

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA – UFPB
Centro de Ciências Sociais Aplicadas – CCSA
Curso de Administração – CADM

**PLANO DE NEGÓCIOS: STUDIO JENNIFFER
ALVES**

CHARLES BRUNO DANTAS BERNARDO

João Pessoa
Novembro, 2022

CHARLES BRUNO DANTAS BERNARDO

**PLANO DE NEGÓCIOS: STUDIO JENNIFFER
ALVES**

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

Docente Orientador (a): Suelle Cariele de Souza e Silva.

João Pessoa
Novembro, 2022.

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

B523p Bernardo, Charles Bruno Dantas.

Plano de negócios: Studio Jenniffer Alves / Charles
Bruno Dantas Bernardo. - João Pessoa, 2022.

39 f. : il.

Orientação: Suelle Cariele de Souza e Silva.

TCC (Graduação) - UFPB/CCSA.

1. Plano de negócios. 2. Empreendedorismo. 3.
Mercado da beleza. I. Silva, Suelle Cariele de Souza e
Silva. II. Título.

UFPB/CCSA

CDU 658(02)

Folha de Aprovação

Trabalho apresentada a banca examinadora como requisito para a conclusão do curso de Bacharelado em Administração.

Aluno: Charles Bruno Dantas Bemado.

Trabalho: Plano de Negócio: STUDIO JENNIFER ALVES

Área de Pesquisa: Finanças

Data de Aprovação: 25/11/2022

BANCA EXAMINADORA

Suelle Cariele de Souza e Silva.

Royaldo de Lima Lucena

Diana Carneiro

“Dedico este trabalho a Deus, o maior orientador da minha vida. Ele nunca me abandonou nos momentos de necessidade”

AGRADECIMENTOS

A Deus por ter me mantido na trilha certa durante este período com saúde e forças para chegar até o final.

Ao meu Pai João Bernardo Filho (In Memoriam) ao qual sempre será lembrado dentro de mim e tem a minha eterna gratidão.

A minha esposa Jenniffer Alves Araújo pelo apoio que sempre me deu durante toda a nossa união.

A minha filha Sofia Nery Dantas Bernardo Alves que é meu combustível diário.

Aos meus amigos de curso e de vida, Ana Paula Gomes da Silva , Edson Júnior Gomes da Silva e Renan Costa da Silva .

A Universidade Federal da Paraíba e a todos os professores do meu curso pela elevada qualidade do ensino oferecido.

E por fim, a minha orientadora Suelle Cariele pelo incentivo, dedicação e entusiasmo na elaboração do meu TCC, sem o seu suporte nada disso seria possível. Obrigado!

“Se você vai ter que conviver com você mesmo até o fim, se você vai ter que se aguentar até o fim, se você vai ser espectador de você mesmo até o fim, é melhor que se encante com o que faz” (Clóvis de Barro Filho).

SUMÁRIO EXECUTIVO

A empresa a ser desenvolvida nesse projeto pretende especializar-se apenas em mulheres, oferecendo às clientes os serviços na área de estética facial, maquiagem, cílios e sobrancelhas. O empreendimento prezará pela eficiência da profissional Jenniffer Alves, qualidade do atendimento, e um contato diferenciado com seu público que vai das mais variadas idades. Com isso, buscará demonstrar que o negócio, além de ser uma área promissora, possui viabilidade econômica, com potencial de ser lucrativo e competitivo no mercado e podendo se destacar na região onde a instalação será realizada. O espaço terá sede na cidade de João Pessoa, e se estabelecerá numa sala em um espaço compacto, possuindo em seu entorno alguns comércios conhecidos a exemplo do Shopping Sul, alimentação e farmácia. Visando trazer comodidade ao público feminino, o salão oferecerá o atendimento de terça a sábado e com horários das 10 as 19 horas. Contará com a profissional especializada em maquiagem profissional e diversos cursos. O espaço possuirá conforto e comodidade, a fim de manter as clientes e acompanhantes bem acomodados enquanto cuidam da beleza. Ainda, o empreendimento contará com o Instagram e outros canais de divulgação, que permitirá as clientes conhecerem a estrutura do salão e todos os serviços oferecidos. Inicialmente o negócio demandará métricas mistas de precificação, remuneração, e aporte financeiros em capital de giro, porém considerando a estrutura do PDV, o perfil de consumo identificado, e as projeções de atendimentos, têm-se, portanto, um negócio promissor, ao mesmo nível que será desafiador. O presente trabalho foi elaborado seguindo a metodologia do Sebrae (2013).

Indicadores da Viabilidade Atual

Ponto de Equilíbrio	R\$ 51.216.89
Lucratividade	16%
Rentabilidade	5,7 %
Prazo de Retorno do Investimento	17,52 anos

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Descrição CNAE.....	12
Figura 2: Descrição CNAE.....	13
Figura 3: Logomarca da Empresa.....	22
Figura 4: Layout da Empresa.....	22

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 : Indicadores Financeiros	14
Quadro 2 : Análise dos Concorrentes.....	14
Quadro 3 : Análise dos Fornecedores.....	14
Quadro 4 : Análise Swot	16
Quadro 5 : Análise Swot	16
Quadro 6 : Procedimentos	16
Quadro 7 : Máquinas de Equipamentos	26
Quadro 8 : Estoque Inicial	27
Quadro 9 : Prazo médio de recebimento de vendas.....	27
Quadro 10 : Prazo médio de recebimento de compras	28
Quadro 11 : Necessidade média de estoques.	28
Quadro 12: Necessidade líquida de capital de giro	28
Quadro 13 : Caixa mínimo.....	28
Quadro 14 : Capital de Giro	28
Quadro 15 : Investimentos pré-operacionais.....	29
Quadro 16 : Investimento Total	29
Quadro 17 : Fonte de recursos	29
Quadro 18 : Estimativa de faturamento mensal	30
Quadro 19: Centro Unitário de Serviço	30
Quadro 20 : Custo de comercialização.....	30
Quadro 21 : Custo com Depreciação.....	31
Quadro 22 : Custo fixos operacionais mensais	31
Quadro 23 : DRE.....	32
Quadro 24 : Projeção de Faturamento de cenário Otimista	34
Quadro 25 : Projeção dos Custos Unitários no cenário Otimista	34
Quadro 26 : Projeção da DRE para o cenário otimista	35
Quadro 27 : Projeção do faturamento no cenário pessimista	36
Quadro 29 : Projeção da DRE no cenário pessimista.....	36
Quadro 30 : Resumo da DRE nos três Cenário.....	36

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 : Idade dos respondentes	17
Gráfico 2: Estado cívil dos respondentes	18
Gráfico 3: Escolaridade dos respondentes	18
Gráfico 4: Localização dos respondentes.....	19
Gráfico 5: Renda mensal dos respondentes	19
Gráfico 6: Frequênciade realização de serviço dos respondentes.....	20
Gráfico 7: Média de preço pago pelos serviços de estéticas	21
Gráfico 8:Fatores de escolha de um salão de beleza	21

SUMÁRIO

1 DESCRIÇÃO DO EMPREENDIMENTO	13
1.1 Dados do empreendimento.	13
1.2 Dados do empreendedor	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
2 ANÁLISE DO MERCADO	15
2.1 Estudo dos Clientes.....	15
2.2 Estudo dos Concorrentes	15
2.3 Estudo dos Fornecedores.	15
2.4 ANÁLISE SWOT	15
3 PESQUISA DE MERCADO	18
3.1 Análise do perfil do cliente.....	18
4 PLANO DE MARKETING	23
4.1 Logomarca.....	23
4.2 Serviços.	23
4.3 Preços.....	23
4.4 Estratégias Promocionais.	24
4.5 Estrutura de Comercialização.....	24
4.6 Localização de negócio.....	24
5 PLANO OPERACIONAL	25
5.1 Layout.	25
5.2 Capacidade Instalada.....	26
5.3 Processos Operacionais.....	26
5.4 Necessidade Pessoal.....	27
6 PLANO FINANCEIRO	27
6.1 Investimentos Fixos.....	27
6.2 Capital de Giro.	28
6.3 Investimentos Pré-Operacionais.	30
6.4 Investimento Total.	30
6.5 Estimativa de Faturamento Mensal	31
6.6 Custo Unitário de Serviço.	31
6.7 Custo de Comercialização.....	31
6.8 Custo com mão de obra.....	31
6.9 Custo com Depreciação.	32
6.10 Custos fixos operacionais mensais.	32
6.11 INDICADORES DE VIABILIDADE.....	33
6.11.1 Ponto de equilíbrio.....	33
6.11.2 Lucratividade	34

6.11.3 Rentabilidade.....	34
6.11.4 Prazo de retorno do investimento	35
6.12 CONSTRUÇÃO DOS CENÁRIOS	35
6.12.1 Cenário otimista.....	35
6.12.2 Cenário pessimista.....	35
6.13 DECISÃO GERENCIAL	38
REFERÊNCIAS.....	39
APÊNDICE A-QUESTIONÁRIO DE PESQUISA.....	40

1. DESCRIÇÃO DO EMPREENDIMENTO

1.1 Dados do empreendimento

Nome da empresa: Studio Jenniffer Alves. CNPJ: A empresa ainda abrirá o CNPJ.

1.2 Dados do Empreendedor

Jennifer Alves Araújo, brasileira, natural de João Pessoa-PB, casada ,dois filhos, residente na rua Sebastião Silva Leal, n.801, Bancários, João Pessoa-PB, graduada em letras- Inglês, e principalmente maquiagem profissional e na área de cílios e sobrancelhas.

1.3 Síntese das responsabilidades da equipe dirigente

A total responsabilidade perante a empresa fica a cargo de Jennifer, a mesma é encarregada de captar clientes, compra de produtos , pagamentos de contas, e etc.

1.4 Exigências Legais

Inicialmente, a empresa terá o enquadramento jurídico de MEI (Micro Empreendedor Individual).

1.5 Área de Atuação

O Studio Jenniffer Alves tem como sua atividade principal atividades de estética e cuidados com beleza, como pode ser visto na Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNA/IBGE), que estão representadas nas Figuras 1 e 2.

Figura 1: Descrição CNAE

A imagem mostra a interface de consulta de CNAE/IBGE. No topo, há duas abas: 'Atividades' e 'Estrutura'. Abaixo delas, há um campo de busca com o texto 'CNAE-Subclasses 2.3' e botões 'buscar' e 'todas as seções'. A seção principal, intitulada 'Hierarquia', apresenta a seguinte estrutura:

Seção:	S	OUTRAS ATIVIDADES DE SERVIÇOS
Divisão:	96	OUTRAS ATIVIDADES DE SERVIÇOS PESSOAIS
Grupo:	96.Q	Outras atividades de serviços pessoais
Classe:	96.02-5	Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza
Subclasse:	9602-5/02	Atividades de estética e outros serviços de cuidados com a beleza

Abaixo da hierarquia, há uma seção 'Notas Explicativas:' com o seguinte conteúdo:

Esta subclasse compreende:

- as atividades de limpeza de pele, massagem facial, maquiagem, etc.
- a atividade de depilação
- as atividades de massagem estética e para emagrecimento
- as atividades de spas que não operam estabelecimentos hoteleiros
- outras atividades de tratamento de beleza não especificadas anteriormente

Esta subclasse não compreende:

- as clínicas dermatológicas com recursos para a realização de procedimentos cirúrgicos e exames complementares (8630-5/01)
- as atividades de manicure e pedicure(9602-5/01)

Fonte: CNAE/IBGE(2022).

Figura 2: Descrição CNAE

Notas Explicativas:
 Esta subclasse compreende:
 - as atividades de limpeza de pele, massagem facial, maquiagem, etc.

- a atividade de depilação

- as atividades de massagem estética e para emagrecimento

- as atividades de spas que não operam estabelecimentos hoteleiros

- outras atividades de tratamento de beleza não especificadas anteriormente

Esta subclasse não compreende:
 - as clínicas dermatológicas com recursos para a realização de procedimentos cirúrgicos e exames complementares (8630-5/01)

- as atividades de manicure e pedicure(9602-5/01)

Lista de Descritores
 Registros encontrados: 30

Mostrar 10 registros por página

Código	Descrição
9602-5/02	BRONZEAMENTO ARTIFICIAL; SERVIÇOS DE
9602-5/02	CLÍNICA DE EMAGRECIMENTO COM USO DE EQUIPAMENTOS
9602-5/02	CORRENTE RUSSA; SERVIÇO DE
9602-5/02	DEPILAÇÃO COM CERA; SERVIÇOS DE
9602-5/02	DEPILAÇÃO; SERVIÇOS DE
9602-5/02	DESIGN, DEPILAÇÃO E LIMPEZA DE SOBRANCELHAS; SERVIÇOS DE
9602-5/02	ENDERMOTERAPIA; SERVIÇO DE
9602-5/02	ESTETICISTA; SERVIÇOS DE
9602-5/02	ESTÉTICA CORPORAL; SERVIÇOS DE
9602-5/02	HIDRATAÇÃO DE PELE; SERVIÇOS DE

Anterior 1 2 3 Próximo

Fonte: CNAE/IBGE(2022).

1.6 Capital Social

O capital social virá de recursos próprios no valor de R\$ 14.722,48.

1.7 Indicadores Estratégicos da Organização

1.7.1 Missão

A missão do Studio Jenniffer Lopes consiste em elevar a autoestima das mulheres, oferecendo um tratamento diferenciado, de maneira individualizada, com pontualidade nos atendimentos, serviços modernos e de qualidade, ressaltando ainda mais a sua beleza.

1.7.2 Visão

Tornar-se referência em excelência para seus clientes em João Pessoa/PB, tornando-se reconhecida pela qualidade em atendimentos, serviços, produtos e relacionamento com clientes e colaboradores nos próximos cinco anos.

1.7.3 Valores

- Pontualidade, agilidade e eficiência: o serviço deverá ser feito com capricho e qualidade.
- Ética: A ética e integridade sempre estarão acima dos objetivos financeiros da empresa.
- Relacionamento interpessoal: deve ser sempre harmonioso e eficaz proporcionando assim um ambiente de serviço agradável para os clientes.

1.7.4 Indicadores financeiros

A partir do estudo das finanças é possível desenvolver indicadores financeiros que possibilitam o conhecimento técnico sobre a saúde financeira da empresa por meio de números e informações. Diante dessa perspectiva, a seguir será apresentado o resumo financeiro e a lucratividade da organização.

Quadro 1: Indicadores Financeiros

Descrição	Valor
Receita Anual	R\$ 67.980,00
Custos Variáveis	R\$ 3.168,00
Margem de Contribuição	R\$ 64.812,00
Custos Fixos	R\$ 48.830,08
Resultados	R\$ 15.982,00
Lucratividade Anual	16%

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

2. ANÁLISE DO MERCADO

A análise de mercado está dividida em: estudo dos clientes, concorrentes e fornecedores. Este estudo é fundamental, visto que a empresa precisa dos clientes para faturar; tem que conhecer os concorrentes para manter-se competitiva; e manter boas relações com os fornecedores, pois depende deles para adquirir materiais para realizar os serviços.

2.1 Estudo dos Clientes

A referida empresa possui como público-alvo mulheres, maiores de 14 anos, residentes da grande João Pessoa-PB pertencentes às classes A,B,C e D. Essas clientes prezam por um ambiente requintado, de fácil acesso e aconchegante, em um espaço com profissionais qualificados, com bom atendimento, qualidade nos serviços, segurança, pontualidade e com preços na média do mercado.

2.2 Estudo dos Concorrentes

O mercado em que a empresa está inserida é bastante concorrido. Na região existem vários estabelecimentos que oferecem os mesmos serviços que a referida empresa, com qualidade e preços equivalentes, o que representa uma ameaça para a empresa. No Quadro 2 são apresentados os principais concorrentes.

Quadro 2 - Análise dos Concorrentes

Empresa	Serviços	Qualidade	Pagamento	Localização	Serviço
Antony Spa Urbano	Maquiagem Limpeza de Pele Design de sombrancelha Unha em Gel	Muito Bom	À vista; Cartão de crédito e débito.	Rua João Domingos - 268 – Bancários	Regular

Leila Brito	Design de Sombrancelha Cílios	Bom	À vista; Cartão de crédito e débito.	R. Cassimiro de Abreu, 325 – Bancários.	ótimo
Studio C	Unhas em Gel Maquiagem Design de Sombrancelha	Regular	À vista; Cartão de crédito e débito.	R. João Domingos, 268 – Bancários.	ótimo
Belle Femme	Limpeza de Pele Design de sombrancelha Unha em Gel	Bom	À vista; Cartão de crédito e débito.	Av. Maria Rosa, 291 – Bancários.	Bom

Fonte: Elaboração Própria (2022).

2.3 Estudo dos Fornecedores

Para escolha dos fornecedores, foi feito um estudo de mercado visando enumerar as melhores e mais bem conceituadas marcas do segmento de beleza. Como critérios para escolha, foram selecionados as empresas com melhor reputação no segmento em que atuam e as que ofereceram melhores condições de pagamento. No quadro 3 serão apresentadas a análise dos fornecedores.

Quadro 3- Análise dos Fornecedores

Nº	Itens	Fornecedor	Preço	Pagamento	Prazo de entrega	Localização
1	Produtos para micropigmentação	Cheiro de Brasil Cosméticos	Bom	À vista; Cartão de crédito e débito.	Entrega imediata	Rua Maruim, 488. Centro, João Pessoa-PB.
2	Cursos de aperfeiçoamento de Micropigmentação.	Mag Estética Centro de Formação Profissional	Acima da média	À vista; Cartão de crédito e débito.	Entrega imediata	Rua Tabajaras, 431. Bairro, Centro, João Pessoa, PB.
3	Produtos descartáveis	Glifarma	Bom	À vista; Cartão de crédito e débito.	Entrega imediata	Rua Frei Paulo, 301. Bairro Centro, João – Pessoa-PB.

Fonte: Elaboração Própria (2022)

2.4 ANÁLISE SWOT

Após a definição do modelo de negócio do Studio Jenniffer Lopes, e tendo conhecido as características dos concorrentes e fornecedores, poderemos detalhar as variáveis que incidirão sobre o negócio, através da ferramenta de análise SWOT. Conforme o Quadro 4 e 5.

Quadro 4 – Análise SWOT

AMBIENTE INTERNO	
FORÇAS	FRAQUEZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Qualidade no serviço; • Serviços personalizados; • Localização estratégica. 	<ul style="list-style-type: none"> • Poucos funcionários; • Restrição de capacidade de atendimento.

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Quadro 5 – Análise SWOT

AMBIENTE EXTERNO	
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
<ul style="list-style-type: none"> • Mercado em crescimento para o setor; • Retornos financeiros. 	<ul style="list-style-type: none"> • Crise econômica brasileira. • Ofertas de serviços mais baratos da concorrência. • Aumento de concorrência no setor.

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Forças:

- **Qualidade do atendimento:** o atendimento conta com total cuidado, ou seja, sempre voltado para o gosto do cliente, garantindo que o mesmo fique satisfeito com o serviço.
- **Serviços personalizados:** os procedimentos são feitos de acordo com a preferência do cliente respeitando a sua individualizados somada as técnicas da profissional.
- **Localização estratégica:** uma boa parte da clientela advém dos próprios funcionários dos shopping sul e de bairros adjacentes.

Fraquezas:

- **Poucos funcionários:** atualmente a empresa conta com apenas um funcionário(a proprietária) o que pode causar sobrecarga, mas em breva a mesma contratará funcionários.
- **Restrição de capacidade de atendimento:** pois o processo é agendado e conta inicialmente com apenas 1 profissional.

Oportunidades:

- **Mercado em crescimento para o setor:** Apesar do ano de 2021 ter sido relativamente prejudicial no ramo da estética devido ao isolamento, há perspectivas positivas.
- **Retorno financeiro:** Espera-se que aumente o fluxo de clientes

Ameaças:

- **Crise econômica brasileira:** em consequência do corona vírus, a economia brasileira foi

bastante afetada.

- **Ofertas de serviços mais baratos da concorrência:** tendo em vista a diminuição dos clientes, empresas tiveram que propor descontos e promoções.
- **Aumento de concorrência no setor:** como o mercado da estética está sempre em expansão aumenta o numero de empresas a cada dia mais pós pandemia tem aumentando o setor.

3. PESQUISA DE MERCADO

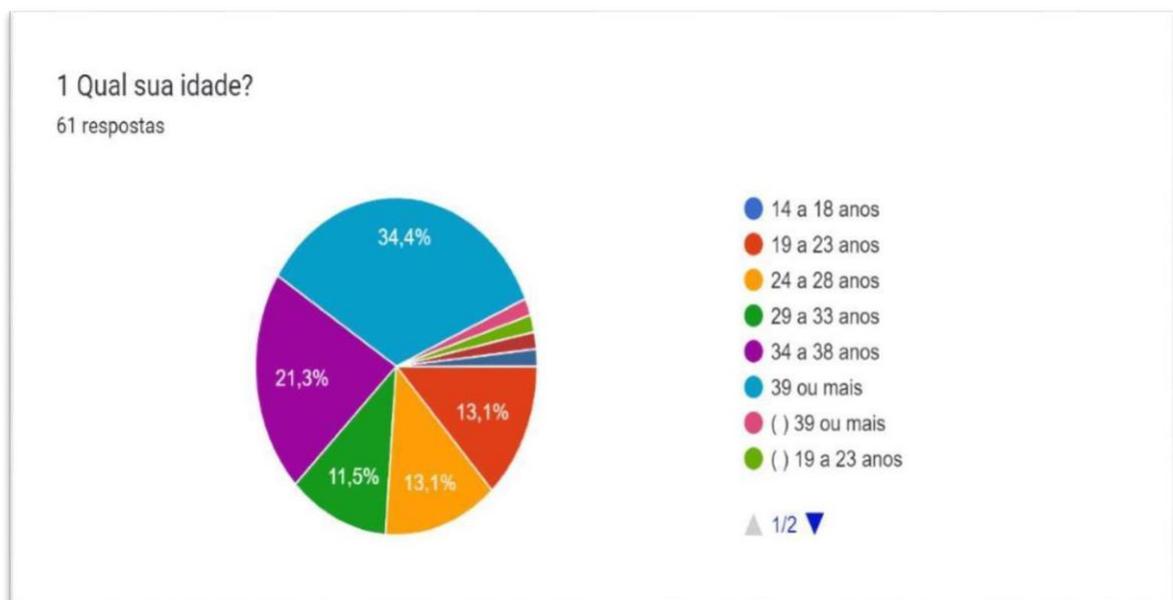
Nesta seção, serão vistos os resultados obtidos com a pesquisa de mercado referentes à análise do perfil do cliente.

3.1 Análise do Perfil do Cliente

Com o intuito de conhecer o melhor 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 pelo *Instagram*. Espera-se que esses dados auxiliem na criação de estratégias para o desenvolvimento do negócio.

Durante o período da pesquisa, coletou-se os dados de 61 respondentes , no que diz respeito a idade, constatou-se , que a maioria (34,4%) pertencem a faixa etária entre 39 anos ou mais.

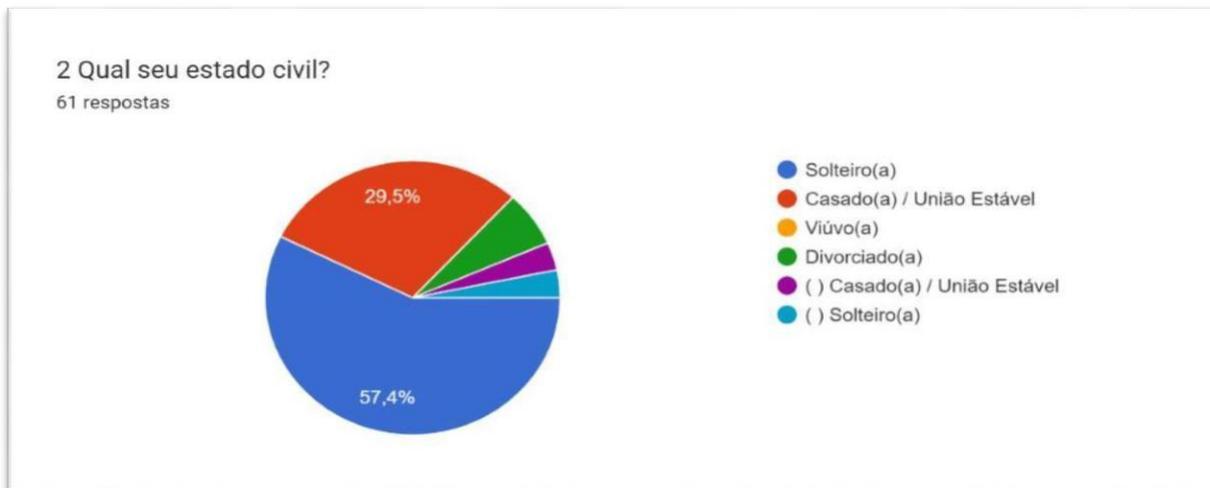
Gráfico 1: Idade dos respondentes



Fonte: Dados da Pesquisa (2022).

Em relação ao estado cívil (57,4%) são solteiros e (29,5%) relataram serem casados ou possuir uma união estável, como podemos visualizar no Gráfico 2.

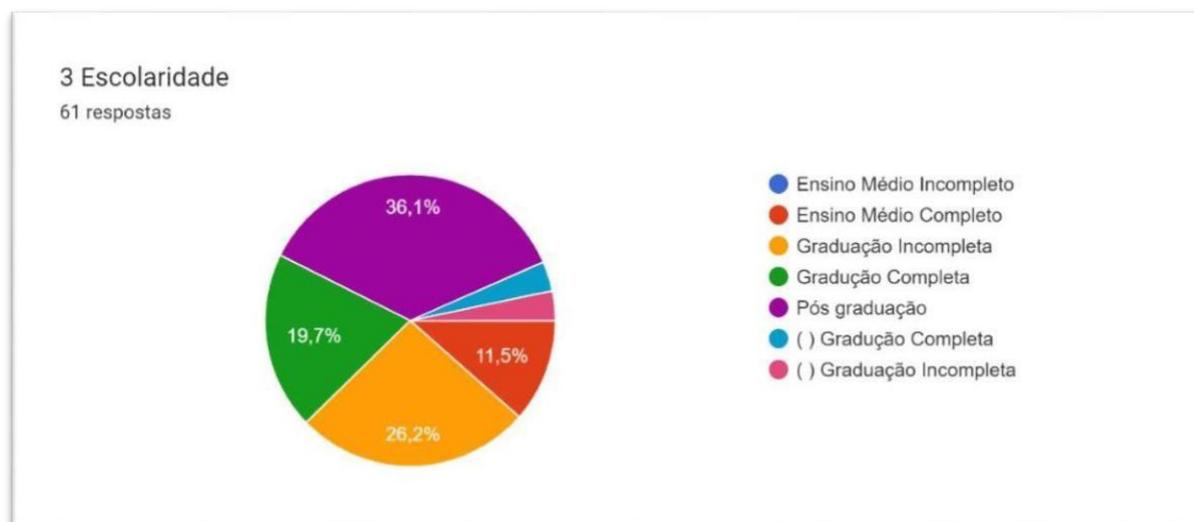
Gráfico 2: Estado civil dos respondentes



Fonte: Dados da Pesquisa (2022).

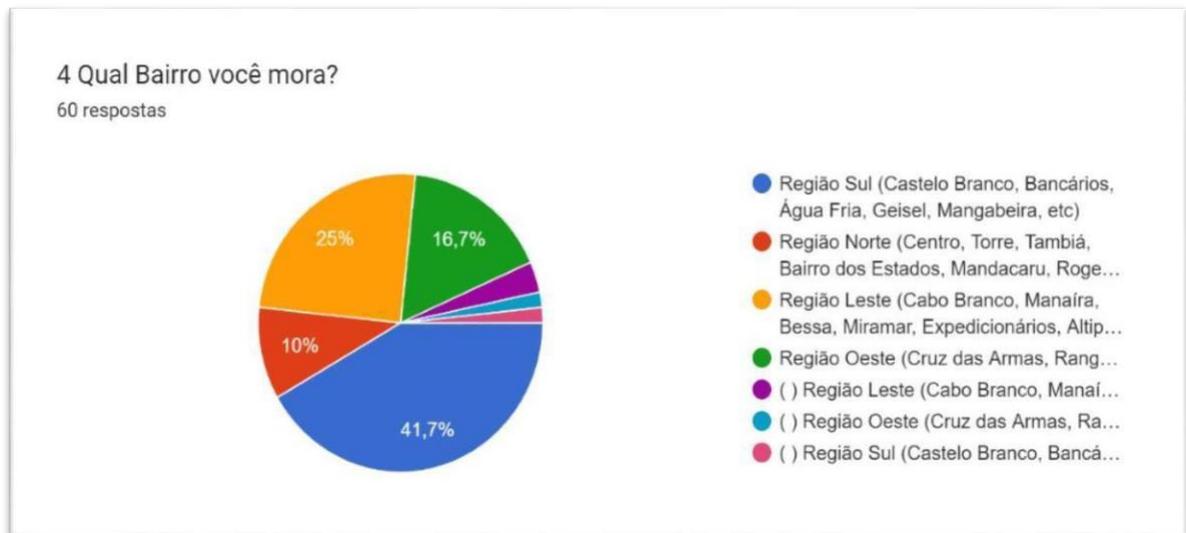
No gráfico 3 podemos visualizar a escolaridade dos respondentes, onde o maior número totalizando (36,1%) possui pós graduação, (26,2%) graduação incompleta, (19,7%) graduação completa e (11,5%) ensino médio completo.

Gráfico 3: Escolaridade dos respondentes



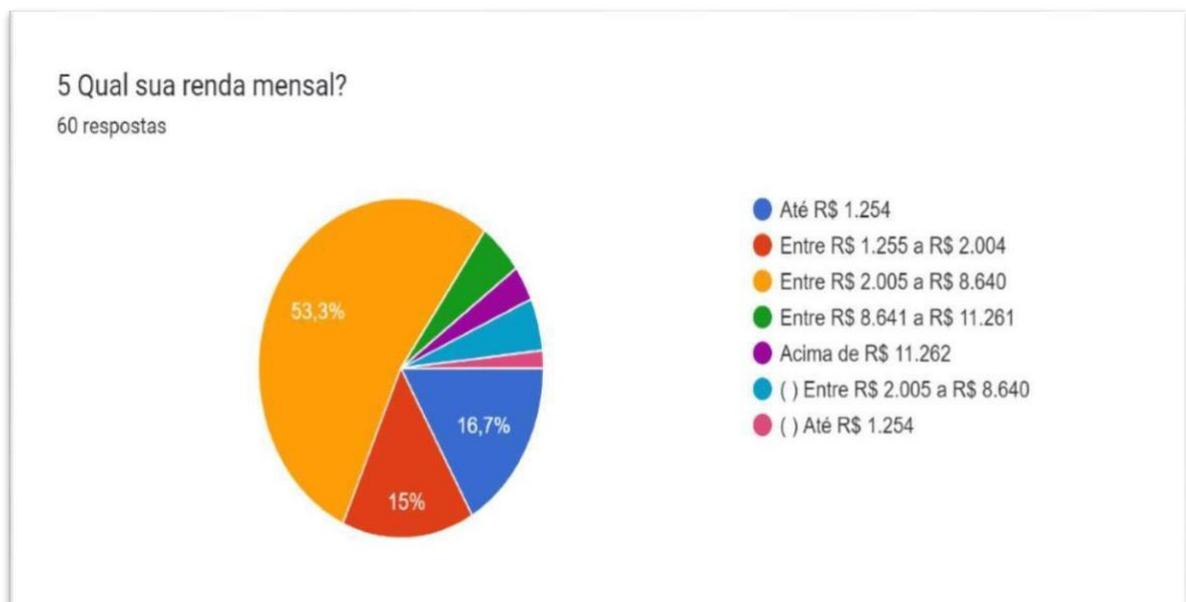
Fonte: Dados da Pesquisa (2022).

Em relação a localização dos respondentes, (41,7%) residem na Região Sul da cidade de João Pessoa, (26,5%) na região Leste, (16,7%) na região Oeste e (10%) na região Norte, conforme o Gráfico 4.

Gráfico 4: Localização dos respondentes

Fonte: Dados da Pesquisa (2022).

Quanto a renda mensal dos respondentes (53,3%) relataram a renda mensal entre 2.005,00 a 8.640,00 reais, (16,7%) relataram até 1.254,00 reais e (15%) entre 1.255,00 a 2.004,00 reais, como mostra o Gráfico 5 a seguir.

Gráfico 5: Renda mensal dos respondentes

Fonte: Dados da Pesquisa (2022).

No Gráfico 6 está representada a porcentagem referentes a frequência de realização de serviços de estética facial, maquiagem, cílios e sobrancelhas em salão de beleza dos respondentes, (31,7%) costumam frequentar de 2 a 6 vezes por ano, (25%) 1 vez ao ano, (20%)

de 7 a 12 vezes ao ano e (8,3%) de 13 a 25 vezes ao ano.

Gráfico 6: Frequência de realização de serviço dos respondentes

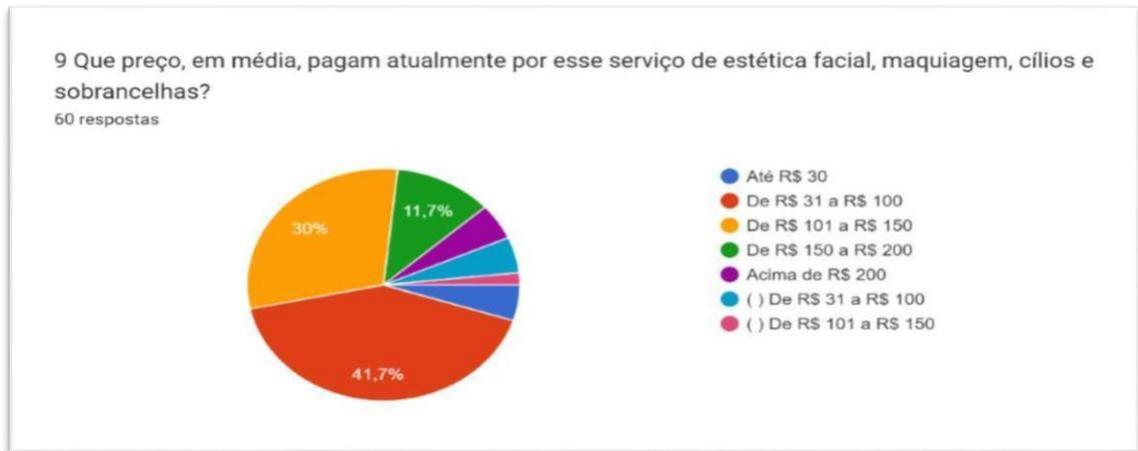


Fonte: Dados da Pesquisa (2022).

Em relação à pergunta anterior, os respondentes foram questionados sobre o motivo de não utilizar de serviço de estética facial, maquiagem, cílios e sobrancelhas em salão de beleza. Obtemos o maior número de respostas tais como: “Financeiro “ e “Confiança no profissional”

Em seguida, indagamos os respondentes sobre a localização de onde eles costumam realizar os serviços de estética facial, maquiagem, cílios e sobrancelhas. Dos 61 respondentes na pesquisa, apenas 2 responderam a pergunta. “Lis Estetica “ e “Estudio Vip”. O gráfico 9 mostra a média de preço que os respondentes pagam atualmente por os serviços de estética facial, maquiagem cílios e sobrancelhas, (41,7%) responderam em torno de 31,00 a 100,00 reais, (30%) em torno de 101,00 a 150,00 reais e (11,7%) em torno de 150,00 a 200,00 reais.

Gráfico 7: Média de preço pago pelos serviços de estética facial, maquiagem, cílios e sobrancelhas dos respondentes



Fonte: Dados da Pesquisa (2022).

Sobre os fatores de escolha de um salão de beleza, (66,1%) dos respondentes relataram a qualidade do serviço prestado e (8,5%) a localização.



Fonte: Dados da Pesquisa (2022).

4 PLANO DE MARKETING

Nesta seção são apresentados e descritos os serviços oferecidos, a estratégia de preço adotada pela empresa, suas estratégias promocionais, a estrutura de comercialização e a localização do negócio.

4.1 Logamarca



4.2 Serviços

O Studio disponibiliza de alguns serviços como são demonstrados no Quadro 6.

Quadro 6: Procedimentos

MICROPIGMENTAÇÃO DE SOBRANCELHAS	SOBRANCELHAS
Esfumada	Design
Fio a Fio/Ombre	Manutenção (limpeza)
	Henna / Coloração
	CÍLIOS
	Alongamento Fio a Fio
	Manutenção Fio a Fio
MAQUIAGEM	
Diversos tipos	

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

4.3 Preços

A estratégia de precificação utilizada para entrada no mercado foi a concessão de 20% de desconto em todos os procedimentos, visando ganhar competitividade e conquistar clientes. Depois da promoção durante 1 mês, foi definida uma tabela de preços

acessível para o público-alvo em questão. Os preços foram formados com base nos preços praticados pelo mercado, pesquisados junto aos concorrentes, bem como considerando os custos envolvidos. Além disso, são oferecidos descontos para: serviços combinados, determinados dias da semana e para serviços que tenham alguma continuidade, como a manutenção do alongamento de cílios. A empresa trabalhará ainda com descontos mensais, ou seja, todo mês haverá uma promoção diferente.

4.4 Estratégias Promocionais

As estratégias promocionais escolhidas levam em consideração o seu público-alvo, o valor do meio de comunicação e a sua real efetividade. Dentre as várias formas de comunicação, a empresa pratica as seguintes:

- Entrega de panfletos – incluem informações acerca das promoções do mês, alguns contêm descontos;
- Redes sociais (*Instagram e Facebook*) – onde são publicadas fotos dos trabalhos, vídeos informativos sobre os procedimentos, além da publicação de promoções e informações sobre o espaço e realização de sorteios;
- Promoção dia da semana – em dias que são menos movimentados, a empresa disponibiliza desconto de 20% para todos os procedimentos que não são cumulativos com outras promoções (divulgado em placas na porta do estabelecimento);
- Parcerias - com blogueiras, celebridades regionais, outras empresas e organizações da região para oferecimento de descontos para funcionários.
- Descontos para procedimentos que precisam de manutenção;
- *Stand* em *shows*;
- Participação em eventos.

4.5 Estrutura de Comercialização

A estrutura de comercialização, ou canal de distribuição, é único, a própria empresa. Por possuir escada e não ser acessível para pessoas com pouca mobilidade, se alguma cliente solicitar, excepcionalmente, é enviado um profissional no domicílio sem nenhum custo adicional. A estrutura conta com climatização bem agradável, cadeiras bem acochadas, música ambiente, café e água a disposição dos clientes.

4.6 Localização do Negócio

A empresa situa-se na Av. Ivo do Prado, 1016, bairro dos Bancários. O local foi escolhido principalmente por estar localizado em uma das avenidas mais movimentadas da cidade, proporcionando fácil acesso e grande visibilidade. A região tem alta concentração de clínicas e instituições públicas, propiciando grande fluxo de pessoas durante a semana.

5 PLANO OPERACIONAL

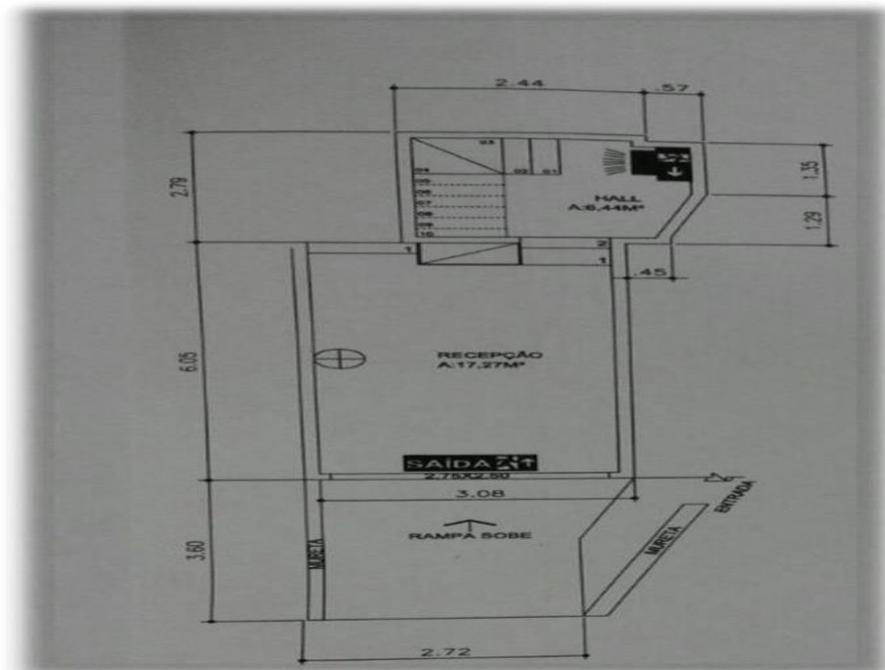
No plano operacional são apresentados o *layout* da empresa, sua capacidade produtiva, seus processos operacionais e o seu capital humano (capacidade de pessoal).

5.1 Layout

O *layout* da empresa foi projetado de maneira que facilitasse a realização dos serviços típicos do negócio, mesmo em dias mais movimentados, proporcionando para os clientes e colaboradores um ambiente organizado e confortável. Além disso, o espaço conta: (1) iluminação e climatização adequadas para segurança e conforto das clientes e funcionárias, (2) lavatórios exclusivos para higienização das mãos nas áreas de execução dos serviços em posições estratégicas e em número suficiente para atender toda a área onde o serviço é prestado, possuindo produto antisséptico, bem como toalhas de papel descartáveis e seguro para secagem das mãos e (3) coletores dos resíduos dotados de tampa e acionados sem contato manual.

Desse modo, o *layout* está dividido da seguinte maneira: a) Recepção/Administrativo: localizado no andar térreo, onde as clientes são recebidas e cadastradas, para depois serem direcionadas até a sala de realização do procedimento desejado. Além dessas atividades, é nessa área que são realizadas as atividades administrativas; b) Sala 01: local onde são realizados os processos de micropigmentação. Equipado com 02 cadeiras massageadoras, 01 mocho, armários e uma pia para fazer higienização dos equipamentos de trabalho.

Figura 4- Planta baixa piso inferior



Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

5.2 Capacidade Instalada

A empresa funciona de terça à sexta, das 9h às 19h, e nos sábados mediante agendamento. Levando em consideração apenas os dias da semana, a empresa está disponível 9h por dia, 04 dias na semana. A capacidade de produção máxima da empresa se dá quando a profissional está com todos os horários preenchidos, o que corresponderia a uma taxa de atendimento de 100%. Em condições normais, a empresa consegue atender, no máximo, 8 pessoas por dia.

5.3 Processos Operacionais



O processo se inicia quando o cliente entra em contato com a empresa seja por telefone, redes sociais, e-mail ou na entrada do estabelecimento, solicitando o atendimento.

Por telefone, redes sociais, e-mail: Sempre depois que a empresa não está em funcionamento e a profissional em sua residência consegue fazer toda essa organização, pois na hora do atendimento fica bem complexo fazer essas atividades.

- a) A cliente fala com a profissional que a atendeu e marca um horário de acordo com a disponibilidade da agenda, no melhor dia para ela, deixando o seu nome e telefone. Um dia antes do horário agendando, a empresa entra em contato com essa cliente para confirmar o seu horário;
- b) Ao chegar à empresa, a cliente é recebida na entrada pela profissional e faz o cadastramento caso a mesma não tenha.
- c) Depois do cadastro é feita a comanda da cliente, e ela é direcionada para a sala de atendimento;
- d) Depois do atendimento a profissional leva a cliente até a recepção, a cliente efetua o pagamento e a profissional a leva até a port

5.4 Necessidade de Pessoal

O quadro inicial de funcionários é composto apenas pela proprietária, responsável pela maior parte todos os processos da empresa.

6 PLANO FINANCEIRO

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

6.1 Investimentos Fixos

Os investimentos fixos da empresa correspondem à compra dos materiais necessários para o correto funcionamento do negócio. Eles estão agrupados em investimento em máquinas e equipamentos. O investimento em máquinas e equipamentos corresponde ao valor de **R\$ 10.036,69** conforme o Quadro 7.

Quadro 7: Máquinas e equipamentos

Máquinas e equipamentos			
Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
Computador	1	R\$ 2.500	R\$ 2.500
Impressora	1	R\$ 500,00	R\$ 500,00
Mouse e estabilizador	1	100,00	R\$ 100,00
Ar-condicionado	2	R\$ 970,00	R\$ 1.940,00
Televisão	1	R\$ 1.600,00	R\$ 1.600,00
Autoclave	1	R\$ 1.650,00	R\$ 1.650,00
Termocera	1	R\$ 300,00	R\$ 300,00
Lupa	1	R\$ 75,69	R\$ 75,69
Máquina de Café	1	R\$ 450,00	R\$ 450,00
Frigobar	1	R\$ 500,00	R\$ 500,00
Telefone fixo	1	R\$ 79,00	R\$ 79,00
Telefone celular	1	R\$ 292,00	R\$ 292,00
Sub-total R\$ 10.036,69			

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

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

Para prestar seus serviços, a empresa precisa estocar alguns produtos que são necessários para realizar procedimentos. Os materiais que estão no estoque incluem: pigmentos para micropigmentação, cola e fios para alongamento de cílios, tinta para coloração de sobrancelhas, henna, dentre outros. Para a abertura do negócio foi investido para compor o estoque inicial o valor de R\$ **2.185,00** como apresentado no quadro 8.

Quadro 8: Estoque Inicial

Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
Iluminador Led	2	R\$ 90,00	R\$ 180,00
Kit procedimento de cílios	3	R\$ 300,00	R\$ 900,00
Caneta cirurgica	3	R\$ 30,00	R\$ 90,00
Pinças diversas	10	R\$ 2,00	R\$ 20,00
Luvas/laminas	3	R\$10,00	R\$ 30,00
Máscaras/algodão	3	R\$10,00	R\$ 30,00
Álcool/Soro	8	R\$10,00	R\$ 80,00
Placa de cílios	8	R\$10,00	R\$ 80,00
Bastão descartável	2	R\$ 19,00	R\$ 38,00
Pads protetor	5	R\$ 18,00	R\$ 90,00
Tesourinhas	4	R\$ 3,00	R\$ 12,00
Caneta em Gel	3	R\$ 15,00	R\$ 45,00
Linha pigmentada	2	R\$ 25,00	R\$ 50,00
Removedor em gel	2	R\$ 25,00	R\$ 50,00
Kit de Henna	2	R\$ 200,00	R\$ 400,00
Lápis de sobrancelha	5	R\$ 2,00	R\$ 10,00
Paquímetro	2	R\$ 10,00	R\$ 20,00
Removedor de caneta cirúrgica	3	R\$20,00	R\$ 60,00
TOTAL: R\$ 2.185,00			

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

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 9: Prazo médio de Recebimento de Vendas

Prazo	(%)	Nº de dias	Média em Dias
À vista	100	0	0
Prazo Médio Total			0 dias

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

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

Quadro 10: Prazo médio de Recebimento de Compras

Prazo	%	Nº de dias	Média em dias
À vista	50	0	0
A Prazo (1)	20	30	6
A Prazo (2)	30	60	18
Prazo Médio Total			24 dias

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

3º passo: Estoques – cálculo do prazo médio de Estoques.

Quadro 11: Necessidade média de Estoques

	Nº de dias
Necessidade Média de Estoques	30

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

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

Quadro 12: Necessidade Líquida de Capital de Giro (em dias)

Recursos da Empresa fora do Caixa	Nº de dias
1. Contas a Receber – prazo médio de vendas	0
2. Estoques – necessidade média de estoques	30
Subtotal 1 (item 1 + item 2)	30
Recursos de Terceiros no Caixa da Empresa	Nº de Dias
3. Fornecedores – prazo médio de compras	24
Subtotal 2 (item 3)	24
Necessidade Líquida de Capital de Giro (Subt 1 – Subt 2)	6

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

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 13: Caixa Mínimo

Custo Fixo Mensal	R\$	4.013,97
Custo Variável Mensal	R\$	240,00
CUSTO TOTAL DA EMPRESA	R\$	4.253,97
Custo Total Diário	R\$	141,80
Necessidade Líquida de Capital de Giro (dias)		6
CAIXA MÍNIMO	R\$	850,79

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

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 14.

Quadro 14- Capital de giro

Descrição	Valor
Estoque Inicial	R\$ 2.185,00

Caixa Mínimo	R\$ 850,79
TOTAL DO CAPITAL DE GIRO	R\$ 3.046,83

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

6.3 Investimentos Pré-Operacionais

O investimento pré-operacional diz respeito aos gastos que precisaram ser realizados antes da empresa iniciar sua atividade comercial e estão representadas no Quadro 15.

Quadro 15- Investimentos Pré-Operacionais

Descrição	Valor
Despesas com Bombeiros e Vigilância Sanitária	R\$ 500,00
Divulgação	R\$ 400,00
Identidade visual	R\$ 500,00
Uniforme	R\$ 250,00
TOTAL	R\$ 1.650,00

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

6.4 Investimento Total

O investimento total é calculado a partir da soma dos investimentos fixos, capital de giro e investimentos pré-operacionais, como representado no Quadro 16.

Quadro 16- Investimento Total

Descrição	Valor
Estimativa dos Investimentos Fixos	R\$ 10.036,69
Estimativa do capital de giro	R\$ 3.046,83
Estimativa dos investimentos pré-operacionais	R\$ 1.650,00
TOTAL	R\$ 14.733,52

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Quadro 17- Fonte de recursos

Descrição	VALOR	%
Recursos próprios	R\$ 14.733,52	100
TOTAL	R\$ 14.733,52	100

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

6.5 Estimativa de Faturamento Mensal

No Quadro 18 observa-se uma projeção da receita do negócio, supondo que a empresa funcione com os serviços que são ofertados atualmente.

Quadro 18: Estimativa de faturamento mensal

Descrição	Preço	Quantidade estimada	Faturamento/mês	Faturamento/ano
Alongamento de cílios	R\$ 100,00	8	R\$ 800,00	R\$ 9.600,00
Microblading	R\$ 500,00	4	R\$ 2.000,00	R\$ 24.000,00
Design simples	R\$ 30,00	10	R\$ 300,00	R\$ 3.600,00
Design com Henna	R\$ 45,00	10	R\$ 450,00	R\$ 5.400,00
Micropigmentação	R\$ 400,00	4	R\$ 1.600,00	R\$ 19.200,00
TOTAL			R\$ 5.150,00	R\$ 61.800,00

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

6.6 Custo Unitário de Serviço

Quadro 19: Custo Unitário de Serviço

Descrição	Custo Unitário	Total
Alongamento de cílios	R\$ 25,00	R\$ 25,00
Microblading	R\$ 75,00	R\$ 75,00
Design simples	R\$ 15,00	R\$ 15,00
Design com Henna	R\$ 25,00	R\$ 25,00
Micropigmentação	R\$ 100,00	R\$ 100,00
TOTAL	R\$ 240,00	R\$ 2.880,00

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

6.7 Custo de Comercialização

Quadro 20: Custo de Comercialização

Descrição	%	Faturamento Estimado	Custo Total
Simple	0	R\$ 5.150,00	R\$ -
Taxa de Cartão	0	R\$ 5.150,00	R\$ -

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Atualmente a empresa não tem gastos com Custos de Comercialização, pelo fato de ser MEI e não possuir gastos com taxa de cartões em virtude de receber pelas vendas à vista.

6.8 Custo com Mão de Obra

Atualmente na empresa, possui prolabore, apenas a dona executa todos os serviços, pensando em futura contratação para melhor desenvolvimento da empresa.

6.9 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 21 mostram os ciclos com a depreciação mensal e anual que os bens da empresa sofrerão ao longo do tempo.

Quadro 21 Custo com Depreciação

Descrição	Preço	Vida útil (anos)	Depreciação Anual R\$	Depreciação Mensal R\$
Impressora	R\$ 500,00	4	R\$ 125,00	R\$ 10,42
Autoclave	R\$ 1.650,00	4	R\$ 412,50	R\$ 34,38
Termocera	R\$ 300,00	3	R\$ 100,00	R\$ 8,33
Máquina de café	R\$ 450,00	3	R\$ 150,00	R\$ 12,50
Computador	R\$ 2.500,00	5	R\$ 500,00	R\$ 41,67
Ar-condicionado	R\$ 970,00	4	R\$ 242,50	R\$ 20,21
Frigobar	R\$ 500,00	4	R\$ 125,00	R\$ 10,42
Televisão	R\$ 1.600,00	5	R\$ 320,00	R\$ 26,67
TOTAL			R\$ 1.975,00	R\$ 164,58

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

6.10 Custos Fixos Operacionais Mensais

São custos que independem da produção mensal, ou seja, é obrigação da empresa o pagamento dos débitos mesmo se não tiver sido efetuado nenhum serviço no salão. O Quadro 22 apresentado a seguir evidencia a descrição dos custos operacionais mensais.

Quadro 22: Custos fixos operacionais mensais

Descrição	Valor
Aluguel e Condomínio	R\$ 1.500,00
Pró Labore	R\$ 1.800,00
Depreciação	R\$ 164,58
DAS Serviços	R\$ 66,60
Imposto Predial e Territorial Urbano-IPTU (Mensal)	R\$ 37,99
Energia elétrica	R\$ 120,00
Manutenção Equipamentos	R\$ 80,00
Serviços Contábeis	R\$ 150,00
Material de Limpeza	R\$ 50,00
Material de escritório	R\$ 30,00
Internet	R\$ 70,00
TOTAL	R\$ 4.069,17

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

6.10.1 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 23: DRE

Descrição	Valores Mensais em R\$	Valor Anual em R\$
RECEITA TOTAL (=)	R\$ 5.150,00	R\$ 61.800,00
CUSTOS VARIÁVEIS TOTAIS (-)	R\$ 240,00	R\$ 2.880,00
2.1 Custo do serviço (-)	R\$ 240,00	R\$ 2.880,00
2.2 Custo com comercialização (-)	R\$ 0,00	R\$ 0,00
RESULTADO OPERACIONAL (=)	R\$ 4.910,00	R\$ 58.920,00
CUSTOS FIXOS TOTAIS (-)	R\$ 4.069,17	R\$ 48.830,08
LUCRO LÍQUIDO (=)	R\$ 840,83	R\$ 10.089,92

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

6.11 INDICADORES DE VIABILIDADE

Nessa seção serão vistos indicadores que permitiram avaliar-se o negócio será ou não viável.

6.11. 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 de IMC (Índice de Margem de Contribuição) utilizando a fórmula abaixo:

Cálculo do IMC – Índice de Margem de Contribuição

$$\text{IMC} = \frac{\text{Receita Total} - \text{Custo Variável Total}}{\text{Receita Total}}$$

$$\text{IMC} = \frac{61.800,00 - 2.880,00}{61.800,00} = 0,95$$

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

$$\text{PE} = \frac{\text{Custo Fixo}}{\text{IMC}}$$

$$\text{PE} = \frac{48.830,08}{0,95} = \text{R\$ } 51.216,89$$

Desta forma, a empresa deverá faturar anualmente um valor mínimo de R\$ 51.216,89, para tornar o investimento viável.

6.11.2 Lucratividade

Este 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:

$$\frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Investimento Total}} \times 100$$

$$\text{Lucratividade} = 10.089,92 / 61.800,00 \times 100 = 16\% \text{a.a.}$$

6.11.3 Rentabilidade

O indicador de rentabilidade mostram retorno do capital investido , pois eles indicam a atratividade do negócio. Ele é obtido através da divisão do lucro líquido pelo investimento total, cuja fórmula é apresentada abaixo:

$$\frac{\text{Lucro Líquido}}{\text{Investimento Total}} \times 100$$

$$\text{Rentabilidade} = 840,83 / 14.733,52 \times 100 = 5,71\% \text{a.a.}$$

Conclui-se a empresa irá recuperar 5,71% do total investido a cada ano.

6.11.4 Prazo de Retorno do Investimento

O Prazo de 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 fórmula abaixo:

$$\text{PRI} = \frac{\text{Investimento Total}}{\text{Fluxo de Caixa Anual}} = \frac{14.733,52}{840,83} = 17,52 \text{ anos}$$

PRI= 14.733,52 / 840,83 = 17,52 anos

O resultados mostra que para recuperar o dinheiro investido na empresa serão necessários aproximadamente 17,52 anos.

6.12 CONSTRUÇÃO DOS CENÁRIOS

6.12.1 Cenário Otimista

A projeção de cenários simula situações que podem ocorrer na empresa, o cenário otimista representa um ambiente favorável e foi feito com 10% a mais nos preços de cada serviço, sendo representado no Quadro 24.

Quadro 24: Projeção do Faturamento no Cenário Otimista

DESCRIÇÃO	PREÇO (+10%)	QUANTIDADE ESTIMADA	FATURAMENTO/MÊS	FATURAMENTO/ANO
Alongamento de cílios	R\$ 110,00	8	R\$ 880,00	R\$ 10.560,00
Microblading	R\$ 550,00	4	R\$ 2.200,00	R\$ 26.400,00
Design simples	R\$ 33,00	10	R\$ 330,00	R\$ 3.960,00
Design com Henna	R\$ 49,50	10	R\$ 495,00	R\$ 5.940,00
Micropigmentação	R\$ 440,00	4	R\$ 1.760,00	R\$ 21.120,00
TOTAL			R\$ 5.665,00	R\$ 67.980,00

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Quadro 25: Projeção dos Custos Unitários no Cenário Otimista

DESCRIÇÃO	CUSTO (+10%)	TOTAL
Alongamento de cílios	R\$ 27,50	R\$ 330,00
Microblading	R\$ 82,50	R\$ 990,00
Design simples	R\$ 16,50	R\$ 198,00
Design com Henna	R\$ 27,50	R\$ 330,00
Micropigmentação	R\$ 110,00	R\$ 1.320,00
TOTAL	R\$ 264,00	R\$ 3.168,00

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Quadro 26: Projeção da DRE para o cenário otimista

Descrição	Valores Mensais em R\$	Valor Anual em R\$
RECEITA TOTAL (=)	R\$ 5.665,00	R\$ 67.980,00
CUSTOS VARIÁVEIS TOTAIS (-)	R\$ 264,00	R\$ 3.168,00
2.1(-) Custo do serviço	R\$ 264,00	R\$ 3.168,00
2.2 (-) Custo com comercialização	R\$ -	R\$ -
RESULTADO OPERACIONAL (=)	R\$ 5.401,00	R\$ 64.812,00
CUSTOS FIXOS TOTAIS (-)	R\$ 4.069,17	R\$ 48.830,08
LUCRO LÍQUIDO	R\$ 1.331,83	R\$ 15.981,92

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

6.12.2 Cenário Pessimista

A projeção de cenários simula situações que podem ocorrer na empresa, o cenário Não Otimista representa um ambiente desfavorável e foi feito com 10% a menos nos preços de cada serviço e um aumento nos custos de 10%, sendo representado no Quadro 27.

Quadro 27: Projeção do Faturamento no Cenário Pessimista (-10%)

DESCRIÇÃO	PREÇO (- 10%)	QUANTIDADE ESTIMADA	FATURAMENTO/MÊS	FATURAMENTO/ANO
Alongamento de cílios	R\$ 90,00	8	R\$ 720,00	R\$ 8.640,00
Microblading	R\$ 450,00	4	R\$ 1.800,00	R\$ 21.600,00
Design simples	R\$ 27,00	10	R\$ 270,00	R\$ 3.240,00
Design com Henna	R\$ 40,50	10	R\$ 405,00	R\$ 4.860,00
Micropigmentação	R\$ 360,00	4	R\$ 1.440,00	R\$ 17.280,00
TOTAL			R\$ 4.635,00	R\$ 55.620,00

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Quadro 28: Projeção dos Custos Unitários no Cenário Pessimista

DESCRIÇÃO	CUSTO (-10%)	TOTAL
Alongamento de cílios	R\$ 22,50	R\$ 270,00
Microblading	R\$ 67,50	R\$ 810,00
Design simples	R\$ 13,50	R\$ 162,00
Design com Henna	R\$ 22,50	R\$ 270,00
Micropigmentação	R\$ 90,00	R\$ 1.080,00
TOTAL	R\$ 216,00	R\$ 2.592,00

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Quadro 29: Projeção da DRE no Cenário Pessimista

Descrição	Valores Mensais em R\$	Valor Anual em R\$
RECEITA TOTAL (=)	R\$ 4.635,00	R\$ 55.620,00
CUSTOS VARIÁVEIS TOTAIS (-)	R\$ 216,00	R\$ 2.592,00
2.1(-) Custo do serviço	R\$ 216,00	R\$ 2.592,00
2.2 (-) Custo com comercialização	R\$ -	R\$ -
RESULTADO OPERACIONAL (=)	R\$ 4.419,00	R\$ 53.028,00
CUSTOS FIXOS TOTAIS (-)	R\$ 4.069,17	R\$ 48.830,08
LUCRO LÍQUIDO	R\$ 349,83	R\$ 4.197,92

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

Quadro 30 – Resumo da DRE nos Três Cenários

DESCRIÇÃO	CENÁRIO ATUAL		CENÁRIO OTIMISTA (+10%)		CENÁRIO PESSIMISTA (-10%)	
	Valores Mensais em R\$	Valor Anual em R\$	Valores Mensais em R\$	Valor Anual em R\$	Valores Mensais em R\$	Valor Anual em R\$
RECEITA TOTAL (=)	5.150,00	61.800,00	5.665,00	67.980,00	4.635,00	55.620,00
CUSTOS VARIÁVEIS TOTAIS (-)	240,00	2.880,00	264,00	3.168,00	216,00	2.592,00
2.1(-) Custo do serviço	240,00	2.880,00	264,00	3.168,00	216,00	2.592,00
2.2 (-) Custo com comercialização	-	-	-	-	-	-
RESULTADO OPERACIONAL (=)	4.910,00	58.920,00	5.401,00	64.812,00	4.419,00	53.028,00
CUSTOS FIXOS TOTAIS (-)	4.069,17	48.830,08	4.069,17	48.830,08	4.069,17	48.830,08
LUCRO LÍQUIDO	840,83	10.089,92	1.331,83	15.981,92	349,83	4.197,92

Fonte: Elaborado pelo autor (2022).

6.13 DECISÃO GERENCIAL

Após avaliar todos os resultados que a empresa alcançou desde o tempo de início a atual data, foram sugeridas melhorias, especificamente na área de *marketing* para que pudesse gerar um aumento nas vendas com o objetivo de maximizar seus lucros e torná-la mais atrativa no mercado de estética, como de maquiagem, sobrancelas e cílios

Diante disso, foi realizado um novo plano financeiro para gerenciar essas mudanças e avaliar se trariam resultados positivos para a empresa. Como mostra o Quadro 30 do plano alternativo, a empresa teve uma melhoria significativa em seus resultados em razão das estratégias adotadas, onde seu lucro líquido mensal aumentou em torno de 58% (Cenário Otimista), em relação ao resultado passado, essa diferença impactou em todos os demais resultados, porém um dos que mais se destaca é em relação ao prazo de retorno do investimento. Por ter um lucro líquido relativamente baixo, a empresa conseguiria recuperar o valor investido somente após 17,52 anos de mercado, o que tornaria o investimento *não atrativo*. Contudo, considerando esse panorama estratégico, as projeções dos cenários e indicadores de viabilidade (*lucratividade e a rentabilidade*), conclui-se que, a probabilidade do negócio ter sucesso é maior do que ter fracasso a partir de agora, e sua permanência do negócio no mercado será viável, pois seus resultados apresentaram uma grande melhoria.

REFERÊNCIAS

COSTA, Cleoneide. A importância das ações estratégicas de marketing e vendas para a captação de novos clientes. **Administradores.com**. 2019. Disponível em: <https://administradores.com.br/artigos/a-importancia-das-acoes-estrategicas-de-marketing-e-vendas-para-captacao-de-novos-clientes#:~:text=As%20a%C3%A7%C3%B5es%20de%20marketing%20buscam,conseq%C3%BCentamente%2C%20obter%20maiores%20vantagens%20competitiva.&text=As%20ofertas%20s%C3%A3o%20cada%20vez,vez%20mais%20inconstantes%20e%20infi%C3%A9is.> Acesso em: 03 out de 2022.

FERRELL, O. C; HARTLINE, D. Michael. **Estratégias de Marketing**. 3. Ed. São Paulo: Thomson, 2005.

KOTLER, Philip. **Princípios de Marketing**. 12. Ed. São Paulo: Pearson, 2007.

SEBRAE. Como o marketing pode ajudar minha empresa. SEBRAE. 2019. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pr/artigos/como-o-marketing-pode-ajudar-minha-empresa,b027cd18a819d610VgnVCM1000004c00210aRCRD#:~:text=O%20marketing%20trabalha%20com%20o,a%20oferta%20de%20uma%20empresa.&text=O%20servi%C3%A7o%20tamb%C3%A9m%20abrange%20o,e%20tamb%C3%A9m%20atrair%20novos%20clientes.> Acesso em: 14 jul de 2022.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO DE PESQUISA**Pesquisa de Mercado****1 Qual sua idade?**

- 14 a 18 anos
- 19 a 23 anos
- 24 a 28 anos
- 29 a 33 anos
- 34 a 38 anos
- 39 ou mais

2 Qual seu estado civil?

- Solteiro(a)
- Casado(a) / União Estável
- Viúvo(a)
- Divorciado(a)

3 Escolaridade

- Ensino Médio Incompleto
- Ensino Médio Completo
- Graduação Incompleta
- Graduação Completa
- Pós graduação

4 Qual Bairro você mora?

- Região Sul (Castelo Branco, Bancários, Água Fria, Geisel, Mangabeira, etc)
- Região Norte (Centro, Torre, Tambiá, Bairro dos Estados, Mandacaru, Roger, etc)
- Região Leste (Cabo Branco, Manaíra, Bessa, Miramar, Expedicionários, Altiplano, etc)
- Região Oeste (Cruz das Armas, Rangel, Cristo, Jaguaribe, Jardim Planalto, etc)

5 Qual sua renda mensal?

- Menor que R\$ 1.254
- Entre R\$ 1.255 a R\$ 2.004 (
-) Entre R\$ 2.005 a R\$ 8.640 ()
- Entre R\$ 8.641 a R\$ 11.261 ()
- Acima de R\$ 11.262

6 Qual frequência você realiza serviço de estética facial, maquiagem, cílios e sobrancelhas em salão de beleza?

- 1 vez ao ano
- 2 a 6 vezes por ano (ou seja, quase 1 vez a cada 2 meses)
- 7 a 12 vezes ao ano (ou seja, quase 1 vez por mês a depender da necessidade)
- 13 a 26 vezes por ano (ou seja, até 2 vezes por mês a depender a necessidade)
- Acima de 26 vezes (ou seja, em média você vai 2 vezes ao mês, mas tem meses que você vai 3 vezes a depender da necessidade)

7 Em relação à pergunta anterior, qual o motivo de você não utilizar de serviço de estética facial, maquiagem, cílios e sobrancelhas em salão de beleza?

8 Onde costumam realizar este serviço de estética facial, maquiagem, cílios e sobrancelhas? Informar o nome do salão ou profissional que tenha feito ou o bairro com ponto de referência do local

9 Que preço, em média, pagam atualmente por esse serviço de estética facial, maquiagem, cílios e sobrancelhas?

- Até R\$ 30
- De R\$ 31 a R\$ 100 (
-) De R\$ 101 a R\$ 150 (
-) De R\$ 150 a R\$ 200
- Acima de R\$ 200

10 O que leva você escolher um salão de beleza?

- Preço
- Atendimento
- Localização
- Qualidade do serviço prestado
- Cumprimento da agenda
- Fama do(a) profissional
- Outro _____