

# **Empreender**

# **UNIESP**

**Estética & Cosmética**  
**Volume III**

Organizadores:  
Ana Margareth Sarmiento  
Ana Paula Hollanda  
João Peixoto Neto

**ISBN: 978-65-5825-169-9**

**EMPREENDER UNIESP: ESTÉTICA E  
COSMÉTICA VOLUME III**

**Ana Margareth Sarmento  
Ana Paula Hollanda  
João Peixoto Neto  
(Organizadores)**

Centro Universitário – UNIESP

Cabedelo – PB  
2023



## **CENTRO UNIVERSITÁRIO UNIESP**

### **Reitora**

Érika Marques de Almeida Lima

### **Pró-Reitora Acadêmica**

Iany Cavalcanti da Silva Barros

### **Editor-chefe**

Cícero de Sousa Lacerda

### **Editores assistentes**

Ana Kalline Soares Castor

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

Rogério Márcio Luckwu dos Santos – Educação Física

Zianne Farias Barros Barbosa – Nutrição

Copyright © 2023 – 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).

**Capa:**  
Ana Kalline Soares

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

E55      Empreender UNIESP: estética e cosmética [recurso eletrônico] /  
Organizadores, Ana Margareth Sarmento, Ana Paula  
Hollanda, João Peixoto Neto. - Cabedelo, PB : Editora  
UNIESP, 2023.

90 p. ; il. : color. ; v.3.

Tipo de Suporte: E-book

ISBN: 978-65-5825-169-9

1. Estética. 2. Cosméticos. 3. Estética - Indústria. 4. Estética -

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

BODY ESTHETIC - SILVEIRA, Letícia Galdino da e LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda	6
LEYLANE SILVA ESTÉTICA AVANÇADA - BELARMINO, Leylane da Silva e LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda	14
MAHIARA CORDEIRO ESTÉTICA - CORDEIRO, Mahiara Das Neves e LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda	24
CLÍNICA MARCELA CHAVES ESTÉTICA E SAÚDE - SANTOS, Marcela Chaves dos e LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda	30
MARIA VITÓRIA ESTÉTICA E BELEZA - SILVA, Maria Vitória Pereira da e LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda	36
PATRÍCIA BARBOSA STUDIO - SANTOS, Patrícia Barbosa e LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda	43
RAYANNE BRILHANTE BEAUTY - BRILHANTE, Rayanne Cruz Regis e LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda	51
STUDIO RM ESTÉTICA - SANTOS, Rebeca Maia do Nascimento e LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda	57
REBECA OLIVEIRA - MARQUES, Roberta de Oliveira e LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda	63
L'APRIMORE ESTÉTICA - SOUZA, Renally Tavares Silva de e LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda	70
ATELIER BEAUTY STEPHANY - TRIGUEIRO, Stephany Cunha Lopes e LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda	79
THAIS MUAX: MAQUIAGEM E ESTÉTICA - SAGRATZKI, Thais Seixas Pessoa e LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda	83

## APRESENTAÇÃO

Esta obra retrata as expectativas das alunas de Estética e Cosmética do Centro Universitário UNIESP, através do Plano de Negócio, na idealização e construção de suas empresas após o término do curso.

O plano de negócios determina a viabilidade de uma clínica estética e ele vai nortear a idealização e construção do empreendimento. Ele compila os elementos que vão avaliar o investimento, além de prever os principais desafios que você vai encontrar. Inúmeras empresas, principalmente nos dias de hoje que enfrentam o mercado competitivo e resultados são demandados todo o momento, possuem dificuldades tanto para dar continuidade, quanto na abertura da mesma. Essas dificuldades, e até mesmo falências, estão atreladas a diversos motivos e, dentre eles, a falta de planejamento correto aplicado nesses negócios é um dos mais relevantes.

Essa falta desse planejamento permite que gastos desnecessários, desconhecimentos sobre a empresa e público alvo, precificação inadequada e atuar de forma desproporcional com a capacidade produtiva, aconteçam.

Portanto, planejar é algo extremamente necessário e aqueles que almejam entrar ou já fazem parte do mundo dos negócios devem perceber a ligação entre o sucesso do negócio com seu planejamento e gestão empresarial.

Isso permite que estudos de viabilidade, previsões, melhores caminhos e estratégias sejam traçadas e para isso que é aplicado o Plano de Negócios.

Profa Ana Paula Ribeiro de Hollanda Leite

## **BODY ESTHETIC**

Letícia Galdino da Silveira  
Ana Paula Ribeiro de Hollanda Leite

### **SUMÁRIO EXECUTIVO**

A Body Esthetic é uma empresa que surgiu com a ideia de auxiliar mulheres e homens a melhorarem sua estética corporal através de tratamentos personalizados para a necessidade de cada paciente.

Atuará no ramo de estética corporal oferecendo ao cliente o que há de mais moderno e eficiente no mercado, atualmente.

A empresa está localizada no endereço Av. Sucesso, nº 89 na cidade de João Pessoa.

O local foi escolhido devido à grande circulação de pessoas, segurança, facilidade de acesso e infraestrutura do local.

A empresa é constituída pelos sócios Letícia Galdino e Emanuelle Galdino, portadoras dos CPFs 12345678901 e 09876543210 e temos como cargo/função de cada sócio dentro da empresa (NOME/CARGO) Letícia Galdino - esteticista e administradora e Emanuelle Galdino - administradora.

Iniciaremos com o capital de R \$200.000,00, distribuídos entre os sócios com percentual de 70/30 % para cada um. 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 qualquer pessoa que busque por melhorias estéticas corporais e temos um público alvo em sua maioria feminino.

São considerados nossos concorrentes Plenitude do Corpo e Companhia da Estética porque oferecem serviços e possuem abordagem semelhante à nossa.

Nosso diferencial será a associação de terapias naturais e teremos como nosso potencial oferecer ao mercado profissionais qualificados para atender as necessidades particulares de cada paciente.

Buscaremos nos fornecedores, considerando os valores: produtos naturais, dermocosméticos, assistência, condizente com nossos valores.

## **ANÁLISE DE MERCADO**

Quero atuar no mercado da estética corporal, pois é uma área que sempre cresce com cada vez mais acessibilidade e equipamentos que facilitam chegar no objetivo de um corpo mais saudável e bonito esteticamente. As pessoas estão cada vez mais interessadas em se cuidar e investir em si mesmas.

O crescimento do mercado de beleza cresceu em torno de 6% ano passado e a tendência é que esse mercado continue a ganhar espaço, pois possui um potencial de expansão muito grande. Cada vez mais profissionais buscam se qualificar para entrar no mercado oferecendo serviços cada vez mais atualizados, inovações em procedimentos estéticos e criatividade para ganho de visibilidade.

O mercado da estética brasileira é um dos maiores do mundo, com muita variedade de procedimentos, todos voltados para o bem-estar. Cada vez mais pessoas estão mudando seu pensamento em relação a procedimentos estéticos, passando a investir mais no bem-estar e aumento da autoestima.

Cada vez mais homens estão mergulhando nessa área de cuidados estéticos, o que antes era algo mais feminino vem ganhando cada vez mais espaço entre os homens. A vida agitada do dia a dia faz com que os homens também optem por procedimentos estéticos em busca de bem-estar. Os benefícios desses procedimentos podem ser usufruídos por ambos os sexos com garantia de sucesso.

O sucesso desse negócio está em sempre buscar ser sua melhor versão e não em se igualar aos seus concorrentes. Estar sempre atualizado com as novidades da área, ser um profissional qualificado para o serviço que está oferecendo, ter uma administração competente e possuir estratégia de marketing para atrair seus clientes.

Pesquisar com cautela e de tempos em tempos, para garantir bons fornecedores com o custo benefício de produtos de qualidade e bons preços, zelando



principalmente pela qualidade dos produtos utilizados, pois é o nome da sua empresa que estará em questão.

## AVALIE O CLIENTE

O cliente irá se atrair pela propaganda do seu negócio, os resultados que lhe estão sendo apresentados. A forma de atendimento, a personalização daquele protocolo, a abordagem para apresentação do serviço e pelo ambiente em que ele será atendido.

Seu cliente estará em busca de resultados, então cabe ao profissional oferecer qualidade e garantir a fidelidade do cliente.

Na maioria das vezes a busca do procedimento é pela autoestima, uma melhor qualidade de saúde, um momento de autocuidado e por muitas vezes é até pela saúde mental.

O cliente sente necessidade muitas vezes de se sentir íntimo do profissional que irá atendê-lo, então, ter seus meios de divulgação sempre atualizados com as novidades dos serviços, apresentar a simpatia de quem vende aquele produto, conquista o cliente.

## FORNECEDORES

ITEM	MERCADO LIVRE	OLX	SHOPPING DO ESTETICISTA
Localização (Endereço)	MERCADO LIVRE	OLX	SHOPPING DO ESTETICISTA
Forma de tiragem do pedido (telefone, email, aplicativo...)	EMAIL	APLICATIVO	PRESENCIAL
Capacidade de Entrega (tempo de entrega)	7 DIAS	2 DIAS	NO DIA

Condições de Pagamento	BOLETO, CARTÃO, PIX	CARTÃO E PIX	CARTÃO E PIX
Relacionamento (Setor de comunicação/contato/responsável)	SUPORTE	PESSOAL	PESSOAL

## CONCORRÊNCIA

ITEM	CONCORRENTE "A"	CONCORRENTE "B"
Qualidade dos produtos	BOM	RUIM
Preço justo ou arbitrário (maior ou menor que o seu)	IGUAL	MENOR
Condições de pagamento	À VISTA	CARTÃO OU À VISTA
Localização	ZONA SUL	CENTRO
Atendimento	RAZOÁVEL	RUIM
Serviços oferecidos que são o diferencial	CABELEREIRO	—

## PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

### MISSÃO

Minha empresa tem a missão de cuidar do bem-estar e da autoestima de homens e mulheres para quem busca atendimentos no meu espaço. Lá encontrarão serviços de qualidade, atenção personalizada para cada necessidade, equipamentos

modernos, atendimento humanizado e produtos de qualidade. Lá não atendemos só uma pessoa que paga, mas atendemos o ser individual e buscamos entender a sua queixa, a causa da queixa e assim atingirmos um resultado de excelência.

Entendemos que o sucesso do nosso negócio será a consequência da nossa qualidade como profissionais desde a recepção até a finalização do procedimento.

**SEJA VOCÊ O SEU PADRÃO DE BELEZA!**

## **VISÃO**

Em cinco anos quero ter mais uma empresa aberta do mesmo segmento no shopping mais movimentado da cidade.

Ter capital suficiente para garantir a mesma qualidade e eficiência do serviço que já é oferecido.

## **VALORES**

Deverá sempre ser lembrada pela humanização com que procuramos tratar nossos clientes, observando a particularidade de cada um, pela perseverança em se manter servindo um atendimento de qualidade, zelando sempre pelo ser e não pelo ter.

## **CRONOGRAMA DE ATIVIDADES**

Inicialmente iremos ter ciência de quanto temos disponível para investimento na nossa empresa, locação do espaço, da reforma, da logomarca, cores utilizadas, arquitetura e divulgação.

Planejar como iremos fazer nossa divulgação através de parcerias pagas ou troca de serviços com influencers com bom engajamento, e divulgação de qualidade nas redes sociais.

Buscar agilizar e concluir toda a documentação necessária para o estabelecimento funcionar dentro da legalidade.

Contrataremos dois funcionários para recepção e limpeza 10 dias antes de inaugurarmos o espaço.

Nosso espaço será alugado.

A reforma será pequena, apenas para ajustes dos espaços e investiremos mais na ambientação e arquitetura do espaço.

Será inaugurado no final de junho.

ATIVIDADES/ MÊS	JAN	FEV	MA R	ABR	MAI O	JUN
Criação do modelo de negócios	X					
Criação do plano de negócios	X	X				
Registro da marca			X			
Criação do planejamento estratégico			X			
Criação do plano de marketing				X		
Registro da empresa				X		
Contratação de funcionários						X
Compra ou aluguel do Imóvel				X		
Reforma / ambientação					X	
inauguração						X

## PLANO DE MARKETING

### LOGOTIPO



## CONCEITO DA LOGOMARCA

Os tons de rose escolhidos, buscam passar um pouco da identidade da empresa, que será toda em tons pastéis. Queremos passar calma, equilíbrio e sofisticação visando o profissionalismo.

## PLANO FINANCEIRO

### CAPITAL SOCIAL

SÓCIOS	CAPITAL (R\$)	PARTICIPAÇÃO (%)
LETÍCIA	140.000,00	70%
EMANUELLE	60.000,00	30%
<b>TOTAL</b>	<b>200.000,00</b>	<b>100%</b>

### INVESTIMENTO FINANCEIRO

INVESTIMENTO FINANCEIRO (PRODUTO/MATERIAL/SERVIÇO)	VALOR (R\$)
PRODUTO	40.000,00
MATERIAL	50.000,00
SERVIÇO	20.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>110.000,00</b>

### INVESTIMENTO FIXO

INVESTIMENTO FIXO	VALOR (R\$)
LUZ	500,00
ALUGUEL	2.000,00
INTERNET	200,00
SALÁRIO	2.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>4.700,00</b>

## PREVISÃO FINANCEIRA INICIAL

PREVISÃO FINANCEIRA	VALOR (R\$)
CAPITAL INICIAL	200.000,00
INVESTIMENTO FINANCEIRO	114.000,00
INVESTIMENTO FIXO	4.700,00
CAPITAL DE GIRO	81.000,00

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A empresa estará apta a abrir se o valor do capital de giro for ser 3x o valor do investimento fixo. Caso isso não ocorra, devemos rever o valor de investimento inicial no Sumário Executivo. Ele pode ser alterado para tornar a empresa apta. Assim o investidor saberá quanto é necessário para abrir sua empresa.

## LEYLANE SILVA ESTÉTICA AVANÇADA

Leylane da Silva Belarmino  
Ana Paula Ribeiro de Hollanda Leite

### SUMÁRIO EXECUTIVO

A Leylane Silva Estética Avançada é uma empresa que surgiu com a ideia de inovação, profissionalismo e sofisticação na estética corporal e facial. Com intuito de elevar e favorecer a autoestima, saúde e bem-estar dos interagentes, por meio de protocolos personalizados e exclusivos que irão favorecer a melhora e a prevenção das disfunções estéticas.

Atua no ramo de saúde e bem-estar corporal e facial, tendo como prioridade o conforto, biossegurança, comprometimento e responsabilidade.

A empresa está localizada na Rua da Soledade/Centro da cidade de Goiânia-PE. O local foi escolhido devido à visibilidade da área e da movimentação de pessoas.

A empresa é constituída pelos sócios Leylane da Silva Belarmino, portadora do CPF 711.234.692-50 e Adikelson Myzrain Ferreira da Silva, portador do CPF 255.499.687-57 e temos como cargo/função de cada sócio dentro da empresa Leylane da Silva Belarmino, esteticista e gestora clínica, Adikelson Myzrain Ferreira da Silva, administrador financeiro.

A clínica tem um potencial de alto porte, ambiente climatizado, móveis planejados e bem arquitetados trazendo uma aparência sofisticada, rústica e aconchegante para os clientes. Possui uma recepção ampla, uma área com plantas para trazer naturalidade ao espaço, quatro salas para atendimento (consultório de corporal/facial, sala de avaliação e escritório), um lavabo na recepção, um banheiro perto das salas de atendimento e uma copa ampla para os funcionários.

Iniciaremos com o capital de R\$200.000,00 (duzentos mil reais), distribuídos entre os sócios com percentual de 50% para cada, o que será necessário para o início das atividades que terão como foco do investimento o marketing, inovação e comodidade para o cliente.

Optamos em criar algo que atendesse a necessidade de pessoas que priorizam o bem-estar físico, buscando sempre melhorar as disfunções estéticas do seu corpo

ou rosto e temos um público-alvo de mulheres e homens que buscam elevar a autoestima e a aparência do corpo como um todo.

A empresa Corpo & Beleza-Franchising é considerada nossa concorrente, porque atua no mesmo segmento, além de possuir diversas unidades espalhadas pelo Brasil que passam credibilidade, segurança e experiência para o público.

Nosso diferencial é o atendimento humanizado, personalizado e exclusivo, onde serão realizados protocolos individualizados e estudados para cada pessoa, respeitando a subjetividade e peculiaridades de cada um. O nosso potencial será oferecer ao mercado a qualidade necessária no atendimento, a excelência nos serviços prestados, respeito, segurança e responsabilidade.

Buscamos nos fornecedores produtos e serviços, considerando os valores: integridade, qualidade, sustentabilidade, ética, respeito, transparência e credibilidade condizente com nossos valores.

## **ANÁLISE DE MERCADO**

O mercado de atuação é o da saúde e bem-estar que visa o cuidado do corpo de dentro para fora, favorecendo e realçando a beleza, ajudando na busca exterior da melhor versão de cada pessoa. O potencial de mercado pode alcançar homens e mulheres que queiram elevar a autoestima e bem-estar com o auxílio de procedimentos estéticos que podem variar de 4 a 20 semanas, o que será definido de acordo com a peculiaridade de cada um.

O mercado está bem atendido e gerido por profissionais habilitados para realizar determinadas funções, utilizando os melhores equipamentos do mercado e produtos de alta qualidade, objetivando sempre a satisfação de cada interagente, atendendo as necessidades e priorizando a entrega de resultados satisfatórios, com responsabilidade e excelência no atendimento prestado.

O mercado da estética vem crescendo a cada dia e com isso os estudos também estão avançando. A tecnologia vem tomando espaço dentro das clínicas de estética e, pensando nisto, foram criadas estratégias que potencializam os tratamentos faciais e corporais realizados na clínica Leylane Silva Estética Avançada, visando a busca de novos conhecimentos e tecnologias que irão potencializar e acelerar os efeitos propostos no tratamento, sendo um diferencial no mercado da área.



O público beneficiado é aquele que prioriza o autocuidado, o tratamento e a prevenção de disfunções estéticas como rejuvenescimento, alterações na cútis, gordura localizada (Lipodistrofia), celulite (fibro edema gelóide), estrias, flacidez, dentre outras alterações que tanto mexem com a autoestima das pessoas.

Como toda a área no mercado, a estética também possui concorrentes, o que é importante para o crescimento de uma empresa, pois é a partir dessa concorrência que são determinados os diferenciais e particularidades de cada empresa.

Um dos diferenciais da empresa Leylane Silva Estética Avançada são os fornecedores, escolhidos atenciosamente pela ética, respeito, integridade, credibilidade, segurança, qualidade e sustentabilidade de cada marca. Assim é possível elevar o cuidado e satisfação de cada pessoa, gerando a sensação de conforto e confiança para quem adquirir os serviços prestados.

## **PÚBLICO-ALVO (CLIENTE)**

A busca por um serviço está ligada ao desejo e a necessidade de cada pessoa, seja o desejo de melhorar a estética corporal/facial ou o simples fato de precaver-se de disfunções futuras.

De modo geral, o desejo está ligado à melhora da autoestima, bem-estar e saúde. Podemos usar como exemplo o excesso de gordura no corpo, que favorece o aumento de doenças, portanto a conscientização dessa problemática faz com que o cliente tenha um olhar mais cauteloso, trazendo a necessidade de priorizar os tratamentos estéticos. O cliente sempre visa um serviço de qualidade, a obtenção de resultados e o atendimento de suas expectativas no decorrer de determinado procedimento.

A importância do bom atendimento, profissionalismo, segurança, dedicação e conforto também são fatores essenciais para a fidelização de um cliente, pois é primordial a sensação de bem-estar no local escolhido para separar algumas horas do dia durante um período, afinal de contas o bom relacionamento com os profissionais ajudará no processo e trará leveza no decorrer das sessões. O encantamento no serviço e o foco no alvo motivarão sempre o interagente na aquisição de qualquer serviço, o nível do incômodo que determinada disfunção gera no psicológico das pessoas propicia grande parte da motivação para que ela se

conscientize sobre a importância dos tratamentos estéticos na obtenção da pele ou corpo dos sonhos, com intuito de elevar a autoestima e prevenir doenças.

Além dos fatores citados acima, o fator financeiro também possui grande influência na escolha de um serviço. A busca por uma condição que caiba no orçamento é de grande importância na hora da aquisição, por isso é importante saber negociar e ter diversidade na tabela de preço, oferecendo serviços de excelente qualidade para todos os públicos.

## FORNECEDORES

Item	Fornecedor "A"	Fornecedor "B"	Fornecedor "C"
Localização (Endereço)	Mercado livre	Extratus da terra	Vita Derm
Forma de tiragem do pedido (telefone, email, aplicativo...)	Aplicativo	Aplicativo	Loja
Capacidade de Entrega (tempo de entrega)	7 dias	7 dias	1 dia
Condições de Pagamento	Débito	Débito	Dinheiro
Relacionamento (Setor de comunicação /contato/responsável)	-	-	-

Item	Bioage	ADCOS	Tulípia
Localização (Endereço)	Bioage	ADCOS	Tulípia
Forma de tiragem do pedido (telefone, email, aplicativo...)	Aplicativo	Loja	Aplicativo

Capacidade de Entrega (tempo de entrega)	7 dias	1 dia	7 dias
Condições de Pagamento	Débito	Dinheiro	Débito

## CONCORRÊNCIA

Item	Concorrente "A"	Concorrente "B"	Concorrente "C"
Qualidade dos produtos	Bom	-	-
Preço justo ou arbitrário (maior ou menor que o seu)	Maior	-	-
Condições de pagamento	Cartão/dinheiro	-	-
Localização	Centro	-	-
Atendimento	Razoável	-	-
Serviços oferecidos que são o diferencial	Depilação a laser	-	-

## MISSÃO

A Leylane Silva Estética Avançada visa aumentar a autoestima e bem-estar das pessoas, oferecendo um serviço de qualidade e trazendo resultados nos tratamentos prestados. O seu diferencial está no conforto, profissionalismo e na excelência do atendimento, o que gera segurança e confiança para quem adquire os serviços. A empresa foi estudada e criada de forma precisa e inteligente, com o intuito de encantar, satisfazer, gerar conforto e paz interior nas pessoas que lá chegarem.

A missão da empresa além de satisfazer o cliente e inspirar pessoas é também ser referência no mercado da estética nacional. Com a ajuda de Deus, organização, foco, muito esforço e dedicação será alcançado o sucesso.

O slogan escolhido é “Encontre a sua melhor versão” – Na Leylane Silva Estética Avançada a missão é resgatar a melhor versão de cada pessoa através de cada tratamento prestado, sempre elevando a autoestima e favorecendo o bem-estar através de muito conhecimento e tecnologia.

## VISÃO

Em um período de cinco anos temos o planejamento de estarmos bem posicionados no mercado de trabalho, com um bom retorno financeiro e com metas maiores alcançadas, realizar benfeitorias na clínica, abrir novas unidades e contratar mais profissionais capacitados para determinadas funções, também visamos ser referência no mercado da estética dentro desse intervalo de tempo. Sempre com foco no crescimento da empresa.

## VALORES

A Leylane Silva Estética Avançada é uma empresa que possui como valores primordiais o respeito, a humanização, a parceria, a fidelidade, o profissionalismo, o compromisso, a ética e a sustentabilidade.

---

## ORGANOGRAMA/FUNCIONOGRAMA

---



### CRONOGRAMA DE ATIVIDADES

ATIVIDADES	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			
Criação do plano de marketing			X			
Registro da empresa			X			
Contratação de funcionários				X		
Compra ou aluguel do Imóvel				X		
Reforma / ambientação				X	X	
inauguração						X

### PLANO DE MARKETING

### LOGO TIPO



## CONCEITO DO LOGO TIPO

O logo tipo é sofisticado, moderno e rústico. As cores escolhidas remetem ao equilíbrio e a harmonia da natureza. Especificadamente a cor verde água é um tom que lembra a aparência da água em mares e piscinas. Por ser uma cor ligada à natureza, ela significa equilíbrio, tranquilidade, saúde e vitalidade. Já a cor salmão está associada à felicidade. Remete a harmonia, abundância e incentiva a conversa dentro de um espaço. As letras escolhidas foram a Samantha (Leylane Silva), bem desenhada e delicada e a conforta (Estética Avançada) que traz um equilíbrio entre a modernidade e rusticidade.

## PLANO FINANCEIRO

### CAPITAL SOCIAL

SÓCIOS	CAPITAL (R\$)	PARTICIPAÇÃO (%)
Leylane da Silva Belarmino	R\$100.000,00	50%
Adikelsion Myzrain Ferreira da Silva	R\$100.000,00	50%
<b>TOTAL</b>	R\$200.000,00	100%

### INVESTIMENTO FINANCEIRO

INVESTIMENTO FINANCEIRO (PRODUTO/MATERIAL/SERVIÇO)	VALOR (R\$)
Balcão de atendimento	R\$2.734,00
5 poltronas	R\$1.000,00
4 cadeiras para escritório	R\$2.000,00
Balcão Buffet	R\$1.000,00
Cafeteira	R\$500,00
Bandeja	R\$100,00

EMPREENDEDOR UNIESP: ESTÉTICA & COSMÉTICA VOLUME III  
Ana Margareth Sarmento | Ana Paula Hollanda | João Peixoto Neto  
(Organizadores)

Kit de xícaras	R\$250,00
Kit de taças para água	R\$80,00
Macas	R\$3.000,00
Carros auxiliares	R\$500,00
Manta térmica	R\$680,00
Dermotonus Slin	R\$3.000
Maxishape plus	R\$18.000,00
Heccus Turbo	R\$10.500,00
ILIB Fluence	R\$3.200,00
Derma Pen Smart	R\$1.200,00
Vapor de ozônio	R\$1.500,00
Alta frequência	R\$400,00
Autoclave	R\$2.000,00
Notebook	R\$6.000,00
Celular	R\$3.000,00
Balança	R\$600,00
Mesa para escritório (2)	R\$2.000,00
Armário balcão	RS1.000,00
Mesa	R\$1.000,00
Armário	RS1.500,00
Micro-ondas	R\$600,00
Geladeira	R\$2.000,00
Liquidificador	R\$200,00
Gabinete para banheiro	R\$500,00
Espelhos (3)	R\$600,00
Fornecedores de produtos	R\$7.000,00
Arquiteto	R\$2.000,00
Materiais para escritório	R\$1.000,00
Impressora	R\$1.000,00
Reforma	R\$25.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$106.644,00</b>

## INVESTIMENTO FIXO

INVESTIMENTO FIXO	VALOR (R\$)
Energia	R\$500,00
Água	R\$250,00
Parcela do imóvel	R\$1.500,00
Salário dos funcionários (Adm. financeiro)	R\$5.000,00
Salário dos funcionários (esteticista e supervisora clínica)	R\$5.000,00
Salário dos funcionários (esteticista)	R\$2.000,00
Salário dos funcionários (recepcionista)	R\$1.500,00
Salário dos funcionários (Marketing digital)	R\$1.500,00
Influenciadores digitais	R\$1.000,00
Limpeza	R\$1.300,00
Internet	R\$100,00
Insumos	R\$3.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$21.650,00</b>

## PREVISÃO FINANCEIRA INICIAL

PREVISÃO FINANCEIRA	VALOR (R\$)
<b>CAPITAL INICIAL</b>	R\$200.000,00
<b>INVESTIMENTO FINANCEIRO</b>	R\$106.644,00
<b>INVESTIMENTO FIXO</b>	R\$21.650,00
<b>CAPITAL DE GIRO=</b>	<b>R\$73. 71.706</b>

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A clínica estética Leylane Silva Estética Avançada possui grande potencial e viabilidade de negócio. A empresa é de alto porte, possui tecnologias de última geração, profissionais capacitados e apaixonados pelo que fazem. Prezando pela ética, excelência no atendimento, biossegurança, respeito, responsabilidade, sustentabilidade e trabalho em equipe



## **MAHIARA CORDEIRO ESTÉTICA**

Mahiara das Neves Cordeiro  
Ana Paula Ribeiro de Hollanda Leite

### **SUMÁRIO EXECUTIVO**

A clínica estética Mahiara Cordeiro Estética e Saúde é uma empresa que visa proporcionar cuidado, bem-estar e acolhimento ao público através de cuidados estéticos. Inserida no ramo da estética proporcionando ao público cuidados com a finalidade de elevar a autoestima através de protocolos tanto faciais como corporais e também proporcionar bem-estar através do toque.

A clínica estará localizada na Avenida Pastor José Alves de Oliveira, 57, na cidade de Cabedelo, PB tendo em vista a baixa concorrência e baixa qualidade dos serviços ofertados pelas mesmas.

Constituída pela sócia gerente Mahiara Das Neves Cordeiro, portadora do CPF 075.257.254-74 tendo como função/cargo sócia, esteta cosmetóloga, administradora.

A clínica irá iniciar com o capital de R\$30.000,00 distribuídos entre os sócios igualmente um percentual de 100% para cada. O capital inicial se faz necessário para dar início a empresa, de forma que sempre busquemos ampliar nossas estratégias de venda, marketing e melhor qualidade e tecnologia para o público.

Preferimos da prioridade ao público feminino já que é um público mais abrangente e que está sempre a procura do embelezamento e bem-estar. Porém estando abertos a todos os outros públicos. Sempre atendendo a necessidade dos clientes com excelência, profissionalismo e individualidade.

Levamos em conta três concorrentes nas proximidades da clínica, sendo eles Emanuelle Macedo Estetic, SPA Beleza e Saúde e Centro Estético Suélio Martins tendo em vista que estão inseridos no mercado estético. Entretanto entregaremos o diferencial na tecnologia dos nossos produtos e maior qualidade nos nossos atendimentos, num espaço físico e aconchegante que funcionará de segunda a sábado das 8:00 as 19:00.

Afim de sempre entregar tecnologia em produtos e qualidade nos serviços buscamos fornecedores como a Cosmobeaty e BioAge; e em EPIs, aparelhos eletroterápicos e produtos de limpeza a Brasil estética.

## 1 ANÁLISE DE MERCADO

A procura pelo mercado da beleza vem crescendo cada vez mais nos últimos anos, não só pelo padrão imposto pela sociedade, mas também pela qualidade de vida e melhora da saúde que o acompanha. Tendo em vista que tem se tornado uma necessidade do público em geral, o mercado estético tem ganhado espaço e com isso gerando lucro para seus empresários.

Analisando o mercado onde a Mahiara Cordeiro Estética e Saúde ficará instalada pode se observar clínicas bem estruturadas que oferecem serviços parecidos ou até mesmo iguais a mesma, porém não conseguem atender a grande demanda do público com a mesma qualidade do primeiro ao último cliente. Visto isso a MC Estética e Saúde tem chances de obter um grande faturamento.

Visando sempre oferecer maior qualidade nos atendimentos a clínica buscar sempre manter serviços atualizados e produtos de alta tecnologia, juntamente com aparelhos de última geração para poder alcançar com mais excelência o público alvo que a princípio será o público feminino, podendo abranger qualquer outro público que estiver a procura dos nossos serviços.

### 1.1 PÚBLICO-ALVO

A empresa pretende alcançar principalmente o público feminino, desde a adolescência até a sua maturidade, mas estando sempre disponível caso haja a procura por parte de outros públicos. Hoje pode se observar que não só o público feminino está a procura de cuidados estéticos, mas sim um público geral que busca a melhor qualidade de vida e bem estar tanto físico como mental. Afinal, todo cuidado com o corpo reflete na nossa saúde mental.

Com um público tão abrangente a capacidade de pagamento dele é em média R\$1500,00. Portanto são aptos a escolher procedimentos de alta qualidade e que entregam melhores resultados. Visando que os protocolos duram em média 4 a 6 meses dependendo do objetivo do cliente.

### 1.2 FORNECEDORES

Item	Brasil estética	BioAge	Cosmobeauty / Biomarine
Localização	Av. Gen. Osório, 66 – Centro, João Pessoa – PB, 58010-780	Rua Julia Freire, 1200, sala: 104. Expedicionarios, João Pessoa – PB, 58041-000	Av. Gov Flávio Ribeiro Coutinho, 400, Empresarial Maria Elisa Falcone Loja: 102, Térreo – Manaíra, João Pessoa – PB, 58037-000
Forma de tiragem do pedido	Retirada na loja	Retirada na loja	Retirada na loja
Capacidade de entrega	Rápida	Rápida	Rápida

### 1.3 CONCORRENTES

Item	Emanuelle Macedo Estetic	Spa Beleza e Saúde	Centro Estético Suélio Martins
Qualidade dos produtos	Bom	Médio	Bom
Preço justo ou arbitrário	Maior	Maior	Menor
Condições de pagamento	Igual	Igual	Igual
Localização	Bom	Bom	Ruim
Atendimento	Bom	Bom	Bom

Serviços oferecidos que são os diferenciais		sauna	
---	--	-------	--

## 2 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

### MISSÃO

A missão da MC Estética e Saúde é atender com excelência e qualidade sempre buscando alcançar o objetivo do paciente

### VISÃO

Ser referência em toda a Paraíba como uma das melhores clínicas estéticas e a melhor em entrega de resultados

### VALORES

- Empenho para com os clientes, parceiros e tecnologia
- Atitude crítica, dedicação para com a qualidade e melhoramento pessoal
- Capacidade para aceitar grandes desafios e conduzi-los até o final
- Integridade e honestidade

## 3 PLANO DE MARKETING

### 3.1 LOGOMARCA



### 3 CONCEITO DA LOGOMARCA

A criação da logomarca foi voltada para a sofisticação e delicadeza dos detalhes sem deixar de transparecer seriedade e comprometimento com o público alvo. A utilização de traços mais finos foi a escolha chave para um toque mais delicado e sério e as iniciais ao centro como reconhecimento profissional.

A cor foi escolhida para transparecer seriedade, completando a apresentação da logo que tem como finalidade sofisticação, delicadeza e comprometimento.

### 4 PLANO FINANCEIRO

#### 4.1 CAPITAL SOCIAL

SÓCIOS	CAPITAL (R\$)	PARTICIPAÇÃO (%)
Mahiara Cordeiro	30.000	100%
<b>TOTAL</b>	<b>30.000</b>	<b>100%</b>

#### 4.2 INVESTIMENTO FINANCEIRO

INVESTIMENTO FINANCEIRO (PRODUTO/ MATERIAL/ SERVIÇO)	VALOR (R\$)
Produto	2.400
Material	16.000
Serviço	1.000
<b>TOTAL</b>	<b>19.400</b>

#### 4.3 INVESTIMENTO FIXO

INVESTIMENTO FIXO	VALOR (R\$)
-------------------	-------------

Luz	300,00
Aluguel	800,00
Internet	100,00
Materiais descartáveis/ limpeza	560,00
<b>TOTAL</b>	<b>1.760</b>

#### 4.4 PREVISÃO FINANCEIRA

Previsão financeira	VALOR
Capital inicial	30.000
Investimento financeiro	19.400
Investimento fixo	1.760
Capital de giro	8.840

#### 5 CONCLUSÃO

Concluiu-se que a empresa está apta a entrar no mercado tendo em vista que o capital de giro é suficiente para arcar com o investimento fixo, mantendo a empresa aberta e funcionando por um tempo médio de 5 meses.

## CLÍNICA MARCELA CHAVES ESTÉTICA E SAÚDE

Marcela Chaves dos Santos  
Ana Paula Ribeiro de Hollanda Leite

### SUMÁRIO EXECUTIVO

A Clínica Marcela Chaves Estética e Saúde é uma empresa que surgiu com a ideia de proporcionar bem-estar, através de cuidados estéticos. Atuará no ramo da estética oferecendo ao cliente cuidados voltados ao embelezamento e bem-estar.

A empresa estará localizada no endereço Rua Maestro João Eduardo Pereira, 374 na cidade de João Pessoa, PB. O local foi escolhido devido a falta de concorrência.

A empresa é constituída pelos sócios Marcela Chaves dos Santos, portador do CPF 312.865.784-56 e temos como cargo/função de cada sócio dentro da empresa (NOME/CARGO) Marcela Chaves dos Santos/Esteticista/ Administradora Iniciaremos com o capital de R \$450.000,00 o lucro será inteiramente da sócia majoritária com percentual de 100 % para cada um. 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 atendimento estético individualizado e temos um público alvo mulheres.

São considerados nossos concorrentes Eliana Dantas Estetica, Adilma Nascimento Estética e Wanessa Mendes, porque trabalham na área da estética, na cidade de João Pessoa.

Nosso diferencial será um espaço físico, com atendimento diário e teremos como nosso potencial para oferecer ao mercado os tratamentos mais recentes da área da estética.

Buscaremos nos fornecedores Bioage, Adcos, Cosmobeaty considerando os valores, condizente com nossos valores.

### 1 ANÁLISE DE MERCADO

Com o grande interesse do público nos serviços estéticos, surgiu o meu interesse de trabalhar também no mercado da beleza. Tendo em vista que cuidados estéticos têm se tornado uma necessidade do público, as clínicas de estéticas têm um grande potencial de gerar renda.

As clínicas em sua maioria têm uma boa estrutura, entretanto na região onde a Marcela Chaves Estética e Saúde será instalada, o mercado não vem sendo bem atendido, mesmo que haja uma grande procura do público. Sendo assim, as chances de faturamento da clínica possivelmente serão grandes, pois ela terá grande destaque.

O público-alvo de atendimento serão em especial as mulheres, que tenham o interesse de se cuidar e proporcionar a si próprias um momento de relaxamento.

Em relação aos concorrentes, eles fornecem os serviços estéticos mais básicos e cabe à clínica procurar se manter atualizada e trabalhando com excelência para se destacar no mercado.

Os principais fornecedores são as empresas de dermocosméticos, os materiais descartáveis de higienização e equipamentos de proteção individual e material de limpeza.

## **1.1 PÚBLICO-ALVO**

O público alvo que a empresa pretende alcançar são mulheres, pois elas ainda são as maiores consumidoras do mercado da beleza, com faixa etária a partir dos 14 anos. Elas em sua maioria são mulheres que possuem apenas ensino médio completo, portanto a renda média desse público é de R\$2000,00. Devido a isso a capacidade de pagamento delas, não será muito alta. Deve-se considerar que elas irão optar por procedimentos com valores mais baixos.

No caso dos procedimentos corporais, entende-se que são procedimentos que são feitos com intervalo de 6 meses no mínimo por cada paciente.

## **1.2 FORNECEDORES**



Item	Bioage	Adcos	Cosmobeauty
Localização	Rua Julia Freire, 1200 – Sala 104 58041-000	Av República, 21, Jardim Marília/ SP 17.509-054	Av. Aruana 1160 Alphaville
Forma de tiragem do pedido	Loja	Aplicativo	Aplicativo
Capacidade de entrega	Rápida	Rápida	Rápida
Condições de pagamento	Dinheiro, PIX e cartão	Cartão	Cartão
Relacionamento			

### 1.3 CONCORRENTES

Item	Eliana Dantas	Adilma Nascimento	Wanessa Mendes
Qualidade dos produtos	Médio	Médio	Bom
Preço justo ou arbitrário	Menor	Menor	Maior
Condições de pagamento	Igual	Igual	Igual
Localização	Ruim	Bom	Ruim
Atendimento	Bom	Bom	Bom
Serviços oferecidos que são os referenciais	-	-	Injetáveis

## 2 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

## MISSÃO

A missão da Marcela Chaves Estética e Saúde é servir os melhores tratamentos estéticos com um olhar humanizado, com o intuito de proporcionar os resultados desejados.

## VISÃO

Ser a melhor clínica de estética do bairro de João Pessoa, sendo referência para todo o bairro de mangabeira.

## VALORES

Agimos com propósito e transparência;

Somos responsáveis e organizados em relação aos nossos clientes e ambiente de trabalho;

Entregamos resultados com excelência;

Trabalhamos com discrição;

Oferecemos os tratamentos mais atuais e personalizados.

## 3 PLANO DE MARKETING

### 3.1 LOGOTIPO



### 3.2 CONCEITO DA LOGOMARCA

A Logomarca foi pensada para transparecer feminilidade e beleza. Foi utilizado elementos românticos como a flor.

A cor foi de escolha pessoal. O intuito principal da logo é apresentar a clínica de maneira que a delicadeza, a beleza e o sofisticado sejam os seus principais elementos.

## 4 PLANO FINANCEIRO

### 4.1 CAPITAL SOCIAL

SÓCIOS	CAPITAL (R\$)	PARTICIPAÇÃO (%)
Marcela Chaves	45.000	100%
<b>TOTAL</b>	45.000	100%

### 4.2 INVESTIMENTO FINANCEIRO

INVESTIMENTO FINANCEIRO (PRODUTO/ MATERIAL/ SERVIÇO)	VALOR (R\$)
Luz	180,00
Água	145,00
Divulgação	200,00
Internet	100,00
Kit De Maca	2.000
Poltronas	200,00
Ar-Condicionado	1.500
Equipamentos	2.500
Serviço	250,00

Decorações	350,00
Estante	270,00
Mesa	150,00
<b>Total:</b>	<b>7.845</b>

#### 4.3 INVESTIMENTO FIXO

INVESTIMENTO FIXO	VALOR (R\$)
Luz	180,00
Aluguel	500,00
Internet	100,00
Materiais descartáveis/ limpeza	300,00
<b>TOTAL</b>	<b>900,00</b>

#### 4.4 PREVISÃO FINANCEIRA

PREVISÃO FINANCEIRA	VALOR
CAPITAL INICIAL	45.000
INVESTIMENTO FINANCEIRO	7.845,00
INVESTIMENTO FIXO	900.00
CAPITAL DE GIRO	36.255

### 5 CONCLUSÃO

A empresa estará apta a abrir considerando que ela poderá se sustentar durante 7 meses, pois o valor do capital de giro é aproximadamente 7 vezes maior que o investimento fixo. Portanto a empresa se encontra apta para ser aberta.

## MARIA VITÓRIA ESTÉTICA E BELEZA

Maria Vitória Pereira da Silva  
Ana Paula Ribeiro de Hollanda Leite

### SUMÁRIO EXECUTIVO

A Maria Vitória Beleza e Estética é uma empresa que surgiu com a ideia de oferecer serviços de estética, beleza e bem-estar personalizados e com resultados satisfatórios.

Atuará no ramo de estética corporal, facial e beleza oferecendo ao cliente satisfação e bem-estar.

A empresa está localizada no endereço Av. Brasil, nº 187 na cidade de Juripiranga. O local foi escolhido devido a vasta locomoção de pedestre e transportes, tendo uma boa centralização.

A empresa é constituída por Maria Vitória Pereira Da Silva, portadora do CPF 137.046.064-69 e temos como cargo/função dentro da Empresa Maria Vitória Pereira Da Silva como esteticista, cosmetóloga e administradora.

Iniciarei com o capital de R \$50.000, com percentual de 100 %. 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.

São considerados concorrentes salões de beleza e estéticas, porque oferecem serviços semelhantes ao meu.

Nosso diferencial serão atendimentos totalmente personalizados, equipamentos modernos e teremos como nosso potencial oferecer serviços de qualidade, ética e respeito ao cliente atenção.

Buscaremos nos fornecedores, considerando os valores, responsabilidade, produtos de qualidade, honestidade e ética profissional condizente com os valores da minha empresa.

### PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

#### MISSÃO

Cuidar do bem-estar de pessoas que buscam por nossos serviços, assim superando as expectativas dos nossos clientes entregando excelentes resultados satisfatórios daqueles que procuram a minha empresa.

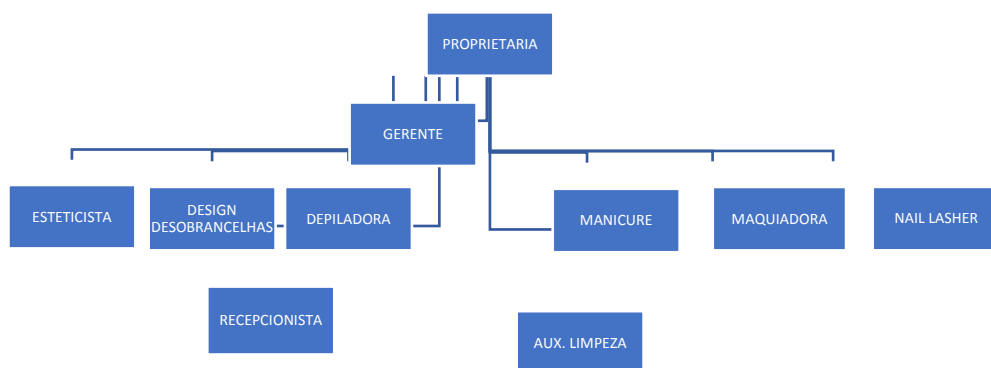
## VISÃO

Ser referência tanto na cidade que estará localizada a sede, quanto nas cidades aos redores e construir filiais em outras cidades tendo a mesma qualidade em todas.

## VALORES

Uma empresa que tem um atendimento excelente, adaptado para todos os tipos de pessoas e gêneros, também com acessibilidade para pessoas com deficiência.

## ORGANOGRAMA



## CRONOGRAMA

ATIVIDADES/ MÊS	JAN	FEV	MAR	ABR	MAIO	JUN
Criação do modelo de negócios	X					

<b>Criação do plano de negócios</b>	X	X				
<b>Registro da marca</b>			X			
<b>Criação do planejamento estratégico</b>			X			
<b>Criação do plano de marketing</b>			X			
<b>Registro da empresa</b>	X					
<b>Contratação de funcionários</b>					X	X
<b>Compra ou aluguel do Imóvel</b>				X		
<b>Reforma / ambientação</b>					X	
<b>inauguração</b>						X

## CRONOGRAMA DE ATIVIDADES

Planejarei e irei calcular os gastos, observando o valor que tenho para o investimento, o local que será colocado meu espaço, ver se precisará fazer reforma para adaptar ao meu gosto, e começar a organizar a parte do marketing e divulgação da empresa.

Captar clientes através de estratégias como entregas de panfletos, parceria com influenciadores locais e divulgação na internet e carro de som.

Organizar e concluir toda a documentação necessária para meu espaço funcionar regularizado e inaugurar no final de junho.

Reformar meu espaço que será ponto próprio. Apenas para ajustes, pintura, adaptações para organizar as coisas e decoração.

Será inaugurado no final de junho.

## ANÁLISE DE MERCADO

Irei atuar no mercado da estética facial, corporal e beleza , pois é uma área que cresce cada vez mais no mercado, com cada vez mais tecnologia que auxilia para obter melhores resultados. As pessoas estão cada vez mais interessadas em se cuidar.

O mercado da estética brasileira é um dos maiores do mundo, sempre evoluindo e com muitas variedades de procedimentos, todos voltados para o bem estar do cliente. Cada vez mais as pessoas de todos os gêneros e idades estão buscando procedimentos estéticos, passando a investir mais no bem estar e aumento da autoestima.

O sucesso desse negócio está em sempre buscar ser sua melhor versão e não se igualar aos seus concorrentes. Estar sempre atualizada com as novidades da área, ser um profissional qualificado para o serviço que está oferecendo, ter uma administração competente e possuir estratégia de marketing para atrair seus clientes e serviços qualificados para eles permanecerem.

Sempre garantir bons fornecedores com o custo benefício de produtos de qualidade e bons preços, zelando principalmente pela qualidade dos produtos utilizados.

## **PÚBLICO ALVO**

A empresa Maria Vitória Estética e Beleza busca como clientes pessoas que procuram aumentar a autoestima e ter uma melhoria no seu bem-estar com qualidade, ética, atendimento diferenciado bom e comprometimento.

Que busquem por qualidade e valor e não por preço, e sim valorizem o profissional e o serviço prestado.

Clientes de todas as idades e gêneros que buscam eficácia, resultados nos procedimentos, embelezamento, bem- estar e recuperar totalmente a autoestima.

## **FORNECEDORES**



**EMPREENDEDOR UNIESP: ESTÉTICA & COSMÉTICA VOLUME III**  
 Ana Margareth Sarmento | Ana Paula Hollanda | João Peixoto Neto  
 (Organizadores)

Item	BioAge	DepilFlax™	Paraibela
Localização (Endereço)	Av. José Pereira 234, Rodrigues João Pessoa-PB	Rua Eva Vilma 445, Silva Recife-PE	Av. Kaylane Vivian 1209, Pereira João Pessoa-PB
Forma de tiragem do pedido (telefone, email, aplicativo...)	E-MAIL	APLICATIVO	PRESENCIAL
Capacidade de Entrega (tempo de entrega)	10 DIAS	5 DIAS	NO DIA
Condições de Pagamento	BOLETO, CARTÃO, PIX	CARTÃO E PIX	CARTÃO E PIX
Relacionamento (Setor comunicação/contato/responsável)	Maria José (Gerente) (83)98734-5578	Joana Maria (Gerente) (81)99234-6789	Vitória Maria (Proprietária) (83)987395536

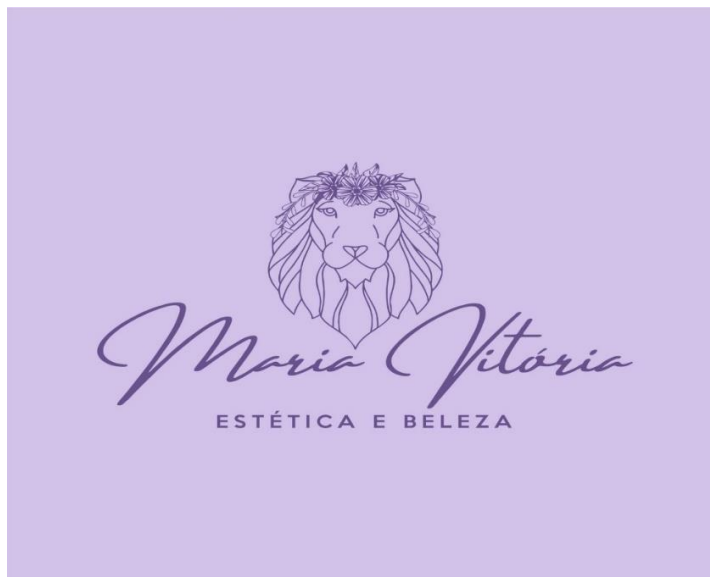
## CONCORRÊNCIA

Item	Espaço Lunaticos	Cecilia Salão de Beleza	Amora Studio de beleza
Qualidade dos produtos	Bom	Bom	Regular
Preço justo ou arbitrário (maior ou menor que o seu)	Menor	Maior	Maior
Condições de pagamento	Igual	Igual	Igual

Localização	Ruim	Bom	Ruim
Atendimento	Bom	Bom	Regular
Serviços oferecidos que são o diferencial	Nenhum	Penteados	Maquiagem

## PLANO DE MARKETING

### LOGOTIPO



### CONCEITO DA LOGO MARCA

Os tons de escolhidos trazem delicadeza e serenidade, o leão entrega uma imagem forte, um olhar seduzente e encantador e no zodiaco bastante vaidoso.

### PLANO FINANCEIRO

### CAPITAL SOCIAL

<b>SÓCIOS</b>	<b>CAPITAL (R\$)</b>	<b>PARTICIPAÇÃO (%)</b>
Vitória	50.000,00	100%
<b>TOTAL</b>	<b>200.000,00</b>	<b>100%</b>

### INVESTIMENTO FINANCEIRO

<b>INVESTIMENTO FINANCEIRO (PRODUTO / MATERIAL / SERVIÇO)</b>	<b>VALOR (R\$)</b>
PRODUTO	13.000,00
MATERIAL	7.000,00
SERVIÇO	9.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>29.000,00</b>

### INVESTIMENTO FIXO

<b>INVESTIMENTO FIXO</b>	<b>VALOR (R\$)</b>
LUZ	200,00
ALUGUEL	1.000,00
INTERNET	200,00
SALÁRIO	1.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>2.400,00</b>

### PREVISÃO FINANCEIRA INICIAL

<b>PREVISÃO FINANCEIRA</b>	<b>VALOR (R\$)</b>
<b>CAPITAL INICIAL</b>	50.000,00
<b>INVESTIMENTO FINANCEIRO</b>	29.000,00
<b>INVESTIMENTO FIXO</b>	2.400,00
<b>CAPITAL DE GIRO</b>	18.600,00

### CONCLUSÃO

O Maria Vitória Estética e Beleza está apta a abrir pois foi feito os cálculos devidos e desta forma se torna viável, pois o capital de giro está maior que o investimento fixo. Com isto, foi concluído que o espaço está totalmente apto a seguir como empresa pela sua sustentação de ante dos dados informados.

Tendo em vista que a área da beleza e estética vem crescendo cada vez mais, mesmo diante as pessoas em geral estão cada vez mais vaidosas e querendo aumentar sempre a autoestima.

## **PATRÍCIA BARBOSA STUDIO**

Patrícia Barbosa Santos  
Ana Paula Ribeiro de Hollanda Leite

### **SUMÁRIO EXECUTIVO**

A Patrícia Barbosa Studio é uma empresa que surgiu com a ideia de trazer a autoestima das mulheres através da micropigmentação de sobrancelhas, realçando ainda mais a beleza feminina.

Atuará no ramo de micropigmentação oferecendo ao cliente qualidade em serviços e auto estima.

A empresa está localizada no endereço Rua Padre João Madrugua/centro na cidade de Itapororoca.

O local foi escolhido devido à localização por ter uma visibilidade favorável, e um fluxo de pessoas perfeito para a minha empresa.

A empresa é constituída por Patrícia Barbosa, portadora do CPF 1210305478 e tem como cargo/função dentro da empresa Studio Patrícia Barbosa como micropigmentadora onde cuida sozinha de todas as necessidades da empresa

Iniciaremos com o capital de R\$7,000, distribuídos com percentual de 100 % para tal. 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 em busca de praticidade e auto estima e temos um público alvo feminino.

São considerados nossos concorrentes a empresa Lumae porque desenvolve o mesmo serviço que o da minha empresa.

Nosso diferencial será atendimento ao cliente, produtos de qualidade, biossegurança e teremos como nosso potencial para oferecer ao mercado não só uma empresa que realça a beleza da mulher, mas que também realiza sonhos.

Buscaremos nos fornecedores, considerando os valores: Vólia, Labenig, Menella, condizente com nossos valores.

## **ANÁLISE DE MERCADO**

Quero atuar no mercado da beleza, pois é um mercado amplo com muitas oportunidades e que está crescendo dia a dia. Cada vez mais as pessoas buscam se cuidar, buscam melhorar a autoestima, e é isso que o mercado da beleza oferece, por isso está ganhando grandes destaques no mercado de trabalho.

O faturamento do mercado da beleza cresce ano a ano, as profissionais buscam sempre se manter atualizadas para que se possa oferecer resultados de excelência, hoje em dia existem muitas tecnologias, produtos de qualidade, e cursos diversos que ajudam a trazer mais opções de serviços e qualidade, resultados satisfatórios.

Assim como em todas as áreas, tem que sempre existir o interesse das profissionais, o mercado está extenso, existem muitas opções e muitas oportunidades, cabe o interesse de cada um, muitas pessoas têm mudado suas vidas no mercado da beleza.

O público-alvo no mundo da beleza é o público feminino, porém podemos chegar ao público masculino também, hoje em dia os homens são bem vaidosos, e não existe mais aquele preconceito em que homens não podem se cuidar, isso faz com que o mercado da beleza cresça ainda mais pois nós atendemos todos os públicos.

No mercado da beleza existem muitos concorrentes, mais cabe a você fazer seu diferencial, todo mundo sabe fazer a mesma função, o mesmo trabalho, mais ninguém nunca fará igual a você, cada pessoa tem suas particularidades. E o que pode te destacar no mercado é isso, atendimento e diferencial na forma como você atua no trabalho.

No mundo da beleza material de qualidade tem um custo, então você precisa analisar com muita cautela os fornecedores, o melhor site, os lugares mais acessíveis, mais nunca trabalhar com produtos de qualidade ruim, lembre-se que é o seu nome que o cliente vai carregar.

## **PÚBLICO ALVO (CLIENTE)**

**AVALIE O CLIENTE**

O foco é vender o serviço, o cliente ele compra seu serviço pela qualidade, bom atendimento, por algo que está chamando a sua atenção, pelos materiais de qualidade usados nos procedimentos, pela simpatia do profissional, pelos resultados que a profissional proporciona, pelo conforto que o espaço oferece.

O cliente busca sempre o melhor, e tudo isso citado acima tem que ser feito em conjunto para conquistar a confiança e fidelidade do cliente.

Uma das coisas mais importantes que o cliente visa, que o atrai é resultado e bom atendimento.

E sua maior motivação é auto estima, saúde, relaxamento, as vezes até uma conversa agradável, buscar ser bem acolhido, isso o motivo a retornar ao espaço, fazê-la sentir bonita, se sentir acolhida, isso a motiva.

Muitas vezes as pessoas têm uma percepção errada sobre o profissional, por isso as redes sociais estão para quebrar esse gelo, o cliente muitas vezes quer saber as novidades do espaço, o dia a dia da profissional, assim ela acaba tendo interesse pelos serviços, e ela acaba mudando a percepção errada que ela tinha sobre você.

Muito importante também fazer a avaliação do cliente, mostrar pra ela o que ela precisa, dar dicas, mostra os serviços que o espaço oferece.

## FORNECEDORES

Item	Fornecedor"A"	Fornecedor"B"	Fornecedor"C"
Localização (Endereço)	Mercado livre	Menella	Labenig
Forma de tiragem do pedido (telefone, email, aplicativo...)	Aplicativo	Email	Email
Capacidade de Entrega (tempo de entrega)	4 dias	10 dias	10 dias
Condições de Pagamento	Boleto	Boleto	Boleto

## CONCORRÊNCIA

Item	Concorrente "A"	Concorrente "B"	Concorrente "C"
Qualidade dos produtos	Bom	Razoável	Ruim
Preço justo ou arbitrário (maior ou menor que o seu)	Igual	Maior	Menor
Condições de pagamento	Cartão/dinheiro	Cartão/dinheiro	Cartão/dinheiro
Localização	Centro	Centro	Centro
Atendimento	Ruim	Razoável	Ruim
Serviços oferecidos que são o diferencial	Cílios	Depilação	Depilação

---

### *Planejamento Estratégico: Missão – Visão – Valores*

---

## MISSÃO

A missão da minha empresa é levar auto estima para aqueles que buscam meus serviços, oferecer um atendimento de qualidade, tentar tornar o dia do meu cliente mais agradável, fidelizar o cliente. Mostrar meu diferencial em relação as minhas concorrentes para meus clientes, que é trabalhar cm material de qualidade, atendimento, serviço de excelência e resultados incríveis.

E todo meu esforço, minha dedicação e meu sucesso será consequência do meu trabalho, minha missão é ir sempre além, crescer, tornar meu trabalho reconhecido e ser referência, ser inspiração para outras pessoas.

Desistir dos seus sonhos nunca será uma opção.



## **VISÃO**

Daqui a 5 anos quero que minha empresa esteja maior, quero ter uma equipe legal, quero estar melhor financeiramente, quero poder reformar a empresa do meu jeito, quero poder oferecer mais serviços.

## **VALORES**

Minha empresa será lembrada pela qualidade em relação a tudo, e pelos resultados que ela entregara principalmente, pela história que ela vai carregar. E todo o meu sucesso, me trata uma estabilidade financeira, a mim e a minha empresa.

## **CRONOGRAMA DE ATIVIDADES**

Primeiro iremos fazer um planejamento, calcular gastos, ver a quantia que temos em caixa para o levantamento da empresa, o local, se precisa de reforma, pensar em como vai ser a marca, as cores, como vamos destacar.

Criar planejamentos estratégicos para a captação de clientes, como divulgações de influencie, internet, panfletos.

E assim que estiver tudo ok, legalizar a empresa, manter tudo certinho para não haver problemas, planejamento para o mês de junho.

De início serão apenas dois funcionários, que iram ser contratados 15 dias antes da abertura.

O local de início será alugado, até que se compre um terreno para dar início a um novo projeto.

O local alugado precisara de uma pequena reforma para que possamos deixar com nossa identidade.

Previsto para aberta no mês de junho.

## **PLANO DE MARKETING**

## **LOGO TIPO**



## CONCEITO DA LOGO

As cores escolhidas foram por gosto individual, e também para chamar atenção com o fundo preto e colocando em destaque o nome em rose. Quero passar elegância no design, por isso a escolha da fonte, da junção das iniciais.

Tenho intuito de passar confiança e profissionalismo, por isso escolhi algo simples e sofisticado

## PLANO FINANCEIRO

### CAPITAL SOCIAL

SÓCIOS	CAPITAL (R\$)	PARTICIPAÇÃO (%)
Patrícia	7.000	100%
<b>TOTAL</b>	<b>7.000</b>	<b>100%</b>

### INVESTIMENTO FINANCEIRO

INVESTIMENTO FINANCEIRO (PRODUTO/MATERIAL/SERVIÇO)	VALOR (R\$)
---	-------------

Produto	2.000
Material	2.000
Serviço	1.000
<b>TOTAL</b>	<b>5.000</b>

### INVESTIMENTO FIXO

<b>INVESTIMENTO FIXO</b>	<b>VALOR (R\$)</b>
Luz	200,00
Aluguel	300,00
Internet	50,00
<b>TOTAL</b>	<b>550,00</b>

### PREVISÃO FINANCEIRA INICIAL

<b>PREVISÃO FINANCEIRA</b>	<b>VALOR (R\$)</b>
<b>CAPITAL INICIAL</b>	7.000
<b>INVESTIMENTO FINANCEIRO</b>	5.000
<b>INVESTIMENTO FIXO</b>	550,00
<b>CAPITAL DE GIRO</b>	1.450

### CONSIDERAÇÕES FINAIS

A empresa estará apta a abrir se o valor do capital de giro for ser 3x o valor do investimento fixo. Caso isso não ocorra, devemos rever o valor de investimento inicial no Sumário Executivo. Ele pode ser alterado para tornar a empresa apta. Assim o investidor saberá quanto é necessário para abrir sua empresa.

## RAYANNE BRILHANTE BEAUTY

Rayanne Cruz Regis Brilhante  
Ana Paula Ribeiro de Hollanda Leite

### SUMÁRIO EXECUTIVO

A Rayanne Brilhante Beauty é uma empresa que surgiu com a ideia de levar a beleza e a auto estima através das minhas mãos.

Atuará no ramo de estética e cosmética oferecendo ao cliente Cuidados corporais e faciais.

A empresa estará localizada no endereço Rua Coronel Aristarco Pessoa 640, Jaguaribe na cidade de João Pessoa - PB.

O local foi escolhido devido ao grande acesso de pessoas.

A empresa é constituída pelos sócios Teresinha Morais de Castro Cruz e Rayanne Cruz Regis Brilhante, portador do CPF 072.409.884–49/099.390.414-97 (repete quantas vezes tiver a quantidade de sócios) e temos como cargo/função de cada sócio dentro da empresa (NOME/CARGO) Teresinha Morais de Castro Cruz – Sócio(a) cotista e Rayanne Cruz Regis Brilhante – Sócio(a) Administrador(a).

Iniciaremos com o capital de R\$ 15.000,00 (Quinze mil reais), distribuídos entre os sócios com percentual de 50 % para cada um. 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 elevar a baixa autoestima e temos um público alvo de mulheres.

São considerados nossos concorrentes são clínicas de estética porque Porque abrangem a mesma necessidade que a minha.

Nosso diferencial será promover um melhor resultado em cada necessidade do cliente de forma confortável teremos como nosso potencial para oferecer ao mercado

Resultados intangíveis através de um atendimento profissional e seguro.

Buscaremos nos fornecedores, considerando os valores: Respeito, qualidade, segurança, condizente com nossos valores.

## PÚBLICO ALVO

Mulheres numa idade entre 18 e 50 anos com a formação educacional de vendedora, empreendedora ou até mesmo estudante de classe social média a alta com a localização na minha cidade (João Pessoa - PB) com hábitos de consumo na área da beleza e bem-estar.

## FORNECEDORES

Item	Fornecedor cosméticos Lidi	Fornecedor Bioage	Fornecedor Eccos
Localização	Rua Elias Cavalcanti Albuquerque, 111	Rua Doutor Gilberto Studart – Cocó, CE	Rua Joaquim Pires Ferreira, 377
Forma de tiragem do Pedido	+55 83 98771-5311	+55 83 99361-8529	+55 83 99183-9546
Capacidade de Entrega	24 horas	48 horas	Retirada no local
Condições de Pagamento	Débito, crédito e pix	Débito, crédito e pix	Débito, crédito e pix
Relacionamento	Vendedor	Consultor	Vendedor

## CONCORRÊNCIA

Item	Concorrente Plenitude Pilates & Estética	Concorrente Rafaela Bessa Esteticista	Concorrente Juliana Gorreri Biomedica
Qualidade dos produtos	Bom	Excelente	Excelente
Preço Justo ou Arbitrário	Justo	Justo	Justo
Condições de pagamento	Débito, crédito e pix	Débito, crédito e pix	Débito, crédito e pix
Localização	Avenida Aderbal Piragibe, 225	Rua Belmira Isabel Martins, 62, Sala 307	Rua José Picoloto, 46

Atendimento	Regular	Ótimo	Ótimo
Serviços oferecidos que são o diferencial	Pilates Kids	Microagulhamento	WorkShop e Dermaplaning

## PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

### MISSÃO

Nosso compromisso é promover o bem-estar dos nossos Pacientes de maneira personalizada, oferecendo-lhes atendimento e serviços de alta qualidade com amplo portfólio correlacionando soluções de estética e saúde. Buscamos a total satisfação do cliente por meio de relacionamentos humanizados, ambiente agradável, profissionais qualificados e equipamentos de última geração.

Nosso compromisso é promover o bem-estar dos nossos Pacientes de maneira personalizada, oferecendo-lhes atendimento e serviços de alta qualidade com amplo portfólio correlacionando soluções de estética e saúde. Buscamos a total satisfação do cliente por meio de relacionamentos humanizados, ambiente agradável, profissionais qualificados e equipamentos de última geração.

### VISÃO

Tornar-se referência no mercado regional por meio da excelência de qualidade na prestação de serviços de estética, saúde e bem-estar, se referenciando aos desafios da inovação, atualização constante nos tratamentos, e investimentos estruturantes.

### VALORES

- Compromisso com o cliente: identificar e satisfazer as expectativas do cliente e agir de maneira transparente quando não for possível atende-las;
- Respeito com o cliente: tratar, cuidar e respeitar cada cliente dentro de suas necessidades individuais e exclusividade desejada;

- Humanização do tratamento: Proporcionar aos clientes e colaboradores um ambiente agradável, estimulando a comunicação e relacionamentos baseados na confiança, transparência e lealdade;

- Comprometimento profissional: atuar de maneira responsável e apoiada em conhecimentos técnico-científicos mantendo-se em constante aperfeiçoamento;

- Ética profissional: colaboradores que trabalham com honestidade, profissionalismo e transparência nos relacionamentos com clientes, fornecedores e colegas de trabalho;

- Responsabilidade social: desenvolver e estimular ações que beneficiem a sociedade, através da conscientização da cidadania e respeito a toda criação divina e seus preceitos.

## PLANO DE MARKETING

### LOGOTIPO



### CONCEITO DO LOGOTIPO

Nossa marca transmite algo leve por isso escolhemos a cor roxo que traz mistério e luxo, já no tom verde natureza, renovação crescimento e ética.

## PLANO FINANCEIRO

### CAPITAL SOCIAL

Sócios	Capital (R\$)	Participação (%)
Terezinha Moraes	15 mil	50%
Rayanne Brilhante	10 mil	50%
TOTAL	25 mil	100%

#### INVESTIMENTO FINANCEIRO

Investimento financeiro	Valor (R\$)
Material	1.180
Produtos	2.500
Eletrônicos	1.800
Serviço	2.400
TOTAL	7.880

#### INVESTIMENTO FIXO

Investimento fixo	Valor (R\$)
Luz, água, Internet.	300,00
Salário	500,00
Material	500,00
TOTAL	1.300,00

#### PREVISÃO FINANCEIRA INICIAL

Previsão financeira	Valor (R\$)
Capital inicial	25 mil
Investimento financeiro	7.880
Investimento fixo	1.300,00
Capital de giro	15.820

#### CONCLUSÃO



Conclui-se através desse plano de negócio que minha empresa está apta a ser aberta, pois o capital de giro equivale a mais do que o valor necessário investido mensalmente para ser um negócio viável.

## STUDIO RM ESTÉTICA

Rebeca Maia do Nascimento Santos Santos  
Ana Paula Ribeiro de Hollanda Leite Leite

### SUMÁRIO EXECUTIVO

A Studio RM Estética e Cia é uma empresa que visa oferecer cuidado com a beleza e aperfeiçoamento de cada cliente, o bem estar e acolhimento através de cuidados estéticos. Inserida no ramo da estética proporcionando ao público cuidados com a finalidade de elevar a autoestima através de protocolos tanto faciais quanto capilares.

O Studio estará localizado na Rua Maria Alzenir Rodrigues 209, na cidade de João Pessoa- PB, no bairro do Bessa, tendo em vista a baixa concorrência e baixa qualidade dos serviços ofertados pelas mesmas, na área em que escolhi.

Criada pela gerente e sócia Rebeca Maia do Nascimento Santos, portadora do CPF 705.966.815.80 tendo como função/cargo sócia, Esteta Cosmetóloga e cabeleireira.

O Studio irá iniciar com o capital de R\$40.000,00 distribuídos entre os sócios do mesmo percentual de 100% para cada. O capital inicial se faz necessário para dar início a empresa, de forma que sempre busquemos ampliar nossas estratégias de venda, marketing e melhor qualidade e tecnologia para o público.

Escolhemos dar prioridade ao público feminino já que é um público mais abrangente e que está sempre a procura do embelezamento, auto-estima melhorada e satisfação do entrar no Studio ao sair. Procurando sempre atender o que as clientes almejam, com seriedade, individualidade e profissionalismo.

Levamos em conta três concorrentes nas proximidades do Studio, sendo eles Diamond Face- Estética Facial, Clinica Estética Virtuosa, e Centro Estético Unika, tendo em vista que estão introduzidos no mercado estético. Entretanto entregaremos o diferencial na tecnologia dos nossos produtos e aparelhos, e de maior qualidade nos nossos atendimentos, num espaço físico e com muito conforto, que funcionará de terça a sábado das 8:00 as 18:00.

Com a finalidade de sempre entregar produtos e qualidade nos serviços buscamos fornecedores como a PHD Estetic -Dermocosméticos e Bioge; e em EPIs,

aparelhos eletroterápicos e produtos de limpeza a Brasil estética e cosmética.

## 1 ANÁLISE DE MERCADO

O crescimento do mercado de beleza brasileiro vai além da busca por sustentabilidade. Mais perfis de público entram nesse consumo, com diferentes necessidades. Por sua vez, isso traz oportunidades para maior diversificação e segmentação. Levando em conta que tem se tornado uma necessidade do público em geral, o mercado estético tem ganhado espaço e com isso em gerar e produzir lucros para suas empresas.

Estudando o mercado onde a RM Estética & Cia ficará inserida, observa-se clínicas bem qualificadas que oferecem serviços parecidos e até mesmo iguais a mesma, no entanto não conseguem atender o grande público alvo com a mesma qualidade do primeiro ao último cliente. Desse modo a RM Estética e Cia tem grandes chances de obter um grande faturamento positivo.

Optando sempre oferecer maior qualidade nos atendimentos o Studio procura sempre manter os serviços atualizados e produtos qualificados de alta tecnologia, juntamente com aparelhos de última geração para poder alcançar com mais transcendência o público que buscamos atingir, que o principal será o público feminino, podendo incluir qualquer outro público que estiver a procura dos nossos serviços.

### PÚBLICO-ALVO

A empresa pretende alcançar principalmente o público feminino, com faixa etária de 18 a 60 anos, que são vaidosas e bem sucedidas e buscam as vantagens de novas e modernas técnicas no setor de estética e beleza para se manterem sempre bonitas e arrumadas, com a pele bem tratada e seus cabelos bem cuidados. Nos dias de hoje existe uma procura muito grande tanto pelo público feminino quanto o masculino e outros mais. Oferecendo serviços de tratamentos faciais e capilares, seja através de procedimentos manuais ou com auxílio de equipamentos. A capacidade de pagamento do público é em média de R\$1000. Portanto são aptos a escolher procedimentos de alta qualidade e que entregam excelentes resultados. Tendo em vista que os protocolos duram em média 4 a 6 meses dependendo do objetivo do cliente.

## FORNECEDORES

Item	PHD-Estétic	Bioage	Brasil estética
Localização (Endereço)	Av.Goiás- Barcelona- São Caetano do Sul-SP	Rua Julia Freire 1200	Av.Ge.Osorio, 66 Centro, João Pessoa- PB- 58010- 780
Forma de tiragem do pedido (telefone, email, aplicativo...)	Sedex	Retirada na loja	Retirada na loja
Capacidade de Entrega (tempo de entrega)	Rapida	Rapida	Rapida
Condições de Pagamento	Dinheiro, cartão e pix	Dinheiro, cartão e pix	Dinheiro, cartão e pix

## CONCORRENTES

Item	Diamond Face- Estética Facial e Capilar	Clinica Estética Virtuosa	Centro Estético Unika
Qualidade dos produtos	Bom	Médio	Médio
Preço justo ou arbitrário (maior ou menor que o seu)	Maior	Maior	Maior
Condições de pagamento	Igual	Igual	Igual
Localização	Bom	Bom	Bom
Atendimento	Ruim	Bom	Bom
Serviços oferecidos que são o diferencial	Massagem capilar relaxante	Não tem	Não tem

## PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

### MISSÃO

A missão da RM Estética & Cia é oferecer um ótimo atendimento, com

profissionais capacitados e atualizados, utilizando produtos e equipamentos que satisfaçam as necessidades das clientes. Fornecer a funcionários e clientes um ambiente profissional e acolhedor.

## VISÃO

Oferecer tratamentos de beleza de alta qualidade, feitos por profissionais altamente treinados e qualificados, em constante melhoria. Atender todos os nossos clientes com excelência com dedicação e atenção excepcionais para satisfazê-los.

## VALORES

- Atender todos os clientes com respeito e profissionalismo para atingir os resultados esperados por eles.
- Honrar os compromissos com os fornecedores e buscar o crescimento mútuo.
- Integridade e honestidade
- Contribuir para o desenvolvimento e bem-estar da comunidade na qual atuamos
- Resolver conflitos de forma justa, imparcial e envolver clientes apenas se estritamente necessário
- Respeitar a legislação comercial e trabalhista sob qualquer hipótese.

## 2 PLANO DE MARKETING

### LOGOTIPO



## CONCEITO DO LOGOTIPO

O conceito do logotipo foi criado para demonstrar a delicadeza e elegância, visando o atendimento impecável e sem nenhuma reclamação do público que deseja atingir. O uso da flor e de traços finos e cores delicadas para o bom relacionamento entre a empresa e o cliente, a fim de mostrar um ambiente agradável e acolhedor.

A cor escolhida foi rosa pastel para transmitir seriedade, completando a apresentação da logo que tem como finalidade, delicadeza, sofisticação, desempenho e comprometimento.

## 3 PLANO FINANCEIRO

### CAPITAL SOCIAL

<b>SÓCIOS</b>	<b>CAPITAL (R\$)</b>	<b>PARTICIPAÇÃO (%)</b>
<b>NOME</b>	<b>EM REAIS</b>	<b>EM PERCENTUAL</b>
Rebeca Maia	40.000	100%
<b>TOTAL</b>	40.000	100%

### INVESTIMENTO FINANCEIRO

<b>INVESTIMENTO FINANCEIRO (PRODUTO/MATERIAL/SERVIÇO)</b>	<b>VALOR (R\$)</b>
Produto	3.400
Material	17.000
Serviço	2.000
<b>TOTAL</b>	22.400

### INVESTIMENTO FIXO

<b>INVESTIMENTO FIXO</b>	<b>VALOR (R\$)</b>
Luz	400,00
Aluguel	900,00

Internet	200,00
Materiais descartáveis/limpeza	660,00
<b>TOTAL</b>	<b>2.160,00</b>

#### PREVISÃO FINANCEIRA

PREVISÃO FINANCEIRA	VALOR (R\$)
<b>CAPITAL INICIAL</b>	40.000
<b>INVESTIMENTO FINANCEIRO</b>	22.400
<b>INVESTIMENTO FIXO</b>	2.160
<b>CAPITAL DE GIRO</b>	15.440

#### 4 CRONOGRAMA DE ATIVIDADES

ATIVIDADES/ MÊS	JAN	FEV	MAR	ABR	MAIO	JUN
<b>Criação do modelo de negócios</b>	x					
<b>Criação do plano de negócios</b>	x					
<b>Registro da marca</b>		x				
<b>Criação do planejamento estratégico</b>			x			
<b>Criação do plano de marketing</b>			x			
<b>Registro da empresa</b>			x			
<b>Contratação de funcionários</b>						
<b>Compra ou aluguel do Imóvel</b>				x		
<b>Reforma / ambientação</b>				x		
<b>Inauguração</b>					x	

#### 5 CONCLUSÕES FINAIS

Portanto ao Studio RM Estética & CIA e torna apta devido o valor do capital de giro ser superior ao valor do investimento fixo. Se tornando um espaço com viabilidade do negócio, sendo capaz de manter a empresa funcionando sem nenhum problema, diante dos dados apresentados.

## REBECA OLIVEIRA

Roberta de Oliveira Marques  
Ana Paula Ribeiro de Hollanda Leite

### SUMARIO EXECUTIVO

A Rebeca Oliveira e uma empresa que surgiu com uma ideia de proporcionar saúde, bem-estar e autocuidado.

Atuara no ramo da estética oferecendo ao cliente saúde e bem-estar.

A empresa está localizada no endereço Delta Center – Bancários, R. Empresário João Rodrigues Alves, 125 na cidade de João Pessoa.

O local foi escolhido devido ótima localização de João Pessoa com ruas bastante movimentadas, local para estacionamento.

A empresa e constituída pelo (a) sócio (a) LIDIANE OLIVEIRA MARQUEUS, portadora do CPF 71.829.044-81 tem como função administradora.

Iniciaremos com o capital de R\$185.000,00, distribuídos entre os sócios com percentual de 20% para Lidiane e 80% Rebeca. 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 física e emocional, respeitasse a saúde de cada um, desenvolver autoestima e confiança para uma vida saudável e feliz e temos um público alvo daqueles que estão dispostos a ter uma melhor qualidade de vida.

São considerados nossos concorrentes porque tem os mesmos equipamentos do espaço Rebeca Oliveira.

Nosso diferencial será atender com ética, respeito e humanidade todos os pacientes e teremos como nosso potencial para oferecer ao mercado emagrecimento.

Buscaremos nos fornecedores, considerando os valores: Ética, respeito, responsabilidades, compromisso com crescimento e cuidado consigo e com os outros.

## 1 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO



## MISSÃO

Nosso compromisso é promover o bem-estar, físico, emocional e espiritual de nossos pacientes de maneira personalizada, oferecendo atendimento de alta qualidade. Buscando total satisfação do paciente por meio de relacionamentos humanizados, ambiente agradável, profissionais qualificados e ótimos recursos para obter ótimo resultado.

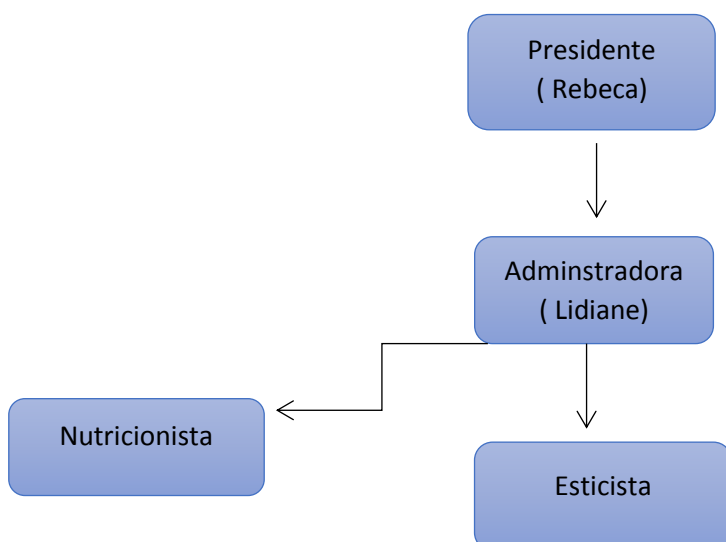
## VISÃO

Tornar-se referência no mercado nacional e internacional por meio da excelência de qualidade na prestação de serviços de estética, saúde e bem-estar, buscando capacitação, inovação nos tratamentos e investimento estruturante.

## VALORES

Ética Profissional- colaboradores que buscam o profissionalismo, transparência e honestidade para com o cliente, fornecedores e colegas de trabalho, humanização do tratamento- proporcionar aos clientes e colaboradores um ambiente agradável, identificar e satisfazer as expectativas do cliente e agir de maneira honesta quando não puder atendê-la. Respeitar cada cliente dentro das suas necessidades desejadas. Atuar de maneira responsável procurando conhecimento técnico-científico buscando sempre o aperfeiçoamento.

## ORGANOGRAMA



## 2 CRONOGRAMAS DE ATIVIDADE

ATIVIDADE/MÊS	Jun	Jul	Agos	Set	Out	Nov	Dez
Criação do modelo de negocio	X						
Criação de plano de negocio		X					
Registro de marca			X				
Criação do planejamento Estratégico			X				
Criação de plano de marketing				X			
Registro da empresa				X			
Contratação de Funcionário					X		
Reforma/ambientação				X			
Inauguração						X	

## 3 ANÁLISE DE MERCADO

### PÚBLICO ALVO (CLIENTE)

O publico que procura o nosso serviço de estética são na maioria mulheres que estão com a autoestima baixa ou iniciando ate mesmo problemas de saúde por não tem uma alimentação adequada ou alguma disfunção estética durante um processo de emagrecimento. Hoje em dia os homens estão procurando também para auxiliar na saúde física, alguns deles emocional também.

Em nossos dias atuais em relação a aquisição desses serviços esta disponíveis para o publico de classe media ou classe media alta, mas não dispensamos ninguém que tenha interesse em mudar seus hábitos em prol de uma vida saudável. Disponibilizamos algumas formas de pagamento para facilitar o acesso a esse serviço.

Nosso diferencial é nosso atendimento, segurança, ótimos profissionais, equipamentos e produtos que oferecemos para que o cliente possa sair satisfeito e com bons resultados, isso são fatores essenciais para uma fidelização.

## FORNECEDORES

Item	Bioage	Cosmobeauty
Localização (endereço)	Online	Av. Governador F. Ribeiro Coutinho,400 - Manaíra
Forma de tiragem do pedido	Telefone (WHASAPP)	Entrega ou retida na loja
Capacidade de entrega	15 dias	Mesmo dia
Condições de pagamento	Cartão, Pix e Boletto	Cartão, Pix e Boletto
Relacionamento.	Eficiente	Eficiente

## CONCORRÊNCIA

Item	
Qualidade dos produtos	Usa cosmobeauty
Preço justo ou arbitrário	Menor
Condições de pagamento	Cartão Credito e Debito, Pix
Localização	Fica na principal dos bancários
Atendimento	Bom atendimento, rede social não muito.
Serviços oferecidos que são o diferencial	Laser

## 4 PLANO DE MARKETING

### LOGOTIPO



## CONCEITO DA LOGO

Escolhi esse logotipo porque minha empresa quer cuidar do corpo. O círculo amarelo que tem que tem perto da imagem do corpo representa a criatividade, juventude, otimismo e alegria; isso que quero passar para as pessoas (pacientes) que for à clínica. A cor verde água significa equilíbrio, tranquilidade, saúde e vitalidade.

## DIVULGAÇÃO

Divulgação	Custo de investimento	Período (hora/data/mês)	Local	Estratégia	Resultado esperado
Redes sociais (Instagram)	100 Montar cenário	Todos os dias 09:00, 12:00 e 18:00	Rebeca Marques	Montar enquetes, vídeos e fotos.	Postando todos os dias a visibilidade ficou maior
Panfleto	Panfletos 10.000 –R\$ 180,00 Colaborador 800,00	Setembro e outubro	Bancários Manáira Tambaú Cabo Branco	Buscar clientes de classe média e alta	50%

## 5 PLANO FINANCEIRO

### CAPITAL SOCIAL

SOCIO	CAPITAL	PARTICIPAÇÃO %
Rebeca Oliveira Marques	129.500,00	70%
Lidiane Oliveira Marques	55.000,00	30%
Total:	185.000,00	100%

## INVESTIMENTO FINANCEIRO INICIAL

INVESTIMENTO FINANCEIRO (Produtos/Material/Serviços)	Valor (R\$)
Balcão e armários	6.000,00
2 cadeira	1.000,00
1 sofá	1.000,00
Kit de xicaras	130,00
Kit taças para agua	126,00
Cafeteira	500,00
Bandeja	114,00
Filtro de agua	500,00
Maca	1.000,00
2 Carros auxiliares	300,00
Manta térmica	910,00
Manthus KLD	13.000,00
Lipocavitação	7.590,00
Endermologia	2.819,00
Radiofrequência	6.000,00
Alta frequência	400,00
Eletrocauterio	700,00
Notebook	3.000,00
Celular	1.900,00
Balança	540,00
Cadeira de escritório	300,00

2 Espelhos grandes	500,00
Impressora	1.000,00
Material para escritório	1.000,00
Frigobar	1.200,00
Micro-ondas	600,00
Fornecedor de produtos	5.000,00
Decoração	4.000,00
Total:	61.129,00

#### INVESTIMENTO FIXO

INVESTIMENTO FIXO	Valor (R\$)
Aluguel	2.000,00
Energia	600,00
Água	500,00
Salário do funcionário (administradora)	3.000,00
Salário do funcionário (nutricionista)	2.800,00
Salário do funcionário (esteticista)	1.500,00
Limpeza	1.100,00
Internet	100,00
Insumos (EPI descartáveis, escritório e limpeza)	5.000,00
Manutenção da clínica	4.000,00
Total:	20.600,00

#### PREVISÃO FINANCEIRA INICIAL

Previsão financeira	Valor (R\$)
Capital Inicial	185.000,00
Investimento Financeiro	61.129,00
Investimento fixo	20.600,00.
Capital de Giro	103.271,00

## CONCLUSÃO

A clínica Rebeca Oliveira está apta para iniciar seus atendimentos com grande potencial e viabilidade do negocio. Trazendo o melhor em atendimento e resultados, com os melhores equipamentos e produtos para garantir um resultado excelente. Com uma equipe treinada para atender a necessidades de nossos pacientes.

## L'APRIMORE ESTÉTICA

Renally Tavares Silva de Souza  
Ana Paula Ribeiro de Hollanda Leite

A empresa L'Aprimore estética surgiu com o ideário de levar para várias mulheres serviços estéticos com prestação de serviço e atendimento de qualidade, propondo a melhoria do bem-estar e autoestima de suas clientes. Atuará no ramo estético e ofertará um excelente portfólio e catálogo repleto de serviços que atendam às necessidades de cada indivíduo.

Ela está localizada no Eco Business Center, R. Antônio Rabelo Júnior, 161 - Miramar, João Pessoa – PB. Este local foi escolhido devido ao fluxo de pessoas que adentram o local, a estética do ambiente, o poder aquisitivo nos quais as pessoas que o frequentam possuem, assim como uma sala comercial expansiva e um valor acessível para as despesas fixas da empresa.

A empresa é fundada pela proprietária Renally Tavares Silva de Souza, portadora do CPF 808.964.377-00, que desempenhará a função de acompanhar processos, idealizar planos futuros e cumprir metas do planejamento do plano de negócios.

Iniciaremos com o capital de R\$ 40.000,00, sendo 25% desse valor advindo do investimento financeiro do banco Credits. Nesse sentido, tal capital objetiva o início das atividades empresariais, que, no decorrer dos anos resultará em constantes mudanças e investimentos em áreas que agregam valor a empresa, com o fito de crescimento e expansão empresarial.

Escolhemos desenvolver um espaço onde o serviço, desde o atendimento inicial com a cliente até a sua finalização, entregue qualidade em atendimento, satisfação e bons resultados, visando melhorar a escassez desses itens supracitados no mercado e atender as necessidades de nossas clientes. Nossa empresa busca atingir o público alvo de mulheres, entre a faixa etária de 25 a 55 anos.

Nossos principais concorrentes são: Fernanda Maia - Clínica de estética, Larissa Glória - Estética avançada, Biomedicali – Estética avançada. Essas escolhas são justificadas devido a localidade onde essas clínicas estão situadas, duas no mesmo empresarial e uma em um bairro próximo. É importante citar que foi elaborada ligações periódicas para clínicas do mesmo segmento na cidade de atuação da empresa e constatou-se que as escolhidas são as mais preparadas em termos de entrega de serviços, preços, localidade e satisfação de clientes.

A clínica estética L'Aprimore destaca-se por diferenciar das demais empresas em questões de: atendimento. Teremos como potencial de mercado: aplicativo virtual e



interdisciplinar, preços concorrentes, catálogo/portifólio expansivo e opções de pagamento com desconto e parcelamentos em grande quantidade sem juros.

A escolha dos nossos fornecedores estão pautadas nos descontos de 30% à vista e pela venda de produtos de excelência, questões que condizem com a gestão financeira e estratégica da empresa.

## 1 ANÁLISE DE MERCADO

### 1.1 PÚBLICO-ALVO

O público alvo da empresa destina-se às mulheres com faixa etária entre 25 a 55 anos. Nesse sentido, devido a vida acelerada que levam, buscam um momento e um lugar onde possam cuidar de si mesmas, sentindo-se acolhida e sua beleza singular respeitada através da entrega de um serviço satisfatório e de qualidade

### FORNECEDOR

Tabela 1 - Fornecedores

ITEM	TULÍPIA	BIOAGE	CLÍNICA EQUIPAMENTOS
localização	av.epitácio pessoa, 1225-jp/pb	av. julia freire, 1200- jp/pb	loja online-são paulo
retirada do pedido	via telefone e entrega com motoboy ou retirada na loja	via telefone e entrega com motoboy ou retirada na loja física	entrega através de frete
capacidade de entrega	entrega entre 60 a 120 minutos	entrega em 60 minutos	entrega entre 4 e 14 dias
condições de pagamento	30% desconto à vista ou cartão parcelado sem juros	30% desconto à Vista ou cartão parcelado sem juros	15% de desconto à vista ou 3 vezes sem juros
relacionamento	Contato entre o administrador da empresa e a representante cibelle	Contato entre o administrador da empresa e a representante emanuelle	contato entre o administrador da empresa e site online

Fonte: autoria própria

### CONCORRENTE

Tabela 2 - Concorrente

item	fernanda maia clínica de estética	larissa glória, estética avançada	biomedicall-estética avançada
qualidade dos produtos	ótima	ótima	ótima
preço justo ou arbitrário	justo	arbitrário	arbitrário
condições de pagamento	à vista sem desconto ou até 2 vezes sem juros nos cartões	à vista sem desconto ou até 3 vezes sem juros nos cartões	à vista sem desconto ou até 2 vezes sem juros nos cartões
localização	av. monteiro da franca, 454, manaíra - jp/pb	rua antônio rabelo junior, 161, miramar - jp/pb	rua antônio rabelo junior, 161, miramar - jp/pb
atendimento	Gestão de atendimento online sem preparo. no presencial encontra-se em nível médio	atendimento online demorado. No presencial, excelente	Tanto o serviço online quanto presencial são medianos
Serviços ofertados como diferenciais	Serviços de emagrecimento, botox, serviços Avançados como: rinomodelação	serviços para cabelos e pés, serviços médicos	Serviços de emagrecimento, harmonização facial, aplicação de microvasos peim

Fonte: autoria própria

## 2 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

### MISSÃO

A empresa tem como missão ofertar serviços estéticos que promovam a autoestima e o bem-estar de mulheres, através de um atendimento qualificado e respeito dentro de um espaço onde pode-se aprimorar a beleza individual de cada cliente. **VISÃO**

A empresa visa ser referência na cidade de origem de atuação, reconhecida por prestar, com qualidade, serviços estéticos e atendimento capacitado.

Em um período de 1 ano após sua abertura, estipula alcançar-se-á 40% do seu público alvo, pelo menos, bem como fidelizar seus clientes com uma satisfação de 80%.

## VALORES

- Atendimento de qualidade
- Empatia
- Ética profissional
- Comprometimento
- Respeito

## 3 ORGANOGRAMA

Figura 1 - Organograma



Fonte: autoria própria

## FUNCIONOGRAMA

Figura 2 - Funcionograma



Fonte: autoria própria

## 4 CRONOGRAMA DE ATIVIDADES

Tabela 3 - Cronograma de atividades

<b>ATIVIDADES EMPRESARIAIS</b>	<b>JAN</b>	<b>FEV</b>	<b>MAR</b>	<b>ABR</b>	<b>MAIO</b>	<b>JUN</b>
<b>Criação do modelo de negócios</b>			X			
<b>Criação do plano de negócios</b>			X			
<b>Registro da marca/empresa</b>					X	
<b>Criação do planejamento estratégico</b>				X		
<b>Criação do plano de marketing</b>				X		
<b>Procura de funcionários</b>					X	
<b>Contratação de funcionários</b>						25/06
<b>Contratação de ambiente já reformado</b>						08/06
<b>Ambientação/Decoração</b>						05/06-22/06
<b>Inauguração</b>						27/06

Fonte: Empreender Uniesp

## 5 PLANO DE MARKETING

### LOGOTIPO

Figura 3 - Logotipo



Fonte: autoria própria

## CONCEITO DA LOGOTIPO

A escolha do nome da empresa, L'Aprimore fundamenta-se em aprimorar a beleza e saúde de nossas clientes.

A princípio é importante compreender a respeito das cores presentes na logo. Nesse sentido, as cores são a rosa bebê e o verde-azulado, em tonalidades frias, que passam a ideia de calmante. O verde-azulado foi a cor predominante escolhida para o símbolo bem como para as letras da logo da foto, justamente por representar, para a psicologia, o bem-estar, tranquilidade e amor próprio (Farina, Perez e Bastos, 1990).

No que tange às duas representações simbólicas, a primeira refere-se a ideia de crescimento próprio, em que uma tulipa cresce do broto até seu tamanho final. A escolha de uma flor se dá por passar o sentido de delicadeza das mulheres e pelo belo, assim como onde queremos que ela: aprimore-se e chegue ao seu máximo desenvolvimento. A outra ideia é representada por um símbolo de uma mulher leve e com uma autoestima elevada, percebe-se isso pela suavidade dos contornos da ilustração.

Portanto, esses conjuntos representam, de maneira prática, a nossa marca e o que queremos transmitir para nossas clientes através de nossos serviços estéticos.

## 6 PLANO FINANCEIRO

### CAPITAL FINANCEIRO INICIAL

Tabela 4 - Capital Social

SÓCIOS	CAPITAL (R\$)	PARTICIPAÇÃO (%)
RENALLY TAVARES	R\$ 30.000,00	75%
BANCO CREDITAS	R\$ 10.000,00	25%
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 40.000,00</b>	<b>100%</b>

Fonte: autoria própria

## INVESTIMENTO FINANCEIRO INICIAL

Tabela 5 - Investimento Financeiro Inicial

INVESTIMENTO FINANCEIRO	QUANTIDADE	VALOR
REGISTRO DA MARCA	1	R\$ 355,00
REGISTRO DA EMPRESA	1	R\$ 70,00
KIT VAPORIZADOR E ALTA FREQUÊNCIA	1	R\$ 780,00
LUPA COM TRIPÉ	1	R\$ 400,00
MACAS	3	R\$ 1.260,00
PINTURA	1	R\$ 850,00
AMBIENTAÇÃO/DECORAÇÃO	1	R\$ 2.100,00
KIT DEPILAÇÃO	1	R\$ 288,00
DERMOTONUS	1	R\$ 2.500,00
ULTRA-SOM 3 MHZ	1	R\$ 1.300,00
NEURODYN II	1	R\$ 1.200,00
PLASMED	1	R\$ 3.000,00
MANTA TERMICA	1	R\$ 300,00
SONOPULSE III	1	R\$ 1.000,00
KIT ESSENCIAL	1	R\$ 150,00
PAINEL-LETREIRO	2	R\$ 650,00
AQUISIÇÃO DE COSMETICOS	1	R\$ 500,00
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>R\$ 16.703,00</b>

Fonte: autoria própria

## INVESTIMENTO FIXO

Tabela 6 - Investimento Fixo

INVESTIMENTO FIXO	VALOR
ALUGUEL	R\$ 2.000,00

CONDOMÍNIO	R\$ 500,00
PRO-LABORE	R\$ 2.000,00
COSMÉTICOS	R\$ 500,00
EMPRÉSTIMO DO BANCO	R\$ 703,72
SALÁRIO DOS FUNCIONÁRIOS	R\$ 9.000,00
MATERIAL DE LIMPEZA	R\$ 50,00
MANUTENÇÃO DE MATERIAIS	R\$ 25,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 14.778,72</b>

Fonte: autoria própria

## PREVISÃO FINANCEIRA

Tabela 7 - Previsão Financeira

<b>PREVISÃO FINANCEIRA</b>	<b>VALOR</b>
CAPITAL INICIAL	R\$ 40.000,00
INVESTIMENTO INICIAL	R\$ 16.703,00
INVESTIMENTO FIXO	R\$ 14.778,72
CAPITAL DE GIRO =	R\$ 71.481,72

Fonte: autoria própria

## CONCLUSÃO

Portanto, compreende-se, de acordo com as análises pontuadas, que a empresa L'Aprimore estética está apta para iniciação de suas atividades empresariais, haja visto que o seu capital de giro está mais de 3 vezes maior que seus investimentos fixos. Isso comprova a rentabilidade da empresa, podendo estar atendendo as necessidades dos clientes e moldando o cenário da indústria de estética na cidade de João Pessoa, PB.

## **ATELIER BEAUTY STEPHANY**

Stephany Cunha Lopes Trigueiro  
Ana Paula Ribeiro de Hollanda Leite

### **SUMÁRIO EXECUTIVO**

O Atelier Beauty Stephany Lopes, visando um dos maiores mercados que mais cresce no Brasil, elaborou um espaço completo voltado para o público feminino. O espaço dispõe de vários serviços, como: Maquiagem, estética facial e corporal, designer de sobancelha, cabelereira, roupas e produtos de cosméticos. Com funcionalidade de terça a sábado. A empresa fica localizada no endereço Av. José Americo de Almeida, 5491, Miramar, João Pessoa-PB. O local escolhido é de fácil acesso e perto da grande maioria dos bairros, porém, conta com alguns concorrentes. Porém, nos destacamos pelo preço justo e o espaço completo e aconchegante. A empresa conta com apenas uma associação representada por Stephany Cunha Lopes Trigueiro, portador do CPF 000.000.000-00, sócia proprietária administradora. Tendo como capital social 50,000.000 distribuídos com percentual de 100 % na associação. O capital este que será necessário para o início das atividades, mas com foco de um investimento que visa a empresa onde deve estar constantemente em mudança e investindo em marketing, inovação e acessibilidade em inovações e tecnologias para o cliente.

### **ANÁLISE DE MERCADO**

Como falado anteriormente, o mercado da beleza é um dos mais atrativos para investimento aqui no Brasil, por essa razão, surgiu o meu interesse de ter uma empresa voltada a estes serviços para trazer inovações e qualidade na área. O mercado feminino é repleto de serviços e procura, por isso foi criado o espaço oferecendo os mais diversos serviços. As clínicas, centros estéticos e salão de beleza circunvizinhos tem uma boa localização e estrutura, porém não agregam todos os serviços. O bairro é de uma localização em via principal onde tem acessibilidade as pessoas que situam a região e muitos turistas, tendo uma grande procura nos serviços para o bem-estar e a comodidade de atribuir os serviços no seu dia a dia. Sendo assim, as chances de faturamento do Ateiler é alta e tem grande destaque. Ainda, contamos com um grande numero de fornecedores, fornecedores de roupas, produtos de cosméticos e dermocosmético, materiais descartáveis e roupas de proteção descartáveis.



## PÚBLICO-ALVO

O público alvo que a empresa pretende alcançar são as mulheres, pois são elas que ainda buscam em maior percentual o ramo dos cuidados de saúde e beleza, com faixa etária a partir dos 30 anos. Elas em sua maioria são mulheres que possuem graduação e estabilidade financeira, portanto a renda média desse público é de R \$5.000,00. Devido a isso a capacidade de pagamento delas será baseada a sua qualidade de vida, onde a maioria investe em alta o seu dinheiro na área da estética, os pagamentos variam entre médio a alto, variante de acordo com o que essas mulheres recebem financeiramente.

## FORNECEDORES

Item	TEXTILOOK	MAKEMOR	DESCARPEX
Localização	Av. RUI CARNEIRO 00 Empresarial Manaíra, João Pessoa - PB, 58037-000	Av. JOÃO CÂNCIO Expedicionários, João Pessoa - PB, 58041-000	Av. PRES. EPITÁCIO PESSOA, 1251 - Estados, João Pessoa - PB, 58308-260
Forma de Triagem do pedido	Loja Física	Loja física	Loja física, fornecedor
Capacidade de entrega	Rápida, motoboy	Motoboy, rápida	Motoboy, média
Condições de pagamento	Pix, cartões, transferência, dinheiro	Cartões e Pix, dinheiro	Cartões, pix, dinheiro
Relacionamento			

## CONCORRENTES

Item	SPA DAY	ESPAÇO BELEZA	DA ESTETICA LIS
Qualidade do produto	Bom	Bom	Médio
Preço justo ou arbitrário	Maior	Médio	Menor
Condições de pagamento	Igual	Igual	Igual
Localização	Médio	Bom	Ruim
Atendimento	Bom	Médio	Bom

## 2 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

### 2.1 MISSÃO

O Atelier Beauty Stephany Lopes, dispõe de um atendimento personalizado e completo para cada cliente trazendo resultados pautando a saúde, beleza e bem-estar de cada mulher. Trabalhando diretamente com a autoestima.

### 2.2 VISÃO

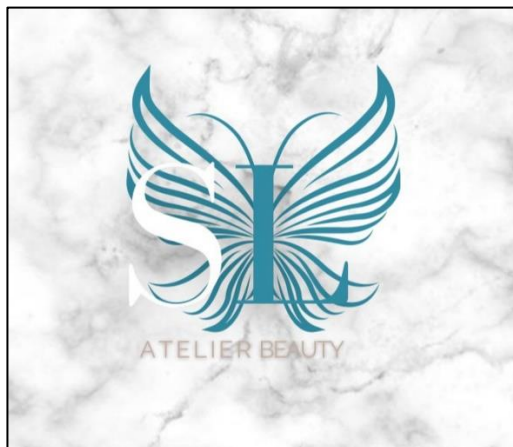
Visando sempre o melhor em cada serviço oferecido, o bom atendimento e resultado.

### 2.3 VALORES

O trabalho do amor próprio e da autoestima. Trazendo assim, o bem estar e a saúde física e mental

## 3. PLANO DE MARKETING

### 3.1 LOGOMARCA



## PLANO FINANCEIRO

### CAPITAL SOCIAL

<b>SOCIOS</b>	<b>CAPITAL (R\$)</b>	<b>PARTICIPAÇÃO (%)</b>
STEPHANY LOPES	50.000,00	100%
<b>TOTAL</b>	<b>50.000,00</b>	<b>100%</b>

#### INVESTIMENTO FINANCEIRO

<b>INVESTIMENTO FINANCEIRO (PRODUTO/MATERIAL/SERVIÇO)</b>	<b>VALOR (R\$)</b>
MOVEIS E UTENSILIOS RECEPÇÃO	5.000,00
MAQUINAS E EQUIPAMENTOS CORPORAL	10.000,00
MAQUINAS E EQUIPAMENTOS FACIAS	7.000,00
PRODUTOS CORPORAIS E FACIAIS	5.000,00
PRODUTOS ROUPAS	5.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>32.000,00</b>

#### INVESTIMENTO FIXO

<b>INVESTIMENTO FIXO</b>	<b>VALOR (R\$)</b>
Aluguel	800,00
Água e Luz	260,00
Internet	100,00
Materiais de Descartáveis	1.740,00
Alimentação Recepção	100,00
<b>TOTAL</b>	<b>3.000,00</b>

#### PREVISÃO FINANCEIRA INICIAL

<b>PREVISAO FINANCEIRA</b>	<b>VALOR (R\$)</b>
<b>CAPITAL INICIAL</b>	50.000,00
<b>INVESTIMENTO FINANCEIRO</b>	32.000,00
<b>INVESTIMENTO FIXO</b>	3.000,00
<b>CAPITAL DE GIRO</b> =	<b>9.000,00</b>

#### CONSIDERAÇÕES FINAIS

A empresa estará apta a abrir se o valor do capital de giro for de 3x o valor do investimento fixo. Caso isso não ocorra, devemos rever o valor de investimento inicial no Sumário Executivo. Ele pode ser alterado para tornar a empresa apta. Assim o investidor saberá quanto é necessário para abrir sua empresa.

## **THAIS MUAX: MAQUIAGEM E ESTÉTICA**

Thais Seixas Pessoa Sagratzki  
Ana Paula Ribeiro de Hollanda Leite

### **SUMÁRIO EXECUTIVO**

A Thais Muax: Maquiagem e Estética é uma empresa que surgiu com a ideia de trabalhar em um ramo já consolidado, porém com uma abordagem única e inovadora, divergindo do mercado local.

Atuará no ramo de maquiagem social e artística e estética facial oferecendo ao cliente um serviço diferenciado, de alta qualidade e cuidado com o cliente.

A empresa estará localizada em Tambaú, na cidade de João Pessoa.

O local foi escolhido devido ao seu ponto estratégico, que facilita tanto a ida quanto a vinda dos empregados quanto ajuda o consumidor.

A empresa é constituída por Thais Sagratzki, portadora do CPF 142.254.834-11, que tem como cargo empresária, maquiadora e esteticista.

Iniciaremos com o capital de R\$42.000,00. 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 embelezamento da mulher e temos um público alvo mulheres dos 15 aos 50 anos.

São considerados nossos concorrentes L'Equipe Jr. Mendes e Nil hair, porque são empresas que se situam em localidade próxima e oferecem alguns dos mesmos serviços.

Nosso diferencial será a especialização em maquiagens artísticas e de editorial e teremos como nosso potencial para oferecer ao mercado conhecimentos estéticos em conjunto à maquiagem.

Buscaremos nos fornecedores, considerando os valores: confiança, honestidade, dedicação, efetividade e precisão, condizente com nossos valores.

## **1 ANÁLISE DE MERCADO**

### **1.1 PÚBLICO-ALVO**

O público alvo consiste de mulheres, dos 15 aos 50 anos, que buscam serviços de maquiagem atuais e diferenciados, para ocasiões diversas. O público procura também a melhora na estética e saúde da pele do seu rosto, que traz o aperfeiçoamento da autoestima da cliente.

### 1.2 FORNECEDOR

Item	Linha Bruna Tavares	Cosmobeauty
Localização	São Paulo	Recife
Forma de tiragem do pedido	email (atendimento@linhabruna.tavares.com)	telefone (55 81) 3035-1605
Capacidade de entrega	16 dias úteis	8 dias úteis
Condições de pagamento	Boleto	Boleto
Relacionamento	Setor de comunicação	Setor de comunicação

### 1.3 CONCORRENTE

Item	L'Equipe Jr. Mendes	Nil Hair
Qualidade dos produtos	Alta	Média
Preço justo ou arbitrário	Arbitrário	Justo
Condições de pagamento	Dinheiro, cartão de crédito, cartão de débito	Dinheiro, cartão de crédito, cartão de débito, pix
Localização	Tambaú	Tambaú
Atendimento	Bom	Bom
Serviço que são o diferencial	maquiagem com produtos MAC Cosmetics	massagens corporais

## 2 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

### 2.1 MISSÃO

A missão de Thaismuax: Maquiagem e Estética é elevar a beleza interior e exterior de seus clientes, a partir de maquiagens e tratamentos estéticos atualizados e diferenciados.

### 2.2 VISÃO

Em cinco anos de funcionamento, a empresa deve estar bem estabelecida no mercado, com uma vasta quantidade de clientes fiéis e regulares. É esperado que a empresa tenha entrada mensal de R\$12.000,00.

## 2.3 VALORES

Confiança  
Honestidade  
Dedicação  
Efetividade  
Precisão

## 3 PLANO DE MARKETING

Divulgação	Custo de investimento	Período	Local	Estratégia	Resultado esperado
Instagram	R\$100,00			Boost de publicação e propagandas	Alcance do público jovem
Facebook	R\$100,00			Propagandas	Alcance do público adulto.
Cartão de visita	R\$30,00				Alcance do público de locais próximos

### 3.1 LOGOTIPO



### 3.2 CONCEITO DO LOGOTIPO

O logotipo foi criado com aspectos minimalistas e paleta de cores simples, que reflete a feminilidade. A fonte escolhida é de clara leitura e foi posta em caixa alta para chamar atenção. Há ainda um pincel, que representa a área da beleza, tanto da maquiagem quanto da estética.

## 4 PLANO FINANCEIRO

### 4.1 CAPITAL FINANCEIRO INICIAL

A empresa iniciará com R\$42.000,00.

### 4.2 INVESTIMENTO FINANCEIRO INICIAL

Investimento financeiro	Valor (R\$)
Produtos de maquiagem	3.000,00
Produtos de estética	1.000,00
Móveis	10.000,00
Reforma	2.000,00
Total	16.000,00

### 4.3 INVESTIMENTO FIXO

Investimento Fixo	Valor (R\$)
Reposição de produtos	300,00
Empregados	1.600,00
Aluguel	1.200,00
Energia	400,00
Água	200,00
Internet	100,00
Total	3.700,00

### 4.4 PREVISÃO FINANCEIRA

Previsão financeira	Valor (R\$)
Capital inicial	42.000,00
Investimento financeiro inicial	16.000,00
Investimento fixo	3.700,00
Capital de giro	22.300,00

## **5 CONCLUSÃO**

Dessa forma, é possível concluir que a empresa ThaisMuax: Maquiagem e Estética é viável e apresenta futuro favorável no mercado em que se insere. A empresa tem uma ótima previsão financeira, contando com R\$22.300,00 de capital de giro (mais de 6x maior que o investimento físico), com materiais de qualidade e funcionários de alto desempenho.



## REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Ailjan Santos; PORTELA, Eunice Nóbrega; SILVA, Dirce Maria da. FUNDAMENTOS DA GESTÃO DE PROCESSOS DE NEGÓCIO. Revista Processus de Políticas Públicas e Desenvolvimento Social, [S.l.], v. 3, n. 6, p. 121-130, nov. 2021
- BRASIL. Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006. Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte. Disponível em [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/LCP/Lcp123.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/LCP/Lcp123.htm). Acesso em: 22 mai. 2019
- ENDEAVOR BRASIL; SEBRAE. Empreendedorismo nas Universidades Brasileiras 2016. Disponível em: <https://endeavor.org.br/pesquisa-universidades-empreendedorismo-2016/>. Acesso em: 06 mai. 2022.
- VALE, G. V.; WILKINSON, J.; AMÂNCIO, R. Empreendedorismo, inovação e redes: uma nova abordagem. Revista Eletrônica de Administração.vol.7n 1. São Paulo. 2008. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sciarttext&pid=S167656482008000100008>. Acesso: 22 mai. 2017.
- CHIAVENATO, Idalberto. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade de novas. 2.ed. rev. e atualizada. São Paulo: Saraiva 2018.
- 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, 2018.
- DOLABELA, Fernando. Oficina do empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza. 6ª ed. São Paulo: Cultura, 2018.
- DRUKER, Peter Ferdinand. Inovação e espírito empreendedor. Editora Pioneira, 2017.
- HASSIMOTO, M. (2018). Espírito empreendedor nas organizações: aumentando a competitividade através do intraempreendedorismo. São Paulo: Saraiva
- HSRICH, Robert. D. et al. Entrepreneurship. 2016.
- SCHUMPETER, J.A. A teoria do desenvolvimento econômico. São Paulo: Nova Cultural, 2017.
- DORNELAS, J. C. A. (2021). Empreendedorismo: transformando ideias em negócios. Campus.
- BRANDÃO, A. M., Marques, A. P., & Lamela, R. (2019). Gênero, empreendedorismo e autonomização profissional. Revista Eletrônica Gestão e Sociedade, 13, 2963-2991. <https://doi.org/10.21171/ges.v13i35.2529>
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). (2016). Relatório Executivo: Empreendedorismo no Brasil 2016. Curitiba, PR: Inst Brasileiro de Qualidade e Produtividade.
- KOTLER, P. (2016). Princípios de Marketing (15a. ed.). São Paulo: Person do Brasil.



**COOPERE**  
Coordenação de Pesquisa, Extensão e Responsabilidade Social

