

EMPREENDER UNIESP

Estética e Cosmética

VOLUME 1

Organizadoras:
Ana Paula Ribeiro de H. Leite
Caroline Alves Cahino
Rafaela Barbosa Dantas Iff

ISBN: 978-65-5825-098-2

EMPREENDEDOR UNIESP: ESTÉTICA E COSMÉTICA
VOLUME I

**Ana Paula Ribeiro de Hollanda Leite
Caroline Alves Cahino
Rafaela Barbosa Dantas Iff
(Organizadoras)**

Centro Universitário – UNIESP

Cabedelo - PB
2022



CENTRO UNIVERSITÁRIO UNESP

Reitora

Érika Marques de Almeida Lima

Pró-Reitora Acadêmica

Iany Cavalcanti da Silva Barros

Editor-chefe

Cícero de Sousa Lacerda

Editores assistentes

Márcia de Albuquerque Alves
Josemary Marcionila F. R. de C. Rocha

Editora-técnica

Elaine Cristina de Brito Moreira

Corpo Editorial

Ana Margareth Sarmiento – Estética
Anneliese Heyden Cabral de Lira – Arquitetura
Daniel Vitor da Silveira da Costa – Publicidade e Propaganda
Érika Lira de Oliveira – Odontologia
Ivanildo Félix da Silva Júnior – Pedagogia
Jancelice dos Santos Santana – Enfermagem
José Carlos Ferreira da Luz – Direito
Juliana da Nóbrega Carreiro – Farmácia
Larissa Nascimento dos Santos – Design de Interiores
Luciano de Santana Medeiros – Administração
Marcelo Fernandes de Sousa – Computação
Paulo Roberto Nóbrega Cavalcante – Ciências Contábeis
Maria da Penha de Lima Coutinho – Psicologia
Paula Fernanda Barbosa de Araújo – Medicina Veterinária
Rita de Cássia Alves Leal Cruz – Engenharia
Rodrigo Wanderley de Sousa Cruz – Educação Física
Sandra Suely de Lima Costa Martins
Zianne Farias Barros Barbosa – Nutrição

Copyright©2022 – Editora UNIESP

É proibida a reprodução total ou parcial, de qualquer forma ou por qualquer meio. A violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610/1998) é crime estabelecido no artigo 184 do Código Penal.

O conteúdo desta publicação é de inteira responsabilidade do(os) autor(es).

Designer Gráfico:

Mariana Moraes de Oliveira Araújo

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Biblioteca Padre Joaquim Colaço Dourado (UNIESP)**

E55 Empreender UNIESP: estética e cosmética [recurso eletrônico] /
Organizadores, Ana Paula Ribeiro de Hollanda Leite,
Caroline Alves Cahino, Rafaela Barbosa Dantas Iff. -
Cabedelo, PB : Editora UNIESP, 2022.
145 p.

Tipo de Suporte: E-book
ISBN: 978-65-5825-098-2

1. Estética. 2. Cosmética. 3. Estética - Cosmetologia. 4.
Estética - Empreendedorismo. 5. Empreendedorismo – Ensino
superior. I. Título. II. Leite, Ana Paula Ribeiro de Hollanda. III.
Cahino, Caroline Alves. IV. Iff, Rafaela Barbosa Dantas.

CDU: 687.5.01-658

Bibliotecária: Elaine Cristina de Brito Moreira – CRB-15/053

Editora UNIESP

Rodovia BR 230, Km 14, s/n,
Bloco Central – 2 andar – COOPERE
Morada Nova – Cabedelo – Paraíba
CEP: 58109-303

SUMÁRIO

STUDIO HANA FALCÃO - CARVALHO, Hana-ogi falcão silva de; LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda	06
RUTH SILVA ESTÉTICA FACIAL E CORPORAL - SANTANA, Ruth da Silva; LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda	11
BIANCA SOARES ESTÉTICA E BELEZA - SOARES, Bianca da Silva; LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda	18
ESTÉTICA E BEM-ESTAR ACSA VITÓRIA - Acsa Vitoria Mendes Camilo; LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda	26
RAYLA MOURA ESTETICA PERSONALIZADA - NASCIMENTO, Rayla Pâmela Moura do; LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda	31
CENTRO ESTÉTICO - LIMA, Emilly Maria Millena da Silva de; LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda	36
IRLA CASIMIRO CENTRO DE ESTÉTICA AVANÇADA - CASSIMIRO, Irla de Andrade; LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda	41
A PN ESTÉTICA AVANÇADA - LIMA, Paula Elayne do Nascimento; LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda	46
STUDIO AMANDA MIRANDA - MIRANDA, Amanda Lopes Nunes; LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda	50
STUDIO BELLA - COSTA, Jámisa Kelly Silva da; LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda	55
WANDRA OLIVEIRA ESTÉTICA E BEM-ESTAR - EVANGELISTA, Wandra Jaine de Oliveira; LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda	61
STUDIO DE BELEZA E ESTÉTICA – ASSUCENA ROCHA - VIEIRA Assucena da Rocha Fernandes; LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda	62
IVANA STÚDIO DE BELEZA - MACÊDO, Ivana Rovena de Assis Estevam; LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda	70
YARA FREITAS ESTÉTICA AVANÇADA - XAVIER, Yara Leticia de Freitas; LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda	80
ESPAÇO MYLLANI OLIVEIRA - OLIVEIRA, Myllani Marcos de; LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda	86
ESPAÇO ATOMIC ESTÉTICA - ARAÚJO, Estefani Silva de; LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda	89
STUDIO NAYARA DIAS - DIAS, Nayara Rayanne da Silva; LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda	94
MÔNICA CHAVES ESPAÇO DA BELEZA - MARANHÃO, Mônica Lacerda Chaves; LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda	97

- CLÍNICA ESTÉTICA MAYA FERNANDES** - SILVA, Maya Hyllary Alves da; LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda **102**
- KALLYNA SOUZA ESTÉTICA E SAÚDE** - Kallyna Kelly Carneiro da Silva Souza; LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda **109**
- CLÍNICA ESTÉTICA RENOVE-SE** - VALÉRIO, Patrícia Bezerra do Vale; LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda **115**
- ESPAÇO LILIANE SILVA** - SILVA, Liliane da Costa; *LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda* **123**
- STUDIO MAYARA BEAUTY** - SOUZA, Rayane Mayara da Silva; LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda **127**
- STUDIO KETLYNN BRAZ** - FIGUEIREDO, Ketlynn Braz de; LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda **130**
- SALÃO BELEZA PURA** - GOUVEIA, Bianca Cristina dos Santos; LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda **135**
- VITÓRIA DANIELE ESTÉTICA PERSONALIZADA** - NICOLAU, Vitória Daniele de Souza; LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda **139**

STUDIO HANA FALCÃO

CARVALHO, Hana-ogi Falcão Silva de
LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda

SUMÁRIO EXECUTIVO

O Studio Hana Falcão é uma empresa que surgiu com a ideia de promover a suas clientes uma autoestima com a ideia de humanizar e diferenciar seu atendimento.

Atuará no ramo de beleza oferecendo ao cliente serviços de: manicure, pedicure e design de sobrancelhas.

A empresa está localizada no endereço Rua Dr. Nunes Filho 127 – Brisamar, na cidade de João Pessoa –PB.

O local foi escolhido devido ao crescimento do bairro, onde a cada dia vem aumentando o número de moradores e a aberturas de varias empresas de diferentes seguimentos.

A empresa é constituída por Hana-ogi Falcão Silva de carvalho, portadora do CPF: 874.263.744-91, tendo como cargo/função de: Proprietária, administradora e Nail Designer.

Iniciaremos com o capital de R\$: 27.000,00. Capital este que será necessário para o início das atividades, mas com foco de um investimento visa que nossa empresa deve estar constantemente em mudança e investindo em marketing, inovação e comodidade para o cliente.

Optei em criar algo que atendesse a necessidade de uma cliente por completo e temos um público alvo feminino, sendo considerados nosso concorrente: Salão de beleza, por oferecer serviços parecidos.

O diferencial será realizar um atendimento individual onde vai está oferecendo a necessidade de cada cliente, com ambiente acolhedor e humanizado, tendo como nosso potencial para oferecer ao mercado um trabalho com produtos de última geração com a mais nova tecnologia.

Buscarei nos fornecedores os valores: Justos, para que possamos manter a qualidade e atendimento diferenciado, condizente com os valores da empresa.

Como vimos em Oliveira, o Planejamento estratégico corresponde ao estabelecimento de um conjunto de providências a serem tomadas pelo executivo

para a situação em que o futuro tende a ser diferente do passado; entretanto a empresa tem condições e meios de agir sobre variáveis e fatores, de modo que possa exercer alguma influência. O planejamento é, ainda, um processo contínuo, um exercício mental que é executado pela empresa independentemente da vontade específica de seus executivos. (OLIVEIRA, 2004).

MISSÃO – VISÃO - VALORES

- **Missão:** Oferecer um tratamento diferenciado com resultados de qualidade, elevando a autoestima de nossas clientes, melhorando sua qualidade de vida e bem-estar.
- **Visão:** Tornar-se referência no ramo de Nail Design e de Design de sobrancelas no estado, por oferecer qualidade no atendimento e no serviço.
- **Valores:** Usar sempre os produtos de qualidade, com certificação dos órgãos sanitários, comprometimento, qualidade do serviço, sempre com atendimento exclusivo e diferenciado.

ORGANOGRAMA E CRONOGRAMA

ATIVIDADES /MÊS	Out.	Nov.	Dez.	Jan.	Fev.
Criação do modelo de negócios	X				
Criação do plano de negócios	X				
Registro da marca		X			
Criação do planejamento estratégico	X				
Criação do plano de marketing			X		
Registro da empresa	X				
Contratação de funcionários				X	
Reforma / ambientação				X	
Inauguração					X

ANÁLISE DE MERCADO – FORNECEDORES – CONCORRÊNCIA

Mercado da beleza.

- Tem grande potencial no mercado por ser uma área que está em constante crescimento e desenvolvimento;
- Público feminino com ampliação para o público masculino, temos também um espaço reservado para criança e adolescentes, onde disponibilizamos serviços específicos para essa idade;
- Principais fornecedores: Nova Missiana, Cosmobeauty, empresas com tudo de melhor que o mercado oferece, trabalhamos também com distribuidoras nacionais com grande cobertura na internet, estamos sempre aberto a novas marcas onde possamos oferecer ao cliente a qualidade com o preço melhor (Mercado Livre) entre outros;
- Concorrentes: Salões de beleza e Studios com o seguimento de unhas em gel, manicure, pedicure e design de sobrancelhas dos bairros vizinhos (Manaira, Bairro dos Estados, Miramar, Brisamar ...)

PLANO DE MARKETING



O logotipo e logomarca¹ escolhida visam elegância, delicadeza, harmonia e leveza. Transparecendo um atendimento exclusivo em um ambiente leve, sofisticado. Obtendo o formato de um brasão que tem como objetivo transparecer qualidade e exclusividade.

¹ Logotipo diz respeito a parte escrita e a logomarca ao desenho.

PLANO DE MARKETING

Divulgação	Custo de Investimento	Período	Local	Estratégia (Pra quê)	Resultado Esperado
Redes Sociais	Instagram	Poster a cada 8h	Redes Sociais	Maior Visibilidade	Maior Alcance
Panfletos	Sinal de trânsito	Manhã	Bairros vizinhos	Abordagem	Anunciar promoções
Carro de Som	Bairros vizinhos	Tarde	Bairros vizinhos	Estratégia Sonora	Lembranças
Brindes	Instagram	Manhã/Tarde/Noite	Redes Sociais	Aguçar a Curiosidade	Captação de clientes

PLANO FINANCEIRO

Sócios	Capital (R\$)	Participação (%)
Nome:	Em Reais	Em Percentual
Hana-ogi Falcão Silva de Carvalho	R\$ 27.000,00	100%
Total:	R\$ 27.000,00	100%

PLANO FINANCEIRO

INVESTIMENTO FINANCEIRO INICIAL PRODUTO/MATERIAL/SERVIÇO	Valor \$%	
Descrição:		
Produtos de trabalho	R\$	1.200,00
Tinta para pintar o espaço	R\$	150,00
Ar condicionado (usado)	R\$	800,00
Divisória	R\$	500,00
Decoração	R\$	350,00
Mão de obra para a instalação e pintura	R\$	300,00
Logo, Banner, Panfletos	R\$	450,00
Investimento carro de som	R\$	100,00
Móveis	R\$	3.000,00
Outros (gastos de emergência)	R\$	500,00
Total:	R\$	7.350,00

INVESTIMENTO FIXO

INVESTIMENTO FIXO	VALOR
Luz	R\$ 250,00
Aluguel	R\$ 1.200,00
Materiais	R\$ 500,00
Total:	R\$ 1.950,00

PREVISÃO FINANCEIRA

PREVISÃO FINANCEIRA	VALOR
Capital Inicial	R\$27.000,00
Investimento Financeiro Inicial	R\$ 7.350,00
Investimento Fixo	R\$ 1.950,00
Capital de Giro:	R\$ 17.700,00

SÍNTESE

Nosso Plano de Negócio foi planejado com a finalidade de agregar o meu lado empreendedor, com todo cuidado para que a empresa tenha sucesso no seu caminho, diminuindo os riscos no seu dia a dia. Tive a preocupação de analisar áreas que possam causar impacto financeiro, como: valores, qualidade no serviço, investimentos em qualificação nos produtos e propaganda. É importante manter sempre bons fornecedores, sempre pesquisar no mercado no mínimo 3 fornecedores diferentes, para que os resultados de preço e qualidade sejam mantidos assim não perdemos a confiança de nossos clientes. O resultado desta pesquisa aponta que qualidade, pontualidade e honestidade faz com que seu empreendimento seja um sucesso.

RUTH SILVA ESTÉTICA FACIAL E CORPORAL

SANTANA, Ruth da Silva
LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda

SUMÁRIO EXECUTIVO

A Ruth Silva estética facial e corporal é uma empresa que surgiu com a ideia de trazer o melhor da estética para seus clientes através de técnicas inovadoras e eficazes.

Atuará no ramo de beleza oferecendo ao cliente os seguintes serviços: estética facial e corporal.

A empresa está localizada no endereço rua João Maria de Araújo,971-Parque do Sol, na cidade de João Pessoa-PB.

O local foi escolhido devido está em constante crescimento comercial.

A empresa é constituída pelo dono e proprietário(a) Ruth da Silva Santana, portador(a) do CPF: 103.297.784-12, tendo como cargo/função: administrar e exercer todos os serviços prestados no espaço.

O capital inicial será de R\$ 25.000,00. Capital este que será necessário para o início das atividades, mas com foco de um investimento visa que nossa empresa deve estar em constante em mudança e investimento em marketing, inovação e comodidade para o cliente.

Preferi criar algo que atendesse a necessidade de homens e mulheres que buscam qualidade de vida e bem-estar.

São considerados nossos concorrentes salão de beleza por implantar os mesmos serviços estéticos em seus espaços e os demais centros estéticos.

O diferencial será horários flexíveis para melhor atender a todos, espaço amplo e resultados significantes em primeira seção e tendo como nosso potencial para oferecer ao mercado serviços com tecnologia inovadora.

Buscarei nos fornecedores, considerando os valores: de qualidade, responsabilidade, compromisso e excelência condizente com meu valor.

Como vimos em Quadors, é fundamental que o empreendedor, antes de qualquer coisa, identifique-se com o seu modelo de negócio, pois assim seu grau de comprometimento será substancialmente maior, fazendo com que ele reflita de

maneira mais consciente a respeito destes riscos. O empreendedor precisará saber para onde quer ir e o que se deseja fazer realmente. (QUADROS, 2004).

MISSÃO

Cuidar dos nossos clientes com exclusividade, renovando vida e beleza, e priorizando a saúde e bem-estar de todos.

VISÃO

Ser reconhecida no mercado regional, assim expandindo para todo país como diferencial de serviços e atendimento oferecidos.

VALORES

Responsabilidade, produtos inovadores, diferencial no atendimento e flexibilidade ao público.

CRONOGRAMA DE ATIVIDADES

ATIVIDADES/MÊS	SET	OUT	NOV	DEZ	JAN	FEV
Criação de modelos de negócios	x					
Criação do plano de negócios	x					
Registro de marca		x				
Criação do planejamento estratégico			x			
Criação do plano de marketing			x			
Registro da empresa				x		
Reforma/ambientação				x		
Inauguração					x	

FORNECEDORES

ITEM	COSMOBEAUTY	ADCOS	EXTRATOS DA TERRA
Localização (endereço)	João Pessoa-PB	Recife-PE	Recife-PE
forma de tiragem do pedido (telefone, email, aplicativo...)	presencial	Via <i>whatsapp</i>	Via <i>whatsapp</i>
capacidade de entrega (tempo de entrega)	15 dias úteis	30 dias	15 dias
condições de pagamentos	A vista ou cartão de crédito	A vista, Pix ou cartão de credito	A vista, boleto, cartão de credito e pix
Relacionamento (setor de comunicação)	através do app <i>whatsapp</i>	através do <i>whatsapp</i>	telefone ou <i>whatsapp</i>

CONCORRÊNCIA

ITEM	GARDENIA ESTÉTICA	JAQUELINE NASCIMENTO ESTÉTICA	MARLISY ARAUJO
Qualidade dos produtos	Equivalente ao meu	menor que o meu	maior que o meu
Preço justo ou arbitrário (maior ou menor)	maior	menor	maior
condições de pagamento	a vista, no cartão de credito até 10x, pix.	a vista, cartão de credito, pix, (carnê quando fechado o pacote de seções de no mínimo um ano)	cheque para 30 dias, cartões de credito, a vista, pix, transferências
localização	VALENTINA-JP	PARATIBE-JP	Gramame-JP
Atendimento	Bom	bom	muito bom
serviços oferecidos que são diferencial.	pacotes com 70% de descontos mensalmente	atendimentos a partir das 07:00am, atendimento a domicilio	oferece produto de alto custo do mercado ainda com valor acessível.

LOGOTIPO DA MINHA EMPRESA



Nosso logotipo de forma sutil traz a flor do lírio pois lembra a delicadeza, o amor puro e “flor” retrata muito bem o prosperar. As combinações de cores vêm com suavidade no fundo, pois retrata a estética com clareza e leveza. Nas letras o desenho curvado espelha sofisticação. Assim, descreve o nosso espaço de atendimento em um logo.

DIVULGAÇÃO

DIVULGAÇÃO	CUSTO DE INVESTIMENTO	PERÍODO (HORA/DATA/MÊS)	LOCAL, ENDEREÇO, BAIRRO	ESTRATEGIA (PRA QUÊ?)	RESULTADO ESPERADO
INSTAGRAM	200,00	12:00 01/12	Valentina-JP	criar o engajamento (visualizações) da empresa nas redes sociais	aumentar no mínimo 30% da procura por nossos serviços através das redes sociais
PANFLETO	100,00	09:00am no segundo sábado do mês	Parque do Sol-JP	Para intensificar a propaganda e atrair pessoas, principalmente em um dia da semana que costuma ter mais fluxo de pessoas na rua	trazer pessoas para conhecer nosso espaço físico

LOCUÇÃO	30,00	10:00am 03/12	Parque do Sol	chamar atenção do público	manter a empresa sempre vista e conhecida consequentemente atrair mais clientes
CARRO DE SOM	80,00	11:00 20/12	em bairros vizinhos	Sermos conhecidos nos bairros vizinhos	Mais clientes
SORTEIOS NO INSTAGRAM	50,00	20:00PM 01/01	parque do Sol	após utilizar o brinde que será o tratamento estético, Fidelizar o cliente com o atendimento prestado, também aumentar o público nas redes sociais	de forma espontânea e dinâmica fidelizar clientes

CAPITAL SOCIAL

Ssocio	Capital(R\$)	Participação
RUTH SILVA	25.000,00	100%

INVESTIMENTO FINANCEIRO

INVESTIMENTO FINANCEIRO INICIAL (PRODUTO/ MATERIAL/SERVIÇO)	VALOR (R\$)
MÃO DE OBRA	200,00
TINTAS	120,00
LUMINÁRIA	200,00
PORCELANATO	1.000,00
AR CONDICIONADO	1.200,00
BALCÃO (CANTINHO DO CAFÉ)	130,00
CAFETEIRA	100,00

MACA	500,00
ESCRITÓRIO (BALCÃO, AR CONDICIONADO)	1.500,00
PRATELEIRAS, NICHOS	400,00
MANTA TÉRMICA	270,00
PRODUTOS DERMOCOSMÉTICOS	1.500,00
APARELHOS	8.000,00
TAPETE, POLTRONAS	500,00
BEBEDOURO	350,00
TOTAL	15.970,00

INVESTIMENTO FIXO

INVESTIMENTO FIXO	VALOR (R\$)
ALUGUEL	700,00
ÁGUA	40,00
ENERGIA	400,00
INTERNET	70,00
TOTAL	1.210,00

PREVISÃO FINANCEIRA

PREVISÃO FINANCEIRA	VALOR(R\$)
CAPITAL INICIAL	25.000,00
INVESTIMENTO FINANCEIRO INICIAL	15.970,00
INVESTIMENTO FIXO	1.210,00
CAPITAL DE GIRO=	7.820,00

CONCLUSÃO DO PLANO DE NEGÓCIO

Sobre a expectativa vista no empreender, criamos um plano de negócio para ser sucesso no mercado. Sendo ciente de que o ramo na estética está em constante crescimento e que precisa de profissionais capacitados foi aí que me despertou a vontade de abrir o meu próprio negócio. Criamos estratégias para diminuir os riscos de fracasso, houve todo um planejamento de: visão do comércio, os concorrentes, setor financeiro, entre outros e constatamos que minha empresa tem recursos e um capital de giro de 6x maior que o investimento fixo. concluindo que, dentro do esperado, estamos no caminho certo pois atendemos todas as áreas de forma positiva, mais lembrando que, a constante mudança é diária para que haja um futuro de sucesso.

BIANCA SOARES ESTÉTICA E BELEZA

SOARES, Bianca da Silva
LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda

SUMÁRIO EXECUTIVO

A empresa “Bianca Soares Estética e Beleza” receberá homens e mulheres de todas as idades e classes sociais, assim possibilitando uma vasta variedade de serviços que engloba a estética e a área da beleza (design de sobrancelhas e maquiagem). Pensando em um local completo para as (os) clientes e pacientes que estão atrás de uma melhor qualidade de vida, bem-estar e embelezamento.

Os horários de funcionamento serão das 07:00 às 21:00 horas de segunda a sexta e aos sábados 07:00 as 17:00, em feriados e domingos somente com hora marcada com alguns dias de antecedências.

Estará localizado na Rua Pastor José Alves de Oliveira, S/N - Cabedelo/PB. O local foi devidamente pensado em uma melhor acessibilidade para o público, pois se trata de uma principal bastante movimentada, a qual tem o acesso facilmente.

A dona do estabelecimento será Bianca da Silva Soares, portadora do CPF: 12757712462 que terá as funções de esteticista, maquiadora e design de sobrancelhas.

O capital inicial será de R\$35.000,00 distribuídos para compra de materiais, reforma, aluguel, marketing e gastos previstos e não previstos.

Os concorrentes são clínicas e salões que são de Cabedelo, os quais oferecem os mesmos serviços.

O diferencial da empresa será conhecer a dor e a necessidade de cada pessoa, e tratar individualmente com os melhores procedimentos, elevar a autoestima, melhorar a qualidade de vida, ser presente da vida do paciente de uma maneira positiva para os seus tratamentos, se preocupando com sua alimentação, atividades físicas e problemas externos que podem interferir de forma negativa nos resultados.

Com todas estas particularidades do negócio colocadas formalmente no papel, fica muito mais fácil para o empreendedor avaliar se, efetivamente, seu

negócio é viável ou não. Assim como o empreendedor pode constatar que o seu negócio é viável e altamente rentável, ele pode também descobrir que o negócio é inviável. A inviabilidade pode ser decorrente de diversos fatores, como "obstáculos jurídicos ou legais intransponíveis, que os riscos são incontrolláveis ou que a rentabilidade é aleatória ou insuficiente para garantir a sobrevivência do novo negócio" (DOLABELA, 2008, p. 241).

ANÁLISE DO MERCADO

O mercado que irei atuar é o da estética e beleza, o qual tem um grande potencial, pois a cada dia vem crescendo por sua procura a larga escala. Assim, proporcionando inúmeras oportunidade na vida profissional, pessoal e financeira.

Tem como público homens e mulheres que estejam interessados a cuidar da sua saúde, autoestima e ressaltar ainda mais suas belezas.

Os concorrentes estão presentes em todas as áreas e nessa não é diferente, mas cada um estará impulsionando, a melhorar cada vez mais o espaço Bianca Soares - Estética e Beleza.

Os fornecedores serão: bioage, bella cosméticos, adcos, vitaderm, samana, tulípia, cosmobeauty, extratos da terra e ellementi.

PÚBLICO-ALVO

A faixa etária dos clientes é diversa, homens e mulheres, o atendimento é de todas classes sociais, etnia, sem nenhuma restrição. São pessoas que querem tratar alguma patologia, aliviar algum tipo de dor (com massagens), liberação muscular e embelezamento.

FORNECEDOR

Fornecedor 1

Item	Bioage	Tulípia	Bella Cosméticos	Vitaderm
Localização	Av. Julia Freire nº1200 - João Pessoa/ PB	Av. Presidente Epitácio nº1251 - João Pessoa/PB	Costinha/Lucena	Rua João de Deus nº 47 - Recife

Forma de triagem do pedido	Celular ou pessoalmente	Celular	Celular	Celular ou pessoalmente
Capacidade de entrega	Mesmo dia	1 dia	Mesmo dia	15 a 20 dias
Condições de pagamento	Dinheiro, cartão e pix	Dinheiro, cartão e pix	Dinheiro, boleto, transferência, pix, cartão e link de pagamento	Dinheiro, cartão e pix
Relacionamento (setor de comunicação/contato/responsável)	Atendente	Cibelle	Bianca	Atendente

Fornecedor 2

Item	Samana	Adcos	Cosmobeauty
Localização	Retão de Manaíra	Dr. João Santos Filho, nº255- Recife	Av. Gov. Flavio Ribeiro Coutinho, n° 400- João Pessoa/ PB
Forma de triagem do pedido	Celular	Celular	Celular
Capacidade de entrega	Mesmo dia	15 dias	1 dia
Condições de pagamento	Dinheiro, cartão e pix	Dinheiro, cartão e pix	Dinheiro, cartão e pix
Relacionamento (setor de comunicação/contato/responsável)	Amanda Torres	Atendente	Atendente

CONCORRENTE

Os concorrentes são os salões de beleza da mesma cidade que disponibilizam os meus serviços de maquiagem e design de sobrancelha e o espaço pimenta negra que disponibiliza estética e embelezamento. O meu diferencial será a profissional qualificada, em busca de protocolos personalizados para cada cliente e paciente, um atendimento humanizado, um local que aconchegante.

PLANO ESTRATÉGICO

MISSÃO

A missão da empresa será de mostrar resultados na estética e beleza eficaz e personalizada, com o valor justo.

VISÃO

A empresa “Bianca Soares Estética e Beleza” tem como objetivo promover em cinco anos um ambiente completo, reunindo tudo sobre a estética e a beleza, onde as pessoas possam comprar cosméticos e dermocosméticos, assim, tendo tudo em um único local. Virando também um ponto de referência para toda a cidade e as cidades vizinhas.

VALOR

A necessidade de acrescentar valor na vida das pessoas é essencial, com isso o meu comprometimento será em diversos pontos:

- Disciplina;
- Comprometimento;
- Responsabilidade;
- Ética;
- Respeito;
- Honestidade;
- Flexibilidade;
- Lealdade;
- Reconhecimento;
- Higiene;
- Transparência;

CRONOGRAMA

Tabela 04: Cronograma

ATIVIDADES /MÊS	OUT	NOV	DEZ	JAN	FEV	MAR
Criação do modelo de negócios						
Criação do plano de negócios	X					
Registro da marca		X				
Criação do planejamento estratégico	X					
Criação do plano de marketing			X			
Registro da empresa		X				
Contratação de funcionários						X
Reforma / ambientação					X	
Inauguração						X

Fonte: Pesquisa de campo, 2021.

PLANO DE MARKETING

Divulgação	Custo de investimento	Período (Hora/data/mês)	Local (Endereço/bairro)	Estratégia (Pra quê?)	Resultado esperado
Redes sociais	60,00	Postagens diárias	Internet	Maior visibilidade e reconhecimento	Maior alcance
Panfletos	100,00	Manhã - durante a semana da inauguração	Pelo o centro de Cabedelo	Pessoas que não tem rede sociais serem alcançadas	Alcance local
Carro de som	200,00	Tarde - um dia antes da inauguração	Por toda Cabedelo	Alcance maior em toda a cidade	Alcançar o público geral da cidade

A tecnologia hoje em dia cresce cada vez mais, e é uma grande aliada para empresários, empreendedores e empresas. Com estratégias adequadas o crescimento de uma empresa cresce de forma rápida e saudável. Com isso, o foco dessa empresa será grandes divulgações diariamente em redes sociais,

principalmente o *instagram* que hoje em dia é um catálogo digital mais utilizado, por pessoas atrás de qualquer tipo de serviço. Mas, ainda tem pessoas que não utilizam esses tipos de serviços, e desta forma, será utilizado outros meios de comunicação para agregar todos os tipos de pessoas

LOGOTIPO

O objetivo é agregar valor na vida de cada pessoa que passar pelas minhas mãos, desta forma todos os detalhes estão sendo pensado minuciosamente, com a logotipo pensado:



CONCEITO

Verde remete a área da saúde em forma de cuidar e tratar cada pessoa, acrescentando o nome que a empresa será reconhecida e a pessoa que vai está por trás, assim, humanizando a empresa, desta forma, responsabilizando ainda mais a imagem da profissional. E em baixo colocando a área de atuação que será trabalhada.

PLANO FINANCEIRO

O plano financeiro é realizado para saber todo o valor do investimento que será feito, como equipamentos, móveis, produtos, aluguel, água, energia, dentre outras coisas. Também é reservado um valor fixo de investido para seis meses, assim, não causando risco da empresa falir.

CAPITAL FINANCEIRO INICIAL

Sócios	Capital (R\$)	Participação %
Nome	Em reais	Em percentual
Bianca da Silva Soares	35.000,00	100%

INVESTIMENTO FINANCEIRO INICIAL

ITEM	VALOR (R\$)
Produtos	2.000,00
Equipamentos	5.000,00
Móveis	2.000,00
Marketing	360,00
Fundo reserva	2.000,00
Mão de obra	400,00
Total	11.760,00

INVESTIMENTO FIXO

ITEM	VALOR (R\$)
Aluguel	700,00
Energia	200,00
Água	100,00
Reposição de material	500,00
Material de limpeza	50,00
Pró-labore	1.500,00
Internet/telefone	75,00
Total:	3.125,00

PREVISÃO FINANCEIRA

Previsão financeira	Valor (R\$)
Capital Inicial	35.000,00

Investimento financeiro inicial	11.760,00
Investimento fixo	3.125,00
Capital de giro	20.115,00

CONCLUSÃO

Este plano de negócio teve o intuito de conduzir a fundadora Bianca da Silva Soares a saber os valores do seu futuro empreendimento. Com isso, a visão do valor do investimento é nítida e sua responsabilidade com a empresa e o público, saber exatamente seus futuros passos. O estudo realizado desse plano de negócio foi definitivamente para obter sucesso no prazo estabelecido.

ESTÉTICA E BEM-ESTAR ACSA VITÓRIA

Acsa Vitoria Mendes Camilo
LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda

SUMÁRIO EXECUTIVO

A clínica Estética e Bem-Estar Acsa Vitória é uma empresa que surgiu com a ideia de elevar a autoestima das mulheres melhorando pontos que ela deixou esquecido. Atuará no ramo da beleza oferecendo ao cliente serviços de: depilação, design de sobrancelhas e micropigmentação, estética facial e corporal, estética capilar, extensão de cílios, ventosaterapia e massoterapia. A empresa está localizada no endereço Rua Manuel Nunes dos Santos Nº120 – Jardim Aeroporto, na cidade de Bayeux –PB. A empresa é constituída por Acsa Vitoria Mendes Camilo, portadora do CPF: 707.327.034-92, tendo como cargo/função de: Proprietária, administradora, esteticista, lash designer, designer de sobrancelhas e micropigmentadora.

Registrada no CNPJ: 40.643.575/0001-47. Iniciaremos com o capital de R \$10.000,00. Capital este que será necessário para o início das atividades, mas com foco de um investimento onde a empresa deve estar constantemente em mudança e investindo em marketing, inovação e comodidade para o cliente.

A empresa foi criada para atender a necessidade dos clientes por completo e temos um público alvo feminino e masculino. Sendo considerados nossos concorrentes: Salão de beleza, clínicas de estética, espaços de massagens, studios de sobrancelhas, studios de depilação, por oferecer serviços parecidos. O diferencial será realizar um atendimento individual e exclusivo, com ambiente totalmente acolhedor e aconchegante, tendo

como nosso potencial para oferecer ao mercado um trabalho com produtos de última geração e técnicas de trabalho exclusivas. Buscarei nos fornecedores os valores: ética, comprometimento, qualidade e atendimento diferenciado, condizente com os valores da empresa.

O Plano de Negócio é uma ferramenta fundamental para minimização dos riscos inerentes ao processo do estabelecimento de um novo empreendimento, ou da sua ampliação, pois não basta apenas sonhar, deve-se transformar esse sonho em ações reais e mensuráveis para construir um empreendimento, e por meio do

Plano de Negócios é que se consegue atingir tal objetivo. (SEBRAE, 2020).

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

MISSÃO

Elevar a autoestima de homens e mulheres para que eles sintam-se bem consigo mesmo.

VISÃO

Ser referência mundial.

VALORES

Compromisso, paixão, inovação, honestidade, ética, qualidade, responsabilidade.

PLANO DE MARKETING

LOGOTIPO



CONCEITO DO LOGOTIPO

Significa um momento de transformação e um novo começo para a empresa,

além de trazer beleza, liberdade e autoestima.

ORGANOGRAMA E CRONOGRAMA

ATIVIDADES /MÊS	Out.	Nov.	Dez	Jan.	Fev.	Mar.
Criação do modelo de negócios						
Criação do plano de negócios				X		
Registro da marca					X	
Criação do planejamento estratégico				X		
Criação do plano de marketing						X
Registro da empresa					X	
Contratação de funcionários					X	
Reforma / ambientação				X		
Inauguração						X

ANÁLISE DE MERCADO

Fornecedores – Concorrência

- Pretendo atuar no mercado da beleza e terapias.
- Tem grande potencial no mercado por ser uma área que está em constante crescimento e desenvolvimento.
- Tendo como objetivo o público feminino e masculino.
- Principais fornecedores: Vitaderm, Colorê, shoope, bioege, Cosmobeauty, casa da beleza, shopping da beleza entre outros.
- Concorrentes: Salões, studios de sobrancelhas e clínicas de estéticas da região de Bayeux, Joao Pessoa e Santa Rita.

PLANO DE MARKETING

Divulgação	Custo de Investimento	Período	Local	Estratégia (Pra quê)	Resultado Esperado
Redes Sociais	Instagram	Um poster por dia	Redes Sociais	Maior Visibilidade	Maior Alcance
Panfleto	Rua	Tarde/Noite	Bairros próximos	Abordagem e correios	Anunciar promoções
Carro de Som	No bairro	Manhã/Tarde	Bairros próximos	Estratégia Sonora	Lembranças
Brindes	Estabelecimentos do bairro	Manhã/Tarde/Noite	Bairros próximos	Aguçar a Curiosidade	Captação de clientes

PLANO FINANCEIRO

CAPITAL FINANCEIRO INICIAL

Sócios	Capital (R\$)	Participação (%)
Nome:	Em Reais	Em Percentual
Acsa Vitoria Mendes Camilo	R\$ 10.000,00	100%
Total:	R\$ 10.000,00	100%

INVESTIMENTO FINANCEIRO

INVESTIMENTO FINANCEIRO INICIAL PRODUTO/MATERIAL/SERVIÇO	Valor \$%
Produtos de trabalho	R\$ 2000,00
Tinta para pintar o espaço	R\$ 100,00
Ar condicionado (usado)	R\$ 700,00
Divisória	R\$ 500,00
Decoração	R\$ 500,00
Mão de obra para a instalação e pintura	R\$ 100,00
Logo, Banner, Panfletos	R\$ 300,00
Investimento carro de som	R\$ 100,00
Mobília	R\$ 2.000,00
Outros (gastos de emergência)	R\$ 500,00
Total:	R\$ 6.800,00

INVESTIMENTO FIXO

INVESTIMENTO FIXO	VALOR
Luz	R\$ 154,00
Aluguel	R\$ 350,00
Materiais	R\$ 200,00
Total:	R\$ 654,00

Previsão Financeira	Valor
Capital Inicial	R\$ 10.000,00

CAPITAL DE GIRO

Investimento Financeiro Inicial	R\$ 6800,00
Investimento Fixo	R\$ 654,00
Capital de Giro:	R\$ 2546,00

CONCLUSÃO

O plano de negócio foi elaborado para controlar e diminuir os riscos da empresa fechar no futuro. Fizemos uma abordagem integrada das áreas de maior impacto de uma empresa: marketing, vendas, cadeia de valor e inovação. O objetivo principal foi demonstrar a viabilidade para o início de um império. Ressaltando a importância de realizar pesquisas de fornecedores visando qualidade e preço, deve-se realizar pelo menos 3 orçamentos independente do serviço ou material.

RAYLA MOURA ESTETICA PERSONALIZADA

NASCIMENTO, Rayla Pâmela Moura do
LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda

SUMÁRIO EXECUTIVO

Rayla Moura estetica personalizada é uma empresa que surgiu com a ideia de unir beleza e bem-estar em mesmo lugar, devolver autoestima de suas pacientes com um preço justo e uma excelente qualidade de serviço. Atuará no ramo da estética oferecendo ao cliente serviços para tratamento corporal e facial. A empresa estará localizada no endereço Rua 28 graus, número 01, Tibiri na cidade de Santa Rita- PB. O local foi escolhido devido a ausência de serviços parecidos na localidade e uma ótima demanda de clientes.

A empresa é constituída por um único socio Rayla Pâmela Moura do Nascimento, portador do CPF 123.456.789-00. Temos como cargo/função de cada sócio dentro da empresa (NOME/CARGO) Rayla Pâmela Moura do Nascimento/ esteticista. Iniciaremos com o capital de R\$ 20mil reais, distribuídos entre os sócios com percentual de 100% para o único sócio.

Capital este que será necessário para o início das atividades, mas com foco de um investimento visa que nossa empresa deve estar constantemente em mudança e investindo em marketing, inovação e comodidade para o cliente. Optamos em criar algo que atendesse a necessidade de mulheres de todas as idades.

Para Dolabela (2018, p. 87) a “oportunidade é uma ideia que está vinculada a um produto ou serviço que agrega valor ao seu consumidor, seja através da inovação ou da diferenciação”. Portanto não basta apenas ter uma boa ideia, é preciso saber diferenciá-la de uma oportunidade.

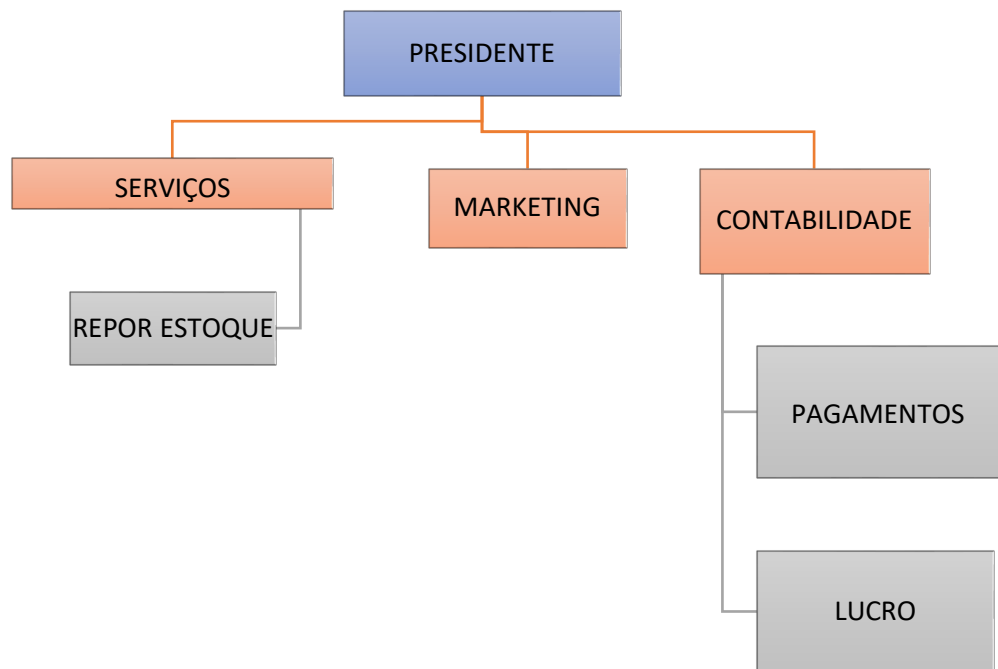
CRONOGRAMA E ORGONOGRAMA

CRONOGRAMA

ATIVIDADE MÊS	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ
CRIAÇÃO DO MODELO DE NEGÓCIOS	X					

CRIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIOS						
REGISTRO DA MARCA			X			
CRIAÇÃO E PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO						
CRIAÇÃO DO PLANO DE MARKETING				X		
REGISTRO DA EMPRESA		X				
INAUGURAÇÃO						X

ORGONOGRAMA



ANÁLISE DE MERCADO

PÚBLICO ALVO

São mulheres de todas as idades que tenham a necessidade dos mais diversos serviços, desde uma massagem relaxante até o tratamento de gordura localizada.

FORNECEDORES

BIOAGE	LINHA FACIAL E CORPORAL
TULIPIA	LINHA FACIAL
HIDRAMAIS	LINHA CORPORAL
SMARGRBR	LINHA CORPORAL E FACIAL
EXTRATOS DA TERRA	LINHA CORPORAL E FACIAL
SOLUÇÃO DOMESTICA	SERVIÇO DE LIMPEZA EMPRESARIAL

CONCORRENTE

Os concorrentes que oferecem serviços parecidos são relativamente longes, a empresa oferece uma localização de fácil acesso e com espaço de ótimas acomodações diferenciando da concorrência local.

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

MISSÃO

A Rayla Moura estética personalizada tem como objetivo prestar um serviço de qualidade e diferenciado para cada uma de suas pacientes.

VISÃO

A empresa tem por objetivo ao longo dos anos ser o lugar onde as pessoas vão para tratar suas disfunções e saia com autoestima elevada e sempre volte para conhecer as novidades de mercado.

VALORES

São o conjunto de características de uma determinada pessoa ou organização que determinam a forma como estas se comportam e interagem com outros indivíduos e com o meio ambiente. Sendo assim a empresa sempre prezara pelos valores de:

- Respeito entre os funcionários e clientes.
- Ética profissional
- Responsabilidade em seus serviços
- Comprometimento com seus clientes

PLANO DE MARKETING

LOGOTIPO



CONCEITO DA LOGO

Imagem de uma boneca de lado com uma sombra preta na região do abdômen dando um ar de sensualidade, com o nome da esteticista logo abaixo e em seguida com o nome estética para que as pessoas possam saber que serviços são prestados de uma forma personalizada.

DIVULGAÇÃO

MEIO DE DIVULGAÇÃO	CUSTO DE INVESTIMENTO	PERÍODO	LOCAL	RESULTADO ESPERADO
Redes sociais	R\$ 200,00	Diariamente	Internet	Maior alcance de pessoas
Panfletos	R\$ 100,00	2x na semana	Centro da cidade	Captar clientes da localidade central.

PLANO FINANCEIRO

CAPITAL FINANCEIRO INICIAL

Investimento financeiro inicial (produto/material/serviço)	VALOR (R\$)
Moveis	R\$ 4350,00
Produtos cosmeticos	R\$ 3000,00
Aparelhos de eletroterapia	R\$ 4000,00

Reformas	R\$ 600,00
Produtos de uso indispensável (toalhas, espátulas, cubeta, etc)	R\$ 400,00
Total	R\$ 12.350

CAPITAL FINANCEIRO FIXO

DESCRIÇÃO	VALOR MENSAL
Aluguel	R\$500,00
Água luz	R\$400,00
Reposição de material e produto	R\$ 800,00
Internet	R\$ 80,00
Divulgação	R\$ 300,00
Serviço de limpeza	R\$350,00
Total	R\$2.430,00

PREVISÃO FINANCEIRA

Previsão financeira	VALOR (R\$)
Capital inicial	R\$20.000
Investimento financeiro inicial	R\$ 12.350,00
Investimento financeiro fixo	R\$ 2.430
Capital de giro =	R\$ 5.220

CONCLUSÃO

Conclui-se com o presente trabalho que é viável a criação desta empresa, pois de acordo com o capital de giro se tem mais de 5% do valor inicial do investimento.

CENTRO ESTÉTICO

LIMA, Emilly Maria Millena da Silva de
LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda

SUMÁRIO EXECUTIVO

Em Centro Estético é uma empresa que surgiu com a ideia de atender àqueles que buscam saúde e bem-estar. Atuará no ramo de estética, oferecendo ao cliente produtos e serviços qualificados. A empresa estará localizada à Rua Oscar Mota de Souza, na cidade de Sapé PB. O local foi escolhido devido à sua localização e também por ser Terra natal da proprietária. A empresa é constituída inicialmente com uma única proprietária, podendo, ao longo do tempo, formar parcerias com outros profissionais. Iniciaremos com o capital de R\$ 20.000,00. Capital este que será necessário para o início das atividades, mas com foco de um investimento visa que nossa empresa deve estar constantemente em mudança e investindo em marketing, inovação e comodidade para o cliente.

Optamos em criar algo que atendesse a necessidade do mercado, tendo em vista que o campo estético vem crescendo bastante nos últimos tempos, e temos como público alvo homens e mulheres que investem no autocuidado. A cidade que escolhemos para colocar nosso espaço não possui concorrência, um dos motivos para a escolha de tal. Nosso diferencial será um atendimento individualizado e teremos como nosso potencial para oferecer ao mercado um atendimento diferenciado, trazendo inovações em equipamentos e técnicas, colocando sempre a ética e a moral em primeiro lugar.

Proveniente da língua francesa, especificamente da palavra Entrepreneur (CHIAVENATO, 2016), defende que o empreendedorismo em primeiro lugar envolve o processo de criação de algo novo, que tenha valor e seja valorizado pelo mercado. Já em segundo lugar, o empreendedorismo exige devoção, comprometimento de tempo e esforço para que o novo negócio possa transformar-se em realidade e crescer. Para finalizar ele tem o terceiro lugar ele relata que empreendedorismo requer ousadia, assunção de riscos calculados e decisões críticas, além de tolerância com possíveis tropeços, erros ou insucessos.

ANÁLISE DE MERCADO

PÚBLICO ALVO

Tendo em vista que estamos tratando de estética e esta tem tudo a ver com saúde, tal projeto tem como público alvo pessoas, sem distinção de idade, gênero ou profissão que priorizam qualidade de vida e bem-estar, e isso o povo Sapeense sabe bem, pois está sempre investindo tanto na saúde no geral, assim como na aparência física. E quem não quer se sentir bem consigo mesmo, não é verdade?

FORNECEDOR

Contaremos com vários fornecedores e os mais conceituados no mercado da estética, dentre eles: Adcos Dermocosméticos, Árago, Bioage, Mezzo, Tulípia, entre outras empresas de locação de aparelhos eletroterápicos.

CONCORRENTE

No momento nossa empresa é exclusiva na cidade, sendo assim, um excelente ensejo para conquistar clientes e fidelizá-los, pois nós teremos atendimento personalizado e protocolos exclusivos, o que torna ainda mais favorável as chances de crescimento no ramo escolhido.

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

MISSÃO

Temos o compromisso em disponibilizar um espaço aconchegante, onde visamos tratamentos estéticos com resultados, superando as expectativas dos nossos clientes. Proporcionaremos um atendimento qualificado, para que o cliente se sinta à vontade para retornar ao nosso espaço, assim como, possa indicar os nossos serviços.

VISÃO

Trabalharemos sempre com o objetivo em oferecer um serviço diferenciado e de qualidade e prezando sempre pela ética profissional. Isso que faz com que a empresa se destaque em relação aos demais, e a longo prazo, fidelize seus clientes.

VALORES

Prezaremos sempre pela satisfação dos nossos clientes, com a qualidade dos nossos serviços, atendimento de excelência e ética profissional.

ORGANOGRAMA E CRONOGRAMA

ATIVIDADES	OUTUBRO 2021	NOVEMBRO 2021	DEZEMBRO 2021	JANEIRO 2022	FEVEREIRO 2022
Criação do modelo de negócio	X				
Criação do plano de negócio		X			
Registro da marca			X		
Criação do planejamento estratégico				X	
Criação do plano de marketing				X	
Registro da empresa				X	
Contratação de funcionários				X	
Reforma/ambientação			X		
Inauguração					X

PLANEJAMENTO DO PLANO DE NEGÓCIO

Iremos atuar no mercado da estética, pois nosso negócio tem tudo para dar certo, tendo em vista que nossa análise de mercado e nossa concorrência nos mostrou favoráveis para tal. Teremos como público alvo homens e mulheres que gostam de se cuidar, que procuram melhorar a autoestima através de procedimentos que vão embelezá-los e valorizá-los ainda mais.

PLANO DE MARKETING



Nossa logo possui elementos que se combinam, tanto nas formas quanto nas cores suaves, assim como na representação pessoal, que neste caso, está simbolizado pela figura feminina, onde, na maioria das vezes, os centros estéticos são procurados por este público, mesmo hoje em dia já havendo uma procura significativas dos homens por estes serviços.

PLANO DE DIVULGAÇÃO

Divulgação	Custo De Investimento	Período Hora/Data Mês	Local	Estratégia	Resultado Esperado
Redes sociais	R\$ 0,00	Periodicamente		Divulgar para atingir o máximo de visualizações	Conseguir mais seguidores e consequentemente clientes

INVESTIMENTO FINANCEIRO INICIAL

INVESTIMENTO FINANCEIRO INICIAL (PRODUTO/ MATERIAL/ SERVIÇO)	VALOR R\$
Móveis	R\$ 3.500,00
Aparelhos eletroterápicos/ Produtos corporais e faciais	RS 7.000,00
Utensílios gerais	R\$ 1.000,00
Ambientação	R\$ 2.000,00

PLANO FINANCEIRO

CAPITAL SOCIAL INICIAL

EMPREENDEDOR	CAPITAL R\$	PARTICIPAÇÃO (%)
Emilly Maria Millena Silva De Lima	20.000	100 %
TOTAL	20.000	100%

INVESTIMENTO FINANCEIRO INICIAL

INVESTIMENTO FINANCEIRO INICIAL	VALOR R\$
Total	R\$ 13.500,00

INVESTIMENTO FIXO

INVESTIMENTO FIXO	VALOR R\$
Energia	R\$ 250,00
Total	RS 250,00

PREVISÃO FINANCEIRA INICIAL

PREVISÃO FINANCEIRA	VALOR R\$
Capital inicial	R\$ 20.000,00
Investimento financeiro inicial	R\$ 13.500,00
Investimento fixo	R\$ 250,00
Capital de Giro	R\$ 6.250,00

CONCLUSÃO

Diante de tudo que foi exposto até aqui, podemos afirmar que nossa empresa tem grandes chances de crescimento no mercado escolhido, isso fica bem claro na nossa última tabela, onde nosso capital de giro fica além do esperado. Tudo isso foi obtido através da nossa rigorosa análise de mercado, estratégia de marketing e planejamento de execução, pois queremos iniciar com um negócio de sucesso.

IRLA CASIMIRO CENTRO DE ESTÉTICA AVANÇADA

CASSIMIRO, Irla de Andrade
LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda

SUMÁRIO EXECUTIVO

Irla Casimiro Centro de Estética Avançada é uma empresa que surgiu com a ideia de atender àqueles que buscam saúde e bem-estar. Atuará no ramo de estética, oferecendo ao cliente produtos e serviços qualificados. A empresa estará localizada à Rua José Vital de Oliveira, na cidade de Santa Cruz - PB. O local foi escolhido devido à sua localização e também por ser Terra natal da proprietária. A empresa é constituída inicialmente com uma única proprietária, podendo, ao longo do tempo, formar parcerias com outros profissionais. Iniciaremos com o capital de R\$ 20.000,00. Capital este que será necessário para o início das atividades, mas com foco de um investimento visa que nossa empresa deve estar constantemente em mudança e investindo em marketing, inovação e comodidade para o cliente.

Optamos em criar algo que atendesse a necessidade do mercado, tendo em vista que o campo estético vem crescendo bastante nos últimos tempos, e temos como público alvo homens e mulheres que investem no autocuidado. A cidade que escolhemos para colocar nosso espaço não possui concorrência, um dos motivos para a escolha de tal. Nosso diferencial será um atendimento individualizado e teremos como nosso potencial para oferecer ao mercado um atendimento diferenciado, trazendo inovações em equipamentos e técnicas, colocando sempre a ética e a moral em primeiro lugar.

Seguindo o pensamento de Zarpellon, empreendedorismo é visto mais como um fenômeno individual, ligado à criação de empresas, quer através de aproveitamento de uma oportunidade ou simplesmente por necessidade de sobrevivência, do que também um fenômeno social que pode levar o indivíduo ou uma comunidade a desenvolver capacidades de solucionar problemas e de buscar a construção do próprio futuro, isto é, de gerar Capital Social e Capital Humano (ZARPELLON, 2010).

ANÁLISE DE MERCADO

PÚBLICO ALVO

Tendo em vista que estamos tratando de estética e esta tem tudo a ver com saúde, tal projeto tem como público alvo pessoas, sem distinção de idade, gênero ou profissão que priorizam qualidade de vida e bem-estar, e isso o povo Santacruzense sabe bem, pois está sempre investindo tanto na saúde no geral, assim como na aparência física. E quem não quer se sentir bem consigo mesmo, não é verdade?

FORNECEDOR

Contaremos com vários fornecedores e os mais conceituados no mercado da estética, dentre eles: Adcos Dermocosméticos, Árago, Bioage, Mezzo, Tulípiã, entre outras empresas de locação de aparelhos eletroterápicos.

CONCORRENTE

No momento nossa empresa é exclusiva na cidade, sendo assim, um excelente ensejo para conquistar clientes e fidelizá-los, pois nós teremos atendimento personalizado e protocolos exclusivos, o que torna ainda mais favorável as chances de crescimento no ramo escolhido.

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

MISSÃO

Temos o compromisso em disponibilizar um espaço aconchegante, onde visamos tratamentos estéticos com resultados, superando as expectativas dos nossos clientes. Proporcionaremos um atendimento qualificado, para que o cliente se sinta à vontade para retornar ao nosso espaço, assim como, possa indicar os nossos serviços.

VISÃO

Trabalharemos sempre com o objetivo em oferecer um serviço diferenciado e de qualidade e prezando sempre pela ética profissional. Isso que faz com que a empresa se destaque em relação aos demais, e a longo prazo, fidelize seus clientes.

VALORES

Prezaremos sempre pela satisfação dos nossos clientes, com a qualidade dos nossos serviços, atendimento de excelência e ética profissional.

ORGANOGRAMA E CRONOGRAMA

ATIVIDADES	OUT 21	NOV 2021	DEZ 2021	JAN 2022	FEV 22
Criação do modelo de negócio	X				
Criação do plano de negócio		X			
Registro da marca			X		
Criação do planejamento estratégico				X	
Criação do plano de marketing				X	
Registro da empresa				X	
Contratação de funcionários				X	
Reforma/ambientação			X		X
Inauguração					X

Iremos atuar no mercado da estética, pois nosso negócio tem tudo para dar certo, tendo em vista que nossa análise de mercado e nossa concorrência nos mostrou favoráveis para tal. Teremos como público alvo homens e mulheres que gostam de se cuidar, que procuram melhorar a autoestima através de procedimentos que vão embelezá-los e valorizá-los ainda mais.

PLANO DE MARKETING

Nossa logo possui elementos que se combinam, tanto nas formas quanto nas cores suaves, assim como na representação pessoal, que neste caso, está simbolizado pela figura feminina, onde, na maioria das vezes, os centros estéticos são procurados por este público, mesmo hoje em dia já havendo uma procura significativas dos homens por estes serviços.



PLANO DE DIVULGAÇÃO

DIVULGAÇÃO	CUSTO DE INVESTIMENTO	PERÍODO HORA/DATA MÊS	LOCAL	ESTRATÉGIA	RESULTADO ESPERADO
Redes sociais	R\$ 0,00	Periodicamente		Divulgar para atingir o máximo de visualizações.	Conseguir mais seguidores e consequentemente clientes.

INVESTIMENTO FINANCEIRO INICIAL

INVESTIMENTO FINANCEIRO INICIAL (PRODUTO/ MATERIAL/ SERVIÇO)	VALOR R\$
Móveis	R\$ 3.500,00
Aparelhos eletroterápicos/ Produtos corporais e faciais	R\$ 7.000,00
Utensílios gerais	R\$ 1.000,00
Ambientação	R\$ 2.000,00

PLANO FINANCEIRO

CAPITAL SOCIAL INICIAL

EMPREENDEDOR	CAPITAL R\$	PARTICIPAÇÃO (%)
IRLA DE ANDRADE CASIMIRO	20.000	100 %
TOTAL	20.000	100%

INVESTIMENTO FINANCEIRO INICIAL

INVESTIMENTO FINANCEIRO INICIAL	VALOR R\$
Total	R\$ 13.500,00

INVESTIMENTO FIXO

INVESTIMENTO FIXO	VALOR R\$
Energia	R\$ 250,00
Total	R\$ 250,00

PREVISÃO FINANCEIRA INICIAL

PREVISÃO FINANCEIRA	VALOR R\$
Capital inicial	R\$ 20.000,00
Investimento financeiro inicial	R\$ 13.500,00
Investimento fixo	R\$ 250,00
Capital de Giro	R\$ 6.250,00

CONCLUSÃO

Diante de tudo que foi exposto até aqui, podemos afirmar que nossa empresa tem grandes chances de crescimento no mercado escolhido, isso fica bem claro na nossa última tabela, onde nosso capital de giro fica além do esperado. Tudo isso foi obtido através da nossa rigorosa análise de mercado, estratégia de marketing e planejamento de execução, pois queremos iniciar com um negócio de sucesso.

A PN ESTÉTICA AVANÇADA

LIMA, Paula Elayne do Nascimento
LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda

SUMÁRIO EXECUTIVO

A PN Estética Avançada é uma empresa que surgiu com a ideia de necessidade e realização pessoal e também por notar a falta de um espaço estético com procedimentos avançados na região que estará localizada. Atuará no ramo da saúde beleza e bem-estar do cliente qualidade e excelência. O local foi escolhido devido à falta de uma empresa que ofereça os procedimentos e equipamentos atualizados e de qualidade.

A empresa é constituída pela dona Paula Elayne do Nascimento Lima, portadora do CPF 08015329493. Iniciaremos com capital de 20.000, 00 reais. Capital este estará necessário para o início das atividades, mas com foco de um investimento visa que nossa empresa deve estar constantemente mudanças investindo em marketing inovação e comodidade para o cliente. Optamos por algo que atender sua necessidade de todas as pessoas e temos um público alvo das mulheres. São considerados nossas concorrentes, salões de belezas de centro estéticos, porque possuem alguns dos procedimentos que serão oferecidos pela empresa. Nosso diferencial será a localização por ser de fácil acesso, e teremos como nosso potencial para oferecer ao mercado dos melhores e mais avançados procedimentos estéticos.

ANÁLISE DE MERCADO

Público alvo- Fornecedor- Concorrente

- Teremos como público alvo as mulheres.
- Alguns possíveis fornecedores: cosmobeauty, volia, Adcos, bioage, lakma.
- Nossos concorrentes serão salão de beleza e centro estéticos da região de Bayeux.

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Missão: Proporcionar satisfatórios desde o primeiro procedimento a ser realizado, garantindo a satisfação do cliente, sendo assim, abrindo "brechas" para mais contratações dos serviços oferecidos.

Visão: Tornar-se referência no estado em ambiente qualidade dos serviços e produtos.

Valores: comprometimento com os clientes, qualidade no geral, ética, produtos excelentes e de primeira linha juntamente com atendimento diferenciado.

ORGANOGRAMA E CRONOGRAMA

Atividade/Mês	DEZ	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI
Criação do modelo/plano de negócios	X					
Registro da marca			X			
Criação do plano de marketing			X			
Registro da empresa				X		
Reforma				X	X	
Inauguração						X

MARKETING



Nossa logo foi escolhida com cores vibrantes em um fundo neutro, para que fique marcado e chame a atenção dos nossos clientes. Transluzindo um atendimento individual em um ambiente delicado, sofisticado. Obtendo o formato de dois hexágonos entrelaçados e em seus traços trazemos autenticidade, modernidade, feminilidade e sutileza.

Plano de Marketing

Divulgação	Custo de investimento	Período	Local	Estratégia	Resultado esperado
Rede sociais	R\$ 150,00	Poster 1X por dia story a cada 1 hora	Rede social Instagram	Maior visibilidade, assim captando mais pessoas	Alcançar + clientes
Panfletos	R\$ 100,00	manhã/tarde	Bairros próximos	Abordagem	Divulgar o espaço
Carro de som	R\$ 110,00	manhã/tarde/noite	Bairros próximos	Estratégia Sonora	Divulgar promoções e divulgar o espaço
Brindes	R\$ 100,00	1X a cada 15 dias	Espaço	Mostrar ao cliente que ele importa	Fidelização

Plano Financeiro

Capital financeiro

Sócios	Capital	Participação
Nome	Em Reais	Em Percentual
Paula Elayne do Nascimento Lima	R\$ 20.000,00	100%
Total	R\$ 20.000,00	100%

Investimento financeiro Inicial	Valor
Produto/material/serviços	
Descrição	R\$
Mão de obra	R\$ 500,00
Decoração	R\$ 380,00
Produtos de trabalho	R\$ 989,00
Materiais p/ obra	R\$ 770,00
Mobília	R\$ 3.700,00
Marketing	R\$ 460,00
Ar condicionado	R\$ 700,00
Total	R\$ 7.499,00

Investimento fixo	
Água	R\$ 40,00
Luz	R\$ 120,00
Materiais	R\$ 350,00
Aluguel	R\$ 600,00
Total	R\$ 810,00

Previsão financeira	Valor
Capital inicial	R\$ 20.000,00
Investimento financeiro Inicial	R\$ 7.499,00
Investimento fixo	R\$ 1.110,00
Capital de giro	R\$ 8.609,00

CONCLUSÃO

O plano de negócio teve o intuito da diminuição de riscos como também analisar o empreendedorismo. Foi analisado as áreas que uma empresa sofre maior impacto, tornando assim uma análise bem criteriosa. Também foram listados os possíveis fornecedores com qualidade e preço para uma possível parceria de negócios. Capital de giro seis vezes maior que o investimento fixo, constando assim que o empreendedor estará apto a abrir seu negócio.

STUDIO AMANDA MIRANDA

MIRANDA, Amanda Lopes Nunes
LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda

SUMÁRIO EXECUTIVO

O *Studio Amanda Miranda* é uma empresa que surgiu com a ideia de humanizar e diferenciar a forma de realizar o atendimento ao cliente. Atuará no ramo da beleza oferecendo ao cliente serviços de: manicure, pedicure, estética facial e corporal. A empresa está localizada no endereço Rua Orlando Falcone de Oliveira Nº 2397 – Portal do Sol, na cidade de João Pessoa –PB. A empresa é constituída por Amanda Lopes Nunes Miranda, portadora do CPF: 100.830.026-85, tendo como cargo/função de: Proprietária, administradora, esteticista e Nail Designer.

Registrada no CNPJ: 36.512.814/0001-52. Iniciaremos com o capital de R\$: 15.000,00. Capital este que será necessário para o início das atividades, mas com foco de um investimento onde a empresa deve estar constantemente em mudança e investindo em marketing, inovação e comodidade para o cliente.

Optei em criar algo que atendesse a necessidade de uma cliente por completo e temos um público alvo feminino. Sendo considerados nosso concorrente: Salão de beleza, por oferecer serviços parecidos. O diferencial será realizar um atendimento individual e exclusivo, com ambiente totalmente aconchegante e acolhedor, tendo como nosso potencial para oferecer ao mercado um trabalho com produtos de última geração com nano tecnologia. Buscarei nos fornecedores os valores: ética, comprometimento, qualidade e atendimento diferenciado, condizente com os valores da empresa.

A maioria de nós seres humanos, já nascemos com o instinto empreendedor nato, segundo Reis (2019) todos os seres humanos nascem com as características básicas de um inovador. Durante nossas vidas tais características são ampliadas ou inibidas, de acordo com as nossas experiências, sucessos e fracassos, mas todos, em teoria podemos nos tornar grandes inovadores.

MISSÃO – VISÃO - VALORES

Missão: Oferecer um tratamento diferenciado com resultados na primeira sessão, elevando a autoestima de nossas clientes, proporcionando a ele melhor qualidade de vida e bem-estar.

Visão: Tornar-se referência no estado em qualidade no atendimento e com ativos sustentáveis.

Valores: Produtos de primeira linha, ecologicamente corretos, comprometimento, qualidade, ética, atendimento exclusivo e diferenciado.

ORGANOGRAMA E CRONOGRAMA

ATIVIDADES /MÊS	Out	Nov	Dez	Jan	Fev	Mar
Criação do modelo de negócios	X					
Criação do plano de negócios	X					
Registro da marca		X				
Criação do planejamento estratégico	X					
Criação do plano de marketing			X			
Registro da empresa		X				
Contratação de funcionários					X	
Reforma / ambientação				X		
Inauguração						X

ANÁLISE DE MERCADO – FORNECEDORES – CONCORRÊNCIA

- Pretendo atuar no mercado da beleza.
- Tem grande potencial no mercado por ser uma área que está em constante crescimento e desenvolvimento.
- Tendo como objetivo o público feminino.
- Principais fornecedores: Volia, Cuccio, Paraibela, Nova Missiana, Cosmobeauty, entre outros.

- Concorrentes: Salões e clínicas de estéticas da região Portal do Sol, Altiplano e Mangabeira.

PLANO DE MARKETING



A logo escolhida visa elegância, delicadeza, harmonia e leveza. Transparecendo um atendimento exclusivo em um ambiente leve, sofisticado. Obtendo o formato de um brasão que tem como objetivo transparecer qualidade e exclusividade.

PLANO DE MARKETING

Divulgação	Custo de Investimento	Período	Local	Estratégia (Pra quê)	Resultado Esperado
Redes Sociais	Instagram	Poster a cada 3H	Redes Sociais	Maior Visibilidade	Maior Alcance
Panfletos	Rua	Tarde/Noite	Bairros próximos	Abordagem	Anunciar promoções
Carro de Som	No bairro	Manhã/Tarde e	Bairros próximos	Estratégia Sonora	Lembranças
Brindes	Estabelecimentos do bairro	Manhã/Tarde/ Noite	Bairros próximos	Aguçar a Curiosidade	Captação de clientes

PLANO FINANCEIRO

Sócios	Capital (R\$)	Participação (%)
Nome:	Em Reais	Em Percentual
Amanda Lopes Nunes Miranda	R\$ 15.000,00	100%
Total:	R\$ 15.000,00	100%

INVESTIMENTO FINANCEIRO INICIAL

INVESTIMENTO FINANCEIRO INICIAL PRODUTO/MATERIAL/SERVIÇO	Valor \$%	
Descrição:		
Produtos de trabalho	R\$	1.000,00
Tinta para pintar o espaço	R\$	110,00
Ar condicionado (usado)	R\$	800,00
Divisória	R\$	700,00
Decoração	R\$	350,00
Mão de obra para a instalação e pintura	R\$	289,00
Logo, Banner, Panfletos	R\$	498,00
Investimento carro de som	R\$	100,00
Mobília	R\$	4.000,00
Outros (gastos de emergência)	R\$	500,00
Total:	R\$	7.237,00

INVESTIMENTO FIXO

Investimento Fixo	Valor
Luz	R\$ 100,00
Aluguel	R\$ 900,00
Materiais	R\$ 300,00
Total:	R\$ 1.300,00

PREVISÃO FINANCEIRA

Previsão Financeira	Valor
Capital Inicial	R\$ 15.000,00
Investimento Financeiro Inicial	R\$ 7.237,00
Investimento Fixo	R\$ 1.300,00
Capital de Giro:	R\$ 8.537,00

CONCLUSÃO

Esse trabalho foi elaborado com intuito de analisar o empreendedorismo e seu instrumento de controle e diminuição de riscos: o plano de negócio. Dentro da pesquisa, foi realizada uma abordagem integrada das áreas de maior impacto de uma empresa: marketing, vendas, cadeia de valor e inovação. O objetivo principal foi demonstrar a viabilidade para o início de um império. Foi possível, com esse estudo, aprimorar a visão sistêmica, desenvolver uma visão analítica e criteriosa.

Ressaltando a importância de realizar pesquisas de fornecedores visando qualidade e preço, deve-se realizar pelo menos 3 orçamentos independente do serviço ou material.

STUDIO BELLA

COSTA, Jámisa Kelly Silva da
LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda

SUMÁRIO EXECUTIVO

O Studio Bella é uma empresa que surgiu com a ideia de proporcionar beleza e bem-estar. Atuará no ramo da beleza oferecendo ao cliente serviços de depilação. A empresa estará localizada no endereço Governador Flávio Ribeiro, 445, Manaíra, na cidade de João Pessoa. O local foi escolhido devido ao grande fluxo de pessoas e por ser de fácil acesso, e em um local onde se centralizam às classes alta e média da sociedade. A empresa é constituída por Jámisa Kelly, portadora do CPF 087.453.324-44.

Jámisa Kelly depiladora, inicia com o capital de R\$ 20.000,00, com percentual de 100%. Capital este que será necessário para o início das atividades, mas com foco de um investimento visa que minha empresa deve estar constantemente em mudança e investindo em marketing, inovação e comodidade para os clientes.

A algo que atende a necessidade das minhas clientes tendo como público alvo as mulheres. São considerados meus concorrentes todos os demais salões ou studios de depilação que estão no mercado e que disputam pelo mesmo cliente que meu studio. Porque com o surgimento de novas empresas, a busca pelo cliente se torna mais acirrada, visto que são mais empresas desejando os mesmos clientes que já existiam.

O diferencial será criar novos mecanismos e técnicas para atrair e fidelizar meus clientes, apostando em produtos e serviços de qualidade. Terei como meu potencial para oferecer ao mercado produtos e serviços que atendam as expectativas das clientes, sempre acompanhado as tendências, reinventando e se capacitando para levar sempre o melhor para minhas clientes.

ANÁLISE DE MERCADO

Tem como potencial valorizar a beleza e a autoestima das clientes, atuando numa área que vem se desenvolvendo e com grande procura no mercado.

PÚBLICO-ALVO

Público feminino

FORNECEDOR

Principais fornecedores: Nova Cosméticos, Nova Missiana, entre outras lojas.

CONCORRENTE

São considerados meus concorrentes todos os demais salões ou estúdios de depilação que estão no mercado e que disputam pelo mesmo cliente que o meu estúdio.

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

MISSÃO

Oferecer aos clientes produtos e serviços de qualidade, melhorando a autoestima e proporcionando bem-estar.

VISÃO

Objetivo ser um espaço de referência, reconhecido como a melhor opção pelos clientes, pela qualidade de nossos produtos, serviços e relacionamento.

VALORES

Os produtos utilizados pertencem à categoria dos cosméticos e são regulamentados pela ANVISA garantindo a qualidade dos nossos serviços e a satisfação dos clientes.

ORGANOGRAMA E CRONOGRAMA

ATIVIDADES/MÊS	Out	Nov	Dez	Jan	Fev
CRIAÇÃO DO MODELO DE NEGÓCIOS	X				
CRIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIOS	X				
REGISTRO DA MARCA		X			
CRIAÇÃO DO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO	X				
CRIAÇÃO DO PLANO DE MARKETING			X		
REGISTRO DA EMPRESA	X				
CONTRATAÇÃO DE FUNCIONÁRIOS				X	
REFORMA / AMBIENTAÇÃO				X	
INAUGURAÇÃO					X

PLANO DE MARKETING

LOGOTIPO



CONCEITO DO LOGOTIPO

O logotipo tem como objetivo apresentar o Studio Bella de depilação feminina, trazendo um tom que transmite delicadeza, sofisticação e elegância, as letras foram escolhidas para dar um toque diferenciado. Cada detalhe foi escolhido para deixar o ambiente lindo e agradável para nossas clientes.

PLANO DE MARKETING

DIVULGAÇÃO	CUSTO DE INVESTIMENTO	PERÍODO	LOCAL	ESTRATÉGIA (PRA QUÊ)	RESULTADO ESPERADO
Redes Sociais	Instagram	Poster a Cada 10h	Redes Sociais	Maior Visibilidade	Maior Alcance
Panfleto	Sinais de Trânsito	Manhã/ Tarde	Bairros Vizinhos	Abordagem	Divulgação das Promoções
Carro de Som	Bairros vizinhos	Manhã/tarde	Bairros Vizinhos	Estratégia Sonora	Divulgação dos serviços e promoções
Brindes	Sorteios	Tarde	Redes sociais	Despertar a curiosidade	Atrair novos clientes

CAPITAL FINANCEIRO INICIAL

SÓCIOS	CAPITAL (R\$)	PARTICIPAÇÃO (%)
NOME:	EM REAIS	EM PERCENTUAL
JÁMISA KELLY SILVA DA COSTA	R\$ 20.000,00	100%
TOTAL:	R\$ 20.000,00	100%

INVESTIMENTO FINANCEIRO INICIAL

INVESTIMENTO FINANCEIRO INICIAL PODUTO/MATERIAL/SERVIÇO	Valor \$%
Descrição:	
Maca de depilação	R\$ 560,00
Ceras, kit depilador, gel calmante, loção adstringente, espátulas, óleo removedor	R\$ 600,00
Ar condicionado	R\$ 1.100,00
Divisória	R\$ 480,00
Decoração	R\$ 350,00
Mão de obra para a instalação e pintura	R\$ 350,00
Logo, banner, panfletos	R\$ 400,00
Investimento carro de som	R\$ 100,00

Mobília	R\$ 2.300,00
Outros (gastos de emergência)	R\$ 600,00
TOTAL:	R\$ 6.840,00

INVESTIMENTO FIXO

INVESTIMENTO FIXO	VALOR
LUZ	R\$ 245,00
ALUGUEL	R\$ 1.200,00
MATERIAIS	R\$ 450,00
TOTAL:	R\$ 1.895,00

PREVISÃO FINANCEIRA

PREVISÃO FINANCEIRA	VALOR
CAPITAL INICIAL	R\$ 20.000,00
INVESTIMENTO FINANCEIRO INICIAL	R\$ 6.840,00
INVESTIMENTO FIXO	R\$ 1.895,00
CAPITAL DE GIRO	R\$ 11.265,00

CONCLUSÃO

Através da elaboração deste plano de negócio foi possível perceber a importância de analisar e conhecer o ambiente em que a empresa está inserida, quem são seus concorrentes e fornecedores, compreender que o trabalho do empreendedor não é apenas idealizar o negócio, mas sim trabalhar com bastante engajamento do planejamento, o que exige muitas competências empreendedoras, dedicação, e conhecimento de todo o ambiente interno e externo da organização. Contudo é uma atividade apaixonante e desafiadora, pois instiga a busca incessante pelo sucesso. Em geral, pode-se também observar as mudanças que ocorrem a

todo o momento no mercado atual, o consumidor está cada vez mais exigente o que instiga ainda mais a concorrência. Portanto é necessário está sempre inovando e investido em produtos e serviços de qualidade para garantir a fidelização e satisfação das nossas clientes.

WANDRA OLIVEIRA ESTÉTICA E BEM-ESTAR

EVANGELISTA, Wandra Jaine de Oliveira
LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda

SUMÁRIO EXECUTIVO

A Wandra Oliveira Estética e Bem-estar é uma empresa que surgiu com a ideia de renovar a autoestima de mulheres que estão se deixando de lado devido a rotina do dia a dia.

Atuará no ramo de estética corporal e facial, oferecendo ao cliente transformação em sua vida através de procedimentos estéticos.

A empresa está localizada na Rua Juscelino Kubitschek, 145, Jardim Aeroporto – Bayeux /PB. O local foi escolhido devido a ótima localização, sendo na principal do bairro do Jardim Aeroporto, de fácil acesso.

A empresa é constituída pela sócia única Wandra Jaine de Oliveira Evangelista, portadora do CPF 117.909.814-50, que tem como cargo/função administrativa e esteticista atuante.

Iniciaremos com o capital de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais), capital este que será necessário para o início das atividades, mas com foco de um investimento visa que nossa empresa deve estar constantemente em mudança e investindo em marketing, inovação e comodidade para o cliente.

Optamos por criar algo que atendesse a necessidade de todas as mulheres que não se cuidam devido a rotina entre casa, marido, filhos e trabalho.

São considerados nossos concorrentes Brenda Estética e TK Studio de pilates e estética porque atuam na mesma área e oferecem os mesmos serviços oferecidos por nós.

Nosso diferencial será a forma de atendimento ao cliente, exclusividade nos planos de tratamento, resultados incríveis sendo individuais de cada paciente e teremos como nosso potencial para oferecer ao mercado procedimentos totalmente

individualizados para cada paciente, pois visamos a rotina e o organismo do indivíduo como um todo.

Buscaremos nos fornecedores, considerando os valores de produtos não testados em animais, aparelhos que entregam o que prometem e principalmente amor pela estética, condizentes com os nossos valores.

MISSÃO – VISÃO - VALORES

Missão

Nossa missão é transformar vidas de mulheres que se deixaram de lado com a rotina diária. Transformamos autoestima e renovamos os olhares de mulheres para si mesmas.

Visão

Nossa visão é seguirmos um caminho limpo e seguro, levando confiança e credibilidade às nossas clientes, conseguindo chegar ao ano de 2023 com mais de 1000 atendimentos.

Valores

Nossos valores são ser sempre profissionais de excelência, levando nosso relacionamento com a cliente a sério e fazendo com que a confiança seja a base de tudo.

PLANO DE MARKETING

Logotipo

O logotipo leva o nome da esteticista, nas cores de cinza, rosa e branco que reproduzem leveza, simplicidade, profissionalismo e sofisticação.



PLANO DE INVESTIMENTO

Nós temos um investimento inicial de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais), sendo preciso reinvestir R\$ 3.000,00 (três mil reais) por mês para que possamos crescer nossa empresa de forma saudável e constante.

Temos um custo fixo mensal de R\$ 1.900,00 (um mil e novecentos reais) de despesas com toda a empresa.

Temos uma previsão financeira de R\$ 7.000,00 (sete mil reais) nos primeiros 3 meses, tendo aumentado ao longo dos meses, chegando a R\$ 12.000,00 (doze mil reais) por mês a partir do 5º mês.

CONCLUSÃO

Desse modo, concluímos que a empresa Wandra Oliveira Estética e Bem-estar é uma empresa segura, profissional, visionária e de alta rentabilidade futura.

STUDIO DE BELEZA E ESTÉTICA – ASSUCENA ROCHA

VIEIRA Assucena da Rocha Fernandes
LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda

SUMÁRIO EXECUTIVO

O Studio de Beleza e Estética – Assucena Rocha é uma empresa que surgiu com o intuito de fazer o diferencial no mercado de trabalho. Atuaremos no ramo de estética corporal, facial e studio de beleza (alongamento de unhas, lash, penteados, micropigmentação). A empresa será localizada na Zona Sul de João Pessoa-PB, a mesma será constituída pela diretora/proprietária Assucena da Rocha Fernandes Vieira, portadora do CPF/MF Nº 712.736.844-94 tendo como cargo: Esteticista, Micropigmentadora e Lash Designer, procurarei profissionais que possam prestar serviços de cabeleleira e nails designer que pague uma taxa mensal por estar usando o local. Iniciarei a empresa com o capital de R\$20.000,00, que será necessário para os custos iniciais, com o foco de investimento em equipamentos, materiais fixos, conforto para o cliente e marketing. Optamos por atender o público feminino e masculino (por agendamento) que será nosso diferencial, já que muita clínica de estética não atende ao público masculino, optamos por atender o maior leque de clientes com excelente atendimento que possa proporcionar ao nosso cliente um tratamento digno, que ele se sinta acolhido no nosso local. Buscaremos os melhores produtos e com o custo justo, com fornecedores confiáveis e produtos de alta referência no mercado.

ANÁLISE DE MERCADO

Tendo em vista que homens e mulheres das mais diversas idades estão buscando se cuidar mais e com o avanço das redes sociais, o mercado estético está ganhando seus novos caminhos nos mais diversos campos estratégicos.

Missão: Oferecer um atendimento excelente, contato com profissionais capacitados e atualizados, utilizando produtos que satisfaçam as necessidades dos clientes, e fornecer aos prestadores de serviços um ambiente profissional e acolhedor.

Visão: Oferecer um atendimento excelente, contato com profissionais capacitados e atualizados, utilizando produtos que satisfaçam as necessidades dos clientes, e fornecer aos prestadores de serviços um ambiente profissional e acolhedor.

Valores: Produtos de qualidade com um valor justo e atendimento diferenciado

ANÁLISE DA CONCORRÊNCIA

Existem diversos profissionais que hoje se especializam em alguns serviços estéticos, mas não chegam a executar mais de um procedimento pela falta de investimento ou simplesmente por aptidão. É preciso avaliar o que os concorrentes estão fazendo e fazer a diferença já no atendimento, juntando a qualidade do serviço e o mais importante de todos os conceitos que é o pós-vendas. Concedendo ao cliente a atenção que ele merece e se destacando no mercado de trabalho.

ANÁLISE DE FORNECEDORES

Ter bons parceiros que possam garantir qualidade aos clientes é primordial, é preciso garantir e comparar preços e qualidade de cada produto, pois precisamos atender as necessidades de nossos clientes, garantindo a eficiência dos produtos utilizados nos procedimentos.

PLANO DE MARKETING



O Logotipo visa a sofisticação e leveza, é o conjunto que vai dar certo com o ambiente, que é algo clean que seja leve e permita o maior conforto para o cliente, que tem como o objetivo criar um bom relacionamento da empresa com o cliente, que é essencial para a consolidação da empresa no mercado.

Com os recursos atuais existentes o planejamento para um bom marketing depende também do profissional, não adianta investir no marketing se o profissional não colaborar com a execução de seu trabalho. A maior e pior divulgação é a boca a boca, pessoas falando bem de seu atendimento e trabalho é o melhor marketing que existe. Óbvio que devemos atender as necessidades do mercado, investindo em redes sociais para que possam nos localizar de forma rápida e eficiente, divulgar uma boa marca que fale de você e te faça ser lembrada, bem como fazer campanhas online para tirar dúvidas e atrair uma clientela que busca um bom profissional além das mídias.

PLANO OPERACIONAL

Atender em dias e horários específicos gera muito conforto, conceder o atendimento por agendamento traz ao cliente um conforto e uma exclusividade, gerar uma agenda para atendimento à domicílio é uma das pedidas atuais das pessoas que possuem agendas conturbadas, isso pode gerar um diferencial enorme no sistema operacional de uma ou qualquer empresa.

PLANO FINANCEIRO

O Planejamento inicial de uma sala para atendimento estético, colocando em prática os produtos de reposição, produtos de higienização dos equipamentos gera um investimento em média de R\$20 mil Reais para manter um espaço com procedimentos simples e com produtos de qualidade.

MISSÃO

O centro de estética tem como missão “Oferecer aos clientes um serviço de beleza e estética de qualidade, buscando a satisfação e a elevações da sua auto-estima por meio de uma gestão moderna e atenta as novidades do mercado da estética.”

VISÃO

O Studio de Beleza e Estética – Assucena Rocha, visa ser reconhecido, num prazo de 4 anos como padrão e excelência de qualidade e variedade nos serviços estética facial e corporal.

VALORES

- Ótimo atendimento aos clientes;
- Ética;
- Serviços de qualidade;
- Novidades da área da beleza e estética;
- Responsabilidade técnica;
- Pós-venda;
- Elevação da auto-estima dos clientes;
- Melhoria da estética e beleza dos clientes

SERVIÇOS

O centro de estética contará na sua gama de serviços com variados tipos de serviços de estética. Trazendo para o mercado um lugar onde o cliente encontre todo tipo de serviço deste segmento. Neste contexto, dentre da concepção da satisfação total do cliente, o centro de estética oferece aos seus clientes os seguintes serviços, aqui elencados de acordo com as respectivas áreas:

DEFINIÇÃO DOS SERVIÇOS

Aqui serão mostrados os serviços que vão ser oferecidos pelo centro de estética.

Estética Corporal

- 1- DML corporal
- 2- Massagem modeladora
- 3- Protocolos para estrias
- 4- Protocolos para flacidez

5- Ultrassom

6- Radiofrequência

7-Edermoterapia

8- Corrente Russa

9-Eletrolipólise

10- Eletrolifting

Estética Facial

1 - Rejuvenescimento facial

2- Tratamentos para acne

3- Tratamentos para melasma

4- Limpeza de Pele

5-Peelings

6- DML facial

Lash Designer

Nails Designer

Micropigmentação

Cabeleleira

DIFERENCIAIS COMPETITIVOS

O centro de estética contará com um quadro de funcionários altamente especializados e treinados juntamente com o atendimento de qualidade e a grande gama de serviços, proporcionando que o cliente encontre tudo que precisa quando se fala em estética facial e corporal em um único local. Em alguns tipos de procedimentos, os quais não necessitam de máquinas e equipamentos se

preferirem, os clientes poderão ser atendidos no conforto e aconchego de suas residências.

TECNOLOGIA

O centro de estética contará com a mais alta tecnologia de equipamentos que se diz respeito a tratamentos de beleza e estética encontrados no mercado nacional, como Hooke, Sonofocus, Dermotonus e Heccus.

IVANA STÚDIO DE BELEZA

MACÊDO, Ivana rovena de Assis Estevam
LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda

SUMÁRIO EXECUTIVO

INFORMAÇÕES GERAIS SOBRE A EMPRESA

As informações descritas abaixo se tratam de uma empresa fictícia:

Dados da Empresa:

Nome Fantasia: Ivana Stúdio de Beleza Cnpj: 0100005578990001-98

Endereço: Praça Getúlio Vargas N°1000 - Cabedelo - PB Contato: Proprietária

Senhora Ivana

Telefone: (83) 999947559

E-mail: ivanastudiobeleza@gmail.com

Dados dos Dirigentes:

Ivana Rovena - Proprietária e sócia Investidora do Ivana Stúdio de Beleza

Responsável pelas áreas: Marketing, Atendimento, Novos Serviços.

Rejane Dores - Sócia e Investidora do Ivana Stúdio de Beleza

Responsável pelas áreas: Financeira, Compras, Database, Recursos Humanos.

Previsão para o Início das Atividades

As atividades do empreendimento estão previstas para iniciar na primeira quinzena de Dezembro de 2021 para aproveitar a grande movimentação de turistas na cidade.

Definição do Negócio

O Ivana Stúdio de Beleza terá como público alvo pessoas do sexo masculino e feminino. Oferecendo um ambiente agradável e um portfólio completo de serviços de beleza realizado por profissionais capacitados e treinados além de oferecer um

atendimento personalizado com produtos de grande aceitação no mercado do embelezamento com melhor custo benefício e preços dentro da realidade do segmento.

Degen (2019) afirma que as pessoas que querem iniciar um novo empreendimento precisam estar dispostas a realizar quatro papéis: ser empreendedor, ser empresário, ser executivo e ser empregado.

Visão da Empresa

Ser uma empresa admirada por seus clientes, colaboradores e fornecedores bem como ser referência no segmento em que atua oferecendo sempre o melhor para seus clientes.

Missão da Empresa

Superar as expectativas dos nossos clientes na entrega dos serviços oferecidos bem como promover um ambiente de trabalho aos nossos colaboradores propício a criatividade e ao bem estar de todos.

Serviços oferecidos no Ivana Stúdio de Beleza

O Ivana Stúdio de Beleza oferecerá aos seus clientes um amplo portfólio de serviços relacionados à beleza masculina e feminina.

Linha de serviços:

- Cabelo
- Manicure
- Pedicure
- Depilação
- Estética corporal
- Estética facial

Estrutura

O local terá uma estrutura pequena com 79 m² mais com possibilidade de aumentar seu espaço de acordo com a demanda de clientes.

Recursos Humanos

O Ivana Stúdio de Beleza contará com seis colaboradores:

- 01 Cabelereiro
- 01 Manicure
- 01 Esteticista
- 01 Depiladora
- 01 Recepcionista
- 01 Faxineira

Mobília

- 02 Cadeiras de cabeleleiro
- 02 Macas de depilação
- 02 Mesas de manicure
- 02 Lavatório
- 02 poltrona
- 02 Recepção

Projeto

O projeto do salão de beleza foi desenvolvido para uma área de 79m², com uma margem para crescer 30%, ou seja, aumentar a oferta de serviços sem a necessidade de novos investimentos.

ANÁLISE DO MERCADO E DA LOCALIZAÇÃO

Panorama Geral do Setor de Beleza no Brasil

Segundo a Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC), a perspectiva é que o mercado cresça 1,1% em 2020 (em relação a 2019). Pouco, se comparado com a projeção inicial feita antes da pandemia: aumento de 5,1%. Mas relevante para o momento, o PIB brasileiro, por exemplo, deve encolher 5,7%, de acordo com o último boletim Focus, do Banco Central.

Ainda de acordo com a ABIHPEC entre as maiores tendências do universo de beauté estão o autocuidado, rituais em casa, clean beauty e experimentação virtual

O novo corona vírus deixou o mercado mundial de ponta-cabeça. Muita incerteza passou a tomar conta dos pequenos empreendedores e até das grandes empresas. Mas, passado o susto inicial, parece que o tombo não vai ser tão feio – ao menos no mundo da beleza. Segundo a Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC), a perspectiva é que o mercado cresça 1,1% em 2020 (em relação a 2019). Pouco, se comparado com a projeção inicial feita antes da pandemia: aumento de 5,1%. Mas relevante para o momento, o PIB brasileiro, por exemplo, deve encolher 5,7%, de acordo com o último boletim Focus, do Banco Central.

Mesmo em meio a crise as pessoas continuam cuidando da sua imagem e o mercado da beleza só cresce e oportunidades de negócio também são visualizadas daí a grande importância da elaboração do plano de negócios.

Segmentação do mercado de Salões de Beleza no Brasil

Os salões de beleza com o tempo passaram a sofrer modificações e oferecer casa vez um leque de serviço maior para seus clientes, pois as pessoas estão muito mais preocupadas com a imagem e o segmento vem se modificando para atender a demanda de homens e mulheres que gostam de cuidar da aparência.

Apesar da tendência ao surgimento das grandes redes, viabilizado pelo sistema de franquias, os salões de beleza, pela diversidade de características que eles apresentam, constituem um dos segmentos de serviço mais diferenciado, atingindo nichos específicos do mercado. Por esta razão, coexistem salões de diferentes portes: pequenos, médios e grandes.(SEBRAE, 2015).

O Ivana Stúdio de Beleza será de pequeno porte para o público feminino e masculino e de marca própria que oferecerá produtos e serviços em um segmento intermediário aos dos salões de cabeleireiros e das grandes franquias.

Local escolhido para o Ivana Stúdio de Beleza

O local escolhido será a cidade de Cabedelo - PB região Metropolitana de João Pessoa, localizado na praia de Formosa uma praia muito freqüentada por moradores e turistas em época de temporada. O local escolhido levou em conta a ausência de muitos concorrentes na cidade.

Levantamento do Comércio Local da região de Cabedelo – PB

A cidade de Cabedelo conta um comércio local pequeno e por essa razão os moradores tendem a se deslocar para João Pessoa para atender suas necessidades essa realidade justificou a escolha do local para instalação do salão.

Estabelecimentos da cidade:

03 Salões de Beleza não muitos conhecidos na cidade

- 04 Drogarias
- 03 Bancos
- 02 Supermercados
- 03 Padarias
- 01 Loja de produtos cosméticos

Público Alvo do Ivana Stúdio de Beleza

O Ivana Stúdio de Beleza será de pequeno porte para o público feminino e masculino.

Perfil do Público Alvo

Homens e mulheres que gostam de cuidar da aparência.

Necessidade Do Público Alvo a ser atendida

Ausência de um Salão de Beleza estruturado na cidade que ofereça vários serviços em um local só tudo pensado na comodidade de seus clientes.

Análise da Concorrência

Existem três salões de beleza na cidade todos sem visibilidade e de difícil localização. A concorrência será bastante pequena nesse aspecto, pois nosso objetivo é de oferecer serviços a um custo benefício satisfatório e dessa forma fidelizar nossos clientes.

PLANO DE MARKETING

Nenhuma empresa consegue satisfazer e agradar todos os seus clientes.

Sendo assim, os profissionais de marketing segmentam o mercado.

Identificam e traçam os perfis de compradores que poderão adquirir seus serviços, em um determinado nicho de mercado, bem como seus potenciais concorrentes. Feita a análise dessas variáveis definem como vão se posicionar no mercado.

O termo posicionamento de um produto ou marca refere-se à posição que um produto ocupa em um dado mercado. Neste contexto, a palavra posicionamento, abrange os significados de posição como um lugar, um posto dentro de uma hierarquia de uma atitude mental em relação a um determinado produto. (WIND, 1982).

São ferramentas de marketing: Produto, Preço, Distribuição e Propaganda. O Ivana Stúdio de Beleza vai trabalhar as seguintes ferramentas de marketing com o objetivo de atingir o seu mercado-alvo: Produto/Serviços e Propaganda. (KOTLER, 2000).

Posicionamento do Ivana Stúdio de Beleza

Posicionamento é o processo de distinguir uma empresa ou um produto de seus competidores com base em dimensões reais - produtos ou valores corporativos significativos para seus consumidores - para se tornar a empresa ou o produto preferido no mercado. O posicionamento auxilia os consumidores a distinguir as diferenças entre produtos concorrentes, de modo que possam escolher aquele percebido como o de maior valor e o que preenche exatamente as suas necessidades e desejos. (DIMINGO, 1988).

O Ivana Stúdio de Beleza vai se posicionar como um negócio de beleza no qual o seu público-alvo terá a sua disposição em um único lugar um completo portfólio de serviços voltados aos cuidados da beleza.

Diferencial Competitivo do Serviço do Ivana Stúdio de Beleza

Ao lidar com as forças competitivas, uma empresa pode escolher entre três estratégias genéricas: liderança em custo, diferenciação e enfoque.

A estratégia de diferenciação, por sua vez, visa diferenciar o produto ou o serviço oferecido pela empresa, criando algo que seja considerado único ao âmbito de toda a indústria. Assim, as fontes de diferenciação para uma empresa e seus

produtos e serviços podem ser a marca, a tecnologia empregada, os serviços personalizados, a rede de fornecedores. (PORTER, 1986).

De acordo com o mesmo autor com a estratégia de enfoque a empresa opta por atuar em um ambiente competitivo estreito dentro de uma indústria, como um segmento específico de clientes ou um determinado mercado geográfico, por exemplo. Ao fazê-lo, a empresa pode adotar um enfoque nos custos ou na diferenciação.

Exemplos de características de empresas que poderiam constituir uma vantagem competitiva incluem:

- Foco no cliente, valor para o cliente
- Qualidade superior do produto ou serviço
- Distribuição ampla
- Alto valor de marca e reputação positiva da empresa
- Técnicas de produção com baixo custo
- Patentes, direitos autorais e de propriedade industrial
- Proteção do governo (subsídios e monopólio)
- Equipe gerencial e de funcionários superior
- Preço baixo

O Ivana Stúdio de Beleza vai adotar a estratégia de enfoque com enfoque na diferenciação dos serviços prestados, por meio da qualidade do atendimento aos clientes, ou seja, proporcionar ao cliente uma elevada satisfação ao experimentar os nossos serviços.

Estratégia de Promoção

Dentro do Marketing é possível visualizar os 4 P's que são: (KOTLER, 2006)

Produto – variedade de produtos, qualidade, design, características, nome de marca, embalagem, tamanhos, serviços, garantias, devoluções.

Praça – canais, cobertura, variedades, locais, estoque, transporte.

Preço – preço de lista, descontos, concessões, prazo de pagamento, condições de financiamento.

Promoção – promoção de vendas, propaganda, força de vendas, relações públicas, marketing direto.

A promoção é a principal forma de como será divulgado esse produto no mercado e assim podem-se ver inúmeras formas de se fazer, podendo ser online, por televisão, propagandas, rádios, etc. A estratégia de promoção deve ser baseada em um Plano de Negócios para que se possam analisar quais e quantos tipos diferentes de meios de comunicação serão necessários para fazer uma boa oferta do produto. (KOTLER, 2006).

Segundo o mesmo autor as empresas precisam de uma forma de divulgação dos produtos por elas fornecidos, e essa forma de interação é chamada de comunicação de marketing. É uma espécie de representação da voz da marca para traçar o caminho entre o produto e consumidor. Com ela é possível com que os consumidores tenham acesso as informações que possam lhes interessar como quem usa o produto, onde, quais foram as experiências com ele, etc.

Desse modo, podemos listar as principais ferramentas de promoção: (KOTLER, 2006).

- Relações públicas
- Venda pessoal
- Promoção de vendas
- Merchandising

Estratégia de Serviços

O Ivana Stúdio de Beleza concentrará 70% dos seus esforços nos assuntos relacionados prestação de serviços, além do portfólio de serviços oferecidos aos clientes, o salão de beleza fará algumas ações com objetivo de fortalecer o relacionamento e a fidelização junto ao seu público-alvo, tendo como os principais pontos:

- Treinamento e desenvolvimento dos colaboradores
- Atendimento personalizado
- Qualidade nos serviços prestados
- Aprimoramento dos métodos de aplicação dos serviços
- Parcerias com empresas
- Oferecer serviço de Manobrista

Diante dos 4P's do marketing – Preço, Praça, Promoção e Produto -, O Ivana

Stúdio de Beleza fará um estudo mais aprofundado na questão promoção.

Para fazer Marketing é preciso de um planejamento estratégico, no qual as empresas têm de escolher corretamente dependendo do resultado que se quer alcançar. Dessa forma, a estratégia e os objetivos de uma empresa descrevem o seu campo de atuação, especificando a direção do crescimento, os principais pontos fortes e a responsabilidade. (KOTLER, 2006).

PLANO FINANCEIRO

Investimento Total Necessário: Capital de Giro e Investimento Inicial

O capital inicial de investimento será constituído com recursos financeiros próprios sem necessidade de recorrer aos altos juros das instituições financeiras.

O valor do capital inicial será de **R\$ 37.000,00** (trinta e sete mil Reais).

INVESTIMENTO FINANCEIRO INICIAL

PRODUTO - MATERIAL – SERVIÇO - VALOR

DESCRIÇÃO

Produtos para trabalho	2.200,00
Tintas para pintar ao salao	250,00
Ar condicionado	1.000,00
Divisorias	1.000,00
Utensilios para uso no salao	450,00
MÃO de obra para serviços no salao	450,00
Logo, panfletos e banner	550,00
Carro de som	200,00
Mobílias	3.500,00
Outros (gasotos emergenciais)	1.000,00
Valor total dos gastos	10.600,00

INVESTIMENTOS FIXOS

Luz.....	2.500,00
Materiais.....	1.000,00
Agua.....	1.800,00
Valor total.....	6.300,00

CAPITAL INICIAL.....	37.000,00
INVESTIMENTO F. INICIAL.....	10.600,00
INVESTIMENTO FIXO.....	6.300,00
CAPITAL DE GIRO.....	20.100,00

YARA FREITAS ESTÉTICA AVANÇADA

XAVIER, Yara Leticia de Freitas
LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda

SUMÁRIO EXECUTIVO

A empresa recebe homens e mulheres de diversas idades, dispondo de uma vasta variedade de serviços pensando no bem-estar de seus clientes, mas também nas necessidades dos quais os mesmos buscam para uma melhor qualidade de vida.

Nosso principal serviço é funcionarmos das 07:00 às 20:00 hs de segunda à sexta-feira e aos sábados das 07:00 às 18:00hs, pois entende-se que para a demanda a ser atendida com a diversidade de serviços à prestar, esse horário é o melhor funcionamento para atendimento de todo o público alvo.

O foco são os clientes de todas as classes, devido a empresa focar em procedimentos e tratamentos com protocolos, nos quais os especialistas irão personalizar para atender a necessidade do mesmo.

A empresa está localizada na Avenida Cruz das Armas, S/N – Cruz das Armas – João Pessoa/PB.

A Yara Freitas Estética Avançada terá um capital inicial de **R\$ 60.000,00**.

Segundo Chiavenato (2017), plano de negócios (Business Plan), também chamado "plano empresarial", é uma descrição detalhada de todos os aspectos de um novo empreendimento, e projeta aspectos mercadológicos, operacionais e financeiros dos negócios.

MISSÃO

Para Maximiano (2011, p. 134), “a missão estabelece a utilidade da organização para seus mercados e clientes e para a sociedade”. Com esse entendimento, a missão da empresa é: Promover para as pessoas um serviço de qualidade com uma execução diferenciada de cuidados com a beleza.

VISÃO

Segundo Hitt (2008, p. 17), “a visão é um retrato do que a empresa pretende ser e, em termos amplos, do que pretende realizar”. Com isso, a empresa tem a

visão de: Promover no prazo de cinco anos, um espaço em João Pessoa onde todos os clientes realizem seus procedimentos, comprem seus produtos e saiam prontos com todo tipo de serviço, juntando assim, cosmético, salão e estética.

VALORES

“Os valores organizacionais correspondem aos atributos e às virtudes prezados pela organização, como prática da transparência, respeito à diversidade, cultura para a qualidade ou respeito ao meio ambiente” (CHIAVENATO; SAPIRO 2009, p. 90). Sabe-se da importância que os valores têm para o alcance do sucesso da empresa, com isso, a Yara Freitas Estética Avançada traz características essenciais e fundamentais nos seus valores tais quais:

- a) Comprometimento;
- b) Responsabilidade;
- c) Honestidade;
- d) Respeito;
- e) Desenvolvimento;
- f) Ética;
- g) Transparência.

CRONOGRAMA

ATIVIDADES /MÊS	Out	Nov.	Dez	Jan	Fev.	Mar
Criação do modelo de negócios	X					
Criação do plano de negócios	X					
Registro da marca		X				
Criação do planejamento estratégico	X					
Criação do plano de marketing			X			
Registro da empresa		X				
Contratação de funcionários					X	
Reforma / ambientação				X		
ORGANOGRAMA EMPRESARIAL Inauguração						X

E ORGANOGRAMA



ANÁLISE DE MERCADO

ESTUDO DOS CLIENTES

Faixa etária: público de diversas idades, moradores da região da empresa e arredores, de diversas classes sociais.

A frequência pela procura de nossos serviços é de 75% de mulheres, pelo desejo da melhoria de sua alta estima, buscando assim, uma melhor qualidade de vida.

Essa procura se torna maior devido ser trabalhado na empresa protocolos personalizados, montando assim um tratamento individual para atender melhor a necessidade de cada cliente.

O atendimento é com 100% de responsabilidade nos serviços, prezando muito a qualidade em receber cada cliente.

ANÁLISE DOS CONCORRENTES

Foi verificado que os concorrentes que oferece os mesmos serviços (ou parte) deles, são poucos e em localização distante da Yara Freitas Estética Avançada.

São eles: Divando, Vênus Estética JP e SPA do Corpo.

O diferencial da empresa em relação aos concorrentes é: valores (devido aos protocolos personalizados), horário de funcionamento, estrutura, localização privilegiada e principalmente o atendimento ao cliente.

FORNECEDORES

Segue abaixo os principais parceiros (fornecedores) para qualificar mais ainda a empresa:

FORNECEDOR	PRODUTO
Bioage	Linha de Cosméticos com alta Tecnologia (facial/corporal)
Hidramais	Produtos Corporal
Phytotratha	Produtos Facial
Extrato da Terra	Produtos Faciais
Nova Cosmético	Produtos diversos de cosméticos
Escrimóveis	Móveis Planejados
Limpmaster	Produtos de Limpeza

PLANO DE MARKETING

O foco é contribuir para o bem-estar dos clientes que buscam uma melhor qualidade de vida com ajuda dos serviços da empresa, para assim transforma sua autoestima elevando a mesma a um início do processo de renovação. Com isso, foi pensado a seguinte logo:



A American Marketing Association define marca como "um nome, sinal, símbolo ou desenho, ou combinação dos mesmos, que pretende identificar os bens

e serviços de um vendedor ou grupo de vendedores e diferenciá-los daqueles dos concorrentes " (PINHO, 1996, p. 14). Sendo assim, a marca Yara Freitas Estética Avançada define, visualmente, o que o serviço representará (Figura 1). Os tons arroxeados e cintilante vibrante, predominando a cor lilás, em que o mesmo representa, respeito, a dignidade, transformação, purificação e sinceridade expressando, portanto, os valores expostos pela empresa, ou seja, um alinhamento do comprometimento da empresa com seu cliente.

Já em relação ao símbolo da borboleta, faz ênfase ao principal pilar da empresa que é: a transformação e a liberdade da mudança. No caso da fonte escolhida foi a mais adequada para visualização do público, ela tem um tamanho proporcional em relação a todos os símbolos já descritos.

DIVULGAÇÃO

Com o crescimento da tecnologia, principalmente das redes sociais (fanpages, blogs e etc) foi decidido focar na divulgação através das mídias sociais, a principal (Instagram) o que não quer dizer que vai se deixar de lado o marketing tradicional (outdoors, cartões, panfletos e etc). Tudo isso próximo a praças, shoppings e ruas estratégicas com maior fluxo de pessoas.

Divulgação	Custo de Investimento	Período	Local	Estratégia	Resultado Esperado
Instagram	R\$ 150,00	Postagens diárias	Internet	Maior visibilidade	Maior alcance
Panfletos	R\$ 100,00	Nas manhãs durante o período de inauguração	Avenidas estratégicas	Outro meio para quem não tem acesso à internet	Alcançar o público da área
Carro de Som	R\$ 100,00	Sexta e sábado	Avenidas estratégicas	Atingir todo o público-alvo	Alcançar o público em geral

ANÁLISE FINANCEIRA

CAPITAL SOCIAL

Socio	Capital (R\$)	Participação (%)
Yara Leticia Freitas Xavier	R\$ 60.000	100%
Total	R\$ 60.000	100%

Tabela 03: Capital Social

Fonte: Pesquisa de campo, 2021.

INVESTIMENTO FINANCEIRO INICIAL

DESCRIÇÃO	CUSTO TOTAL (EM R\$)
EQUIPAMENTOS	18.000,00
PRODUTOS	5.000,00
MÓVEIS	4.000,00
MARKETING	350,00
FUNDO DE RESERVA	2.000,00
MÃO DE OBRA	650,00
TOTAL	30.000,00

INVESTIMENTO FIXO

DESCRIÇÃO	CUSTO TOTAL MENSAL (EM R\$)
ALUGUEL	700,00
ÁGUA	200,00
ENERGIA ELÉTRICA	300,00
TELEFONE/INTERNET	100,00
PRO-LABORE	1.500,00
MATERIAL DE LIMPEZA	200,00
REPOSIÇÃO DE MATERIAL	1.000,00
TOTAL	4.000,00

PREVISÃO FINANCEIRA	Valor (R\$)
Capital Inicial	R\$ 60.000
Investimento Financeiro Inicial	R\$ 30.000,00
Investimento Fixo	R\$ 4.000,00
Capital de Giro	R\$ 26.000,00

CONCLUSÃO

Esse plano de negócio foi elaborado com o intuito de conduzir as ações do empreendimento. Nele consta o que a sócia fundadora deve relacionar, item a item, demonstrando quais são as principais particularidades do empreendimento em estudo colocando assim em destaque o que pode acontecer na prática com a abertura da empresa, deste modo, é possível a antecipação aos repasses para corrigi-los e evita-los.

Foi estruturado nesta pesquisa o empreendimento para que ele tenha o sucesso desejado no prazo estabelecido.

ESPAÇO MYLLANI OLIVEIRA

OLIVEIRA, Myllani marcos de
LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda

SUMÁRIO EXECUTIVO

O *Espaço Myllani Oliveira* é uma empresa que surgiu com a ideia de cuidar das pessoas de forma integral, tanto no bem estar físico quanto no bem estar psicológico, promovendo saúde e bem estar para mulheres e homens. Atuará no ramo da beleza oferecendo ao cliente serviços de: cabelos, manicure, pedicure, estética facial, estética corporal, massagens relaxantes e terapias especiais.

Iniciaremos com o capital de R\$: 20.000,00. Capital este que será necessário para o início das atividades, mas com foco de um investimento onde a empresa deve estar constantemente em mudança e investindo em marketing, inovação e comodidade para o cliente.

Minha ideia foi criar algo que atendesse a necessidade de todos os públicos, tanto feminino quanto masculino, e oferecer ali uma diversidade de serviços para melhor comodidade dos clientes. Sendo considerados nosso concorrente: Salão de beleza e clínicas de estética. O diferencial será realizar um atendimento individual, exclusivo e completo, com ambiente totalmente aconchegante e acolhedor.

Missão: Oferecer um tratamento diferenciado com resultados na primeira sessão, elevando a autoestima de nossas clientes, proporcionando a elas melhor qualidade de vida e bem-estar.

Visão: Tornar-se referência no estado em qualidade no atendimento e com ativos sustentáveis.

Valores: Produtos de primeira linha, ecologicamente corretos, comprometimento, qualidade, ética, atendimento exclusivo e diferenciado.

ANÁLISE DE MERCADO – FORNECEDORES – CONCORRÊNCIA

- Pretendo atuar no mercado da beleza.

- Tem grande potencial no mercado por ser uma área que está em constante crescimento e desenvolvimento.
- Tendo como objetivo o público feminino.
- Principais fornecedores: Silky Liss, Paraibela, Nova Missiana, Cosmobeauty, Bioage, Vita Derme, entre outros.
- Concorrentes: Salões e clínicas de estéticas

PLANO DE MARKETING



A logo escolhida visa elegância, delicadeza, harmonia e leveza. Transparecendo um atendimento exclusivo em um ambiente leve, sofisticado.

PLANO DE MARKETING

Divulgação	Custo de Investimento	Período	Local	Estratégia (Pra quê)	Resultado Esperado
Redes Sociais	Instagram	Poster a cada 3H	Redes Sociais	Maior Visibilidade	Maior Alcance
Panfleto	Rua	Tarde/Noite	Bairros próximos	Abordagem	Anunciar promoções
Carro de Som	No bairro	Manhã/Tarde	Bairros próximos	Estratégia Sonora	Lembranças
Brindes	Estabelecimentos do bairro	Manhã/Tarde/Noite	Bairros próximos	Aguçar Curiosidade	Captação de clientes

PLANO FINANCEIRO

SÓCIOS	CAPITAL (R\$)	PARTICIPAÇÃO (%)
Nome:	Em Reais	Em Percentual
Myllani Marcos de Oliveira	R\$ 14.000,00	70%
Paulo Tadeu de Oliveira	R\$ 6.000,00	30%
TOTAL	R\$ 20.000,00	100%

PLANO FINANCEIRO

INVESTIMENTO FINANCEIRO INICIAL PODUTO/MATERIAL/SERVIÇO	Valor \$%	
Descrição:		
Produtos de trabalho	R\$	1.000,00
Tinta para pintar o espaço	R\$	110,00
Ar condicionado (usado)	R\$	800,00
Divisória	R\$	700,00
Decoração	R\$	350,00
Mão de obra para a instalação e pintura	R\$	289,00
Logo, Banner, Panfletos	R\$	498,00
Investimento carro de som	R\$	100,00
Mobília	R\$	4.000,00
Outros (gastos de emergência)	R\$	500,00
Total:	R\$	7.237,00

INVESTIMENTO FIXO

Investimento Fixo	Valor
Luz	R\$ 250,00
Aluguel	R\$ 1.000,00
Materiais	R\$ 500,00
Água	R\$ 100,00
Internet	R\$ 100,00
Funcionários	R\$ 1.200,00
Contador	R\$ 300,00
TOTAL	R\$ 3.450,00

PREVISÃO FINANCEIRA

PREVISÃO FINANCEIRA	VALOR
Capital Inicial	R\$ 20.000,00
Investimento Financeiro Inicial	R\$ 7.237,00
Investimento Fixo	R\$ 3.450,00
Capital de Giro:	R\$ 9.313,00

ESPAÇO ATOMIC ESTÉTICA

ARAÚJO, Estefani Silva de
LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda

SUMÁRIO EXECUTIVO

O espaço Atomic Estética é uma empresa que surgiu com a ideia de aperfeiçoar a forma de atendimento mais humanizado.

Atuará no ramo da saúde e beleza visando um resultado de qualidade e satisfação, oferecendo ao cliente os serviços mais variados com protocolos diferentes para cada necessidade, limpeza de pele, massagem relaxante, drenagem linfática, protocolos para redução de medidas e várias terapias especiais.

A empresa estará localizada no bairro dos estados, av. 15 número 151, ao lado do shopping sebrae na cidade de João Pessoa, Paraíba.

O local foi escolhido devido a tranquilidade e de fácil acesso.

A empresa é constituída pela única sócia Estefani Silva de Araújo, portadora do CPF 704.564.315.56 temos como cargo/ função:

Estefani Silva de Araújo Proprietária, Administradora, esteticista e cosmetologa.

Registrado no CNPJ :36.517.814/0002-53.

Iniciaremos com o capital de R\$ 25.000,00, capital este que será necessário para o início das atividades, mais com foco de um investimento visa que nossa empresa deve estar constantemente em mudança e investindo em marketing, inovação e comodidade para o cliente.

Optamos em criar algo que atendesse a necessidade de cada cliente por completo e temos como alvo o público feminino. Sendo considerados como nosso concorrente: salões de beleza e a derma fisio, que oferecem um serviço parecido.

O diferencial será realizar um serviço mais exclusivo, levando em conta cada necessidade de modo individual, com um ambiente climatizado, totalmente

aconchegante e acolhedor, tendo como nosso potencial para oferecer ao mercado as mais modernas técnicas e produtos de última geração com nano tecnologia. Buscarei nos fornecedores os valores :comprometimento, ética, qualidade e atendimento diferenciado, condizentes com os valores da empresa.

Segundo Hasimoto (2016) as características de um empreendedor- -herói são as seguintes: Comprometimento, criatividade, valores, habilidades específicas, conhecimento do negócio, princípios, atitudes positivas, reconhecimento de oportunidades, autoconfiança, sabedoria, coragem para enfrentar desafios, perseverança e determinação, habilidades de relacionamento interpessoal, boa comunicabilidade, liderança, facilidade de trabalhar em equipe, automotivação, capacidade de tomar decisões rapidamente, pensamento crítico e visão estratégica.

MISSÃO – VISÃO - VALORES

Missão: Oferecer um bom resultado já nas primeiras sessões, elevando a autoestima de nossos clientes, proporcionando uma melhor qualidade de vida é bem-estar.

Visão: Torna-se o melhor em referência de atendimento e qualidade do estado.

Valores: Um bom atendimento de qualidade, ética profissional, comprometimento, dedicação, esforço, foco total.

CRONOGRAMA

Atividades/ mês	Ago.	Set.	Out.	Nov.	Dez.
Criação do modelo de negócios	X				
Criação do plano de negócios	X				
Registro da marca		X			
Criação do planejamento estratégico		X			
Criação do plano de marketing	X				
Registro da empresa		X			
Contratação de funcionários			X		
Reforma/ ambiente				X	
Inauguração					X

ANÁLISE DE MERCADO

PÚBLICO-ALVO (CLIENTE)

- Mercado da beleza.
- Público feminino e com expansão também para o masculino.
- É uma área que está em constante crescimento e desenvolvimento.
- Tem grande potencial ao mercado.

FORNECEDORES

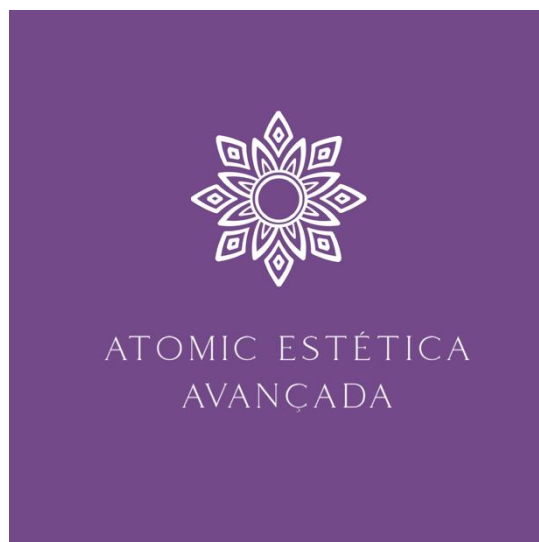
	Fornecedor 1 tulipa	Fornecedor 2 Adcos
Localização	Shopping sebrae, João Pessoa, Brasil	Shopping salvador , Bahia , Brasil
Telefone, e-mail	(83)98805-2749	(71) 98701-7714
Tempo de entrega	3 dias normalmente	5 dias normalmente
Condições de pagamento	Cartão de crédito, pix , transferência bancária	Cartão de crédito, pix transferência bancária
Setor de comunicação	conunictulipia@gmail.com	atendimeadcos@gmail.com

CONCORRÊNCIA

	Derma fisio
Qualidades dos produtos	Boa
Preço justo ou maior ou menor que o seu	Maior
Condições de pagamento	Pix, cartão , à vista
Atendimento	Bom

PLANO DE MARKETING

LOGOTIPO



CONCEITO DA LOGO

A cor violeta da logo escolhida simboliza respeito, dignidade, purificação e transformação e a flor em formato de mandala representa beleza e virtude da marca, as letras são mais delicadas e sutis.

PLANO DE MARKETING

Divulgação	Custo de investimento	Período	Local	Estratégia (Para que)	Resultado esperado
Panfletos	300	2meses	Parques, perto de lojas e shopping	Para chamar público feminino	Curiosidade para ir até o espaço de atendimento
Instagram	0	Todos os dias	Internet	Chamar atenção ao público jovem	Mais seguidores e engajamento
Carros de som	1000	Uma vez na semana	Praças, perto de supermercado, lojas e parques	Atrair a curiosidade do público no geral	Mais informações

PLANO FINANCEIRO

Para Schumpeter (2017) o plano financeiro é a etapa onde se define o total de recursos necessários a se investir para que a empresa inicie suas operações, sendo que este investimento é composto pelos investimentos fixos, em capital de giro e investimentos pré-operacionais.

Capital sócio

Sócio	Capital (R\$)	Participação (%)
Estefani Silva	R\$ 25.000,00	100%
Total	R\$ 25.000,00	100%

Investimento financeiro inicial

Investimento financeiro inicial Produto/material/ serviço	Valor (R\$)
Descrição :	
Produtos de trabalho	R\$ 5.000,00
Tinta para o espaço	R\$ 500,00
Ar-condicionado	R\$ 1.700,00
Decoração	R\$ 500,00
Divisores	R\$ 300,00
Prateleiras	R\$ 300,00
Mão de obra	R\$ 1.000,00
Logo, banner, panfletos	R\$ 1.000,00

Mobília	R\$ 5.000,00
Outros (emergência)	R\$ 3.000,00
Total:	18.300,00

Investimento fixo

Investimento Fixo	Valor (R\$)
Luz	200,00
Aluguel	380,00
Materiais	900,00
Água	280,00
Total:	1.760,00

Previsão financeira

Previsão financeira	Valor (R\$)
Capital inicial	25.000,00

Investimento financeiro inicial	18.300,00
Investimento fixo	1.760,00
Capital de giro	20.060,00

Total

	25.000,00
	20.060,00
	4.940,00

CONCLUSÃO

O plano de negócio foi criado com objetivo de analisar o empreendedorismo e seu controle de diminuição de risco, agregando ao meu lado empreendedor o conhecimento de controle de gastos, para que no final a empresa tenha sucesso e seja exemplo de empreendedorismo na cidade, levando em conta todos os valores da empresa, qualidade dos produtos e serviços para oferecer ao nossos cliente o que a de melhor no mercado, o resultado dessa pesquisa concluiu que graças a qualidade , dedicação, bons números lucrativos e a honestidade que será um sucesso.

STUDIO NAYARA DIAS

DIAS, Nayara Rayanne da Silva
LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda

SUMARIO EXECUTIVO

O Studio Nayara Dias é uma empresa que possui a finalidade de promover aos seus clientes um melhor estilo de vida e alto-estima.

Atuando na área da beleza proporcionando serviços de limpezas de pele, design de sobrancelhas, massagens relaxantes, peelings e drenagem linfática.

A empresa está localizada no endereço: rua vereador Antônio Jorge 216-cohab, na cidade de ferreiros-pe.

A localidade foi definida visando o desenvolvimento comercial do bairro e crescimento do número de moradores do mesmo.

A empresa é constituída por Nayara Rayanne da silva dias, portadora do CPF: 135.105.514-35, tendo a função de proprietária, administradora e prestadora dos serviços oferecidos.

Iniciaremos com o capital de 50.000,00, que será necessário para o início das atividades, marketings, inovações e comodidade para os clientes.

Tendo um público alvo feminino optei por criar um espaço aconchegante e feminino onde elas se sintam acolhidas e confortáveis. Oferecendo um serviço humanizado, com novas técnicas e produtos de alta qualidade.

Buscarei fornecedores que trabalhem com boas marcas e valores justos.

ANÁLISE DE MERCADO-FORNECEDORES CONCORRÊNCIA

- Mercado de beleza
- Público alvo feminino com ampliação para o público masculino.
- Possui grande potencial no mercado, pois está em constante evolução em novas técnicas e cosméticos.
- Principais fornecedores: Bioage, Adcos, Darrow e Árago.

PLANO DE MARKETING- LOGOTIPO



A logo escolhida visa delicadeza, elegância, harmonia e leveza. que transparece um atendimento em um ambiente leve e sofisticado.

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO: MISSÃO- VISÃO- VALORES

MISSÃO: Proporcionar tratamentos diferenciados, buscando sempre está se atualizando de novas técnicas e oferecendo melhores resultados para os clientes.

VISÃO: Ser referência no ramo da estética por oferecer bons resultados e ótima qualidade em produtos utilizados.

VALORES: Utilizar sempre produtos de boa qualidade, com aprovação da Anvisa, comprometimento, oferecendo o melhor para os clientes.

PLANO FINANCEIRO

SÓCIOS NOME:	CAPITAL (R\$) EM REAIS	PARTICIPAÇÃO (%) EM PERCENTUAL
NAYARA RAYANNE DA SILVA DIAS	R\$ 50.000,00	100%
TOTAL:	R\$ 50.000,00	100%

INVESTIMENTO FINANCEIRO INICIAL PODUTO/MATERIAL/SERVIÇO	VALOR R\$
DESCRIÇÃO: COSMÉTICOS	R\$2.000,00
TINTA PARA PINTAR O ESPAÇO	R\$150,00
AR CONDICIONADO (USADO)	R\$800,00

EQUIPAMENTOS	R\$4.000,00
DECORAÇÃO	R\$400,00
MÃO DE OBRA PARA INSTALAÇÃO E PINTURA	R\$ 450,00
LOGO, PAFLETOS E BANNER	R\$450,00
IVESTIMENTO COM CARRO DE SOM	R\$100,00
MOBILIA	R\$7.000,00
GATOS NÃO PREVISÍVEIS	R\$250,00
TOTAL:	R\$ 15.600,00

INVESTIMENTO FIXO

INVESTIMENTO FIXO	VALOR R\$
LUZ	R\$ 200,00
ALUGUEL	R\$ 850,00
MATERIAIS	R\$ 500,00
TOTAL:	R\$1.500,00

PREVISÃO FINANCEIRA

PREVISÃO FINANCEIRA	VALOR
CAPITAL INICIAL	R\$ 50.000,00
Investimento Financeiro Inicial	R\$15.600,00
IVESTIMENTO FIXO	R\$1.500,00
CAPITAL DE GIRO:	R\$32.000,00

CONCLUSÃO

Esse plano de negócio foi realizado com a finalidade agregar meu lado empreendedor, para que a empresa tenha sucesso do início e em diante da sua existência. Visando analisar todos os aspectos financeiros envolvidos e atenciosamente proporcionar o melhor para meus clientes.

MÔNICA CHAVES ESPAÇO DA BELEZA

MARANHÃO, Mônica Lacerda Chaves
LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda

SUMÁRIO EXECUTIVO

O salão de beleza Mônica Chaves espaço da beleza foi criado pela empresária Mônica Lacerda Chaves Maranhão portadora do CPF: 007.415.474-57 onde a mesma tem a função de: proprietária, cabeleireira, micropigmentadora e, tricologista. com o intuito de realçar e aumentar ainda mais a auto-estima das mulheres o salão está localizado na Paraíba na cidade de João Pessoa no bairro de Mangabeira, Rua Rita Xavier de Oliveira nº 90 A. O salão atua no ramo de serviços e produtos de beleza com os melhores serviços oferecidos pelo espaço incluindo 9 funcionárias.

São eles: tratamentos capilares em geral, serviços de Mechas, Micropigmentação de sobrancelhas, Maquiagens, manicure e pedicure, podologia, depilação, Dia da Noiva entre outros. Visando sempre o melhor serviço para nossas clientes, sempre disponibilizando um atendimento diferenciado. Com isto, atendemos às demandas do público feminino pessoense desde setembro de 2001.

Registrada no CNPJ: 08.935.729/0001-61 Iniciaremos com o capital de R\$: 30.000,00. Que será necessário para o início das atividades, mas com foco de um investimento onde a empresa deve estar constantemente em mudança e investindo em marketing, inovação e comodidade para o cliente.

A palavra empreendedor origina-se da palavra entrepreneur que é francesa, literalmente traduzida, significa Aquele que está entre ou intermediário.” (HISRICH, Robert. D., 2016).

ANÁLISE DE MERCADO

PÚBLICO ALVO

- **Público Alvo FEMININO**
- **Avaliação do Cliente:** Como cliente do salão Mônica Chaves espaço da beleza, eu Iris estou supersatisfeita com todos os serviços e cuidado

oferecidos pelo salão. Sou cliente há mais de 10 anos e admiro todo cuidado e confiança que é passado para nós clientes.

- **Quem está comprando?** Mulheres que utilizam o serviço.
- **Como está pagando?** É oferecido as seguintes formas de pagamento, cartões crédito e débito, pix e dinheiro em espécie.

FORNECEDOR

ITEM	FORNECEDOR 1	FORNECEDOR 2	FORNECEDOR 3
Localização (endereço)	Sapé- PB	João pessoa- PB	João Pessoa- PB
Forma de pedido (fone, email, app)	Márcio	Pedro Emerson	Diego
Tempo de entrega	60 min	24 h	40min
Pagamento	Cheque	Cartão	Boleto
Contato/responsável	(83)98756-2566	(83)98889-9165	(83)99145-2369

1.3 Concorrente

ITEM	CONCORRENTE 1	CONCORRENTE 2	CONCORRENTE 3
Qualidade dos produtos	Bom	Regular	Ótimo
Preço (maior ou menor) que o meu.	Maior	Menor	Maior
Condições de pagamento	Dinheiro em espécie/Cartões/Pix	Dinheiro em espécie/Cartões/Pix	Dinheiro em espécie/Cartões/Pix
Localização	Manaíra- JP	Valentina- JP	Bancários- JP
Atendimento	Ótimo	Bom	Regular
Serviços que são o diferencial	Lash designer	Venda de Acessórios, maquiagens	Drinks para cliente em atendimento.

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Missão: trazer para a cliente tratamento, autoestima, bem-estar e resultados imediatos.

Visão: Trabalhando sempre com a melhor qualidade para trazer retorno satisfatórios, tanto para o cliente quanto para o profissional.

Valores: Valor é diferente de preço, então cabe ao profissional se valorizar para não prostituir a área e cabe ao cliente valorizar o esforço que fazemos para

melhor atendê-los. Temos o nosso diferencial com excelência e trabalhando sempre com produtos de Alta qualidade no mercado.

ATIVIDADES/MÊS	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET
criação do modelo de negócios				X		
criação do plano de negócios			X			
registro da marca		X				
criação do planejamento estratégico				X		
registro da empresa						X
reforma					X	
inauguração						X

PLANO DE MARKETING

Logotipo:



Conceito do logotipo: A logotipo foi criada pensando no diferencial, estilo e delicadeza e, com tons da paleta do salão.

DIVULGAÇÃO	CUSTO DE INVESTIMENTO	PERÍODO	LOCAL	ESTRATÉGIA	RESULTADO ESPERADO
MÍDIAS SOCIAIS COM DIGITAIS INFLUÊNCER	R\$100,00 por semana	Divulgação 1x na semana no <i>stories</i> .	Instagram	Alcançar público um novo público vindo da digital <i>influêncer</i>	Novas Clientes
PARCERIAS COM LOJAS DA ÁREA DA BELEZA	Troca de Serviços	1x na semana	Lojas do mesmo bairro	Novos clientes para ambos os lados (salão e loja parceira)	Novas clientes para ambos os lados
BRINDES	Sorteios	1x na semana (nos dias que não tenha tanto agendamentos)	No Salão	Trazer clientes para horários não preenchidos.	Mais clientes preenchendo a agenda.

PLANO FINANCEIRO

CAPITAL FINANCEIRO INICIAL

SÓCIOS	CAPITAL (R\$)	PARTICIPAÇÃO(%)
NOME	EM REAIS	EM PERCENTUAL
Mônica Lacerda Chaves	R\$ 30.000	100%
TOTAL	R\$ 30.000	100%

INVESTIMENTO FINANCEIRO INICIAL

PRODUTO/MATERIAL/SERVIÇO	VALOR (R\$)
REFORMA	R\$ 5.000,00
EQUIPAMENTOS	R\$ 2.950,00
PRODUTOS DE TRABALHO	R\$ 3.000,00
PRODUTOS DE LIMPEZA	R\$ 100,00
CADEIRAS EM GERAL/LAVATÓRIO	R\$ 3.000,00
ESPELHOS	R\$ 900,00
DECORAÇÃO	R\$ 300,00
MÃO DE OBRA	R\$ 500,00
DIVULGAÇÃO	R\$ 100,00
PRATELEIRAS	R\$ 200,00
TOTAL	R\$ 16.050,00

INVESTIMENTO FIXO

INVESTIMENTO FIXO	VALOR (R\$)
LUZ	R\$ 1095,00
ÁGUA	R\$ 250,00
INTERNET	R\$ 70,00
MATERIAIS	R\$ 5000,00
TOTAL	R\$ 6.415,00

PREVISÃO FINANCEIRA

PREVISÃO FINANCEIRA	VALOR (R\$)
CAPITAL INICIAL	R\$ 30.000,00
INVESTIMENTO FINANCEIRO INICIAL	R\$ 15.480,00
INVESTIMENTO FIXO	R\$ 5.000,00
CAPITAL DE GIRO	R\$ 10.925,00

CONCLUSÃO

Sendo assim, conclui-se que este modelo de plano de negócio foi elaborado com o intuito de analisar o empreendedorismo em geral, visando tudo que é necessário para manter uma empresa funcionando da forma correta. E foi possível

com esse plano, ressaltar a importância de uma análise criteriosa sobre fornecedores, marketing, vendas e inovação para o cliente. E como principal consequência, podemos garantir o sucesso do nosso empreendimento.

CLÍNICA ESTÉTICA MAYA FERNANDES

SILVA, Maya Hyllary Alves da
LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda

SUMARIO EXECUTIVO

Hoje muitos clientes procuram os centros de estética não somente para terem acesso aos serviços de saúde e beleza, mas sim para vivenciarem boas experiências de bem-estar e relaxamento.

O mercado da beleza e estética é um dos que mais cresce no Brasil e no mundo. E tem se mostrado imune a crises mesmo durante a pandemia.

A Clínica Estética Maya Fernandes é uma empresa que surgiu com a ideia de trazer saúde, bem-estar e um atendimento exclusivo de qualidade aos seus clientes.

Atuará no ramo da estética corporal e facial oferecendo aos seus clientes, produtos de alta qualidade e serviços especializados.

A empresa está localizada no endereço Av. Valdemar Galdino Naziazeno Nº 623- Geisel, na cidade de João Pessoa-PB.

O local foi escolhido devido ao crescimento do comércio local onde existem empresas de diferentes segmentos, é uma área com um alto tráfego de pessoas, acessibilidade, transporte público e fácil estacionamento.

A empresa é constituída por Maya Hyllary Alves da Silva portadora do CPF: 703.116.644-66, brasileira, casada e especialista em procedimentos estéticos com cargo/função de gerente esteticista.

Iniciaremos com um capital de R\$ **80.000,00** (Oitenta mil reais) atribuídos em um percentual de 100% para a sócia em questão. Capital este que será necessário para o início das atividades, mas com foco de um investimento visa que a empresa deve estar constantemente em mudança e investindo em marketing, inovação, qualidade e comodidade para o cliente.

Optamos por criar algo que atendesse as necessidades de compreender o cliente por completo e proporcionar através de tratamentos estéticos saúde, bem-estar e a autoestima.

Nosso diferencial será o atendimento individual, exclusivo e acolhedor para que o cliente sinta-se, mas confortável, e teremos como nosso potencial oferecer ao mercado produtos de alta qualidade, aparelhos de última geração e melhor tecnologia e um serviço de excelência.

Buscarei nos fornecedores os valores: comprometimento, ética, qualidade e um atendimento exclusivo, condizentes com os valores da empresa.

Segundo Wagner (2010) o empreendedor e o líder se confundem, normalmente andam juntas, mas se perguntarmos se o empreendedor é sempre um líder ou se o líder precisa ser empreendedor, a resposta é: não necessariamente.

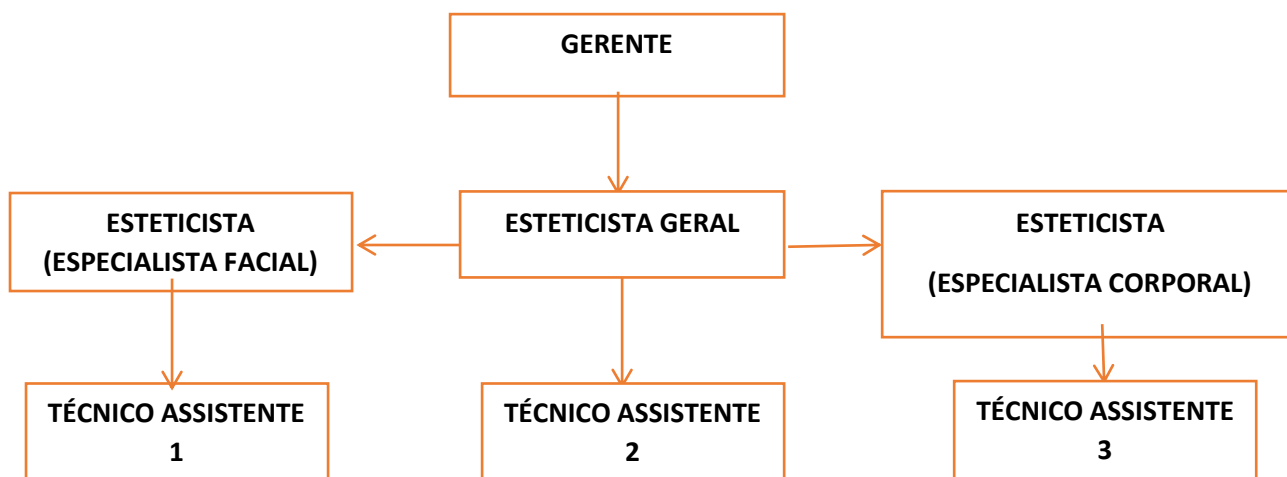
MISSÃO - VISÃO – VALORES

Missão: Oferecer um tratamento diferenciado com resultados a partir da primeira sessão, resgatando a autoestima de nossos clientes, melhorando sua saúde, bem-estar e qualidade de vida.

Visão: Ser referência em qualidade de tratamento, melhores produtos e melhor atendimento.

Valores: Produtos exclusivos, comprometimento, ética, atendimento personalizado e de qualidade.

ORGANOGRAMA



CRONOGRAMA DAS ATIVIDADES

ATIVIDADES/MÊS	OUT	NOV	JAN	FEV	MAR
Criação do modelo de negócios	x				
Criação do plano de negócios	x				
Registro da marca		x			
Criação do planejamento estratégico			x		
Criação do plano de marketing			x		
Registro da empresa				x	

Contratação de funcionários				x	
Reforma/ambientação				x	
Inauguração					x

PLANEJAMENTO DO PLANO DE NEGÓCIO

ANÁLISE DE MERCADO

A Clínica Estética Maya Fernandes irá atuar no ramo da beleza, estética, saúde e bem-estar ramo ao qual segue em alta e com grande demanda de clientes.

O verdadeiro potencial deste ramo se dá ao fato de no Brasil estar em 3º lugar no ranking mundial de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos, tornando-se assim mais favorável as chances de ser um empreendimento lucrativo.

Em João Pessoa o mercado da beleza está em ascensão, porém em falta de profissionais verdadeiramente qualificados para atender a grande demanda. O que corresponde a real necessidade do surgimento de novas clinicas especializadas.

As oportunidades para o nicho de mercado em questão, está associado a modernização dos aparelhos e procedimentos, com o uso de técnicas e métodos inovadores, além dos produtos com o mais alto índice de tecnologia, qualidade e eficácia.

Nosso público alvo será homens e mulheres de todas as faixas etárias e classes sociais, que busquem melhorar a qualidade de vida, saúde, bem-estar e resgatar a sua autoestima.

FORNECEDORES

Fornecedores	ISP SAÚDE	ELLEMENTTI
Localização	Manaíra, JP-PB	Santo André- SP
Forma de tiragem do pedido	Pronta entrega	Pronta entrega
Capacidade de entrega	Atende à demanda mensal	Atende à demanda mensal
Condições de pagamento	Avista cartão de débito, pix	Avista, cartão credito e débito, pix.
Relacionamento	Sistema de vendas integrado	Representante

CONCORRÊNCIA

Concorrentes	Spa Urbano	Emagrecentro
Preço justo ou arbitrário	Arbitrário	Arbitrário
Condições de pagamento	Avista Cartão de credito e	Avista, cartão de credito e

	debito, boleto,pix.	debito
Localização	Bairro dos Estados, JP-BP	Manaíra, Bancarios, JP-PB
Atendimento	Telefone, WhatsApp, Instagram e Facebook	Telefone, WhatsApp, Instagram, Facebook e Site.
Serviços diferenciais	Programa de emagrecimento	Programa de emagrecimento e serviços diversos

PLANO DE MARKETING

Divulgação	Investimento	Período	Local	Estratégia	Resultado esperado
Redes Sociais	400,00 R\$	2 meses	Nordeste	Divulgação em grande porte	Aumentar a publicidade da empresa, ampliando a divulgação da marca e serviços para que haja crescimento na carteira de clientes.
Panfleto	300,00 R\$	1 mês	João Pessoa-PB	Divulgação em grande porte	Aumentar a publicidade da empresa, ampliando a divulgação da marca e serviços para que haja crescimento na carteira de clientes.
Rádio	800,00 R\$	5 mese	João Pessoa-PB	Divulgação em grande porte	Aumentar a publicidade da empresa, ampliando a divulgação da marca e serviços para que haja crescimento na carteira de clientes.
Carro de som	500,00 R\$	1 mês	João Pessoa-PB	Divulgação em grande porte	Aumentar a publicidade da empresa, ampliando a divulgação da marca e serviços para que haja crescimento na carteira de clientes.
Brindes	500,00 R\$	1 mês	João Pessoa-PB	Despertar entusiasmo/int	Aumentar a publicidade da

				eresse	empresa, ampliando a divulgação da marca e serviços para que haja crescimento na carteira de clientes.
--	--	--	--	--------	--

LOGOTIPO



A logo escolhida visa delicadeza, leveza, harmonia e elegância, transparecendo um ambiente leve e exclusivo.

Buscando a compreensão da expressão “Bem-estar”, foi utilizado na elaboração da logo, o elemento da flor de lavanda, onde ela representa paz ao ambiente, delicadeza, equilíbrio e relaxamento. A cor roxa está associada com sabedoria, dignidade, independência e criatividade, além de ser uma cor rara na natureza.

PLANO FINANCEIRO

A empresa será constituída em uma unipessoal, com o capital social de **80.000,00 (Oitenta mil reais)** atribuído em um percentual de **100%** para a sócia em questão. Capital este que será necessário para dar início as atividades, com um foco

que visa a nossa empresa deve estar em constante mudança, sempre investindo em marketing, comodidade e inovação para nossos clientes.

Sócios	Capital R\$	Participação %
Maya Hyllary Alves Da Silva	80.000,00	100%
Total:		100%

INVESTIMENTO FIXO

Aluguel	3.000,00
Energia	600,00
Água	400,00
Internet	250,00
Impostos	1.000,00
TOTAL DE INVESTIMENTOS FIXOS.	5.250,00

INVESTIMENTO FINANCEIRO INICIAL

Reforma	2.000,00
Lavadora e secadora	1.500,00
Produtos	3.500,00
Maca	800,00
Aparelhos Estéticos	8.000,00
Marketing	2.500,00
Mobília dentro do padrão hospitalar	2.500,00
Monitor Cardíaco	200,00
Estufa para esterilização de equipamentos	2.000,00
Refrigerador para produtos específicos	1.500,00
Total das despesas iniciais	24.500,00

Total geral das despesas 29.750,00

PREVISÃO FINANCEIRA

Previsão financeira	Valor
Capital Inicial	80.000,00 R\$
Investimento Inicial	(-) 24.500,00 R\$
Investimento fixo	(-) 3.050,00 R\$
Capital de Giro	50.250,00 R\$

CONCLUSÃO

A Clínica Estética Maya Fernandes, vai além de ser um estabelecimento comercial que oferece serviços voltados para tratamento corporais e faciais. Temos

como objetivo resgatar a autoestima perdida, trazer a sensação de bem-estar e realização, além do relaxamento.

A busca constante por cuidados faciais e corporais faz com que surjam novos empreendimentos e novos fornecedores.

De acordo com os aspectos já abordados, e das projeções financeiras, foi constatado a viabilidade da abertura do empreendimento, tendo em vista que o capital de giro é cerca de 10 vezes maior que o capital de giro.

KALLYNA SOUZA ESTÉTICA E SAÚDE

Kallyna Kelly Carneiro da Silva Souza
LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda

SUMÁRIO EXECUTIVO

A Kallyna Souza Estética e Saúde é uma empresa que surgiu com a ideia de inovar no atendimento ao cliente que busca tratamentos estéticos e terapêuticos. Atuará no ramo de estética e saúde, oferecendo ao cliente tratamento facial, corporal, capilar e terapêutico. A empresa está localizada no endereço Rua Desembargador Joaquim da Silva Carvalho, 51 na cidade de João Pessoa.

O local foi escolhido devido a vasta circulação de pessoas em frente a empresa.

A empresa é constituída por Kallyna Kelly Carneiro da Silva Souza, portadora do CPF 702.711.744-47 tendo como cargo/função Proprietária e esteticista.

Iniciaremos com um capital de R\$ 40.000,00. Capital este que será necessário para o início das atividades, mas com foco de um investimento que a empresa deve estar constantemente em mudança e investindo em marketing, inovação e comodidade para o cliente.

Optei em criar algo que atendesse a necessidade de sanar a queixa dos clientes, visando entregar resultados satisfatórios e de qualidade e temos um público-alvo feminino. São considerados meus concorrentes alguns salões de beleza, quando oferecem tratamento com tricologistas, espaços de massoterapia e outras clínicas de estética propriamente ditas, por oferecerem serviços no mesmo ramo.

Meu diferencial será a conduta profissional, a montagem de protocolos individualizados para cada cliente, o conhecimento obtido através de diversos cursos na área e um ambiente acolhedor e que traga o bem-estar desejado, terei como potencial para oferecer ao mercado, produtos e equipamentos de última geração.

Buscarei nos fornecedores, ética, comprometimento ambiental, qualidade, excelência e eficiência que são alguns dos valores condizentes com os da empresa.

ANÁLISE DE MERCADO

PÚBLICO-ALVO

São mulheres, entre 24 a 65 anos, com formação superior, residente na cidade de João pessoa, que compreendem a necessidade de cuidar do seu corpo e da sua saúde. Estão inseridas num mercado de trabalho que prezam pela beleza feminina, frequentam ambientes sociáveis e tem costume de viajar pelo menos uma vez por ano. O seu *Instagram* não é apenas uma ferramenta de entretenimento, mas é utilizado para construção de sua identidade visual perante a sociedade. O desejo de estar cada vez mais bonita é o principal gatilho para que elas consumam nossos serviços e produtos, mas vale observar que uma fatia considerável desse grupo tem um entendimento racional de que cuidar da sua beleza é uma necessidade, entendendo nossos serviços como investimento na sua carreira e imagem pessoal.

Fazem parte da classe média e classe média alta, logo seu costume de compra está voltado para a qualidade do serviço ou produto, e normalmente efetuam o pagamento à vista e sem barganha, exigem uma excelente experiência em todo o processo e levam em consideração, conforto, atendimento, qualidade dos produtos e serviços, localização da empresa, pré-venda e pós-vendas.

FORNECEDOR

	BIOAGE	ADCOS	TULIPIA
LOCALIZAÇÃO	Av. Júlia Freire, 1200/JP	Dr. João Santos Filho, 255/ Recife	Av. Presidente Epitácio Pessoa, 1251/ JP
TIRAGEM DO PEDIDO	<i>Whatsapp</i> ou pessoalmente	<i>Whatsapp</i>	<i>Whatsapp</i> ou pessoalmente
TEMPO DE ENTREGA	Mesmo dia	15 dias	Mesmo dia
CONDIÇÕES DE PAGAMENTO	Dinheiro, cartão ou pix	Dinheiro, cartão ou pix	Dinheiro, cartão ou pix
RELACIONAMENTO	Atendente	Atendente	Cibelle

CONCORRENTE

Foi verificado que existem muitos concorrentes que oferecem os mesmos serviços na região. Alguns deles são: Nalva Félix Estética, Centro Estético Unika e Tércia Rodrigues- Estética facial e Corporal. Foi observado que o preço dos concorrentes é elevado e que muitas das vezes o atendimento não tem sido uma preocupação maior para as empresas.

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

MISSÃO - Nossa missão é aumentar a autoestima das mulheres por meio de procedimentos estéticos.

VISÃO - Ser referência em âmbito nacional quando o assunto for beleza e autoestima feminina.

VALORES

Responsabilidade: a segurança do nosso cliente sempre está em primeiro lugar.

Inovação: buscamos as melhores soluções com a mais alta tecnologia.

Comprometimento: nosso foco está no bem-estar e na autoestima.

Consciência ambiental: tem que ser bom para a gente e para o meio ambiente.

Eficiência: você pagou!! Nós entregamos resultados.

ORGANOGRAMA



CRONOGRAMA DE ATIVIDADES

ATIVIDADE / MÊS	OUT	NOV	DEZ	JAN	FEV	MAR
Criação do modelo de negócio	X					
Criação do plano de negócio	X					
Registro de marca				X		
Criação do planejamento estratégico		X				
Criação do plano de marketing			X			
Resistor da empresa				X		
Contratação de funcionários					X	
Reforma ambientação				X		
Inauguração						X

PLANO DE MARKETING

DIVULGAÇÃO	CUSTO DE INVESTIMENTO	PERÍODO	LOCAL	ESTRATÉGIA	RESULTADO ESPERADO
Facebook ADS	R\$ 1.000,00	De 01/01 até 01/06 de 2022	João pessoa	Alcance	Divulgar a marca em toda cidade

LOGOTIPO



CONCEITO DO LOGOTIPO

TIPOGRAFIA

Fonte	Lora
Objetivo da fonte	Remeter elegância e minimalismo

PALETA DE CORES

Dourado	Sabedoria, qualidade, prestígio, exclusividade, sugere um serviço prêmio.
Rosa	Remeter a serenidade, feminilidade, delicadeza.

Diante das informações dispostas acima, podemos observar que a marca Kallyna Souza tem o objetivo de transmitir elegância e minimalismo através do dourado e da fonte (Lora), não esquecendo da feminilidade e delicadeza representadas pela cor rosa.

PLANO FINANCEIRO

Para Gitman (2014) O processo de planejamento financeiro começa com a elaboração de planos financeiros de longo prazo, ou estratégicos. Por sua vez, tais planos orientam a formulação de planos e orçamentos de curto prazo, ou operacionais, que, em geral, significam a implantação dos objetivos estratégicos de longo prazo da empresa.

CAPITAL FINANCEIRO INICIAL

Sócios	Capital	Participação
Kallyna Kelly Carneiro da Silva Souza	R\$ 40.000,00	100%

INVESTIMENTO FINANCEIRO INICIAL

INVESTIMENTO FINANCEIRO INICIAL	VALOR (R\$)
Equipamentos	7.000,00
Produtos	2.000,00
Móveis	2.000,00
Computador	1.500,00
TOTAL	12.500,00

INVESTIMENTO FIXO

INVESTIMENTO FIXO	VALOR (R\$)
Aluguel	800,00
Energia elétrica	200,00
Água	100,00

Internet	100,00
Reposição de produtos	500,00
Pró-labore	1.800,00
Material de Limpeza	100,00
TOTAL	3.600,00

PREVISÃO FINANCEIRA

PREVISÃO FINANCEIRA	VALOR (R\$)
Capital Inicial	40.000,00
Investimento Financeiro Inicial	12.500,00
Investimento Fixo	3.600,00
CAPITAL DE GIRO=	23.900,00

CONCLUSÃO

Diante do exposto, conclui-se que a empresa Kallyna Souza- Estética e saúde está apta para o início de suas atividades empresariais, levando em conta que possui o capital de giro maior que 6x do investimento fixo, tendo a disponibilidade de se manter em funcionamento dentro do período de 6 meses.

CLÍNICA ESTÉTICA RENOVE-SE

VALÉRIO, Patrícia Bezerra do Vale
LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda

SUMÁRIO EXECUTIVO

Os cuidados com a saúde, beleza e estética do corpo são critérios em que os brasileiros não abrem mão. Nas pesquisas o mercado brasileiro da beleza já é o 3º maior do mundo, tem se mostrado imune a crises e seguiu crescendo mesmo durante a pandemia.

A Clínica Estética Renove-se atuará no ramo de Estética Facial e Corporal, oferecendo ao cliente uma alta gama de procedimentos especializados.

A empresa será localizada na Rua Doutor Meira de Menezes, 1000 – Miramar, João Pessoa – PB, o local foi escolhido por se tratar de uma área com alto tráfego de pessoas, ter acesso a transporte público, assecibilidade e ampla disponibilidade de estacionamentos rotativos.

A empresa é constituída em sociedade Ltda unipessoal por, Patrícia Bezerra do Vale Valério, portadora do CPF: 917.054.014-49, brasileira, casada, empresária e especialista em procedimentos estéticos.

Iniciará com o capital social de R\$ 60.000,00 (sessenta mil reais) atribuído em um percentual de **100%** para a sócia em questão. Capital este necessário para o início das atividades, mas com foco de um investimento visa que a empresa deve estar constantemente em mudança e investindo em marketing, inovação e comodidade para o cliente.

Optamos por criar algo que atendesse a necessidade de compreender e proporcionar através de tratamentos estéticos, o bem estar e a auto realização das mulheres. Temos por nosso público alvo especificamente as mulheres em todas faixas etárias.

São considerados nossos concorrentes cerca de 28 clínicas estéticas, um número relativamente baixo considerando os conceitos dimensionais da grande João Pessoa.

Nosso diferencial por sua vez será a devida compreensão do bem estar de nossos pacientes em termos estéticos, através dos mais avançados e sofisticados métodos de aplicação e teremos como nosso potencial para oferecer ao mercado os principais diferenciais no atendimento como agendamento online, programa de fidelidade, e-commerce e planos acessíveis.

Buscaremos nos fornecedores, considerando os valores éticos, qualitativos condizentes com nossos valores.

MISSÃO, VISÃO E VALORES

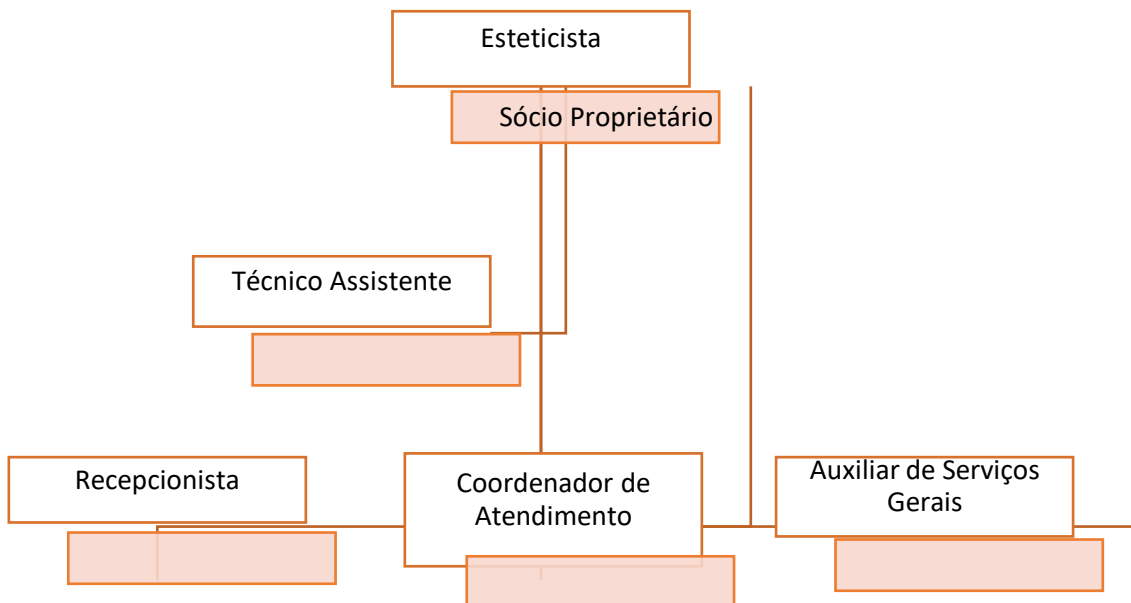
Missão: Oferecer tratamentos estéticos humanizados, que promovam resultados satisfatórios elevando a auto realização das mulheres, com produtos inovadores e líderes em qualidade.

Visão: Ser referência em cuidar da beleza e saúde, oferecendo um diferencial na área de estética da Paraíba.

Valores: *Buscar compreender e proporcionar o bem estar das mulheres através de tratamentos estéticos.*

ORGANOGRAMA E CRONOGRAMA DAS ATIVIDADES

Organograma



CRONOGRAMA DAS ATIVIDADES

ATIVIDADES / MÊS	NOV	DEZ	JAN	FEV	MAR
Criação do modelo de negócios	X				
Criação do plano de negócios	X				
Registro da marca		X			
Criação do planejamento estratégico			X		
Criação do plano de marketing			X		
Registro da empresa				X	
Contratação de funcionários				X	
Reforma / ambientação			X		
Inauguração					X

PLANEJAMENTO DO PLANO DE NEGÓCIO

ANÁLISE DE MERCADO

A Clínica Estética Renove-se irá atuar no amplo mercado da beleza e estética, ramo o qual segue em alta e com grande demanda de clientes.

O verdadeiro potencial deste mercado, deve-se ao fato do Brasil ser o 3º maior do mundo no segmento, tornando mais favoráveis as chances de se tornar um empreendimento lucrativo.

Em João Pessoa, local escolhido para a implantação da clínica, o mercado da beleza está em ascensão, porém, minimamente difundido. O que corresponde a real necessidade de novos surgimentos de clínicas especializadas.

As oportunidades para o nicho do mercado em questão, estão atreladas a modernização dos procedimentos, com o uso de técnicas sofisticadas e métodos inovadores, além de produtos com os mais altos índices de qualidade do mercado.

Nosso público alvo serão especificamente mulheres de todas as faixas etárias, que busquem através da saúde e da estética, o bem estar e a auto realização.

FORNECEDORES

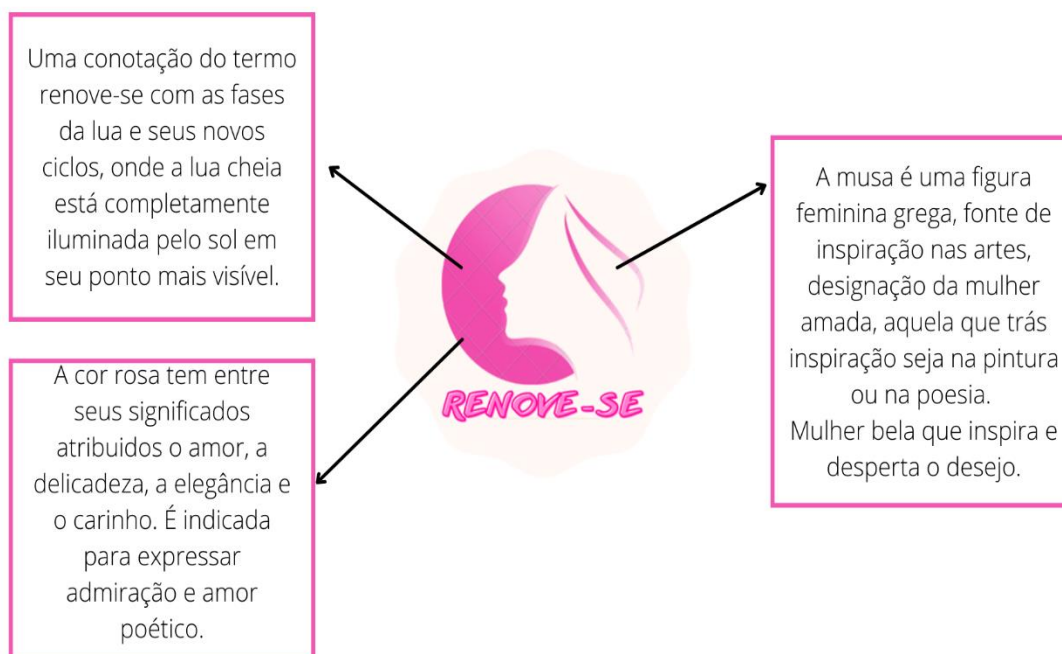
Fornecedores	Árago Dermocosméticos	ISP Saúde	Liv Cosméticos
Localização	Manaíra, João Pessoa - PB	Manaíra, João Pessoa - PB	Miramar, João Pessoa - PB
Forma de Triagem do Pedido	Pronta entrega	Pronta entrega	Pronta entrega
Capacidade de entrega	Atende a demanda mensal	Atende a demanda mensal	Atende a demanda mensal
Condições de Pagamento	A vista, Boletão, Cartão de Crédito, Cartão de Débito, PIX	A vista, Boletão, Cartão de Débito, PIX	A vista, Boletão, Cartão de Crédito, Cartão de Débito, PIX
Relacionamento	Contato Comercial	Sistema de Vendas Integrado	Contato Comercial

CONCORRENTES

Concorrentes	Corpo a Corpo	Spa Clean	Lótus Estética & Saúde
Preço justo ou arbitrário	Maior preço	Maior preço	Maior preço
Condições de pagamento	A vista, Cartão de Débito, Cartão de Crédito	A vista, Cartão de Débito, Cartão de Crédito	A vista, Cartão de Débito, Cartão de Crédito
Localização	Bairro dos Estados, João Pessoa - PB	Manaíra, João Pessoa - PB	Jardim Cidade Universitária, João Pessoa - PB
Atendimento	Telefone, Whatsapp, Site	Telefone, Whatsapp, Instagram	Telefone, Whatsapp
Serviços oferecidos que são o diferencial	Preço acessível na drenagem linfática	Ampla variedade de serviços	Radiofrequência

PLANO DE MARKETING

LOGOTIPO



CONCEITO DA LOGO

Buscando a compreensão da expressão “renove-se”, foi-se utilizado na elaboração da logo, alguns elementos gráficos discriminando a conotação da renovação e da beleza, como a misteriosa e inspiradora lua, expressada figurativamente em sua forma mais brilhante, a lua cheia mostra seu ponto mais visível e indica que haverá o início de um novo ciclo.

Por outro ponto, estética e beleza se relacionam diretamente na figura feminina da mitologia grega, a “musa” em definição à mulher, expressada por vários séculos na pintura e na poesia como fonte de inspiração, amor e desejo. Representada no olimpo por nove mulheres, que remetiam a bela voz, a fama, a que dá júbilo, a festiva, o despertar do desejo, e a celeste.

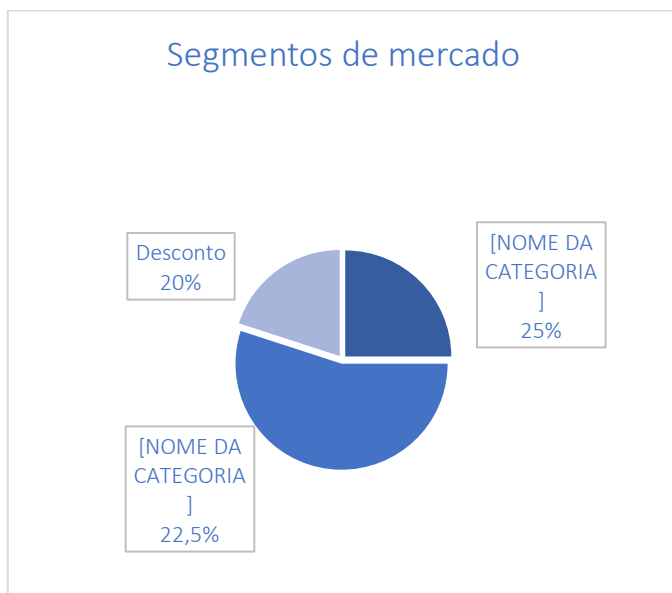
Bem como a cor rosa em destaque principal com seus significados e atributos ao amor, a delicadeza, a elegância e o carinho. A cor rosa significa romantismo, ternura e está associada ao universo feminino, além de remeter a outras características, tais como: beleza, suavidade, pureza, fragilidade e delicadeza. Rosa

é a cor das emoções, dos afetos, da compreensão, do companheirismo e do romance. Representa os sentimentos ligados ao coração, como o amor verdadeiro.

ESTRATÉGIAS E CUSTOS DE DIVULGAÇÃO

Divulgação	Custo de Investimento	Período	Local	Estratégia
Redes Sociais	R\$ 500,00	3 meses	Região Nordeste	Divulgação em massa
Panfleto	R\$ 500,00	1 mês	João Pessoa – PB	Divulgação em massa
Rádio	R\$ 500,00	6 meses	João Pessoa – PB	Divulgação em massa
Carro de Som	R\$ 500,00	1 mês	João Pessoa – PB	Divulgação em massa
Brindes	R\$ 500,00	1 mês	João Pessoa – PB	Despertar entusiasmo

ESTRATÉGIA DE DESCONTOS



PLANO FINANCEIRO

A empresa será constituída em sociedade Ltda unipessoal, com o capital social de **R\$ 60.000,00** (sessenta mil reais) atribuído em um percentual de **100%** para a sócia em questão. Capital este necessário para o início das atividades, mas com foco de um investimento visa que nossa empresa deve estar constantemente em mudança e investindo em marketing, inovação e comodidade para o cliente.

SÓCIOS	CAPITAL (R\$)	PARTICIPAÇÃO
Patrícia Bezerra do Vale Valério	R\$ 60.000,00	100%
TOTAL	60.000,00	100%

INVESTIMENTO FIXO

Aluguél	R\$ 1.500,00
Energia Elétrica	R\$ 500,00
Aguá, Telefone e Internet	R\$ 1.000,00
Impostos	R\$ 1.000,00
Total dos investimentos fixos	R\$ 4.000,00
Investimento Financeiro Inicial	
Despesas da Incorporação	R\$ 500,00
Licenças do negócio	R\$ 1.000,00
Modificação interna	R\$ 2.000,00
Aparelho de peeling	R\$ 200,00
Aspirador de secreções	R\$ 400,00
Cadeira reclinável para massagem facial e limpeza de pele	R\$ 1.200,00
Estufa para esterilização de equipamentos	R\$ 2.000,00
Fonte de oxigênio	R\$ 250,00
Geladeira para produtos especiais	R\$ 1.500,00
Lavadoras e secadores de roupas	R\$ 2.000,00
Maca para massagem e depilação	R\$ 800,00
Mobiliário dentro do padrão hospitalar	R\$ 2.000,00
Monitor cardíaco	R\$ 200,00
Vaporizador	R\$ 250,00
Produtos	R\$ 3.000,00
Papel de carta/cartões de visita	R\$ 150,00
Folhetos	R\$ 400,00
Anúncio pré-lançamento	R\$ 1.000,00
Inventário inicial	R\$ 2.000,00
Marketing	R\$ 2.500,00
Total das despesas iniciais	R\$ 23.350,00
 Total Geral das Despesas	 R\$ 27.350,00

Previsão Financeira

Previsão Financeira	Valor
Capital Inicial	R\$ 60.000,00
Investimento Financeiro Inicial	(-) R\$ 23.350,00
Investimento Fixo	(-) R\$ 4.000,00
Capital de Giro	(=) R\$ 32.650,00

CONCLUSÃO

A Clínica Estética Renove-se vai além de um estabelecimento comercial que oferece serviços voltados para tratamentos faciais e corporais. Temos como missão compreender em termos de beleza o desejo mais íntimo de nossas clientes, a fim de que sejam difundidas e afloradas as sensações de alto realização e bem estar.

Mediante o crescimento do mercado da beleza, a entrada de novos fornecedores, a busca constante por cuidados faciais e estéticos, além da necessidade de novas desenvolvimentos nos aspectos referidos até aqui.

Através dos aspectos já abordados, e das projeções financeiras, foi constatado a viabilidade do empreendimento em que seu capital de giro será cerca de 8 (oito) vezes o valor do investimento fixo, além da rentabilidade estimada no ponto de equilíbrio surgir a partir do primeiro trimestre.

ESPAÇO LILIANE SILVA

SILVA, Liliane da costa
LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda

SUMÁRIO EXECUTIVO

O Espaço Liliane Silva é uma empresa que surgiu com a ideia de humanizar e diferenciar a forma de realizar atendimentos ao cliente. Atuará no ramo da beleza oferecendo ao cliente serviços de: manicure e pedicure, design de sobrancelha, unhas em gel, estética Facial, estética corporal, tricologia tratamento para o couro cabeludo. A empresa está localizada no endereço, Rua General José araquém Rodríguez N°68, jacaré na cidade de Cabedelo-PB. A empresa é constituída por Liliane da Costa silva, portadora do CPF:121.046.734-88, tendo como cargo, função de proprietária, administradora, esteticista, nail designer, designer de sobrancelha.

Registrada no CNPJ 08. 456.774/0007-85. Iniciaremos com o capital de R\$:17.000,00. Capital esse que será necessário para o início das atividades, mas com foco no de um investimento onde a empresa deve estar constantemente em mudança e investimentos em marketing, inovação e comodidade para o cliente.

Optei em criar algo que atendesse a necessidade do cliente por completo e temos o público alvo feminino, sendo considerado nossos concorrentes: salão de beleza, por oferecer serviços parecidos. O diferencial será realizar um atendimento diferenciado, individual é exclusivo. Com um ambiente climatizado, aconchegante e com um ótimo atendimento ao cliente. Tendo como exclusividade para oferecer ao mercado um trabalho com produtos de qualidade de última geração e com eficiência, com tecnologia garantida. Buscarei nos fornecedores os valores e a qualidade: ética comprometendo, atendimento, diferenciado, com valor justo que seja condizete com a empresa.

Empreender e inovar envolve lidar com todos os riscos sobre a ideia, para tanto, inovação se baseia na capacidade que a invenção tenha de gerar receita, Drucker (2017), ressalta que “ideias brilhantes” não representam inovação em sua grande maioria, pois na maior parte das vezes a receita não ultrapassa os custos de criação ou implantação do referido “invento”.

MISSÃO – VISÃO-VALORES

MISSÃO: Oferecer um atendimento diferenciado e de qualidade com ótimos resultados, elevando cada vez mais a autoestima das minhas clientes, proporcionando uma melhor qualidade de vida e bem-estar

VISÃO: Torna-se referência no mercado da beleza e estética é no atendimento e com ativos de qualidade.

VALORES: Produtos de qualidade e primeira linha, com comprometimento, ética e diferenciado.

Organograma e cronograma

Atividades/mês	Out	Nov	Dez	Jan	Fev
Criação do modelo de negócio	X				
Criação de plano de negócios	X				
Registro de marca		X			
Criação do plano de marketing		X			
Registro da empresa				X	
Contratação de funcionários					X
Reforma /ambientação			X		
Inauguração					X

Análise de mercado- fornecedores- concorrência

- Pretendo atuar no mercado da beleza.
- Tem um grande potencial de crescimento por ser uma área que esta cada vez se renovando.
- Tendo como objetivo todos os públicos em especial o feminino.
- Principais fornecedores: Volia ,d&z, Ernails, Bioeige, Mezzo, Coloré, Top Nails.
- Clínica de estética, salão de beleza, de toda região de Cabedelo-PB

PLANO DE MARKETING



A logo escolhida visa a beleza e elegância e a harmonia, transparecendo um atendimento com exclusividade ao público é um ambiente sofisticado. Obtendo a forma de uma mulher visando sua elegância.

Plano de marketing

Divulgação	Custo de investimento	Período	Local	Estratégia (Pra quê)	Resultado esperado
Rede sociais	Instagram	Pôster a cada 3h	Rede sociais	Maior visibilidade	Maior alcance
Panfletos	Ruas	Manhã e tarde	Bairros	Abordagem	Anunciar promoções
Carro de som	Nos bairros próximos	Manhã	Em todos os bairros próximos	Estratégia sonora	Alcançar o maior público possível
Brindes	Estabelecimento no meu bairro	Manhã e Tarde	Bairros Próximos	Atingir o Máximo o publico	Capitação de clientes

PLANO FINANCEIRO

Sócios	Capital(R\$)	Participação
Nome:	Em reais	Em percentual
Liliane da costa silva	17.000,00	100%
Total:	17.000,00	100%

INVESTIMENTO FINANCEIRO INICIAL

Investimento financeiro inicial Produtos/ material /serviços	Valor\$%
Descrição:	
Produtos de trabalho	1.078,00
Tinta para pintar o espaço	150,00
Ar condicionado (usado)	750,00
Divisória	500,00
Decoração	500,00
Mão de obra para instalação e pintura	350,00
Logo, banner, Panfletos	400,00
Investimento carro de som	150,00
Mobília	5.000,00
Outros(gastos de emergência)	700,00
Total:	9.578,00

INVESTIMENTO FIXO

Investimento fixo	Valor:
Luz	200,00

Aluguel	1000,00
Materiais	1.078,00
Total:	2.278,00

PREVISÃO FINANCEIRA

Previsão financeira	Valor:
Capital inicial	R\$17.000,00
Investimento inicial financeira	R\$9.578,00
Investimento fixo	R\$2.278,00
Capital de giro	R\$11.856,00

CONCLUSÃO

Esse trabalho foi elaborado com intuito de analisar o empreendedorismo e seu instrumento de controle é diminuição de riscos: plano de negócio. Dentro da pesquisa, foi realizada uma abordagem integrada das áreas de maior impacto de uma empresa: marketing, vendas, cadeia de valor e inovação. O objetivo principal foi demonstrar a viabilidade para o início de um império. Foi possível, com esse estudo, aprimorar a visão sistêmica, desenvolver uma visão analítica e criteriosa. Ressaltando a importância de realizar pesquisas de fornecedores visando qualidade e preço, deve-se realizar pelo menos 3 orçamentos independente do serviço ou material.

Como principal resultado desta pesquisa, aponta-se o planejamento e o controle como formas adequadas de garantir sucesso para o empreendimento.

STUDIO MAYARA BEAUTY

SOUZA, Rayane Mayara da Silva
LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda

SUMÁRIO EXECUTIVO

O Studio Mayara Beauty terá como público alvo pessoas do sexo masculino e feminino. Oferecendo um ambiente agradável e um portfólio completo de serviços de beleza realizados por profissionais capacitados e treinados, além de oferecer um atendimento personalizado com produtos de grande aceitação no mercado do embelezamento com melhor custo benefício e preços dentro da realidade do segmento.

INFORMAÇÕES GERAIS SOBRE A EMPRESA

As informações descritas abaixo se tratam de uma empresa fictícia:

Dados da Empresa:

Nome Fantasia: Studio Mayara Beauty Cnpj: 33.240.715/0001-70

Endereço: Avenida desembargador novais 208 - João Pessoa - PB Contato:

Proprietária Rayane Mayara

Telefone: (83) 98614-3236

Visão da Empresa

Ser uma empresa admirada por seus clientes, colaboradores e fornecedores, bem como ser referência no ramo em que atua oferecendo sempre o melhor aos seus clientes.

Missão da Empresa

Superar as expectativas dos nossos clientes na entrega dos serviços oferecidos, bem como promover um ambiente de trabalho aos nossos colaboradores propício à criatividade e ao bem estar de todos.

PLANO DE MARKETING

Nenhuma empresa consegue satisfazer e agradar todos os seus clientes. Sendo assim, os profissionais de marketing analisam o mercado. Identificam e traçam os perfis de compradores que poderão adquirir seus serviços, bem como seus potenciais concorrentes. Feita a análise dessas variáveis, definem como vão se posicionar no mercado.

São ferramentas de marketing: Produto, Preço, Distribuição e Propaganda. O Stúdio Mayara Beauty vai trabalhar as seguintes ferramentas de marketing com o objetivo de atingir o seu mercado-alvo: Produto/Serviços e Propaganda.

O empreendedor é aquele que está sempre realizando coisas novas, utilizando do seu talento para aproveitar as novas oportunidades que lhe surgem. Busca aprimorar as tecnologias para se ter uma otimização dos processos, é capaz de prever os riscos e utiliza sempre da sua intuição para a resolução de possíveis problemas. (SCHUMPETER, 1982).

O Studio Mayara Beauty irá se posicionar como um negócio de beleza no qual o seu público-alvo terá à sua disposição um lugar completo de serviços voltados aos cuidados da beleza.

O Diferencial Competitivo de serviço do Studio Mayara Beauty é que ao lidar com as forças competitivas, uma empresa pode escolher entre três estratégias genéricas: liderança em custo, diferenciação e enfoque.

O Studio Mayara Beauty adotará a estratégia de enfoque na diferenciação dos serviços prestados, por meio da qualidade do atendimento aos clientes, ou seja, proporcionar ao cliente uma elevada satisfação ao experimentar os nossos serviços.

ESTRATÉGIA DE SERVIÇOS

O Studio Mayara Beauty concentrará parte dos seus esforços nos assuntos relacionados a prestação de serviços, além do portfólio de serviços oferecidos aos clientes, o salão de beleza realizará algumas ações com objetivo de fortalecer o relacionamento e a fidelização junto ao seu público-alvo, tendo como os principais pontos:

- Treinamento e desenvolvimento dos colaboradores
- Atendimento personalizado
- Qualidade nos serviços prestados
- Aprimoramento dos métodos de aplicação dos serviços
- Parcerias com empresas
- Oferecer serviço de Manobrista

Diante dos 4P's do marketing – Preço, Praça, Promoção e Produto -, O Studio Mayara Beauty fará um estudo mais aprofundado na questão promoção.

PLANO FINANCEIRO

Investimento Total Necessário: Capital de Giro e Investimento Inicial

O capital inicial de investimento será constituído com recursos financeiros próprios sem necessidade de recorrer aos altos juros das instituições financeiras.

O valor do capital inicial será de R\$ 100.000.00 (Cem mil Reais).

CONCLUSÃO

A elaboração do Plano de Negócios é essencial para o sucesso de qualquer negócio, diante desta importância, os futuros empreendedores devem dedicar-se plenamente a esta atividade visando minimizar riscos envolvidos no negócio.

O Plano de Negócios para o Studio Mayara Beauty foi desenvolvido com o objetivo de disponibilizar ao empreendedor todas as informações necessárias para as tomadas de decisões.

O Studio Mayara Beauty por meio de seu Plano de negócio demonstrou ser uma ótima oportunidade de investimento em relação ao mercado financeiro, mesmo em cenário de crise como esse provocado pela pandemia do covid-19, pois as pessoas em geral, estão cada vez mais vaidosas devido à importância que a sociedade vem dando a aparência.

Concluimos que a proposta de investimento do estúdio de beleza é viável, a elaboração do plano de negócio foi bastante importante para termos uma compreensão melhor do cenário mercadológico.

STUDIO KETLYNN BRAZ

FIGUEIREDO, Ketlynn Braz de
LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda

SUMÁRIO EXECUTIVO

O studio Ketlynn Braz é uma empresa que surgiu com a ideia de oferecer as clientes um serviço de qualidade, aconchego e confiança, onde elas possam se sentir bem no ambiente, acolhida, confortável com a qualidade dos serviços ofertados e segura para voltar várias vezes.

Atuando no ramo de Beleza e estética, ofertando vários serviços ao público: Estética facial e corporal, Nails design, design e micropigmentação de sobrancelhas, maquiagem e penteado.

O stúdio fica localizado no endereço: Rua Mauricio Leal Wanderley, nº31 - Valentina Figueiredo, na cidade de João Pessoa - PB.

A empresa é constituída por Ketlynn Braz de Figueiredo, portadora do cpf 103.717.154-31. Tendo como cargo/função de proprietária, administradora, Nails designer, esteticista, maquiadora e designer e micropigmentadora de sobrancelhas.

Iniciamos com um capital de 18.000,00. Capital este que será necessário para o início das atividades, mas com foco de um investimento para o crescimento profissional e financeiro do stúdio, investindo em um marketing, inovação e qualidade do serviço e de produtos.

Optei em oferecer serviços que atendessem o público alvo feminino, porém com alguns serviços ao público masculino, onde ambos se sintam confortáveis para retornar, tendo em vista alguns concorrentes no mesmo ramo por oferecer serviços semelhantes.

O diferencial do Studio Ketlynn Braz é oferecer um atendimento exclusivo ao cliente, onde ele será atendido com hora marcada tendo a atenção dada somente a ele, sem interrupções de outros atendimentos, para que ele possa se sentir mais confortável em qualquer procedimento que for agendar em nosso ambiente, além de usar de produtos de qualidades e equipamentos de última geração no mercado.

Busco nos fornecedores, qualidade, preço justo, ética, comprometimento e prazo de entrega para poder contribuir com o crescimento da empresa.

MISSÃO - VISÃO - VALORES

Missão: Oferecer qualidade, atenção, preço justo e resultados a cada cliente que escolher serviços em nossa Empresa, causando bem-estar, felicidade e satisfação para todos eles

Visão: Se tornar referência de qualidade e profissionalismo no Brasil e poder abrir filiais para levar o mesmo padrão de qualidade para vários outros lugares e pessoas.

Valores: Comprometimento com meu público, produtos de qualidade, equipamentos com selos do In-metro e autorizados pela Anvisa, qualidade de serviço e de atendimento exclusivo.

CRONOGRAMA DE ATIVIDADE

ATIVIDADES / MÊS	Ago.	Set.	Out.	Nov	Dez.
Criação do modelo de negócios	X				
Criação do plano de negócios	X				
Registro da marca		X			
Criação do planejamento estratégico	X				
Criação do plano de marketing			X		
Registro da empresa	X				
Contratação de funcionários				X	
Reforma / ambientação				X	
Inauguração					X

ANÁLISE DE MERCADO – FORNECEDORES – CONCORRÊNCIA

- Mercado de estética e beleza
- Grande potencial de crescimento por abranger uma área que vive em constante crescimento e reconhecimento
- Público feminino como alvo, porém, com alguns serviços masculinos.
- Principais fornecedores: Túlipia, Addcos, Cosmobeauty, Ernails, fricotes de luxo, Anairana, Fisiolar, Nova Missiana, Paraibela e entre outros.
- Concorrentes: Salões de beleza e clínicas de estética da região do Valentina e bairros próximos.



A logo escolhida visa elegância, delicadeza, harmonia e leveza. Transparecendo um atendimento exclusivo em um ambiente leve, sofisticado. Obtendo o formato de um brasão que tem como objetivo transparecer qualidade e exclusividade.

PLANO DE DIVULGAÇÃO

Divulgação	Custo de Investimento	Período	Local	Estratégia ((Pra quê)	Resultado Esperado
Redes Sociais	Instagram Facebook Whatsapp	Poster a cada 8 horas, stories e divulgação no whatsapp.	Redes sociais	Maior Visibilidade	Maior Alcance de pessoas.
Panfleto	Parada de ônibus e casas (correios)	Manhã E Noite	Bairros vizinhos	Abordagem Entrega porta em porta.	Anunciar promoções e divulgar o trabalho.
Carro de Som	Bairros vizinhos	Tarde	Bairros vizinhos	E Estratégia Sonora	Lembranças Divulgações.
Brindes	Instagram	Manhã/Tarde/ Noite	Redes Sociais	Aguçar a Curiosidade	Captação de clientes

PLANO FINANCEIRO

Sócios	Capital (R\$)	Participação (%)
Nome:	Em Reais	Em Percentual
Ketlynn Braz de Figueiredo	R\$18.000,00	100%
Total:	R\$18.000,00	100%

Investimento financeiro inicial

INVESTIMENTO FINANCEIRO INICIAL PRODUTO/MATERIAL/SERVIÇO	Valor \$%
Descrição:	
Produtos de trabalho	R\$ 2.600,00
Tinta para pintar o espaço	R\$ 250,00
Ar condicionado (usado)	R\$ 600,00
Maca	R\$ 900,00
Decoração	R\$ 350,00
Mão de obra para a instalação e pintura	R\$ 250,00
Logo, Banner, Panfletos	R\$ 350,00
Investimento carro de som	R\$ 100,00
Poltrona reclinável	R\$ 2.500,00
Sofá (usado)	R\$ 300,00
Bancada com espelho	R\$ 1.500,00
Mesa e cadeira de manicure	R\$ 300,00
Gelágua (bebedouro)	R\$ 750,00
Material de limpeza e descartáveis	R\$ 90,00
Tv (usada)	R\$ 600,00
Total	R\$ 11.400,00

Investimento Fixo

Investimento Fixo	Valor
Luz	R\$ 200,00
Aluguel	R\$ 400,00
Materiais	R\$ 800,00
Total:	R\$ 1.400,00

Previsão Financeira

Previsão Financeira	Valor
Capital Inicial	R\$ 18.000,00
Investimento Financeiro Inicial	R\$ 11.400,00
Investimento Fixo	R\$ 1.400,00

CONCLUSÃO

O plano de negócio do Stúdio foi elaborado com finalidade de ter uma estrutura analista melhor, podendo ter cautelas financeira e explorar um melhor conteúdo para ser passado aos clientes que estão em buscas dos serviços da empresa. Pretendendo melhorar a visão empresarial e administrativa, para não ter riscos futuros de uma crise financeira, podendo sustentar e acrescentar cada vez mais na qualidade dos serviços, produtos e empresa no geral, para cada vez mais crescer no mercado com cautela e firmeza. Mantendo sempre a clareza com todos os fornecedores, parceiros e amigos que acreditaram em meu potencial. Para em momento algum decepcionar meus clientes e pessoas que caminham comigo desde o início da carreira.

O intuito desta Análise e elaboração foi para manter a transparência e planejamento de negócio para todos e garantir um longo planejamento de sucesso.

SALÃO BELEZA PURA

GOUVEIA, Bianca Cristina dos Santos
LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda

SUMÁRIO EXECUTIVO

O Salão Beleza Pura é uma empresa que surgiu com a ideia de trazer a autoestima e mudança, visando sempre o conforto e a confiança do cliente. Atuará no ramo de Beleza oferecendo ao cliente serviços de: cabelos, sobrancelha, maquiagem e estética facial.

A empresa estará localizada no endereço Rua São Francisco, Nº 26/1 – Camalaú na cidade de Cabedelo – PB. O local foi escolhido devido a proximidade da Br 230, onde ocorre um fluxo maior de pedestres.

A empresa é constituída por Edvânia dos Santos, portadora do CPF 022.949.455-23, que tem como cargo/função: Proprietária, Cabelereira, Administradora, Maquiadora, Esteticista e Design de Sobrancelha.

Iniciaremos com o capital de R\$ 20.000. Capital este que será necessário para o início das atividades, mas com foco de um investimento onde a empresa deve estar constantemente em mudança e investindo em marketing, inovação e comodidade para o cliente.

Optamos em criar algo que atendesse a necessidade de clientes que procurem cuidar da sua aparência, tendo como alvo o público feminino. São considerados nossos concorrentes Studios e Salões de Beleza, pois tendem a ter os mesmos serviços oferecidos.

Nosso diferencial será proporcionar ao cliente conforto e confiança, com o potencial de oferecer os melhores produtos do mercado, buscando sempre trazer novidades da atualidade e garantir bons resultados para seu retorno. Buscaremos nos fornecedores, considerando os valores: comprometimento, qualidade, ética, condizente com nossos valores.

ANÁLISE DE MERCADO

Público Alvo (**Feminino**)

Avaliação do Cliente: Eu (Juliana) como cliente do Salão Beleza Pura, estou muito satisfeita com o trabalho oferecido, com os cuidados e com a confiança em que tenho em me cuidar no espaço.

Quem está comprando?: Mulheres que utilizam o serviço.

Como está comprando?: É oferecido como forma de pagamento, cartões crédito e débito, pix e dinheiro em espécie.

FORNECEDORES

ITEM	FORNECEDOR 1	FORNECEDOR 2	FORNECEDOR 3
LOCALIZAÇÃO (ENDEREÇO)	João Pessoa-PB	Pedras de Fogo-PB	Bayeux-PB
FORMA DE TIRAGEM DO PEDIDO (FONE, EMAIL, APP)	Fone	Fone	Fone
CAPACIDADE DE ENTREGA (TEMPO DE ENTREGA)	30min	1hr 10min	40min
PAGAMENTO	Boleto	Cartão	Cartão
RELACIONAMENTO (SETOR DE COMUNICAÇÃO/CONTATO/RESPONSÁVEL)	Thiago Ramos (83) 98714-1395	Chilovanda (83) 99648-5152	Eduardo Batista (83) 98848-4247

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

MISSÃO: Oferecer melhores resultados de imediato, trazendo bem-estar, beleza renovada e a autoestima.

VISÃO: Reconhecimento de forma justa, tendo em vista ótimos atendimentos e garantia de retornos.

VALORES: Produtos conhecidos no mercado, econômico, de boa qualidade, atendimento de excelência e ética.

CRONOGRAMA DAS ATIVIDADES

ATIVIDADES /MÊS	JAN	FEV	MAR	ABR	MAIO	JUN
CRIAÇÃO DO MODELO DE NEGÓCIOS				X		
CRIAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIOS			X			
REGISTRO DA MARCA		X				
CRIAÇÃO DO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO				X		
REGISTRO DA EMPRESA						X
REFORMA					X	
INAUGURAÇÃO						X

PLANO DE MARKETING

LOGOTIPO



CONCEITO DO LOGOTIPO

A logotipo foi pensada na delicadeza, simplicidade e sofisticação do salão. Tendo em vista a facilidade de visão e leitura de forma exclusiva.

PLANO FINANCEIRO

CAPITAL FINANCEIRO INICIAL

SÓCIOS	CAPITAL (R\$)	PARTICIPAÇÃO (%)
NOME	EM REAIS	EM PERCENTUAL
Edvania dos Santos	R\$ 20.000	100%
TOTAL	R\$ 20.000	100%

INVESTIMENTO FINANCEIRO INICIAL

PRODUTO/ MATERIAL/SERVIÇO	VALOR (R\$)
REFORMA	R\$ 3.500,00
EQUIPAMENTOS	R\$ 1.950,00
PRODUTOS DE TRABALHO	R\$ 5.000,00
PRODUTOS DE LIMPEZA	R\$ 30,00
CADEIRAS EM GERAL/LAVATÓRIO	R\$ 3.000,00
ESPELHOS	R\$ 500,00
DECORAÇÃO	R\$ 100,00
MÃO DE OBRA	R\$ 500,00
CARTÕES/BANNER	R\$ 600,00
CARRO DE SOM	R\$ 100,00
PRATELEIRAS	R\$ 200,00
TOTAL	R\$ 15.480,00

INVESTIMENTO FIXO

INVESTIMENTO FIXO	VALOR (R\$)
LUZ	R\$ 200,00
ÁGUA	R\$ 120,00
INTERNET	R\$ 85,00
MATERIAIS	R\$ 40,00
TOTAL	R\$ 445,00

PREVISÃO FINANCEIRA

PREVISÃO FINANCEIRA	VALOR (R\$)
CAPITAL INICIAL	R\$ 20.000,00
INVESTIMENTO FINANCEIRO INICIAL	R\$ 15.480,00
INVESTIMENTO FIXO	R\$ 445,00
CAPITAL DE GIRO	R\$ 15.925,00

CONCLUSÃO

O trabalho teve como sua formação o objetivo de revisar o empreendedorismo e seu monitoramento. Foi feita o avanço das áreas de segmento da empresa como: marketing, vendas, aperfeiçoamento e organização. Tendo como principal foco, apresentar a possibilidade para um grande crescimento.

VITÓRIA DANIELE ESTÉTICA PERSONALIZADA

NICOLAU, Vitória Daniele de Souza
LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda

SUMÁRIO EXECUTIVO

Nossa empresa tem como finalidade atender a todos e com faixas etárias variadas. A partir disso, contamos com diversos serviços que visam promover uma melhora no estado de bem-estar dos contribuintes que se fazem presentes para adquirir nossos serviços. Sendo assim, buscamos ter maior compromisso e responsabilidade para com os clientes, a fim de elaborar um projeto que venha contribuir para a ampliação da qualidade de vida de todos.

Nossa empresa tem horário de funcionamento pré-estabelecido das 8h as 19h de segunda a sexta-feira, porém contamos com horários personalizados que caibam dentro da rotina dos nossos clientes com um agendamento prévio. Além disso, dispomos de horários flexíveis aos sábados para os clientes que ficam impossibilitados de usufruir dos nossos serviços no decorrer da semana.

Nosso público alvo é variado e para isso nossos serviços contam com profissionais destinados a elaborar um plano personalizado de procedimentos e tratamentos que busque atender as necessidades dos clientes.

A empresa, Vitória Daniele Estética personalizada contará com um capital inicial de R\$ 80.000,00.

E ainda segundo Chiavenato (2017) para ser bem sucedido o empreendedor não deve apenas saber criar seu próprio empreendimento. Deve também saber gerir seu negócio, para mantê-lo e sustentá-lo em um ciclo de vida prolongado e obter retornos significativos de seus investimentos. Isso significa administrar, planejar, organizar, dirigir e controlar as atividades relacionadas direta ou indiretamente com o negócio.

MISSÃO

A missão da empresa é promover uma melhor qualidade de vida para nossos clientes através da melhora da autoestima, tendo em vista que trabalhamos

com o foco voltado para que os clientes se sintam bem consigo mesmos e assim, ampliar seu desenvolvimento pessoal e social.

VISÃO

Visamos ao longo de cinco anos ser um dos centros de referências para procedimentos e tratamentos estéticos, contando com mais especialidade de serviços para promover um melhor aproveitamento por parte dos clientes para com nossos serviços. Além disso, em longo prazo visamos estabelecer um vínculo com a sociedade como fonte de distribuição de cosméticos e serviços de estética.

VALORES

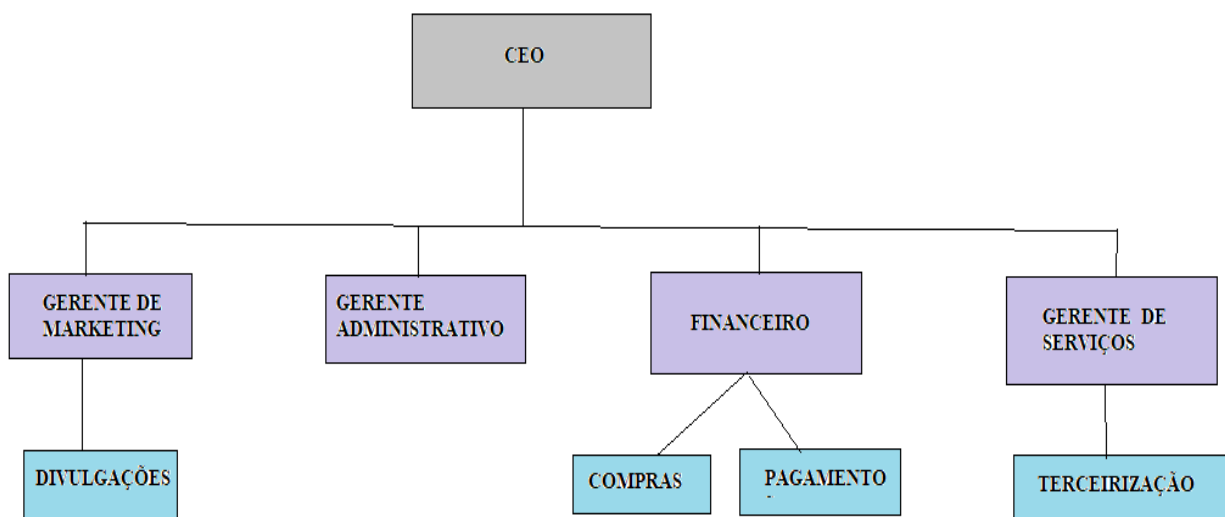
Diante de uma sociedade com inúmeros centros de serviços e concorrência, trazemos como valores únicos e reais o comprometimento, o respeito para com todos os clientes, a responsabilidade dos serviços, bem como a devida capacitação de todos os prestadores de serviços da empresa. Além disso, a ética e a moral são pontos-chaves para os valores da nossa empresa.

CRONOGRAMA E ORGANOGRAMA

CRONOGRAMA

ATIVIDADE/MÊS	NOV	DEZ	JAN	FEV
Criação do modelo de negócios	X			
Criação do plano de negócios	X			
Registro da marca		X		
Criação do planejamento estratégico	X			
Criação do plano de marketing	X			
Registro da empresa		X		
Contratação de funcionários			X	
Reforma / ambientação			X	X
Inauguração				X

ORGANOGRAMA EMPRESARIAL



ANÁLISE DE MERCADO

PÚBLICO ALVO

Nosso público alvo é diverso, envolvendo variadas idades e clientes de setores próximos à empresa, bem como clientes de outras localidades e cidades independente de classe social.

Nossos serviços são mais procurados por mulheres em sua grande maioria, justamente pela vontade de se sentir bem consigo mesma. Assim como, homens se fazem presentes como clientes, tendo o mesmo intuito e desejo que as mulheres têm que é uma boa qualidade de vida e melhora na autoestima.

Nossos serviços passam a ser procurados em virtude da personalização dos procedimentos de acordo com a necessidade e desejo do cliente, e para isso contamos com todo um elaborado plano de protocolos que visam promover o melhor atendimento.

ANÁLISE DOS CONCORRENTES

Com uma pesquisa detalhada na região podemos notar que os concorrentes para esta área de trabalho se localizam em regiões mais distantes. Dessa forma, o comprometimento para a empresa não fica suspensa em decorrência de termos

fatores que se diferenciam das outras mesmo em locais diferentes, o que facilita e promove nossos serviços.

FORNECEDORES

<u>FORNECEDOR</u>	<u>PRODUTO</u>
Catteya Cosméticos	Cosméticos facias
Areta Cosméticos	Cosméticos faciais
Yes Cosméticos	Produtos cosméticos diversos
Nívea	Cosméticos corporais
Destak	Móveis projetados

PLANO DE MARKETING



Buscamos o melhor para nossos clientes e parceiros e com isso temos como propósito a sinal de leveza e simplicidade, caracterizado pela arte a esquerda. A cor azul claro demonstra um sentido de renovação para o contexto social, buscando sempre ampliar os horizontes de ter a oportunidade de se desenvolver em meio a tantos obstáculos encontrados no caminho. A fonte da letra foi escolhida por ser de melhor visualização e melhor concordância visual para que assim, a acuidade visual do letreiro seja forte e característica de uma empresa que busca um atendimento diversificado e humanizado, personalizando de acordo com cada cliente.

DIVULGAÇÃO

Devido a grande ampliação das redes sociais como melhor meio de repercussão encontrado atualmente, nossa principal ferramenta para divulgações é as mídias digitais, em especial o *Instagram*. Além disso, ainda fazemos uso de

panfletos, carros de som com propagandas e outdoors em locais estratégicos, justamente para facilitar a visualização e consequentemente, a procura pelos nossos serviços.

DIVULGAÇÃO	CUSTO DE INVESTIMENTO	PERÍODO	LOCAL	ESTRATÉGIA	RESULTADO ESPERADO
Redes sociais	R\$200,00	Semanal	Internet	Maior alcance	Procura pelos serviços
Panfletos	R\$100,00	Todo fim de semana	Avenidas e locais com grande público	Alcance de quem não conhece por meio da internet	Curiosidade pelos serviços
Outdoors	R\$300,00	Mensal	Avenidas movimentadas	Melhor visibilidade	Alcançar público da região
Carro de som	R\$100,00	Fim de semana	Avenidas movimentadas	Chamar atenção do público alvo	Procura pelos serviços

PLANO FINANCEIRO

CAPITAL SOCIAL

Sócio	Capital (R\$)	Participação (%)
Vitória Daniele de Souza Nicolau	R\$80.000,00	100%
Total	R\$80.000,00	100%

INVESTIMENTO FINANCEIRO INICIAL

DESCRIÇÃO	CUSTO TOTAL (EM R\$)
EQUIPAMENTOS	20.000,00
PRODUTOS	5.000,00
MARKETING	700,00
FUNDO DE RESERVA	5.000
MÓVEIS	3.000
SERVIÇOS TERCEIROS	500,00
TOTAL	34.200,00

INVESTIMENTO FIXO

DESCRIÇÃO	CUSTO TOTAL MENSAL (EM R\$)
ÁGUA	250,00
ALUGUEL	1.000,00
ENERGIA	500,00
INTERNET	150,00
ESTOQUE DE MATERIAL	3.000,00
FUNCIONÁRIOS	2.500,00
TOTAL	7.400,00

PREVISÃO FINANCEIRA

Previsão Financeira	Valor (R\$)
Capital Inicial	80.000,00
Investimento Financeiro Inicial	34.200,00
Investimento Fixo	7.400,00
Capital de Giro	38.400,00

CONCLUSÃO

Portanto, esse plano foi desenvolvido com a finalidade manter um padrão de organização para as atitudes da empresa. Desse modo, o plano nos indica o funcionamento interno e como as condutas da gestão são realizadas de acordo com as necessidades apresentadas a cada mês. Sendo assim, a empresa passa a ter um conhecimento prévio dos futuros gastos, assim como os possíveis lucros advindos da organização estratégica.

REFERÊNCIAS

- CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. São Paulo: Saraiva, 2016.
- CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade de novas**. 2.ed. rev. e atualizada. São Paulo: Saraiva 2017.
- Dedigital entrepreneurship. In: **INTERNATIONAL CONFERENCE ON ENTERPRISE INFORMATION SYSTEMS**, 6., 2004, Cidade do Porto.
- DEGEN, Ronald Jean. **O Empreendedor: empreender como opção de Carreira**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2019.
- DOLABELA, F. **O segredo de Luísa: uma ideia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce o empreendedor e se cria uma empresa**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.
- DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza**. 6 ed. São Paulo: Cultura, 2018.
- DRUKER, Peter Ferdinand. **Inovação e espírito empreendedor**. Editora Pioneira, 2017.
- GITMAN, Lawrence Jeffrey. **Princípios de administração financeira**. 10ª Edição São Paulo: Pearson Addison Wesley, 2004.
- Hassimoto, M. (2016). **Espírito empreendedor nas organizações: aumentando a competitividade através do intra-empreendedorismo**. São Paulo: Saraiva
- HSRICH, Robert. D. et al. Entrepreneurship. 2016.
- OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças. **Planejamento Estratégico: conceitos, metodologias e práticas**. 13. ed. São Paulo: Atlas, 2004.
- QUADROS, F. Z.; HOESCHL, H. C.; SILVA, F. P.; BORTOLON, A. Strategies for REIS, Evandro Paes dos.; ARMOND, Álvaro Cardoso. **Empreendedorismo**. Curitiba: IESDE Brasil, 2019.
- SCHUMPETER, J.A. **A teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Nova Cultural, 2017.
- Wagner, J. (2010). **Lider x Empreendedor**. Diferenas entre sistemas gerenciais de empreendedores e operadores de pequenos negócios. Revista de Administração de Empresas, 39(4), pp. 6-20.
- Zarpellon, S. C. (2010). **O empreendedorismo e a teoria econômica institucional**. Revista Iberoamericana de Ciências Empresariais y Economía.

