

Universidade Federal da Paraíba - UFPB
Centro De Ciências Sociais Aplicadas - CCSA
Graduação em Administração - GADM

PLANO DE NEGÓCIO: RS SOBRANCELHAS

RENAN COSTA DA SILVA

João pessa/PB
2025

RENAN COSTA DA SILVA

PLANO DE NEGÓCIO: RS SOBRANCELHAS

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.

Orientador: Cesar Emanuel Barbosa de Lima, Prof. Dr.

João Pessoa/PB
2025

FICHA CATALOGRÁFICA

Catálogo na publicação Seção de Catalogação e Classificação

S586p Silva, Renan Costa da.

Plano de negócio: RS Sobrancelhas / Renan Costa da
Silva. - João Pessoa, 2025.

46 f.

Orientação: Cesar Lima.

TCC (Graduação) - UFPB/CCSA.

1. Plano de negócios. 2. Empreendedorismo. 3.
Mercado de estética. I. Lima, Cesar. II. Título.

UFPB/CCSA

CDU 658(043)

FOLHA DE APROVAÇÃO

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

Aluno: Renan Costa da Silva

Trabalho: Plano de Negócio: RS Sobrancelhas

Área da Pesquisa: Empreendedorismo

Data de Aprovação: 22. 09. 2025

Banca Examinadora



César Emanuel Barbosa de Lima, Prof. Dr.
Orientador



Arturo Rodrigues Felinto, Prof. Msc.
Membro



Nadja Valéria Pinheiro, Profª Drª
Membro

Dedico este Trabalho de Conclusão de Curso a minha esposa, Suiane Èvely, que sempre esteve comigo e me deu/dá forças nos momentos difíceis. A minha família pelo 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;
- A minha Esposa Suiane Èvely pelo amor, companheirismo, paciência e compreensão;
- A minha irmã Renata Joaquim, e familiares que de forma direta ou indireta contribuíram para o que sou hoje;
- A meu orientador e Professor, Cesar Emanuel Barbosa de Lima, pela paciência, dedicação e pelos conhecimentos compartilhados, os quais foram fundamentais para a conclusão deste trabalho;
- À Banca Examinadora, Professores Arturo Rodrigues Felinto e Nádja Valéria Pinheiro, pela disponibilidade e profissionalismo;
- Aos demais professores do curso de Administração do CCSA/UFPB, pelos ensinamentos e contribuições na minha formação;
- E, obliquamente, a todos que de forma direta e indireta, contribuíram nessa minha caminhada acadêmica.

Muito obrigado!!!!

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

(Erlandson F. A. Andrade)

SUMÁRIO EXECUTIVO

A RS Sobrancelhas terá sede no município de Itapororoca-PB, em prédio próprio, com um funcionário (a proprietária), e atuará com o serviço de *design* de sobrancelhas. Serão ofertados dois tipos de serviço, *design* simples e *design* com *henna*. Terá como público alvo, as mulheres da cidade de Itapororoca, Estado da Paraíba, entre 16 e 50 anos. A missão da RS Sobrancelhas é disponibilizar serviços de qualidade e personalizado, entregando às clientes uma melhor estética e bem-estar, com preço competitivo e acessível. Buscaremos se tornar referência nesse segmento e tipo de negócio no município, sempre com transparência e ética, para com as nossas clientes. A Sr^a Suiane Êvely, proprietária da RS Sobrancelhas, tem curso especializado em design sobrancelhas pela Embeleze, e tem curso na área de planejamento estratégico e inovação, lhe garantindo conhecimento técnico para gestão do negócio e realização do serviço. A iniciativa de iniciar tal Plano de Negócios, se deu por identificar a necessidade desse formato de negócio no município. A razão social do empreendimento será Suiane Êvely Miranda de França Sobrancelhas, a princípio, a mesma deverá ser legalizada como Micro Empreendedor Individual - MEI. O Capital Social virá de recursos próprios da proprietária. Um valor estimado em R\$ 25.000,00. Esse valor será destinado a abertura da empresa, na estrutura do espaço e equipamentos para realização do serviço, marketing do empreendimento e uma quantia para suprir a necessidade de capital de giro. O prazo estimado para o *payback* (tempo de retorno de um investimento) é de 8 meses. É um segmento em ascensão, com boa aceitação no mercado e que tem um faturamento alto uma excelente projeção no mercado. Portanto, um negócio que proporcione boa estética e bem-estar às mulheres, entregando um serviço personalizado, de qualidade, com preço justo e ofertando um espaço adequado e com boa estrutura, tem muita viabilidade e grande possibilidade de sucesso.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Logomarca do Empreendimento	26
Figura 2: Planta baixa do espaço onde será o Empreendimento	28
Figura 3: Processo Operacional.....	29

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Faixa Etária de Idade	15
Gráfico 2: Frequência com que se faz as Sobrancelhas	15
Gráfico 3: Onde costuma fazer as Sobrancelhas	16
Gráfico 4: Quais serviços relacionados a Sobrancelhas você costuma fazer	17
Gráfico 5: Quais os fatores decisivos você considera na hora de fazer as a Sobrancelhas.....	17
Gráfico 6: Quanto você pagaria por um serviço de Design de Sobrancelhas	18
Gráfico 7: Você prefere pagar Sessões Avulsas ou por Pacotes de Sessões	18
Gráfico 8: Fatores que levariam você escolher um espaço de Sobrancelhas na sua cidade	19
Gráfico 9: Em quais Canais você acompanha as novidades de Estética e Beleza	20

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Análise dos Concorrentes	21
Quadro 2: Análise dos Fornecedores	23
Quadro 3: Análise S.W.O.T.	24
Quadro 4: Investimento Fixo Inicial	30
Quadro 5: Estoque Inicial	31
Quadro 6: Prazo Médio de Recebimento de vendas	31
Quadro 7: Prazo Médio de Compras	31
Quadro 8: Necessidade Média de Estoque	32
Quadro 9: Necessidade Líquida de Capital de Giro	32
Quadro 10: Caixa Mínimo	32
Quadro 11: Capital de Giro	33
Quadro 12: Investimentos Pré-operacionais	33
Quadro 13: Investimento Total	34
Quadro 14: Fonte de Recursos	34
Quadro 15: Estimativa de Faturamento Mensal	34
Quadro 16: Custo Unitário de Serviço	35
Quadro 17: Custo de Comercialização	35
Quadro 18: Custo com Depreciação	36
Quadro 19: Despesas Operacionais	36
Quadro 20: DRE	37
Quadro 21: Projeção do Faturamento no Cenário Otimista	39
Quadro 22: Projeção dos Custos Unitários no Cenário Otimista	39
Quadro 23: Projeção da DRE para o Cenário Otimista	39
Quadro 24: Projeção do Faturamento no Cenário Pessimista	40
Quadro 25: Projeção dos Custos Unitários no Cenário Pessimista	40
Quadro 26: Projeção da DRE para o Cenário Pessimista	40
Quadro 27: Resumo da DRE nos Três Cenários	41

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
2. PESQUISA DE MERCADO	14
3. ANÁLISE DE MERCADO	20
3.1 Análise dos Clientes.....	20
3.1.1 Público – Alvo.....	20
3.1.2 Comportamento dos Clientes.....	20
3.2 Análise da Concorrência.....	21
3.3 Análise dos Fornecedores	22
3.4 Análise SWOT	23
3.4.1 Forças.....	24
3.4.2 Fraquezas.....	24
3.4.3 Oportunidades.....	24
3.4.4 Ameaças.....	24
4. PLANO DE MARKETING	25
4.1 Logomarca	25
4.2 Produtos	26
4.3 Preço.....	26
4.4 Estratégias Promocionais	26
4.5 Estrutura de Comercialização	27
4.6 Localização do Negócio	27
5 PLANO OPERACIONAL.....	27
5.1 Layout	27

5.2 Capacidade Instalada.....	28
5.3 Processos Operacionais	29
5.3.1 Recepção.....	29
5.3.2 Pagamento.....	29
5.3.3 Pesquisa de Satisfação.....	29
5.4 Necessidade de Pessoal	29
6 PLANO FINANCEIRO	30
6.1. Investimentos Fixos.....	30
6.2 Capital de Giro	30
6.2.1 Estoque Inicial.....	30
6.2.2 Caixa Mínimo	31
6.3 Investimentos Pré-Operacionais	33
6.4 Investimento Total	33
6.5 Estimativa do Faturamento Mensal	34
6.6 Custo Unitário de Serviço.....	33
6.7 Custo de Comercialização	35
6.8 Custos com Mão de Obra	35
6.9 Custos com Depreciação	35
6.10 Custos Fixos Operacionais Mensais.....	36
6.10.1 Demonstrativo dos Resultados	36
7 INDICADORES DE VIABILIDADE.....	37
7.1 Ponto de Equilíbrio.....	37
7.2 Lucratividade	38
7.3 Rentabilidade.....	38
7.4 Prazo de Retorno do Investimento.....	38
7.5 CONSTRUÇÕES DOS CENÁRIOS	38
7.5.1 Cenário Otimista.....	38
7.5.2 Cenário Pessimista.....	39
8 DECISÃO GERENCIAL.....	42
REFERÊNCIAS.....	43
APÊNDICE.....	44

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 entregar um serviço de estética de qualidade e personalizado, gerando bem-estar nas nossas clientes.

1.2 Empreendedora

Suiane Évely Miranda de França, brasileira, natural de João Pessoa-PB, casada, possui curso especializado em Design de Sobrancelhas pela Embeleze e possui curso na área de planejamento estratégico e inovação, residente na Rua Santa Maria, nº 34, Bairro São João 1, Itapororoca, PB. Apresenta características empreendedoras, sabe administrar todos os setores da empresa, e está muito empenhada e focada com esse empreendimento.

1.3 Síntese das Responsabilidades da Equipe Dirigente

A responsabilidade de dirigente da empresa fica a cargo da Sr^a Suiane Évely (proprietária), o que inclui as tarefas de gestão de negócio, prestação do serviço, compra de material, controle de estoque e previsão de demanda; planejamento e controle financeiro, divulgação da empresa, entre outros.

1.4 Exigências Legais

A razão social do empreendimento RS Sobrancelhas, será Suiane Évely Miranda de França – MEI, a mesma deverá ser legalizada como microempreendedor individual.

A Lei enquadra como Microempreendedor Individual, Pessoa Jurídica com receita bruta anual de até R\$ 81 mil. O pagamento de imposto é fixo e único, definido de acordo com o segmento de atuação (estética e beleza) e calculado tendo por base o salário mínimo. Desta forma, o valor do imposto será sempre fixo, pago mensalmente, desde que não ultrapasse os R\$ 81 mil anual. O imposto mensal é a DAS (Documento de Arrecadação do Simples Nacional), que é 5% do salário mínimo, mais o ISS para serviço, R\$ 80,90.

1.5 Área de Atuação

A RS Sobrancelhas está enquadrada na área de estética e cuidados com a beleza, segundo o CNAE 9602-5/02.

1.6 Capital Social

O capital social virá de recursos próprios do proprietário e possui valor estimado de R\$ 25.000,00.

1.7 Indicadores Estratégicos da Organização

Esta ferramenta empresarial permitirá uma direção estratégica da RS Sobrancelhas de uma forma mais assertiva e integrada, permitindo a reflexão sobre o papel da empresa diante da sociedade.

1.7.1 Missão

Valorizar a expressão e a identidade de cada cliente, através do design de sobrancelhas feito com técnica e dedicação.

1.7.2 Visão

Tornar-se referência na transformação de autoestima e beleza das nossas clientes. Ofertando um serviço de qualidade e personalizado.

1.7.3 Valores

- **Ética:** Agimos com ética e respeito em todos os processos da empresa.
- **Qualidade:** Buscamos sempre melhoria contínua na qualidade de nossos serviços.
- **Transparência:** Operamos com total transparência para os nossos clientes.

2. PESQUISA DE MERCADO

A pesquisa de mercado realizada pela RS Sobrancelhas teve como principal objetivo entender as demandas e expectativas dos possíveis clientes, com foco em identificar o perfil dos consumidores, suas preferências e aspectos financeiros relevantes. Para isso, foi utilizado o *Google Forms* como plataforma de coleta de dados, com o período de aplicação compreendido entre os dias 04/08 a 08/08.

O Questionário foi composto por 10 perguntas, abrangendo diferentes áreas de interesse, como suas preferências em relação ao serviço, preços disposto a pagar e tomada de decisão na hora da escolha, buscando adequar o projeto e serviços da RS Sobrancelhas às necessidades do público-alvo.

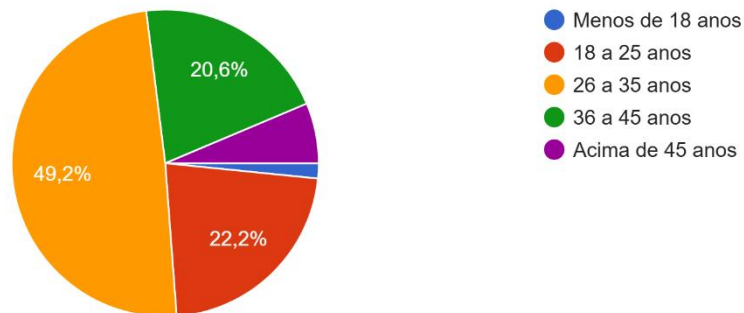
A pesquisa foi distribuída amplamente por meio do WhatsApp, com ênfase em atingir possíveis consumidores interessados no serviço de design de sobrancelhas. Essa abordagem permitiu obter informações diretas de um público-alvo específico, fornecendo dados valiosos para ajustar o empreendimento da RS Sobrancelhas às expectativas e realidades do mercado.

Com base nos dados coletados na pesquisa de mercado, foi possível identificar que a totalidade dos respondentes pertence ao público feminino, representando 100%. Esses dados oferecem uma visão clara do perfil predominante dos interessados no serviço, permitindo à RS Sobrancelhas direcionar estratégias de marketing e comunicação mais eficazes para esse perfil.

Gráfico 1: Faixa Etária de Idade

Qual a sua faixa etária?

63 respostas



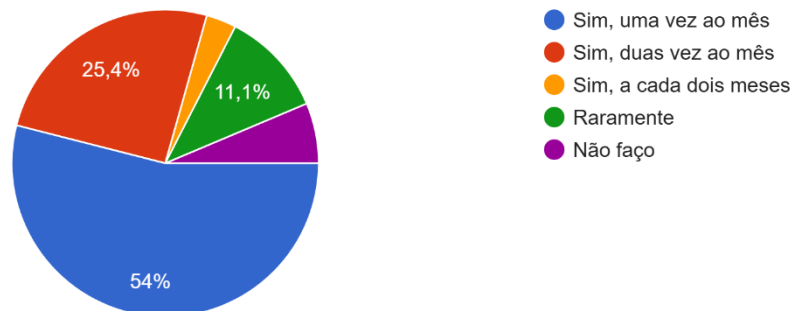
Fonte – Dados da pesquisa (2025).

Em relação à faixa etária dos respondentes, a pesquisa revelou uma predominância de pessoas dos 26 a 35 anos. Os dados mostram que 49,2% dos participantes têm entre 26 e 35 anos, enquanto 22,2% estão na faixa dos 18 a 25 anos, totalizando 71,4% do público entre 18 e 35 anos. Outros 20,6% têm entre 36 e 45 anos, outros 6,3% estão acima dos 45 anos e apenas 1,6% estão abaixo dos 18 anos. Esses números indicam que a maior parte dos potenciais clientes do serviço está concentrada na faixa etária dos 18 aos 35 anos.

Gráfico 2: Frequência com que se faz as Sobrancelhas

Você costuma fazer design de sobrancelhas?

63 respostas



Fonte – Dados da pesquisa (2025).

Nesse segundo Gráfico, precebe-se que 79,4% das mulheres fazem a sobrancelha duas vezes ou pelo menos uma vez por mês. Esse dado mostra o potencial do segmento, trazendo segurança para iniciar o empreedimebto, além de nos dar um direcionamento para montarmos o plano de markentig e o plano financeiro da empresa. E reforçam a necessidade de segmentar as estratégias de comunicação da RS Sobrancelhas, de modo a atender as expectativas e características de cada grupo.

Gráfico 3: Onde costuma fazer as Sobrancelhas

Onde você costuma cuidar das suas sobrancelhas?

63 respostas



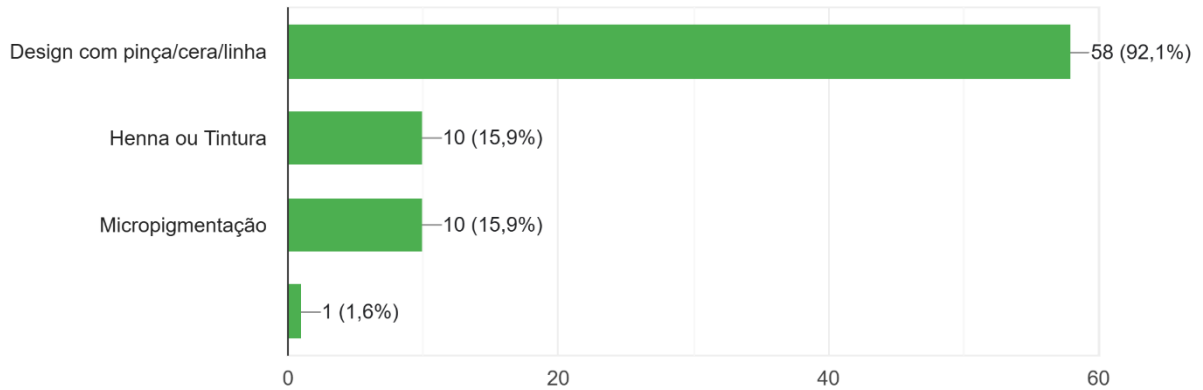
Fonte – Dados da pesquisa (2025).

Quando perguntado sobre o local onde costumavam fazer as sobrancelhas, 58,7% das entrevistadas disseram fazer em um espaço especializado em sobrancelhas. Já 38,1% fazem suas sobrancelhas no salão de beleza ou em casa. O terceiro Gráfico mostra o potencial que existe para abertura da RS Sobrancelhas, um novo espaço especializado em sobrancelhas. Como também, direciona para adotarmos estratégias para captação de clientes que já utilizam o espaço especializado em sobrancelhas, quanto as clientes que não utilizam o espaço especializado. O Gráfico ainda trás um *feedback* importante quando uma das esntrevistadas menciona o seguinte texto: **“Faço com uma profissional que deixou de atender no salão mas continua me atendendo na sua residência. Costumo ser fiel a pessoas que faz o trabalho bem feito.”** Esse *feedback* mostra a importância de oferecer um serviço personalizado e de qualidade para conseguir fidelizar a cliente.

Gráfico 4: Quais serviços relacionados a Sobrancelhas você costuma fazer

Quais serviços relacionados às sobrancelhas você costuma fazer?

63 respostas



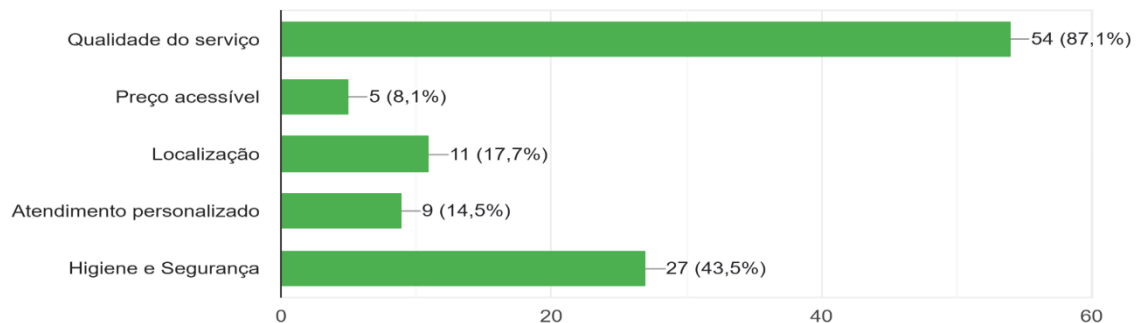
Fonte – Dados da pesquisa (2025).

Os dados do Gráfico acima, aponta que 92,1% das entrevistadas disseram que fazem o serviço de Design com pinça/cera/linha, e 15,9% disseram que também fazem o serviço de Henna ou Tintura e Micropigmentação. O serviço ofertado na RS Sonrancelhas será de Design com pinça/cera/linha e Henna ou Tintura, serviços em que a proprietária é especialista; e segundo a pesquisa, existe grande demanda para esses serviços. O que não impede posteriormente, uma especialização em Micropigmentação, já que também foi identificada demanda para o serviço.

Gráfico 5: Quais os fatores decisivos você considera na hora de fazer as a Sobrancelhas

Qual o fator mais importante na hora de escolher onde fazer às sobrancelhas?

62 respostas



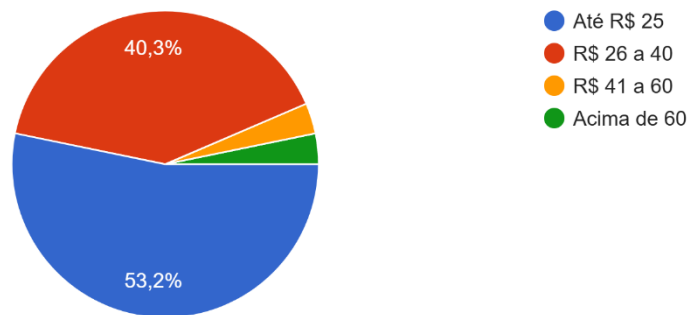
Fonte – Dados da pesquisa (2025).

Entre os fatores mais importantes e determinantes na hora de escolher onde fazer as sobrancelhas, duas opções se destacaram, 87,1% escolheram a qualidade do serviço como o fator mais importante. Além dessa opção, outras 43,5% também marcaram a opção higiene e segurança como um fator importante. O espaço contará com uma profissional especializada no serviço, o que passa uma garantia sobre a qualidade do serviço. O serviço será especializado, realizado com luvas e materiais individuais em cada serviço, passando assim, segurança e higiene para as clientes.

Gráfico 6: Quanto você pagaria por um serviço de Design de Sobrancelhas

Quanto você estaria disposto(a) a pagar em média por um design de sobrancelhas?

62 respostas



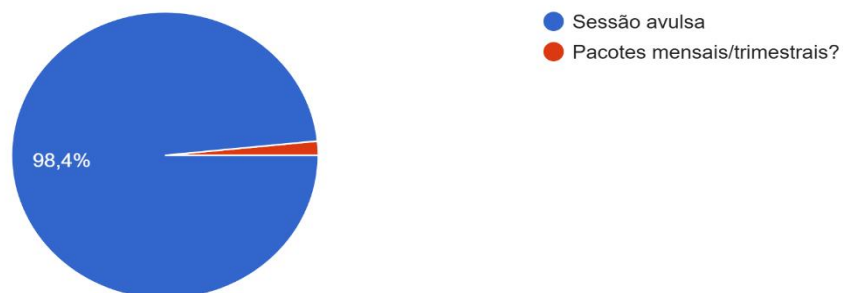
Fonte – Dados da pesquisa (2025).

Entre as opções de valores que as entrevistadas estariam dispostas a pagarem por um serviço de sobrancelhas, 53,2% estão dispostas a pagarem até R\$ 25,00 e 40,3% estão dispostas a pagarem até R\$ 40,00. Esse dado nos dar segurança, pois, o valor estimado para a realização dos serviços estão dentro dos valores que as clientes estão dispostas a pagarem. Esses dados captados foram essenciais e determinantes para a definição do valor dos serviços.

Gráfico 7: Você prefere pagar por Sessões Avulsas ou por Pacotes de Sessões

Você prefere pagar por:

63 respostas



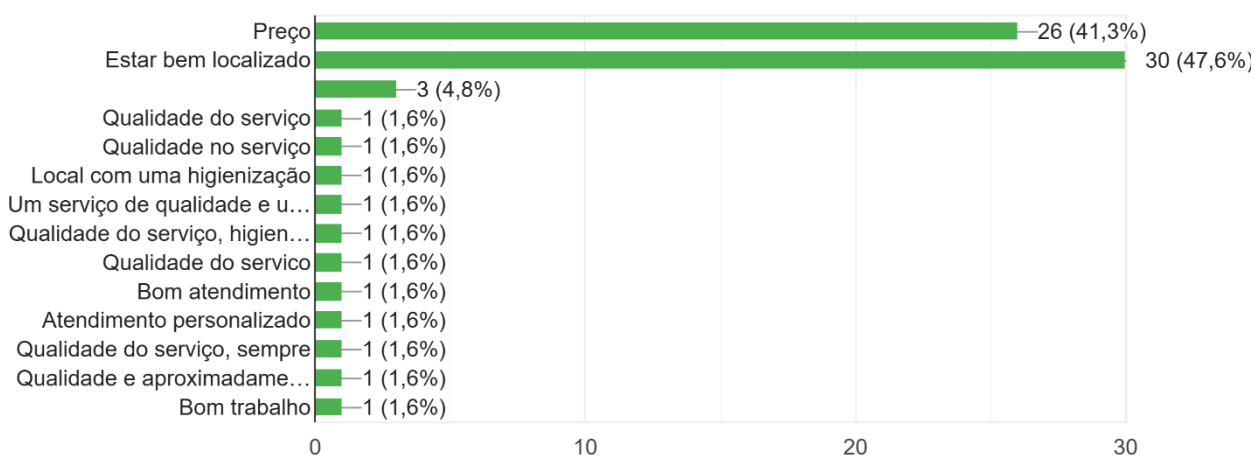
Fonte – Dados da pesquisa (2025).

Os dados do Gráfico acima, mostra que 98,4% das entrevistadas preferem sessão avulsa ao invés de pacotes. Essa informação nos dar um direcionamento estratégico na hora de montarmos a estratégia de marketing e captação das clientes.

Gráfico 8: Quais fatores levariam você escolher um espaço especializado em Design de Sobrancelhas na sua cidade

O que facilitaria para você escolher um espaço de sobrancelhas na sua cidade?

63 respostas



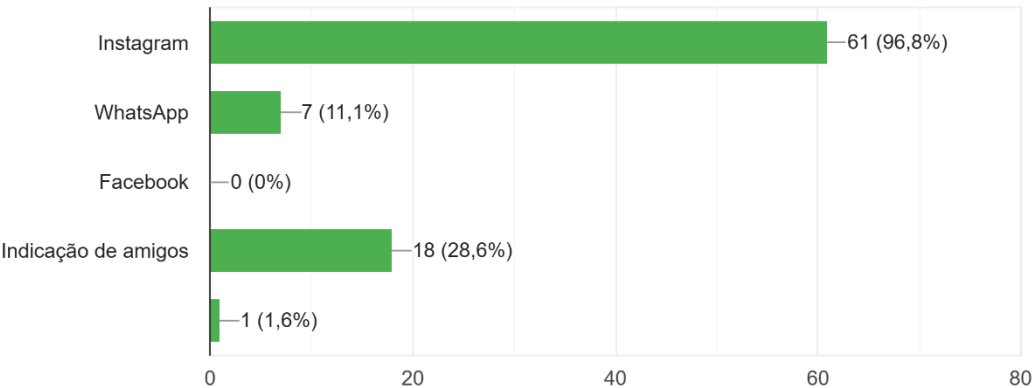
Fonte – Dados da pesquisa (2025).

Quando perguntadas sobre quais fatores facilitariam para elas escolherem um espaço de sobrancelhas na cidade, 88,9% escolheram o preço que o espaço oferta pelos serviços e a localização do espaço, e na opção de resposta aberta, mencionaram quase que de forma unânime, a qualidade do serviço como um fator que facilitaria na hora de escolha. Essa informação nos anima, pois, nosso espaço fica localizado em uma das principais praças do município, e o preço pelo qual será ofertado os nossos serviços, serão os preços que as potenciais clientes estão dispostas a pagar, conforme identificamos por meio da pesquisa, já exposta anteriormente neste trabalho.

Gráfico 9: Em quais Canais você acompanha as novidades de Estética e Beleza

Onde você costuma acompanhar novidades sobre beleza e estética?

63 respostas



Fonte – Dados da pesquisa (2025).

A pesquisa sobre os canais de busca para acompanhar e buscar serviços e novidades sobre beleza e estética revelou que 96,8% dos consumidores utilizam o instagram como a principal fonte. Além do instagram, 28,6% também escolheram a opção indicações de amigos. Essas informações nos direciona para montar um plano de marketing focando na rede social instagram e no feedback e divulgação boca a boca das clientes, que tem muita força em pequenos municípios.

3. ANÁLISE DE MERCADO

A análise de mercado é um passo fundamental para avaliar as oportunidades e desafios que a RS Sobrancelhas deve enfrentar no mercado. Neste tópico, serão exploradas as tendências de mercado, o perfil dos consumidores, a concorrência e as condições que afetam diretamente a demanda pelo serviço de design de sobrancelhas. Com base em dados atualizados e projeções do segmento, essa análise fornecerá uma visão detalhada sobre o ambiente em que a empresa opera, permitindo a definição de estratégias eficazes para atender às necessidades do público-alvo e garantir o sucesso e crescimento do empreendimento.

3.1 Análise dos Clientes

3.1.1 Público – Alvo

O público-alvo do empreendimento são pessoas de diferentes classes econômicas, do gênero feminino, com faixa etária entre 16 e 50 anos, que estão em busca de um espaço especializado em design de sobrancelha, em um espaço aconchegante e com um serviço personalizado e de qualidade.

3.1.2 Comportamento dos Clientes

O mercado de estética e beleza tem tido uma expansão significativa no Brasil, cuidados com a aparência tem sido cada vez mais vistos como necessidade. E mulheres entre 16 e 50 anos tem procurado procedimentos de estética facial, o que tem impulsionado o segmento no país.

Essa geração valoriza e se preocupa muito com a aparência, principalmente a facial. Procedimentos que ajudam a melhorar e a realçar o rosto, são procurados com frequência, a exemplo do design de sobrancelhas. O crescimento do mercado de estética e beleza não tem sido só importante no setor econômico, mas tem sido essencial para proporcionar uma melhor aparência e gerar bem-estar nas pessoas.

3.2 Análise da Concorrência

No município de Itapororoca-PB onde o empreendimento irá atuar, existem outros dois espaços especializados no serviço de design de sobrancelhas. Segundo o ultimo levantamento, o município tem aproximadamente 4 mil mulheres entre 16 e 50 anos, são muitas potenciais clientes. Como existe apenas outros dois espaços especializados no serviço, a concorrência é considerada baixa.

Por meio de consulta direta, identificamos os valores dos serviços prestados pelos concorrentes, além de testar o serviço e buscar feedbacks de outras usuárias, fazendo uma análise ampla sobre a concorrência.

Realizar essa análise de concorrência é fundamental para entender os pontos fortes e fracos das empresas que já operam no município, o que possibilita desenvolver estratégias que atendam de maneira mais precisa às demandas do público-alvo.

Quadro 1 - Análise dos Concorrentes

Empresa	Serviços	Qualidade dos serviços	Pagamento	Atendimento	Localização	Canais
Patricia Sobrancelhas e Cílios	Design de Sobrancelhas e Cílios	Bom	À vista (Dinheiro e Pix)	Bom	R. Padre João Madruga, 129, Centro – Itapororoca/PB	Instagram, Whatsapp e Loja Física
Studio Lumma Beauty	Design de Sobrancelhas, Cílios e Micropigmentação	Regular	À vista (Dinheiro e Pix) e Crédito (Vencimento)	Regular	R. Clotildes Maia, 03, Centro – Itapororoca/PB	Instagram, Whatsapp e Loja Física

Fonte: Elaboração Própria (2025)

Os concorrentes que prestam o mesmo serviço que a RS Sobrancelhas irá prestar, passaram por avaliação direta da qualidade do serviço e do atendimento (fomos realizar o serviço com eles), e também, escutamos clientes desses espaços. A conclusão foi que a qualidade dos serviços e atendimentos dos concorrentes foram avaliados como Bom e Regular. Bom, segue as

técnicas necessárias para realizar o serviço e fazer o atendimento, e com boa atenção e carisma com as clientes. Mas nada personalizado, e o atendimento não tem um diferencial. Já o Regular, nem sempre segue um padrão nas técnicas de serviços, e o atendimento as vezes e sem atenção para as clientes.

A RS Sobrancelhas seguirá todas as técnicas necessárias para realizar o serviço, recebendo sempre as clientes na porta do empreendimento, com carisma e oferecendo um café uma água, padronizando assim, o serviço e atendimento. Entraremos em contato com as clientes após um atendimento, buscando o *feedback* delas. Também, iremos iniciar o empreendimento com o preço dos serviços inferior ao dos concorrentes, além postagens no instagram impulsionadas e parceria com influenciadoras locais. Todos esses detalhes farão com que o nosso empreendimento tenha visibilidade, aceitação e faça com que as clientes priorizem o nosso empreendimento.

3.3 Análise dos Fornecedores

A análise dos fornecedores, também, é fundamental para garantir que a RS Sobrancelhas mantenha uma cadeia de suprimentos eficiente, com materiais de qualidade e preços competitivos. A escolha adequada dos parceiros comerciais impacta diretamente no custo final para a realizações dos serviços e na satisfação dos clientes.

Entender a performance e a confiabilidade desses fornecedores é crucial para o sucesso dos empreendimentos a um baixo custo.

Quadro 2 - Análise dos Fornecedores

Nº	Itens	Fornecedor	Preço	Pagamento	Prazo de entrega	Localização
1	Pinça Descartável	Casa da Beleza	Ótimo	À vista	Pronta Entrega	Av. Miguel Couto, 232 – Centro, João Pessoa
2	Cera	Casa da Beleza	Ótimo	À vista	Pronta Entrega	Av. Miguel Couto, 232 – Centro, João Pessoa
3	Henna	Casa da Beleza	Ótimo	À vista	Pronta Entrega	Av. Miguel Couto, 232 – Centro, João Pessoa
4	Linha	Casa da Beleza	Ótimo	À vista	Pronta Entrega	Av. Miguel Couto, 232 – Centro, João Pessoa
5	Algodão	Casa da Beleza	Ótimo	À vista	Pronta Entrega	Av. Miguel Couto, 232 – Centro, João Pessoa
6	Álcool 70%	Casa da Beleza	Ótimo	À vista	Pronta Entrega	Av. Miguel Couto, 232 – Centro, João Pessoa
7	Loção Adstringente	Casa da Beleza	Ótimo	À vista	Pronta Entrega	Av. Miguel Couto, 232 – Centro, João Pessoa
8	Lápis Dermatográfico	Casa da Beleza	Ótimo	À vista	Pronta Entrega	Av. Miguel Couto, 232 – Centro, João Pessoa
9	Protetor Solar	Casa da Beleza	Ótimo	À vista	Pronta Entrega	Av. Miguel Couto, 232 – Centro, João Pessoa
10	Escova para Sombrancelas	Casa da Beleza	Ótimo	À vista	Pronta Entrega	Av. Miguel Couto, 232 – Centro, João Pessoa
11	Tesoura Pequena	Casa da Beleza	Ótimo	À vista	Pronta Entrega	Av. Miguel Couto, 232 – Centro, João Pessoa
12	Palito para Cera	Casa da Beleza	Ótimo	À vista	Pronta Entrega	Av. Miguel Couto, 232 – Centro, João Pessoa

Fonte: Elaboração Própria (2025)

3.4 Análise SWOT

A matriz SWOT da organização foi desenvolvida com o propósito de examinar tanto os elementos internos quanto externos. As forças e fraquezas representam os aspectos internos, uma vez que estão sob controle e responsabilidade direta da organização. Por outro lado, as oportunidades e ameaças são consideradas fatores externos, uma vez que são influenciados por variáveis externas à organização.

Quadro 3 - Análise S.W.O.T.

FATORES INTERNOS	FORÇAS	FRAQUEZAS
	• Qualidade do Serviço • Atendimento Personalizado • Baixa Concorrência	• Pouca Capacidade de Atendimento
FATORES EXTERNOS	OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
	• Crescimento do Segmento • Expansão de Serviços Complementares	• Crise Econômica • Novos Concorrentes

Fonte: Elaboração Própria (2025)

3.4.1 Forças

- **Qualidade do serviço:** Os serviços serão realizadas por uma profissional com formação técnica, seguindo técnicas específicas e num espaço adequado, garantindo assim, a qualidade do serviço.
- **Atendimento personalizado:** Durante cada atendimento, o espaço terá apenas a profissional e a cliente, contará com uma análise individual de cada rosto, orientações e cuidados e um espaço acolhedor.
- **Baixa concorrência:** O município onde está localizado o empreendimento, conta com apenas dois espaços especializados em sobrancelhas, e existe um quantitativo alto de potenciais clientes, tornando assim, a baixa concorrência.

3.4.2 Fraquezas

- **Pouca Capacidade de Atendimento:** O espaço só comporta um atendimento por vez, o que reduz a capacidade de atendimento e isso pode limitar a demanda e o faturamento.

3.4.3 Oportunidades

- **Crescimento do segmento:** O segmento de estética e beleza tem crescido muito no país, com expectativa de expansão anual superior aos 12%, agora para 2025, e a estética facial tem sido a principal impulsionadora do segmento.
- **Expansão de serviços complementares:** Por ser um mercado muito amplo, posteriormente a empreendedora pode se capacitar e realizar outros serviços, como extensão de cílios, limpeza de pele, entre outros.

3.4.4 Ameaças

- **Crise econômica:** A política de preço do Brasil tem tido instabilidades, e o poder de compra de produtos e serviços tem oscilado. Uma queda no poder de compra pode fazer com que diminua a procura pelo serviço.
- **Novos concorrentes:** O surgimento de novos concorrentes com a oferta do mesmo serviço e de serviços complementares, pode afetar o empreendimento.

A análise SWOT é uma ferramenta estratégica fundamental para a elaboração de um Plano de Negócios, pois oferece uma visão abrangente dos fatores internos - variáveis controláveis, e externos - variáveis incontroláveis, que influenciam o desempenho da empresa. Ao mapear as forças, fraquezas - ambiente interno; e oportunidades e ameaças - ambiente externo, a organização consegue direcionar suas decisões de forma mais assertiva, maximizando seus recursos e vantagens competitivas, ao mesmo tempo em que desenvolve planos para superar suas vulnerabilidades. Além disso, a análise auxilia na identificação de oportunidades de mercado e na antecipação de ameaças externas, permitindo que a empresa se posicione de maneira mais eficiente, garantindo a sustentabilidade e o sucesso de seus empreendimentos.

4. PLANO DE MARKETING

Neste capítulo será abordado como o planejamento de marketing é essencial para direcionar e lançar os serviços do empreendimento para que atinja o público da forma mais eficiente que proporcione retorno e posicionamento no mercado visando crescimento da marca. Diante disso, foi elaborado a logomarca, serviço, preço, promoção e estratégias de posicionamento no mercado.

4.1 Logomarca

A logomarca da RS Sobrancelhas traz uma estética simples e minimalista, com um fundo básico branco, que representa a clareza e transparência, uma sobrancelha feita trazendo a perspectiva de confiança e credibilidade, com o nome as iniciais RS em destaque, e com nome sobrancelhas.

Figura 1: Logomarca do Empreendimento



Fonte: Elaboração Própria (2025)

4.2 Produtos

Por se tratar de uma empresa que presta serviço, a RS Sobrancelhas vai oferecer os seguintes serviços:

- Design Simples;
- Design com Henna;

4.3 Preço

A estratégia de precificação utilizada para entrada no mercado foi a concessão de preços menores que dos concorrentes, visando ganhar competitividade e conquistar clientes. O foco não se limita apenas a acompanhar os preços da concorrência, mas sim a estabelecer preços de venda que cubram os custos de produção, operação e, ao mesmo tempo, proporcionem uma margem de lucro adequada.

4.4 Estratégias Promocionais

Nossas estratégias promocionais estarão focadas em *marketing online*, com ênfase na utilização de ferramentas como redes sociais e vídeos curtos para divulgação. Atualmente, as redes sociais desempenham um papel fundamental na promoção de empresas, e estamos comprometidos em aproveitar essa tendência. Utilizaremos plataformas de mídia social, como o Instagram, para alcançar nosso público-alvo de maneira eficaz.

Essa plataforma têm um alto potencial de engajamento devido à grande movimentação e interação de seus usuários. Faremos uso de recursos como feed, reels e stories para apresentar

nossa empresa e projetos de forma dinâmica e envolvente, e faremos parcerias com influencers do município.

4.5 Estrutura de Comercialização

A estrutura de comercialização do serviço é a própria empresa. Ambiente térreo de fácil acesso, climatizado, com mobília adequada e confortável, música ambiente, café e água a disposição, reforçando a experiência das clientes.

4.6 Localização do Negócio

A empresa situa-se na Praça da Paz, 41, Bairro São João 1, Itapororoca-PB. O local foi escolhido por ser um local próprio e por estar localizado em uma das localidades mais movimentadas da cidade, proporcionando fácil acesso e grande visibilidade.

5 PLANO OPERACIONAL

Para esta seção que descreve o plano operacional, serão expostos as principais partes do arranjo físico da organização, a capacidade produtiva, os principais processos para o funcionamento, necessidade de pessoal, estrutura organizacional e tudo o que opera o empreendimento.

5.1 Layout

O espaço será projetado num ambiente estrutural de 21 m², que contará com uma recepção/sala de espera, um lavabo e o espaço para os atendimentos. Um espaço compacto e aconchegante, que será climatizado, higienizado e trará conforto e segurança para as nossas clientes. A realização dos serviços acontecerão um por vez, entretanto, se alguma cliente for acompanhada ou a outra cliente chegar antes do horário e a anterior ainda estiver em atendimento, a recepção/sala de espera é justamente para receber e acomodar bem essas pessoas.

Figura 2: Planta baixa do espaço onde será o Empreendimento



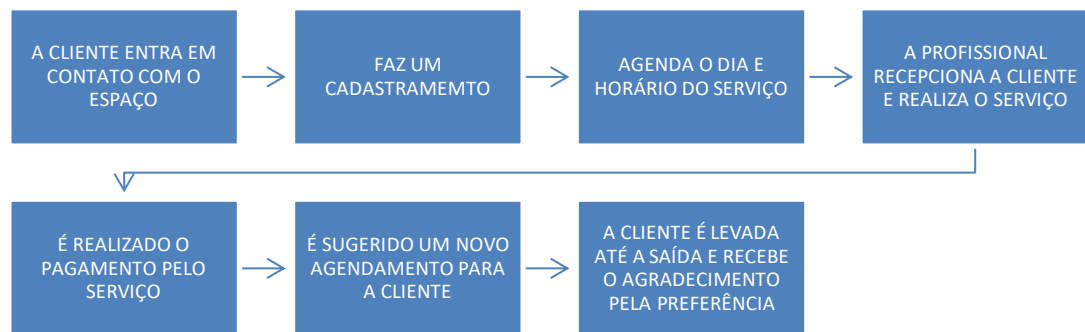
Fonte: Elaboração Própria (2025)

5.2 Capacidade Instalada

A empresa funcionará de segunda-feira à sábado. Na segunda-feira das 14h às 19h, de terça-feira à sexta-feira das 08h às 12h e das 14h às 18h. E nos sábados das 08h às 12h. O tempo médio de atendimento para um design simples é de 20 minutos, e de um design com henna é de 40 minutos. O empreendimento opera 41h por semana. Seria possível realizar 123 atendimentos de design simples ou 61 atendimentos de design com henna por semana, essa seria a capacidade instalada por semana.

5.3 Processos Operacionais

Figura 3: Processo Operacional



Fonte: Elaboração Própria (2025)

O processo se inicia quando a cliente entra em contato com a empresa seja por telefone, redes sociais ou diretamente no espaço físico, solicitando o atendimento.

5.3.1 Recepção

Após ter realizado o cadastro e ter agendado o horário e o serviço, ao chegar no nosso espaço, as clientes serão recepcionadas e tratadas cordialmente, e será levada até o espaço que irá realizar o serviço.

5.3.2 Pagamento

Após a realização do serviço, será perguntado a cliente sobre qual será a forma de pagamento, e será sugerido que a cliente agende um novo horário, e assim, essa parte do processo será finalizado.

5.3.3 Pesquisa de Satisfação

Após o atendimento as clientes que informaram seu WhatsApp no cadastro, receberão uma mensagem pedindo para avaliarem o atendimento e darem sugestões tanto sobre o atendimento quanto sobre a estrutura do espaço.

5.4 Necessidade de Pessoal

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

6 PLANO FINANCEIRO

Dentro do plano financeiro, são detalhados todos os recursos necessários para a implementação do que foi planejado para a RS Sobrancelhas., com o objetivo de garantir a execução eficiente dos serviços e aumentar a lucratividade da empresa. O plano visa não apenas cobrir os custos operacionais, mas também assegurar a viabilidade financeira, possibilitando o crescimento sustentável e a competitividade no mercado.

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. No quadro é possível observar os itens que compõem o investimento fixo inicial do negócio.

Quadro 4 - Investimento Fixo Inicial

Item	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Valor Total
01	Ar-condicionado	01	R\$ 2.000,00	R\$ 2.000,00
02	Cafeteira	01	R\$ 300,00	R\$ 300,00
03	Purificador de Água	01	R\$ 500,00	R\$ 500,00
04	Caixinha de Som	01	R\$ 200,00	R\$ 200,00
05	Celular	01	R\$ 700,00	R\$ 700,00
06	Termocera	01	R\$ 200,00	R\$ 200,00
07	Poltrona para Sobrancelha	01	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00
08	Iluminador de Led	02	R\$ 50,00	R\$ 100,00
TOTAL				R\$ 5.000,00

Fonte: Elaboração Própria (2025)

6.2 Capital de Giro

O capital de giro da RS Sobrancelhas corresponde aos recursos financeiros necessários para manter a operação em funcionamento de forma contínua. Esse capital é essencial para cobrir custos e despesas ao longo do tempo, garantindo a execução dos serviços e o andamento do empreendimento.

6.2.1 Estoque Inicial

No Quadro 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 5 – Estoque Inicial

Item	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Valor Total
01	Pinça Descartável	2000	R\$ 00,50	R\$ 1.000,00
02	Pacote de Cera	02	R\$ 50,00	R\$ 100,00
03	Henna	20	R\$ 40,00	R\$ 800,00
04	Tubo de Linha	01	R\$ 10,00	R\$ 10,00
05	Rolo de Algodão	02	R\$ 20,00	R\$ 40,00
06	Álcool 70%	02	R\$ 10,00	R\$ 20,00
07	Loção Adstringente	02	R\$ 20,00	R\$ 40,00
08	Lápis Dermatográfico	01	R\$ 15,00	R\$ 15,00
09	Protetor Solar	01	R\$ 35,00	R\$ 35,00
10	Escova para Sobrancelhas	2000	R\$ 00,20	R\$ 400,00
11	Tesoura Pequena	02	R\$ 30,00	R\$ 60,00
12	Palito para Cera	500	R\$ 00,10	R\$ 50,00
13	Iluminador de Led	02	R\$ 50,00	R\$ 100,00
TOTAL				R\$ 2.670,00

Fonte: Elaboração Própria (2025)

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 6 - Prazo Médio de Recebimento de Vendas

Prazo	(%)	Nº de dias	Média em dias
À vista (dinheiro e pix))	100	0	0
À prazo (crédito)	100	0	0
Prazo Médio Total			0 dias

Fonte: Elaboração Própria (2025)

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

Quadro 7 - Prazo Médio de Compras

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

Fonte: Elaboração Própria (2025)

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

Quadro 8 - Necessidade Média de Estoques

	Número de dias
Necessidade média de estoques	30

Fonte: Elaboração Própria (2025)

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

Quadro 9 – 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	0
2. Estoques - necessidade média de estoques	30
Subtotal 1 (item 1 + item 2)	30
Recursos de terceiros no caixa da empresa	Número de dias
3. Fornecedores - prazo médio de compras	0
Subtotal 2 (item 3)	0
Necessidade líquida de capital de giro (Subtotal 1 – Subtotal 2)	30

Fonte: Elaboração Própria (2025)

A estimativa são de 260 atendimentos mensais. Como o empreendimento atenderá 06 dias por semana, teremos entre 25 e 26 dias de atendimento no mês, uma média de 10 serviços realizados por dia. A estimativa seria de uns 7 serviços de Design Simples por dia (R\$ 140,00) e uns 3 serviços de Design com Henna (R\$ 120,00).

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 10 - Caixa Mínimo

Custo Fixo Mensal	R\$ 3.058,15
Custo Variável Mensal	R\$ 710,00
Custo Total da Empresa	R\$ 3.768,15
Custo Total diário	R\$ 191,90
Necessidade Líquida de Capital de Giro (dias)	30
Caixa Mínimo	R\$ 5.757,00

Fonte: Elaboração Própria (2025)

Para a determinação do capital de giro somou-se o valor do estoque inicial com o do caixa mínimo, como pode ser visto abaixo.

Quadro 11 - Capital de Giro (Resumo)

Descrição	Valor
A – Estoque Inicial	R\$ 2.670,00
B – Caixa Mínimo	R\$ 5.757,00
TOTAL DO CAPITAL DE GIRO (A+B)	R\$ 8.427,00

Fonte: Elaboração Própria (2025)

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 e outros.

Quadro 12 - Investimentos Pré-operacionais

Descrição	Valor
Despesas com Bombeiros e Vigilância Sanitária	R\$ 400,00
Adequação do Espaço e Mobília	R\$ 7.000,00
Divulgação	R\$ 300,00
Identidade Visual	R\$ 300,00
Total	R\$ 8.000,00

Fonte: Elaboração Própria (2025)

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.

Quadro 13 – Investimento Total

Descrição	Valor	%
Estimativa dos investimentos Fixos	R\$ 5.000,00	23,34
Estimativa do capital de giro	R\$ 8.427,00	39,33
Estimativa dos investimentos pré-operacionais	R\$ 8.000,00	37,33
Total	R\$ 21.427,00	100

Fonte: Elaboração Própria (2025)

Quadro 14 – Fonte de recursos

Descrição	Valor	%
Recursos próprios	R\$ 21.427,00	100
Total	R\$ 21.427,00	100

Fonte: Elaboração Própria (2025)

6.5 Estimativa do 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 15: Estimativa de Faturamento Mensal

Descrição	Preço	Quantidade Estimada	Faturamento/Mês	Faturamento/Ano
Design Simples	R\$ 20,00	200	R\$ 4.000,00	R\$ 48.000,00
Design com Henna	R\$ 40,00	60	R\$ 2.400,00	R\$ 28.800,00
Total			R\$ 6.400,00	R\$ 76.800,00

Fonte: Elaboração Própria (2025)

6.6 Custo Unitário de Serviço

Quadro 16: Custo Unitário de Serviço

Descrição	Custo Unitário	Total
Design Simples	R\$ 2,50	R\$ 2,50
Design com Henna	R\$ 3,50	R\$ 3,50
Total	R\$ 6,00	R\$ 6,00

Fonte: Elaboração Própria (2025)

6.7 Custo de Comercialização

Quadro 17: Custo de Comercialização

Descrição	%	Faturamento Estimado	Custo Total
Simples	0	R\$ 6.400,00	R\$ -
Taxa de Cartão	0	R\$ 6.400,00	R\$ -

Fonte: Elaboração Própria (2025)

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 Custos com Mão de Obra

Atualmente na empresa, possui pró-labore, apenas a dona executa todos os serviços, e gerencia os demais processos do empreendimento.

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 18 - Custo com Depreciação

Descrição	Preço	Vida Útil (anos)	Depreciação Mensal R\$
Ar-condicionado	R\$ 2.000,00	4	R\$ 41,67
Cafeteira	R\$ 300,00	3	R\$ 8,34
Purificador de Água	R\$ 500,00	3	R\$ 13,89
Caixinha de Som	R\$ 200,00	3	R\$ 5,56
Celular	R\$ 700,00	3	R\$ 19,45
Termocera	R\$ 200,00	3	R\$ 5,56
Poltrona para Sobancelha	R\$ 1.000,00	3	R\$ 27,78
Iluminador de Led	R\$ 50,00	2	R\$ 2,09
TOTAL			R\$ 124,34

Fonte: Elaboração Própria (2025)

6.10 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 19 - Despesas Operacionais

Item	Descrição	Valor
01	Energia Elétrica	R\$ 200,00
02	Pró-labore	R\$ 2.400,00
03	Depreciação	R\$ 124,34
04	DAS – Serviço	R\$ 80,90
05	IPTU	R\$ 2,91
06	Manutenção de Equipamentos	R\$ 50,00
07	Serviços Contábeis	R\$ 100,00
08	Material de Limpeza	R\$ 30,00
09	Material de Escritório	R\$ 20,00
10	Internet	R\$ 50,00
TOTAL		R\$ 3.058,15

Fonte: Elaboração Própria (2025)

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 20 - DRE

Descrição	Valores mensais em R\$	Valor Anual em R\$
RECEITA TOTAL (=)	R\$ 6.400,00	R\$ 76.800,00
CUSTOS VARIÁVEIS TOTAIS (-)	R\$ 710,00	R\$ 8.520,00
2.1 Custo do serviço (-)	R\$ 710,00	R\$ 8.520,00
2.2 Custo com comercialização (-)	R\$ 0,00	R\$ 0,00
RESULTADO OPERACIONAL (=)	R\$ 2.631,85	R\$ 31.582,20
CUSTOS FIXOS TOTAIS (-)	R\$ 3.058,15	R\$ 36.697,80
LUCRO LÍQUIDO (=)	R\$ 2.631,85	R\$ 31.582,20

Fonte: Elaboração Própria (2025)

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:

$$\text{IMC} = \frac{\text{Receita Total} - \text{Custo Variável}}{\text{Receita Total}} = \frac{76.800,00 - 8.520,00}{76.800,00} = 0,89$$

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

$$\text{PE} = \frac{\text{Custo Fixo}}{\text{IMC}} = \frac{36.697,80}{0,89} = 41.233,48$$

Desta forma, a empresa deverá faturar anualmente um valor mínimo de R\$ 41.233,48, para tornar o investimento viável e não ter prejuízo.

7.2 Lucratividade

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

$$\text{Lucratividade: } \frac{\text{Lucro Líquido} * 100}{\text{Receita Total}} = \frac{31.582,20 * 100}{76.800,00}$$

A lucratividade anual do empreendimento é de 41,12% a.a.

7.3 Rentabilidade

O indicador de rentabilidade mostra o 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:

$$\text{Rentabilidade: } \frac{\text{Lucro Líquido} * 100}{\text{Investimento Total}} = \frac{31.582,20 * 100}{21.427,00}$$

= 147,44% a.a

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 fórmula abaixo.

$$\text{PRI} = \frac{\text{Investimento Total}}{\text{Lucro Líquido}} = \frac{21.427,00}{31.582,20}$$

= 0,68 ano.

Ou seja, de acordo com o resultado obtido, para conseguir o retorno do investimento após a inauguração do empreendimento, serão necessários aproximadamente 8 meses.

7.5 CONSTRUÇÃO DOS CENÁRIOS

7.5.1 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 20.

Quadro 21: Projeção do Faturamento no Cenário Otimista (+10%)

DESCRIÇÃO	PREÇO (+10%)	QUANTIDADE ESTIMADA	FATURAMENTO MÊS	FATURAMENTO ANO
Design Simples	R\$ 22,00	200	R\$ 4.400,00	R\$ 52.800,00
Design com Henna	R\$ 44,00	60	R\$ 2.640,00	R\$ 31.680,00
TOTAL				R\$ 84.480,00

Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

Quadro 22: Projeção dos Custos Unitários no Cenário Otimista

DESCRIÇÃO	CUSTO (+10%)	TOTAL
Design Simples	R\$ 2,75	R\$ 33,00
Design com Henna	R\$ 3,85	R\$ 46,20
TOTAL	R\$ 6,60	R\$ 79,20

Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

Quadro 23: Projeção da DRE para o Cenário Otimista

Descrição	Valores mensais em R\$	Valor Anual em R\$
RECEITA TOTAL (=)	R\$ 7.040,00	R\$ 84.480,00
CUSTOS VARIÁVEIS TOTAIS (-)	R\$ 781,00	R\$ 9.327,00
2.1 Custo do serviço (-)	R\$ 781,00	R\$ 9.327,00
2.2 Custo com comercialização (-)	R\$ 0,00	R\$ 0,00
RESULTADO OPERACIONAL (=)	R\$ 2.895,03	R\$ 34.740,36
CUSTOS FIXOS TOTAIS (-)	R\$ 3.058,15	R\$ 36.697,80
LUCRO LÍQUIDO (=)	R\$ 2.895,03	R\$ 34.740,36

Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

7.5.2 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 23.

Quadro 24: Projeção do Faturamento no Cenário Pessimista (-10%)

DESCRIÇÃO	PREÇO (-10%)	QUANTIDADE ESTIMADA	FATURAMENTO MÊS	FATURAMENTO ANO
Design Simples	R\$ 18,00	200	R\$ 3.600,00	R\$ 43.200,00
Design com Henna	R\$ 36,00	60	R\$ 2.160,00	R\$ 25.920,00
TOTAL				R\$ 69.120,00

Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

Quadro 25: Projeção dos Custos Unitários no Cenário Pessimista

DESCRIÇÃO	CUSTO (-10%)	TOTAL
Design Simples	R\$ 2,25	R\$ 33,00
Design com Henna	R\$ 3,15	R\$ 46,20
TOTAL	R\$ 5,40	R\$ 64,80

Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

Quadro 26: Projeção da DRE para o Cenário Pessimista

Descrição	Valores mensais em R\$	Valor Anual em R\$
RECEITA TOTAL (=)	R\$ 5.760,00	R\$ 69.120,00
CUSTOS VARIÁVEIS TOTAIS (-)	R\$ 639,00	R\$ 7.668,00
2.1 Custo do serviço (-)	R\$ 639,00	R\$ 7.668,00
2.2 Custo com comercialização (-)	R\$ 0,00	R\$ 0,00
RESULTADO OPERACIONAL (=)	R\$ 2.368,66	R\$ 28.423,92
CUSTOS FIXOS TOTAIS (-)	R\$ 3.058,15	R\$ 36.697,80
LUCRO LÍQUIDO (=)	R\$ 2.368,66	R\$ 28.423,92

Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

Quadro 27: 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 (=)	R\$ 6.400,00	R\$ 76.800,00	R\$ 7.040,00	R\$ 84.480,00	R\$ 5.760,00	R\$ 69.120,00
CUSTOS VARIÁVEIS TOTAIS (-)	R\$ 710,00	R\$ 8.520,00	R\$ 781,00	R\$ 9.327,00	R\$ 639,00	R\$ 7.668,00
2.1 Custo do serviço (-)	R\$ 710,00	R\$ 8.520,00	R\$ 781,00	R\$ 9.327,00	R\$ 639,00	R\$ 7.668,00
2.2 Custo com comercialização (-)	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 0,00
RESULTADO OPERACIONAL (=)	R\$ 2.631,85	R\$ 31.582,20	R\$ 2.895,03	R\$ 34.740,36	R\$ 2.368,66	R\$ 28.423,92
CUSTOS FIXOS TOTAIS (-)	R\$ 3.058,15	R\$ 36.697,80	R\$ 3.058,15	R\$ 36.697,80	R\$ 3.058,15	R\$ 36.697,80
LUCRO LÍQUIDO (=)	R\$ 2.631,85	R\$ 31.582,20	R\$ 2.895,03	R\$ 34.740,36	R\$ 2.368,66	R\$ 28.423,92

Fonte: Elaborado pelo autor (2025).

8 DECISÃO GERENCIAL

O mercado de estética e beleza tem apresentado um crescimento contínuo nos últimos anos. Principalmente a estética facial. Esse fator influenciou na idéia inicial do empreendimento. E tendo as avaliações e as projeções dos cenários, que mesmo no cenário pessimista apresenta lucro, conclui-se que a implementação do negócio é viável.

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 muito grande, o que reforça a decisão da abertura do empreendimento.

Logo, espera-se que após a sua inauguração, a empresa possa permanecer e se tornar referência no segmento, dentro do município de Itapororoca-PB. Para isso, pretende-se investir ainda mais em novos cursos e capacitações de acordo com a demanda e o avanço do empreendimento.

Dessa maneira, o planejamento foi feito para que o espaço seja inaugurado no dia 02 de dezembro deste ano, visto que as obras estruturais já estão em andamento, os demais processos estão definidos e dezembro é um mês de alta demanda para o segmento.

REFERÊNCIAS

FLETCHER, Kate. Sustainable Fashion and Textiles: Design Journeys. Londres: Routledge, 2008.

WESTWOOD, Jhons. O plano de marketing. 3. ed. Rio de Janeiro: M.Books, 2007.

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

MCDONALD, M. Planos de marketing: planejamento e gestão estratégica: como criar e implantar. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

CHIAVENATO, Idalberto. Fundamentos da Teoria Geral da Administração. 10. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2014.

DORNELAS, José Carlos. Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. 5. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2019.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. Administração de marketing. 15. ed. São Paulo: Pearson, 2012.

GITMAN, Lawrence J.; ZUTTER, Chad J. Princípios de administração financeira. 14. ed. São Paulo: Pearson, 2020.

ABIHPEC (Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos); SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas). O mercado brasileiro de beleza e estética: movimentação estimada em US\$ 26,9 bilhões em 2022 e projeção de crescimento médio anual de 7,2 %, alcançando cerca de US\$ 40 bilhões em 2027. Sindilojas-SP (Portal Cosmetic Innovation), 18 out. 2024.

APÊNDICE

Bem-vindo(a) à nossa Pesquisa de Mercado da RS Sobrancelhas!
Pesquisa de mercado para um plano de negócio no segmento de estética e beleza.

RS Sobrancelhas - Será o Novo Empreendimento em Itapororoca-PB, que prestará o serviço de Design de Sobrancelhas.

Tempo de Preenchimento: a pesquisa levará cerca de 3 a 5 minutos para ser concluída.

Agradecemos sua colaboração!

1. Qual a sua faixa etária?

- ☐ Menos de 18 anos
- ☐ 18 a 25 anos
- ☐ 26 a 35 anos
- ☐ 36 a 45 anos
- ☐ Acima de 45 anos

2. Qual o seu gênero?

- ☐ Feminino
- ☐ Masculino
- ☐ Prefiro não dizer

3. Você costuma fazer design de sobrancelhas?

- ☐ Sim, uma vez ao mês
- ☐ Sim, duas vezes ao mês
- ☐ Sim, a cada dois meses
- ☐ Raramente
- ☐ Não faço

4. Onde você costuma cuidar das suas sobrancelhas?

- ☐ Espaço especializado em sobrancelhas
- ☐ Salão de Beleza
- ☐ Em casa
- ☐ Outro

5. Quais serviços relacionados às sobrancelhas você costuma fazer?

- ☐ Design com pinça/cera/linha
- ☐ Henna ou Tintura
- ☐ Micropigmentação

6. Qual o fator mais importante na hora de escolher onde fazer às sobrancelhas?

- ☐ Qualidade do serviço
- ☐ Preço acessível
- ☐ Localização
- ☐ Atendimento personalizado
- ☐ Higiene e Segurança

7. Quanto você estaria disposto(a) a pagar em média por um design de sobrancelhas?

- ☐ Até R\$ 25
- ☐ R\$ 26 a 40
- ☐ R\$ 41 a 60
- ☐ Acima de 60

8. Você prefere pagar por:

- ☐ Sessão avulsa
- ☐ Pacotes mensais/trimestrais?

9. O que facilitaria para você escolher um espaço de sobrancelhas na sua cidade?

- ☐ Preço
- ☐ Estar bem localizado
- ☐ Outros

10. Onde você costuma acompanhar novidades sobre beleza e estética?

- ☐ Instagram
- ☐ WhatsApp
- ☐ Facebook
- ☐ Indicação de amigos