

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

PLANO DE NEGÓCIOS: STUDIO DE EMBELEZAMENTO CS

CAMILA DA SILVA SANTOS

João Pessoa

Outubro, 2018

CAMILA DA SILVA SANTOS

PLANO DE NEGÓCIOS: STUDIO DE EMBELEZAMENTO CS

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

Professor orientador: Marcelo de Souza Bispo.

João Pessoa

Outubro, 2018

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

S237p Santos, Camila Da Silva.

PLANO DE NEGÓCIO: Studio de Embelezamento CS / Camila Da Silva Santos. – João Pessoa, 2018.
30f.: il.

Orientador(a): Profº Dr. Marcelo de Souza Bispo.

Trabalho de Conclusão de Curso (Administração) – UFPB/CCSA.

1. Plano de negócio. 2. Ramo da beleza. 3. Studio de embelezamento. I.
Título.

UFPB/CCSA/BS

CDU:658(043.2)

Gerada pelo Catalogar - Sistema de Geração Automática de Ficha Catalográfica do CCSA/UFPB, com os dados fornecidos pelo autor(a)

Folha de aprovação

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

Aluno: Camila da Silva Santos

Trabalho: Plano de Negócio: Studio de embelezamento - CS

Área da pesquisa: Administração Geral

Data de aprovação:

Banca examinadora

Orientador: Marcelo de Souza Bispo

Membro: Elton Moura

DEDICATÓRIA:

Aos meus pais, minha família, minhas amigas e ao meu namorado pelo apoio dado nessa minha jornada.

AGRADECIMENTOS

Este é mais um ciclo que se encerra na minha vida, abrindo as portas para novos desafios. Primeiramente, quero manifestar minha gratidão à Deus que mim concedeu força, foco e energia para que eu obtivesse essa conquista. Agradecer aos meus pais Joseilton Nascimento e Ana Raquel Floriano, em especial minha mãe, que sempre esteve ao meu lado e nunca cessou em mim ajudar. A minha irmã Nicole Santos e meus avós Santana Floriano e Cícero Camilo, por todo apoio e torcida. Ao meu namorado Randberg Dias, por todo incentivo e ajuda na elaboração desse trabalho. Não posso deixar de agradecer às minhas amigas Ana Lemos, Joanne Dienne, Mariana Marinho, Rávila Gabrielle e Vallerya Almeida que foram necessárias nessa trajetória acadêmica. Por fim, agradeço ao meu orientador Marcelo Bispo, pela orientação que contribuiu para realização do TCC. A todos esses, expresso meu sincero carinho e gratidão por torcerem e vibrarem comigo.

“Entrega o teu caminho ao senhor; confia nele, e ele tudo fará”.
Salmos 37;5

SUMÁRIO

1. Sumário Executivo	08
1.1. Resumo	08
1.2. Dados dos empreendedores	08
1.3. Missão da empresa	09
1.4. Setores de atividade	09
1.5. Forma jurídica	09
1.6. Enquadramento tributário Âmbito federal	09
1.7. Capital social	09
1.8. Fonte de recursos	09
2. Análise de Mercado	10
2.1. Estudo dos clientes	10
2.2. Estudo dos concorrentes	10
2.3. Estudo dos fornecedores	11
3. Plano de Marketing	12
3.1. Produtos e serviços	12
3.2. Preço	12
3.3. Estratégias promocionais	13
3.4. Estrutura de comercialização	13
3.5. Localização do negócio	13
4. Plano Operacional	14
4.1. Leiaute	14
4.2. Capacidade instalada	16
4.3. Processos operacionais	16
4.4. Necessidade de pessoal	16
5. Plano Financeiro	17
5.1. Investimentos fixos	17
5.2. Estoque inicial	18
5.3. Caixa mínimo	19
5.4. Investimentos pré-operacionais	20
5.5. Investimento total	20
5.6. Faturamento mensal	21
5.7. Custo unitário	23
5.8. Custos de comercialização	24
5.9. Apuração do custo de MD e/ou MV	25
5.10. Custos de mão-de-obra	26
5.11. Custos com depreciação	27
5.12. Custos fixos operacionais mensais	27
5.13. Demonstrativo de resultados	29
5.14. Indicadores de viabilidade	30
6. Construção de Cenário	30
6.1. Ações preventivas e corretivas	30
7. Avaliação Estratégica	31
7.1. Análise da matriz F.O.F.A	31
8. Avaliação do Plano	32
8.1. Análise do plano	32

1. SUMÁRIO EXECUTIVO

1.1 – Resumo

O culto à beleza e à juventude é uma forte tendência na atualidade, mesmo não sendo um acontecimento recente. No entanto, nos últimos anos isso tem se acentuado, devido a competição e as mudanças do comportamento social, incluindo a forte atuação da mulher no mercado de trabalho e a expectativa de vida das pessoas que vêm aumentando. Em decorrência disso, o mercado de embelezamento e a indústria mundial de cosméticos têm tido uma ascensão contínua.

Foi com base nessas informações, que o ramo da beleza foi escolhido como área de atuação do negócio em questão. Tendo em vista que, há espaço para novos negócios, na hipótese de que, prestem serviços de qualidade, cobrem preços razoáveis e compatíveis com a média da região e que estejam comprometidos com a inovação.

O presente plano de negócio trata da criação de um Studio de Embelezamento, localizado no bairro de Tambaú, em João Pessoa - PB. Tem como finalidade ofertar serviços de beleza que satisfaçam os desejos feminino, garantindo qualidade no serviço, conforto, comodidade e as mais atuais técnicas do ramo. Terá como público-alvo pessoas de classe média e alta interessadas em embelezamento.

Algumas das características mais específicas são:

- Um ambiente agradável e intimista;
- Profissionais competentes e atualizados com as tendências.

INDICADORES	ANO 1
Ponto de Equilíbrio	R\$ 175.605,83
Lucratividade	50,33 %
Rentabilidade	506,78 %
Prazo de retorno do investimento	3 meses

1.2 - Dados dos empreendedores

NOME:	CAMILA DA SILVA SANTOS		
ENDEREÇO:	BR 230 - Km 9		
CIDADE:	Cabedelo	ESTADO:	Paraíba
PERFIL:	Graduanda em administração pela Universidade Federal da Paraíba – UFPB. Tem 23 anos e o objetivo de empreender, possui o perfil de uma pessoa engajada, resiliente, determinada, que tem curiosidade no que o mercado pode oferecer em novidades para se manter atualizada e capacitada.		
ATRIBUIÇÕES:	Como sócia, atende as necessidades e controle financeiro da empresa, assume o gerenciamento, controle de vendas, estoque e toda área de gestão estratégica, no qual busca excelência na qualidade dos serviços.		

1.3 - Missão da empresa

Proporcionar a valorização da beleza da mulher e sensação de renovação, oferecendo ao nosso público, serviços de embelezamento de alta qualidade e com preços competitivos.

1.4 - Setores de atividade

O setor de atividade será o de serviços.

1.5 - Forma jurídica

A forma jurídica trata-se de uma Empresa Individual.

1.6 - Enquadramento tributário

No âmbito federal teremos o regime simples.

1.7 - Capital social

Nº	Sócio	Valor	Participação (%)
1	Camila Da Silva Santos	R\$ 56.728,59	100,00
Total		R\$ 56.728,59	100,00

1.8 - Fonte de recursos

Para iniciar as atividades, o capital para abrir a empresa será aplicado pela proprietária, portanto, serão utilizados recursos próprios.

2. ANÁLISE DE MERCADO

2.1 - Estudo dos clientes

Público-alvo (perfil dos clientes)

Através de pesquisa secundária, identificou-se que as mulheres de classe média à classe alta da própria cidade ou turistas que vêm para eventos é o público-alvo desse tipo de negócio.

Comportamento dos clientes (interesses e o que os levam a comprar)

O ramo da beleza se inova com bastante frequência, e isso atrai cada vez mais, mulheres e adolescentes vaidosas e que sabem o valor de cuidar da aparência, que querem arrasar com uma superprodução em eventos e festas. Exigentes em bom gosto, com ambiente moderno, clean, aconchegante para poder se permitir um momento de prazer cuidando de si.

Área de abrangência (onde estão os clientes?)

Atenderá à população do bairro de Tambaú e da cidade de João Pessoa - PB e, eventualmente, de cidades vizinhas.

2.2 - Estudo dos concorrentes

Para estudar os concorrentes foi feita uma visita física e nas redes sociais, com isso foi possível identificar a maneira como trabalham, a hospitalidade, a qualidade dos serviços e etc.

ESTUDO DOS CONCORRENTES			
Nº	1	2	3
Empresa	Studio Narda Estrela	Studio Bruna Guimarães	Studio Blushing
Qualidade	Muito boa	Boa	Boa

Preço	Maquiagem R\$190,00 Penteado R\$100,00 Escova/babyliss R\$50,00	Maquiagem R\$130,00 Penteado R\$100,00 Escova/babyliss R\$60,00	Maquiagem R\$120,00 Penteado R\$100,00 Escova/babyliss R\$50,00
Condições de pagamento	À vista, com 50% do valor antecipado	À vista	À vista
Localização	Av. Edson Ramalho, João Pessoa/PB.	Av. Cabo Branco, João Pessoa/PB.	Av. João Mauricio, João Pessoa/PB.
Atendimento	Hora marcada	Hora marcada	Hora marcada
Serviços ao cliente	Maquiagem e penteados	Maquiagem e penteados	Maquiagem e penteados

O Studio de embelezamento CS oferece conforto, requinte e sofisticação para clientes exigentes. Seus profissionais são bem capacitados e antenados nas novidades do setor de beleza. Os preços são voltados para um público que valoriza o ambiente e o atendimento, além, é claro, da qualidade do serviço.

2.3 – Estudo dos fornecedores

ESTUDO DOS FORNECEDORES			
Nº	1	2	3
Descrição dos itens a serem adquiridos	Sombra/Pó Base/Primer	Maquiagens em geral Pinceis Esponjas	Shampoo/Condicionador Reparador de pontas/Finalizador Leave-in/Grampos/Ligas
Nome do fornecedor	Sephora	Top Brasil	A Nova Missiana
Preço	Razoável	Bom	Bom
Condições de pagamento	À vista ou a prazo	À vista ou a prazo	À vista ou a prazo

Prazo de entrega	5 dias	1 dia	1 dia
Localização	Recife/PE	João Pessoa/PB	João Pessoa/PB

O ramo da beleza oferece muita variedade em produtos, as marcas se inovam a cada dia, isso faz com que fique difícil mensurar todos os fornecedores, porém, foram elencados esses três fornecedores como sendo os principais por oferecerem produtos de várias marcas. O fornecedor Sephora mesmo sendo de outro estado, foi escolhido como um dos principais por fornecer produtos internacionais com preço razoável e pelo prazo de entrega ser menor em relação a outros fornecedores com as mesmas características.

3. - PLANO DE MARKETING

3.1 - Produtos e serviços

O negócio irá oferecer serviços dirigidos ao embelezamento, como maquiagens e penteados.

Nº	SERVIÇOS	PREÇO
1	Maquiagem	R\$ 140,00
2	Penteados	R\$ 100,00
3	Escova	R\$ 40,00
4	Baby liss	R\$ 40,00

3.2 - Preço

O preço dos serviços irá depender se serão contratados serviços avulsos ou pacotes. Levando em consideração a sofisticação e a qualidade dos serviços e produtos aplicados, os preços foram feitos também com base em pesquisas feitas nos concorrentes e até mesmo em cidades vizinhas.

Para a formação do preço, será utilizado o método Mark-Up, que é um método básico e elementar no qual, com base na estrutura de tributos, custos e despesas e do lucro desejado, aplica-se um fator, marcador ou multiplicador, formando-se o preço. Dessa forma, o preço

cobrirá todos os custos, despesas, impostos e terá como residual o lucro das vendas desejado. (BERNARDI, 2017).

Segundo Sardinha (1995), o mark – up do preço é determinado adicionando uma margem de lucro ao custo do produto. Sendo calculado da seguinte forma:

$$\text{Preço do produto} = \text{custo do produto} + (\text{custo do produto} \times \text{porcentagem})$$

A porcentagem é o Mark – up ou margem de lucro. A margem de lucro deverá cobrir todas as outras despesas ainda não incluídas nos custos do produto, além de permitir um retorno razoável aos investidores. (SARDINHA, 1995). Tendo em vista que o mercado está em constante mudança, os preços serão revisados periodicamente e ajustados caso for necessário.

3.3 - Estratégias promocionais

O Studio vai fazer a criação de um site e de contas comerciais em redes sociais, para expor os serviços ofertados, horário de atendimento, histórico, mini currículo dos principais profissionais e, principalmente, muitas fotos da transformação de belas mulheres, que tenham passado pelos cuidados de nossos profissionais.

Para promover o Studio serão feitos contatos com hotéis, cerimoniais de festas e casamentos e fotógrafos profissionais.

Pretende-se implantar, uma promoção onde as clientes terão que juntar pontos que poderão ser trocados por serviços, serão disponibilizadas tabelas informando o serviço e a quantidade necessária de pontos para a troca.

3.4 - Estrutura de comercialização

O atendimento será feito exclusivamente no Studio. As exceções serão decididas pessoalmente pela Camila (sócia). O horário de funcionamento é de Terça a Quinta de 09h00min às 19h00min. nas sextas, sábados e vésperas de feriados de 09h00min às 21h00min, devido à procura ser maior.

3.5 - Localização do negócio

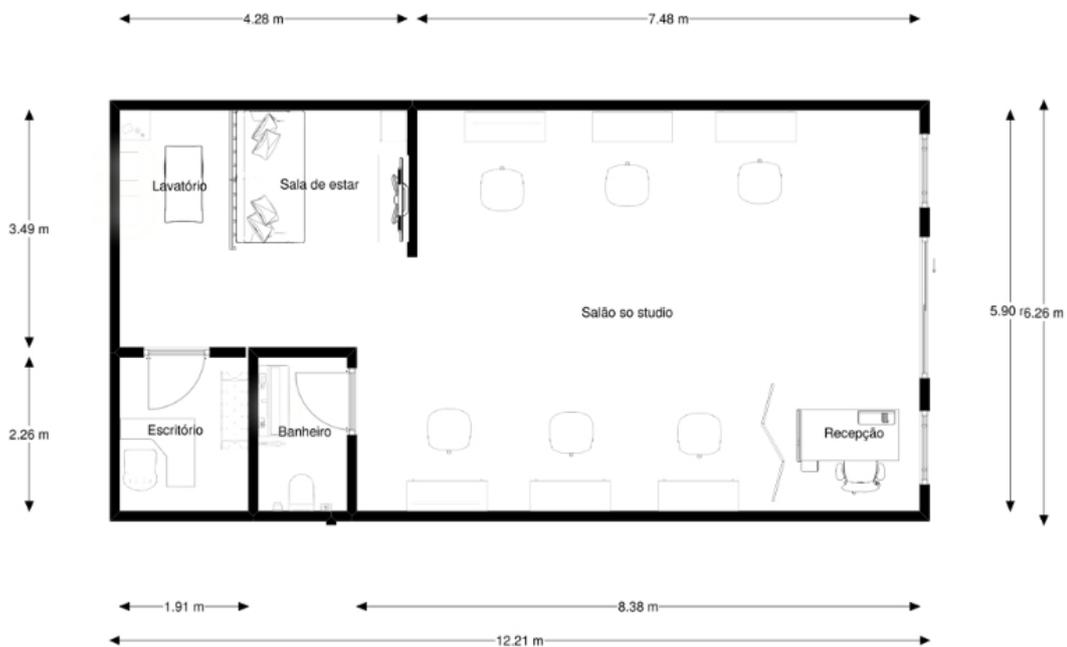
Endereço:	Av. Epitácio Pessoa
Bairro:	Tambaú
Cidade:	João Pessoa
Estado:	Paraíba
Fone:	(83) 3333-3333

A empresa será física, portanto, a localização é estratégica, levando em consideração que nas proximidades existem outros comércios e muitos turistas.

4. - PLANO OPERACIONAL

4.1 – Leiaute

- Layout 2D



4.2 - Capacidade instalada

Qual a capacidade máxima de produção (ou serviços) e comercialização?

O Studio irá contar com seis maquiadoras, dois especialistas em penteados e um ajudante para lavar os cabelos. Levando em consideração que os serviços de maquiagem e cabelo duram em média uma hora, temos capacidade de atender aproximadamente oito pessoas por hora.

4.3 - Processos operacionais

As compras serão feitas pela sócia, que também irá atuar recepcionando os clientes e no caixa. Algumas compras de produtos que são novidade no mercado, serão feitas em viagens para participar de feiras e eventos. A lavagem de cabelos será realizada pelos ajudantes na sala onde tem as cadeiras reclináveis com chuveirinho de água quente e fria. Os penteados serão realizados na sala principal, juntamente com as maquiagens, que serão feitos pelos respectivos profissionais. O Contas a Pagar e a Receber e também os controles financeiros serão feitos e conferidos pela sócia.

4.4 - Necessidade de pessoal

Nº	Cargo/Função	Qualificações necessárias
1	Maquiadora	Deve ter sólidos conhecimentos em maquiagem, sendo desejável a formação em cursos de capacitação na área.
2	Especialista em penteados	Ter experiência comprovada, ser criativo, atualizar-se constantemente, gozar de boa reputação, ter habilidade de relacionamento e inspirar segurança em relação ao seu trabalho.
3	Recepcionista/Caixa	Sensibilidade para identificar as necessidades e os hábitos dos clientes, ter uma postura consultiva oferecendo soluções que atendam essas necessidades.

5. - PLANO FINANCEIRO

5.1 - Investimentos fixos

A – Imóveis

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Aluguel	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00
SUB-TOTAL (A)				R\$ 1.000,00

B – Máquinas

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Maquineta para cartão de crédito	1	R\$ 150,00	R\$ 150,00
2	Celular smartphone	1	R\$ 599,00	R\$ 599,00
3	Lavatórios para cabelos	1	R\$ 959,00	R\$ 959,00
4	Aparelhos de Ar Condicionado Split	2	R\$ 1.100,00	R\$ 2.200,00
5	Secador de cabelo	3	R\$ 690,00	R\$ 2.070,00
6	Prancha	2	R\$ 350,00	R\$ 700,00
7	Baby liss	2	R\$ 300,00	R\$ 600,00
SUB-TOTAL (B)				R\$ 7.278,00

C – Equipamentos

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
SUB-TOTAL (C)				R\$ 0,00

D – Móveis e utensílios

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Espelhos	8	R\$ 300,00	R\$ 2.400,00

2	Bancadas	6	R\$ 450,00	R\$ 2.700,00
3	Cadeira para maquiagem	6	R\$ 800,00	R\$ 4.800,00
4	Cadeira para penteados	2	R\$ 500,00	R\$ 1.000,00
5	Escovas diversas	10	R\$ 50,00	R\$ 500,00
6	Toalhas	10	R\$ 40,00	R\$ 400,00
SUB-TOTAL (C)		-	-	R\$ 11.800,00

E – Veículos

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
SUB-TOTAL (E)		-	-	R\$ 0,00

F – Computadores

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Microcomputador completo	1	R\$ 1.349,00	R\$ 1.349,00
SUB-TOTAL (F)		-	-	R\$ 1.349,00

TOTAL DOS INVESTIMENTOS FIXOS

TOTAL DOS INVESTIMENTOS FIXOS (A+B+C+D+E+F):	R\$ 21.427,00
---	----------------------

5.2 - Estoque inicial

Nº	Descrição	Qtde	Valor Unitário	Total
1	Shampoo	10	R\$ 49,00	R\$ 490,00
2	Condicionador	10	R\$ 56,00	R\$ 560,00
3	Leave-in	15	R\$ 56,00	R\$ 840,00
4	Reparador de pontas	10	R\$ 45,00	R\$ 450,50
5	Finalizador	10	R\$ 61,90	R\$ 619,00

6	Grampo, presilha e liga para cabelo	20	R\$ 10,00	R\$ 200,00
7	Maquiagens diversas	6	R\$ 600,00	R\$ 3.600,00
TOTAL (A)	-	-	-	R\$ 6.759,00

5.3 - Caixa mínimo

1º Passo: Contas a receber – Cálculo do prazo médio de vendas

Prazo médio de vendas	(%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
à vista	50,00	0	0,00
à prazo - 1x	50,00	30	15,00
Prazo médio total	-	-	15

2º Passo: Fornecedores – Cálculo do prazo médio de compras

Prazo médio de compras	(%)	Número de dias	Média Ponderada em dias
à vista	50,00	0	0,00
à prazo	50,00	30	15,00
Prazo médio total			15

3º Passo: Estoque – Cálculo de necessidade média de estoque

Necessidade média de estoque	
Número de dias	30

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

Recursos da empresa fora do seu caixa	Número de dias
1. Contas a Receber – prazo médio de vendas	15
2. Estoques – necessidade média de estoques	30
Subtotal Recursos fora do caixa	45
Recursos de terceiros no caixa da empresa	

3. Fornecedores – prazo médio de compras	15
Subtotal Recursos de terceiros no caixa	15
Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	30

Caixa Mínimo

1. Custo fixo mensal	R\$ 10.634,79
2. Custo variável mensal	R\$ 13.007,80
3. Custo total da empresa	R\$ 23.642,59
4. Custo total diário	R\$ 788,09
5. Necessidade Líquida de Capital de Giro em dias	30
Total de B – Caixa Mínimo	R\$ 23.642,59

Capital de giro (Resumo)

Descrição	Valor
A – Estoque Inicial	R\$ 6.759,00
B – Caixa Mínimo	R\$ 23.642,59
TOTAL DO CAPITAL DE GIRO (A+B)	R\$ 30.401,59

5.4 - Investimentos pré-operacionais

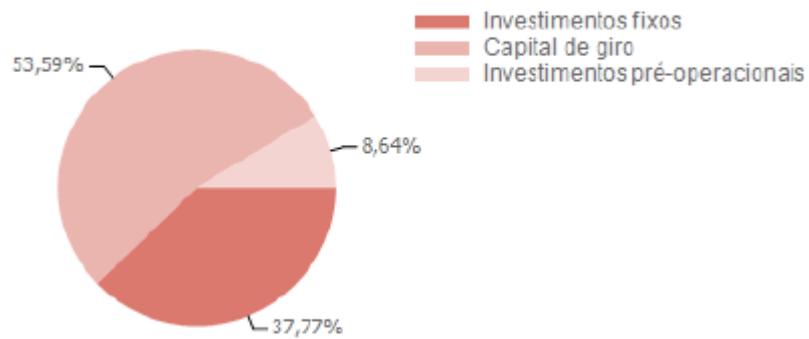
Descrição	Valor
Despesas de Legalização	R\$ 1.000,00
Obras civis e/ou reformas	R\$ 3.000,00
Divulgação de Lançamento	R\$ 0,00
Cursos e Treinamentos	R\$ 900,00
Outras despesas	R\$ 0,00
TOTAL	R\$ 4.900,00

5.5 - Investimento total

Descrição dos investimentos	Valor	(%)
-----------------------------	-------	-----

Investimentos Fixos – Quadro 5.1	R\$ 21.427,00	37,77
Capital de Giro – Quadro 5.2	R\$ 30.401,59	53,59
Investimentos Pré-Operacionais – Quadro 5.3	R\$ 4.900,00	8,64
TOTAL (1 + 2 + 3)	R\$ 56.728,59	100,00

DESCRIÇÃO DOS INVESTIMENTOS



Fontes de recursos	Valor	(%)
Recursos próprios	R\$ 56.728,59	100,00
Recursos de terceiros	R\$ 0,00	0,00
Outros	R\$ 0,00	0,00
TOTAL (1+2+3)	R\$ 56.728,59	100,00

FONTE DE RECURSOS



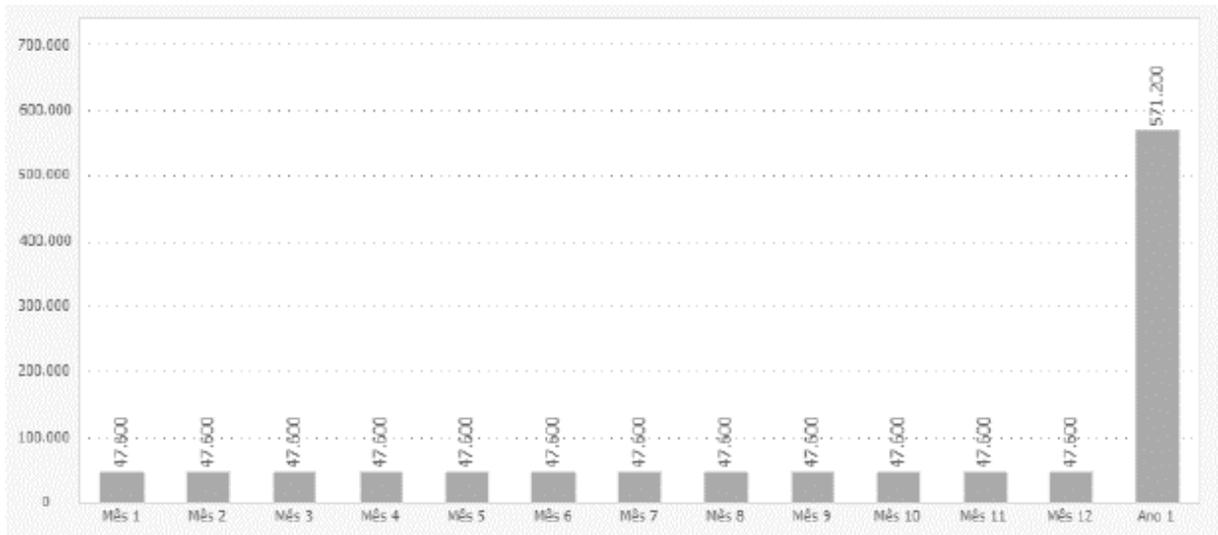
5.6 – Faturamento mensal

Nº	Produto/Serviço	Quantidade (Estimativa de Vendas)	Preço de Venda Unitário (em R\$)	Faturamento Total (em R\$)
1	Penteado	150	R\$ 100,00	R\$ 15.000,00
2	Escova	20	R\$ 40,00	R\$ 800,00
3	Baby liss	20	R\$ 40,00	R\$ 800,00
4	Escova e baby liss	50	R\$ 60,00	R\$ 3.000,00
5	Maquiagem	200	R\$ 140,00	R\$ 28.000,00
TOTAL				R\$ 47.600,00

Projeção das receitas:

- (x) Sem expectativa de crescimento
 () Crescimento a uma taxa constante:
 0,00 % ao mês para os 12 primeiros meses
 0,00 % ao ano a partir do 2º ano
 () Entradas diferenciadas por período

Período	Faturamento Total
Mês 1	R\$ 47.600,00
Mês 2	R\$ 47.600,00
Mês 3	R\$ 47.600,00
Mês 4	R\$ 47.600,00
Mês 5	R\$ 47.600,00
Mês 6	R\$ 47.600,00
Mês 7	R\$ 47.600,00
Mês 8	R\$ 47.600,00
Mês 9	R\$ 47.600,00
Mês 10	R\$ 47.600,00
Mês 11	R\$ 47.600,00
Mês 12	R\$ 47.600,00
Ano 1	R\$ 571.200,00



5.7 – Custo unitário

Serviço: Escova

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Presilha	4	R\$ 0,15	R\$ 0,60
Shampoo	1	R\$ 0,59	R\$ 0,59
Condicionador	1	R\$ 0,68	R\$ 0,68
TOTAL			R\$ 1,87

Serviço: Penteados

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Grampo	10	R\$ 0,05	R\$ 0,50
Liga	10	R\$ 0,02	R\$ 0,20
Shampoo	1	R\$ 0,59	R\$ 0,59
Condicionador	1	R\$ 0,68	R\$ 0,68
TOTAL			R\$ 1,97

Serviço: Maquiagem

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Esponja	2	R\$ 2,20	R\$ 4,40

Pincel	5	R\$ 5,00	R\$ 25,00
TOTAL			R\$ 29,40

Serviço: Baby liss

Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Presilha	4	R\$ 0,15	R\$ 0,60
Shampoo	1	R\$ 0,59	R\$ 0,59
Condicionador	1	R\$ 0,68	R\$ 0,68
TOTAL			R\$ 1,87

Serviço: Escova e Baby liss

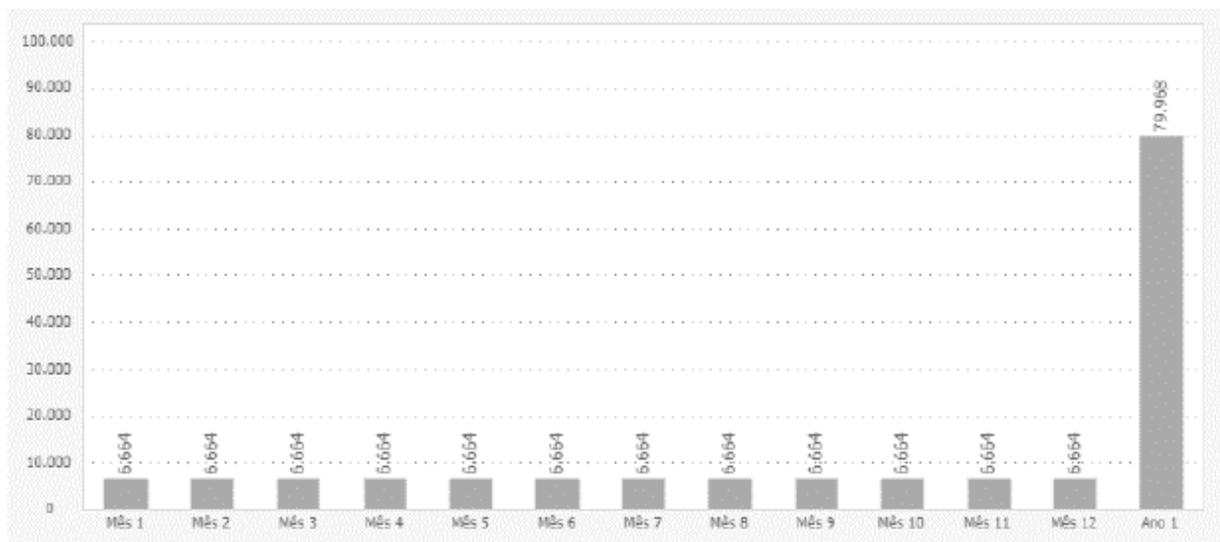
Materiais / Insumos usados	Qtde	Custo Unitário	Total
Presilha	4	R\$ 0,15	R\$ 0,60
Shampoo	1	R\$ 0,59	R\$ 0,59
Condicionador	1	R\$ 0,68	R\$ 0,68
TOTAL			R\$ 1,87

5.8 – Custos de comercialização

Descrição	(%)	Faturamento Estimado	Custo Total
SIMPLES (Imposto Federal)	4,00	R\$ 47.600,00	R\$ 1.904,00
Comissões (Gastos com Vendas)	8,00	R\$ 47.600,00	R\$ 3.808,00
Propaganda (Gastos com Vendas)	2,00	R\$ 47.600,00	R\$ 952,00
Taxas de Cartões (Gastos com Vendas)	0,00	R\$ 47.600,00	R\$ 0,00

Total Impostos	R\$ 1.904,00
Total Gastos com Vendas	R\$ 4.760,00
Total Geral (Impostos + Gastos)	R\$ 6.664,00

Período	Faturamento Total
Mês 1	R\$ 6.664,00
Mês 2	R\$ 6.664,00
Mês 3	R\$ 6.664,00
Mês 4	R\$ 6.664,00
Mês 5	R\$ 6.664,00
Mês 6	R\$ 6.664,00
Mês 7	R\$ 6.664,00
Mês 8	R\$ 6.664,00
Mês 9	R\$ 6.664,00
Mês 10	R\$ 6.664,00
Mês 11	R\$ 6.664,00
Mês 12	R\$ 6.664,00
Ano 1	R\$ 79.968,00

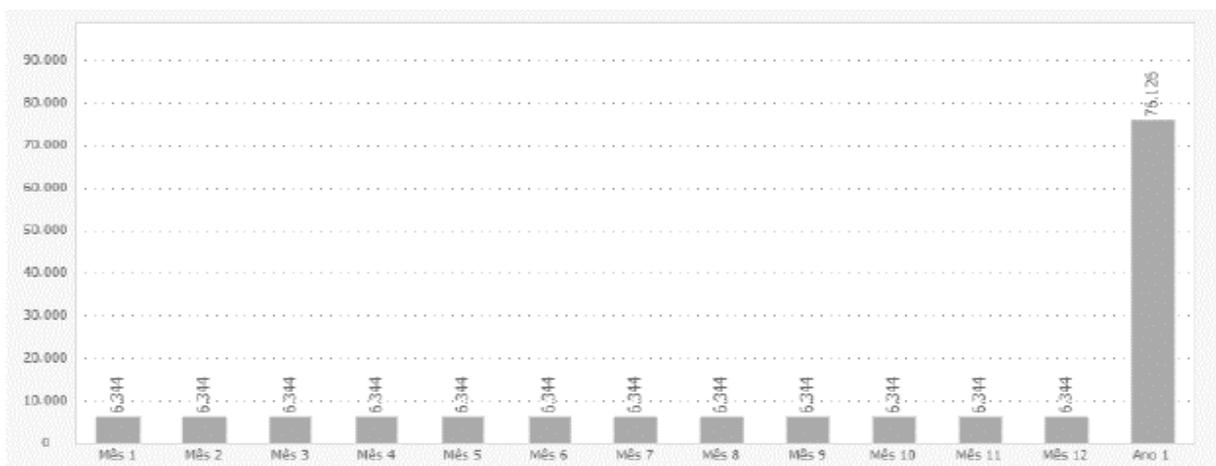


5.9 – Apuração do custo de MD e/ou MV

Nº	Produto/Serviço	Estimativa de Vendas (em unidades)	Custo Unitário de Materiais /Aquisições	CMD / CMV
1	Penteado	150	R\$ 1,97	R\$ 295,50

2	Escova	20	R\$ 1,87	R\$ 37,40
3	Baby liss	20	R\$ 1,87	R\$ 37,40
4	Escova e baby liss	50	R\$ 1,87	R\$ 93,50
5	Maquiagem	200	R\$ 29,40	R\$ 5.880,00
TOTAL				R\$ 6.343,80

Período	Faturamento Total
Mês 1	R\$ 6.343,80
Mês 2	R\$ 6.343,80
Mês 3	R\$ 6.343,80
Mês 4	R\$ 6.343,80
Mês 5	R\$ 6.343,80
Mês 6	R\$ 6.343,80
Mês 7	R\$ 6.343,80
Mês 8	R\$ 6.343,80
Mês 9	R\$ 6.343,80
Mês 10	R\$ 6.343,80
Mês 11	R\$ 6.343,80
Mês 12	R\$ 6.343,80
Ano 1	R\$ 76.125,60



5.10 – Custos de mão-de-obra

Função	Nº de Empregados	Salário Mensal	Subtotal	(%) de encargos sociais	Encargos sociais	Total
Recepcionista/caixa	1	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00	0,00	R\$ 0,00	R\$ 1.200,00
Especialista em penteados	2	R\$ 990,00	R\$ 1.980,00	0,00	R\$ 0,00	R\$ 1.980,00
Maquiadora	6	R\$ 990,00	R\$ 5.940,00	0,00	R\$ 0,00	R\$ 5.940,00
TOTAL	9		9.120,00		R\$ 0,00	R\$ 9.120,00

5.11 – Custos com depreciação

Ativos Fixos	Valor do bem	Vida útil em Anos	Depreciação Anual	Depreciação Mensal
IMÓVEIS	R\$ 1.000,00	25	R\$ 40,00	R\$ 3,33
MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS	R\$ 1.000,00	10	R\$ 727,80	R\$ 60,65
MÓVEIS E UTENSÍLIOS	R\$ 11.800,00	10	R\$ 1.180,00	R\$ 98,33
COMPUTADORES	R\$ 1.349,00	5	R\$ 269,80	R\$ 22,48
Total			R\$ 2.217,60	R\$ 184,79

5.12 – Custos fixos operacionais mensais

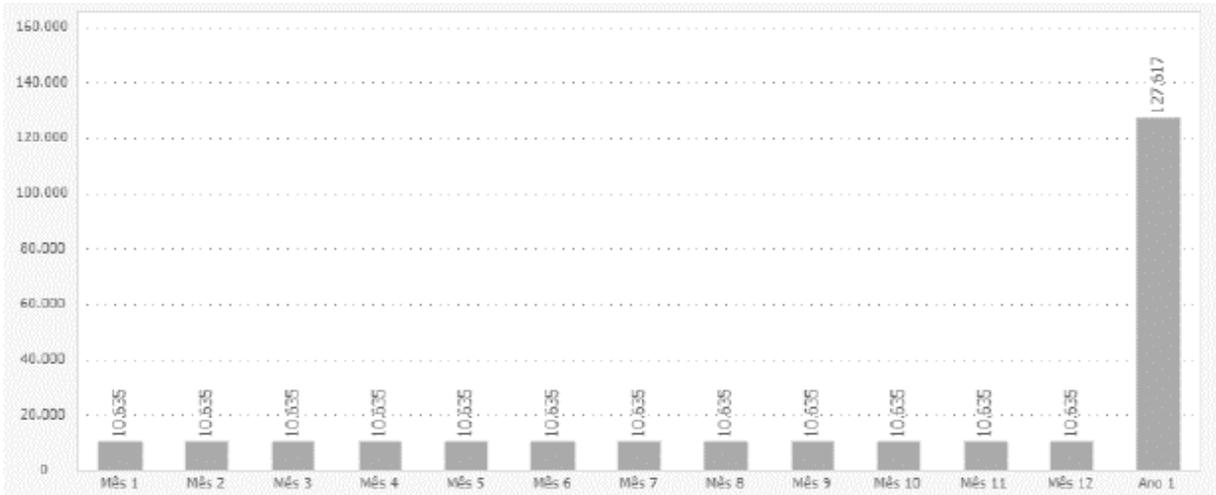
Descrição	Custo
Aluguel	R\$ 1.000,00
Condomínio	R\$ 0,00
IPTU	R\$ 0,00
Energia elétrica	R\$ 200,00
Telefone + internet	R\$ 100,00
Honorários do contador	R\$ 0,00
Pró-labore	R\$ 0,00
Manutenção dos equipamentos	R\$ 0,00
Salários + encargos	R\$ 9.120,00
Material de limpeza	R\$ 30,00

Material de escritório	R\$ 0,00
Taxas diversas	R\$ 0,00
Serviços de terceiros	R\$ 0,00
Depreciação	R\$ 184,79
Contribuição do Microempreendedor Individual – MEI	R\$ 0,00
Outras taxas	R\$ 0,00
TOTAL	R\$ 10.634,79

Projeção dos Custos:

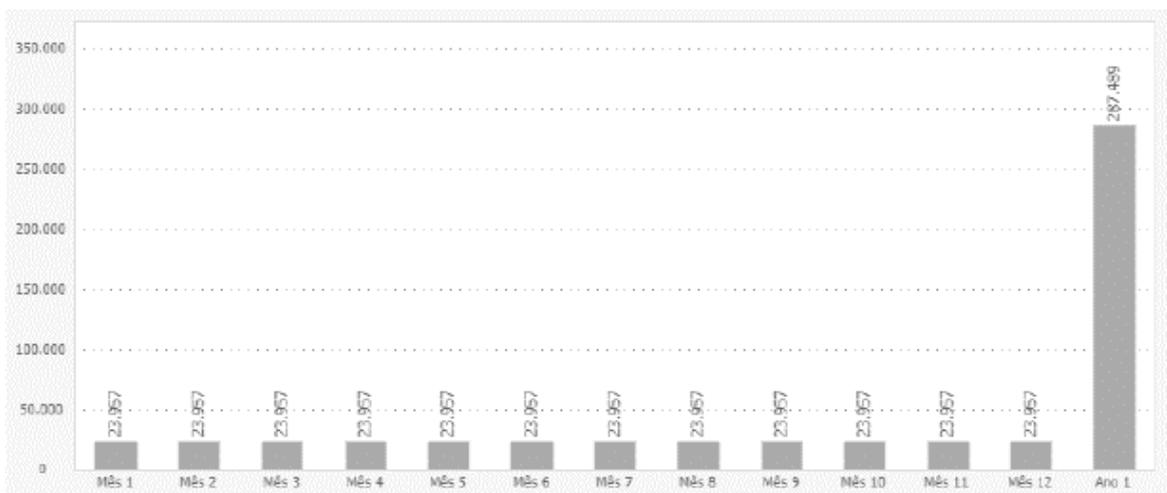
- (x) Sem expectativa de crescimento
- () Crescimento a uma taxa constante:
 - 0,00 % ao mês para os 12 primeiros meses
 - 0,00 % ao ano a partir do 2º ano
- () Entradas diferenciadas por período

Período	Faturamento Total
Mês 1	R\$ 10.634,79
Mês 2	R\$ 10.634,79
Mês 3	R\$ 10.634,79
Mês 4	R\$ 10.634,79
Mês 5	R\$ 10.634,79
Mês 6	R\$ 10.634,79
Mês 7	R\$ 10.634,79
Mês 8	R\$ 10.634,79
Mês 9	R\$ 10.634,79
Mês 10	R\$ 10.634,79
Mês 11	R\$ 10.634,79
Mês 12	R\$ 10.634,79
Ano 1	R\$ 127.617,48



5.13 – Demonstrativo de resultados

Descrição	Valor	Valor Anual	(%)
1. Receita Total com Vendas	R\$ 47.600,00	R\$ 571.200,00	100,00
2. Custos Variáveis Totais			
2.1 (-) Custos com materiais diretos e/ou CMV(*)	R\$ 6.343,80	R\$ 76.125,60	13,33
2.2 (-) Impostos sobre vendas	R\$ 1.904,00	R\$ 22.848,00	4,00
2.3 (-) Gastos com vendas	R\$ 4.760,00	R\$ 57.120,00	10,00
Total de custos Variáveis	R\$ 13.007,80	R\$ 156.093,60	27,33
3. Margem de Contribuição	R\$ 34.592,20	R\$ 415.106,40	72,67
4. (-) Custos Fixos Totais	R\$ 10.634,79	R\$ 127.617,48	22,34
5. Resultado Operacional:	R\$ 23.957,41	R\$ 287.488,92	50,33



Período	Faturamento Total
Mês 1	R\$ 23.957,41
Mês 2	R\$ 23.957,41
Mês 3	R\$ 23.957,41
Mês 4	R\$ 23.957,41
Mês 5	R\$ 23.957,41
Mês 6	R\$ 23.957,41
Mês 7	R\$ 23.957,41
Mês 8	R\$ 23.957,41
Mês 9	R\$ 23.957,41
Mês 10	R\$ 23.957,41
Mês 11	R\$ 23.957,41
Mês 12	R\$ 23.957,41
Ano 1	R\$ 287.488,92

5.14 – Indicadores de viabilidade

INDICADORES	ANO 1
Ponto de Equilíbrio	R\$ 175.605,83
Lucratividade	50,33 %
Rentabilidade	506,78 %
Prazo de retorno do investimento	3 meses

6. – CONSTRUÇÃO DE CENÁRIO

Receita (pessimista) 10,00 %	Receita (otimista) 20,00 %
-------------------------------------	-----------------------------------

6.1 – Ações preventivas e corretivas

Descrição	Cenário provável		Cenário pessimista		Cenário otimista	
	Valor	(%)	Valor	(%)	Valor	(%)

1. Receita total com vendas	R\$ 47.600,00	100,00	R\$ 42.840,00	100,00	R\$ 57.120,00	100,00
2. Custos variáveis totais						
2.1 (-) Custos com materiais diretos e ou CMV	R\$ 6.343,80	13,33	R\$ 5.709,42	13,33	R\$ 7.612,56	13,33
2.2 (-) Impostos sobre vendas	R\$ 1.904,00	4,00	R\$ 1.713,60	4,00	R\$ 2.284,80	4,00
2.3 (-) Gastos com vendas	R\$ 4.760,00	10,00	R\$ 4.284,00	10,00	R\$ 5.712,00	10,00
Total de Custos Variáveis	R\$ 13.007,80	27,33	R\$ 11.707,02	27,33	R\$ 15.609,36	27,33
3. Margem de contribuição	R\$ 34.592,20	72,67	R\$ 31.132,98	72,67	R\$ 41.510,64	72,67
4. (-) Custos fixos totais	R\$ 10.634,79	22,34	R\$ 10.634,79	24,82	R\$ 10.634,79	18,62
Resultado Operacional	R\$ 23.957,41	50,33	R\$ 20.498,19	47,85	R\$ 30.875,85	54,05

7. – AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

7.1 - Análise da matriz F.O.F.A

	<i>FATORES INTERNOS</i>	<i>FATORES EXTERNOS</i>
<i>PONTOS FORTES</i>	<u>FORÇAS</u> -Localização privilegiada; -Ambiente acolhedor; -Serviço diferenciado; -Boa relação de custo e benefício; -Publicidade de baixo custo (instagram, facebook).	<u>OPORTUNIDADES</u> -Crescimento constante do setor; -Eventos e cursos de especializações, que desenvolvem novas técnicas e trazem inovação para o negócio.
<i>PONTOS FRACOS</i>	<u>FRAQUEZAS</u> -Capacidade limitada; -Alta carga tributária.	<u>AMEAÇAS</u> -Concorrência já instalada e com boa fatia de mercado; -Inflação; -Taxa de desemprego.

Ações:

Levando em consideração que as forças são aspectos que a empresa desempenha com sucesso, as características citadas proporcionam para a empresa uma capacidade relevante do mercado. Tratando as fraquezas como um aspecto desfavorável para a empresa, isso pode acarretar em desvantagem no mercado em relação aos concorrentes. Entretanto, as oportunidades do negócio possibilitam informações atualizadas sobre o meio ao qual está inserida a organização, sendo consideradas um elemento-chave para a ascensão da empresa. Já as ameaças, advêm de fatores externos, atuais ou futuros que, se não eliminados ou evitados pela organização e que podem afetá-la negativamente.

Tendo em vista que, as forças devem ser potencializadas, as oportunidades aproveitadas, as fraquezas diminuídas e as ameaças contornadas, a empresa precisa de ações que garantam esses intuitos, como, está sempre à procura de novas ideias e inovação para melhoria do negócio, com relação ao ambiente, entre outros aspectos; manter uma política de boa relação com o cliente e se manter sempre atualizado nas novas tendências do mercado em questão.

8. – AVALIAÇÃO DO PLANO

8.1 – Análise do plano

O Plano de Negócio é feito com o intuito de organizar as ideias e orientar no melhor caminho, levantando informações mais precisas sobre o ramo escolhido, que nesse caso é ofertar serviços de beleza, bem como conquistar e saber identificar os possíveis clientes, fornecedores e reconhecer os pontos fortes e fracos do negócio, contribuindo, assim, para a identificação da possibilidade da ideia e na gestão da empresa.

Portanto, para a criação do Plano de Negócio em questão, foi necessário buscar a maior quantidade de informações possíveis com clientes, fornecedores e procura de inovação no ramo, através de pesquisas, escolhendo os produtos adequados e de qualidade, para proporcionar um serviço que satisfaça totalmente o cliente. Para as previsões financeiras, foram considerados os impostos e encargos, além de projetar um cenário conservador para as receitas. Com a análise dos dados obtidos, concluiu-se que o projeto é viável, com mercado para a ideia e com um retorno otimista.

Por fim, sendo esse um projeto com a intenção de ser a base de um futuro negócio, e sendo ele o comprovador de que a ideia é viável, temos então um ponto de partida para a implementação da ideia em questão.