e exposição de produtos. | 1                    | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Com relação a escolha da loja, dou preferência a que tiver facilidade de pagamento.                      | 1                    | 2 | 3 | 4 | 5 |

**14. Sua última compra em loja de cosmético foi em qual loja?**