

# **Empreender**

# **UNIESP**

**Estética & Cosmética**  
**Volume II**

Organizadoras:  
Ana Margareth Sarmento  
Ana Paula Hollanda  
Edna Cristina Borges

**ISBN: 978-65-5825-170-5**

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

**Ana Margareth Sarmento  
Ana Paula Hollanda  
Edna Cristina Borges  
(Organizadoras)**

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, Edna Cristina Borges. - Cabedelo, PB : Editora  
UNIESP, 2023.

74 p. ; il. : color. ; v.2.

Tipo de Suporte: E-book

ISBN: 978-65-5825-170-5

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

<b>ESPAÇO BEAUTY AMANDA LUCENA – LUCENA, Amanda Hellen Almeida de e NETO, João Peixoto</b>	<b>6</b>
<b>BA ESTHETIC CLINIC – AIRES, Bianca Nascimento e LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda</b>	<b>13</b>
<b>DC CENTRO ESTÉTICO – BARBOSA, Eduarda Rodrigues e PEREIRA, Maria Clara de Farias e NETO, João Peixoto</b>	<b>18</b>
<b>ESTÚDIO ERIKA CUNHA ESTÉTICA E DEPILAÇÃO – SILVA, Erika Patrícia da Cunha e LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda</b>	<b>25</b>
<b>ESPAÇO SONHOS ESTÉTICA E BELEZA – FERREIRA, Franciele Ataíde e LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda</b>	<b>32</b>
<b>GRACIELY.S ESTÉTICA – RAMOS, Graciely Silva e NETO, João Peixoto</b>	<b>39</b>
<b>CLÍNICA HD BEAUTY ESTÉTICA – OLIVEIRA, Helena Valéria Duarte de e ASSIS, Wesley Dantas</b>	<b>44</b>
<b>JCB BEAUTY – BARBOSA, Jamílle Caroline de Carvalho e LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda</b>	<b>51</b>
<b>SPA HARMONIZE – Juliany Cristine Vitor da Silva e DANTAS, Rafaela Barbosa</b>	<b>56</b>
<b>BEAUTY CLINIC – Kawane Stelman Macedo de Almeida e ASSIS, Wesley Dantas</b>	<b>61</b>
<b>LB ESTETICA E BELEZA – TITO, Letícia Beatriz dos Santos e LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda</b>	<b>66</b>

## **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.

Prof<sup>ª</sup> Ana Paula Ribeiro de Hollanda Leite

## **ESPAÇO BEAUTY AMANDA LUCENA**

LUCENA, Amanda Hellen Almeida de  
NETO, João Peixoto

### **SUMÁRIO EXECUTIVO**

A Espaço Beauty Amanda Lucena é uma empresa que surgiu com a ideia de oferecer serviços estéticos de qualidade e acessíveis. Atuará no ramo de estética corporal e facial oferecendo ao cliente todo tipo de cuidado pessoal.

A empresa está localizada no endereço Av. Eptácio Pessoa, nº 10 na cidade de João Pessoa. O local foi escolhido devido à localização acessível, centralizada e boa segurança.

A empresa é constituída pelos sócios Amanda Hellen Lucena, portadora do CPF 110.110.110- 01 e temos como cargo/função dentro da Empresa Amanda Lucena Estética e Saúde como esteticista 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.

Optei em criar algo que atendesse as necessidades de mulheres que busquem por melhorias estéticas faciais e corporais e temos um público alvo na maioria feminino.

São considerados nossos concorrentes o Espaço de ser e Vida e Saúde porque oferecem serviços semelhantes ao meu.

Nosso diferencial será os equipamentos modernos e teremos como nosso potencial oferecer produtos de qualidade e atenção para atender as necessidades de cada paciente. Buscaremos nos fornecedores, considerando os valores: produtos de qualidade, 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 tecnologia que auxilia chegar no objetivo de um corpo mais bonito. As pessoas estão cada vez mais interessadas em se cuidar.

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 as mulheres estão buscando procedimentos estéticos, passando a investir mais no bem estar e aumento da autoestima.

A vida agitada do dia a dia faz com que as mulheres optem por procedimentos estéticos em busca de bem estar. Os benefícios desses procedimentos podem ser usufruídos com garantia de sucesso.

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.

Sempre pesquisar 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 meu nome que tenho que zelar.

## **CLIENTE**

O cliente irá se atrair pela propaganda e pelos resultados que estão sendo apresentados. O atendimento, o protocolo, como apresento o serviço e pelo ambiente de atendimento.

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, melhorar qualidade de saúde e as vezes pela saúde psicológica.

O cliente quer se sentir mais próximo do profissional que irá atendê-lo, então é bom ter as redes sociais sempre atualizadas com as novidades dos serviços, apresentar a simpatia de quem vende aquele produto, conquista o cliente.

## **FORNECEDORES**

**EMPREENDEDOR UNIESP: ESTÉTICA & COSMÉTICA VOLUME II**  
 Ana Margareth Sarmento | Ana Paula Hollanda | Edna Cristina Borges  
 (Organizadoras)

Item	Fornecedor "A"	Fornecedor "B"	Fornecedor "C"
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	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 e manicure	—

### PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

#### DEFINIÇÃO DA MISSÃO

Minha empresa tem a missão de cuidar da saúde estética de mulheres que buscam atendimentos no meu espaço. Elas vão encontrar equipamentos modernos, serviços e produtos

de qualidade.

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

BELEZA É SER QUEM VOCÊ É!

## **DEFINIÇÃO DA VISÃO**

Em cinco anos quero ter uma filial do meu espaço na minha cidade e poder garantir a mesma qualidade e do meu serviço prestado.

## **DEFINIÇÃO DOS VALORES**

Minha empresa será lembrada pela qualidade em relação a todo serviço oferecido e pela história de superação. E que meu trabalho me traga sucesso profissional e financeiro.

## **CRONOGRAMA DE ATIVIDADES**

Primeiro vou planejar, calcular os gastos, ver a quantia que tenho para investir, qual será o local, se precisa de reforma, como vai ser o marketing e a divulgação.

Planejar a estratégia para adquirir clientes, como divulgação por parcerias, internet e panfletos.

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

Contratarei uma funcionária para recepção e limpeza 10 dias antes de inaugurarmos o espaço.

Minha sala será alugada.

A reforma vai ser pequena, apenas para ajustes dos espaços e investirei mais na decoração do espaço.

Será inaugurado no final de junho.

## **CRONOGRAMA DE ATIVIDADES**

ATIVIDADES/ MÊS	JAN	FEV	MAR	ABR	MAIO	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

### LOGO TIPO



### CONCEITO DA LOGOTIPO

Os tons de escolhidos, buscam passar um pouco da identidade da empresa, que possui uma abordagem mais delicada, pois minha intenção é passar calma e confiança.

### PLANO FINANCEIRO

### CAPITAL SOCIAL

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

#### INVESTIMENTO FINANCEIRO

<b>INVESTIMENTO FINANC. (PRODUTO/MATERIAL/SERVIÇO)</b>	<b>VALOR (R\$)</b>
PRODUTO	15.000,00
MATERIAL	6.000,00
SERVIÇO	8.000,00
<b>TOTAL</b>	29.000,00

#### INVESTIMENTO FIXO

<b>INVESTIMENTO FIXO</b>	<b>VALOR (R\$)</b>
LUZ	300,00
ALUGUEL	1.000,00
INTERNET	100,00
SALÁRIO	1.000,00
<b>TOTAL</b>	2.400,00

#### 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**

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.

## **BA ESTHETIC CLINIC**

AIRES, Bianca Nascimento  
LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda

### **SUMÁRIO EXECUTIVO**

A BA|Esthetic Clinic (Clínica estética Bianca Aires) é uma empresa que surgiu com a ideia de realçar e promover ainda mais a beleza dos clientes com procedimentos inovadores e eficazes.

Atuará no ramo de procedimentos estéticos faciais oferecendo ao cliente o conforto e a auto estima assim desejada.

A empresa estará localizada no endereço Rua Antônio Rabelo Júnior 170 (Eco Medical Center Cartaxo, João Pessoa).

O local foi escolhido devido a localização ter um público alvo grande.

A empresa é constituída pela dona Bianca Nascimento Aires, portador do CPF 113.248.154-69.

Iniciaremos com o capital de R \$30.000,00. Capital este que será necessário para o início das atividades, mas com foco de um investimento que visa que nossa empresa esteja constantemente em mudança e investindo em marketing, inovação e comodidade para o cliente.

Optamos em criar algo que atendesse a necessidade de todos, desde o conforto e confiança à beleza e temos um público alvo, todos que querem ter a autoestima elevada sem medo.

São considerados nossos concorrentes a Botoesthetic e a Facedoctor, porque trabalham com procedimentos com a mesma finalidade da nossa empresa.

Nosso diferencial será desde a entrada do cliente, de como ele será atendido, como se sentirá confortável no ambiente, à finalização do procedimento escolhido, garantindo a satisfação total do paciente e teremos como nosso potencial para oferecer ao mercado produtos de extrema qualidade, com tudo certificado e garantido para a saúde e bem-estar dos nossos clientes.

Buscaremos nos fornecedores, considerando os valores: produtos de qualidade e mecanização eficiente, condizente com nossos valores.

## **1 ANÁLISE DE MERCADO**

### 1.1 PÚBLICO-ALVO

O público alvo da BA|Esthetic Clinic (Clínica estética Bianca Aires) são todas as pessoas que desejam ter sua autoestima elevada através de procedimentos estéticos. Sendo eles analisados e pensados para cada rosto, individual e único.

### 1.2 FORNECEDOR

Item	Adcos	Bioage	Cosmobeauty
Localização	<a href="#">Av. Sen. Salgado Filho 2234, Natal, RN, 59064</a>	<a href="#">Rua Cel. Milton Freire 2827, Natal, RN, 59078-310</a>	<a href="#">Avenida Doutor Antônio Gomes de Barros 637, Maceió, Alagoas, 57036</a>
Forma de tiragem do pedido	(84) 3206-8918 aplicativo	(84) 3217-4301 aplicativo	(82) 3377-6669 aplicativo
Capacidade de Entrega	1 a 2 dias	1 a 2 dias	1 a 2 dias
Condições de Pagamento	Pix ou cartão (crédito ou débito)	Pix ou cartão (crédito ou débito)	Pix ou cartão (crédito ou débito)
Relacionamento	Diretamente com o representante ou superior	Diretamente com o representante ou superior	Diretamente com o representante ou superior

### 1.3 CONCORRENTE

Item	BotoEsthetic	Facedoctor	X
Qualidade dos produtos	Bom	Bom	X
Preço justo ou arbitrário	Maior	Maior	X
Condições de pagamento	Cartão ou pix	Cartão ou pix	X
Localização	Manaíra	Manaíra	X
Atendimento	Bom	Bom	X

Serviços oferecidos que são o diferencial	Preenchimento\botox\ fios	Preenchimento\botox\ fios	X
---	---------------------------	---------------------------	---

## 2 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

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

### 2.1 MISSÃO

A missão da BA|Esthetic Clinic (Clínica estética Bianca Aires) é levar a auto estima aos pacientes com conforto, confiança, profissionalismo e integridade. Um conjunto de experiências que fará o seu procedimento único.

### 2.2 VISÃO

Se tornar referência na região.

### 2.3 VALORES

Elaborados, pensados e facilitados para cada procedimento.

## 3 PLANO DE MARKETING

### 3.1 LOGOTIPO



### 3.2 CONCEITO DO LOGOTIPO

O logotipo foi inspirado no minimalismo fino e delicado, pensado nos tratamentos que irão ser harmônicos e suaves, únicos para cada paciente.

## 4 PLANO FINANCEIRO

### 4.1 CAPITAL FINANCEIRO INICIAL

SÓCIO PROPRIETÁRIO	CAPITAL (R\$)	PARTICIPAÇÃO (%)
BIANCA NASCIMENTO AIRES	30.000,00	100%
<b>TOTAL</b>	<b>30.000,00</b>	<b>100%</b>

### 4.2 INVESTIMENTO FINANCEIRO INICIAL

INVESTIMENTO FINANCEIRO (PRODUTO/MATERIAL/SERVIÇO)	VALOR (R\$)
Maca	1.800,00
Produtos cosméticos	2.000,00
Móveis planejados	2.000,00
Ambientação luz\climatização	2.500,00
Cadeira p\ mesa	500,00
Equipamentos estéticos	1.200,00
<b>TOTAL</b>	<b>10.000,00</b>

### 4.3 INVESTIMENTO FIXO

INVESTIMENTO FIXO	VALOR (R\$)
Luz	300,00

EMPREENDEDOR UNIESP: ESTÉTICA & COSMÉTICA VOLUME II  
Ana Margareth Sarmento | Ana Paula Hollanda | Edna Cristina Borges  
(Organizadoras)

Aluguel	1.000,00
Água	150,00
Internet	100,00
Salário inicial	2.000,00
<b>TOTAL</b>	3.550,00

#### 4.4 PREVISÃO FINANCEIRA

<b>PREVISÃO FINANCEIRA</b>	<b>VALOR (R\$)</b>
<b>CAPITAL INICIAL</b>	30.000,00
<b>INVESTIMENTO FINANCEIRO</b>	10.000,00
<b>INVESTIMENTO FIXO</b>	3.550,00
<b>CAPITAL DE GIRO</b> =	16.450

#### 5 CONCLUSÃO

A empresa estará apta para abrir, considerando que ela poderá sustentar durante 4 meses, pois o valor do capital de giro é aproximadamente 4 vezes maior que o investimento fixo.

## DC CENTRO ESTÉTICO

BARBOSA, Eduarda Rodrigues  
PEREIRA, Maria Clara de Farias  
NETO, João Peixoto

## SUMÁRIO EXECUTIVO

A DC Centro Estético é uma empresa que surgiu com a ideia de inovar no conceito criado de estética, mostrando e provando que o termo vai além de beleza, que é sobre saúde interior, sobre estar bem consigo mesmo.

Atuará no ramo de estética facial e corporal oferecendo ao cliente atendimento estratégico e personalizado de alta qualidade, pensando no indivíduo como um todo.

A empresa estará localizada no endereço Rua Marcos Barbosa, no centro da cidade de Mamanguape.

O local foi escolhido devido à localização, acessibilidade, ponto comercial, público alvo.

A empresa é constituída pelos sócios Eduarda Rodrigues Barbosa, portador do CPF 000.000.000-01 e Maria Clara de Farias Pereira, portador do CPF 000.000.000-05 e temos como cargo/função de cada sócio dentro da empresa Eduarda/ Administradora e Esteticista e Maria Clara/Administradora e Esteticista.

Iniciaremos com o capital de R\$ 50.000, 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 embelezamento, tratamentos de disfunções estéticas e temos um público alvo de homens e mulheres.

São considerados nossos concorrentes Studio Arielly Guedes, Ester Soares Estética Facial Avançada e Esteticista Danielly Aires porque atuam na área da estética na cidade de Mamanguape e numa cidade vizinha.

Nosso diferencial será a estética facial e corporal e teremos como nosso potencial para oferecer ao mercado tratamentos direcionados.

Buscaremos nos fornecedores, considerando os valores: qualidade, alta tecnologia e inovação, comprometimento.

## ANÁLISE DE MERCADO

O DC Centro Estético tem como objetivo atuar no mercado da estética nas áreas de estética facial e corporal, pensando tanto no embelezamento quanto na saúde como um todo do indivíduo. O mercado da estética vem crescendo consideravelmente, visto que procedimentos estéticos tem sido uma busca constante de grande parte da população e o potencial de mercado é alto, com base na análise regional, por (Mamanguape) ser uma cidade que atende as necessidades de várias cidades e municípios vizinhos e pela análise de concorrência baixa, certamente que com o potencial e seus diferenciais o DC irá se destacar.

O Mercado, apesar de grande procurar ainda não está bem atendido na questão tanto pela falta de profissionais qualificados, quanto a falta de estruturas de qualidade para atendimento dessa demanda. Com isso, os serviços prestados pelo DC Centro estético e tem grandes oportunidades de obter uma grande parcela do mercado.

Seu foco como público-alvo será homens e mulheres em busca de tratamento de disfunções estéticas e embelezamento corporal e facial. Com relação aos concorrentes eles oferecem bons serviços, porém mais focados em embelezamento apenas, como designs de sobrancelhas e maquiagem.

Os nossos principais aliados nessa jornada de tratamentos e resultados são nossos fornecedores: Bioge, Cosmobeauty e Tulípia.

### 1.1 PÚBLICO ALVO

Nosso público alvo são pessoas conectadas com o que há de mais moderno em relação aos tratamentos faciais e corporais, que buscam preço justo com a qualidade dos produtos mais indicados no mercado na área de estética. Para tanto, homens e mulheres podem contar com nosso aprimoramento constante para dar o melhor resultado sempre.

### 1.2 FORNECEDORES

Item	Bio Age	Cosmobeauty	Tulípia
Localização (Endereço)	Av. Julia Freire 1200, Ed Metropolitan Sala 104, primeiro andar.	Av. Aruana 1160 Alphavill e	

Forma de tiragem do pedido (telefone, email, aplicativo...)	Loja e atendimento online (whatsapp)	Aplicativo	Aplicativo
Capacidade de Entrega (tempo de entrega)	Rápida	Rápida	Rápida
Condições de Pagamento	Cartão, á vista e pix	Cartão, à vista e pix	Cartão, à vista e pix
Relacionamento (Setor de comunicação/contato/responsável)	Ótimo	Ótimo	Ótimo

### 1.3 CONCORRENTES

Item	Studio Arielly Guedes	Ester Soares Estética Facial Avançada	Esteticista Danielly Aires
Qualidade dos produtos	Bom	Bom	Bom
Preço justo ou arbitrário (maior ou menor que o seu)	Igual	Maior	Maior
Condições de pagamento	Pix e à vista	Pix e à vista	Pix e à vista
Localização	Mamanguape	Rio tinto	Rio tinto
Atendimento	Bom	Bom	Bom
Serviços oferecidos que são o diferencial	Maquiagem e procedimentos corporais	Procedimentos faciais	Procedimentos faciais e corporais

## **2. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO**

### **2.1 MISSÃO**

O DC Centro Estético tem como missão oferecer serviços de ótima qualidade, pensando no paciente de forma humanizada e personalizada, que contribuam para uma melhor alta estima e qualidade de vida através de resultados satisfatórios.

### **2.2 VISÃO**

Tornar-se referência nacional em tratamentos estéticos humanizados e de grandes resultados na área de estética facial e corporal.

### **2.3 VALORES**

- Incentivo a disciplina e a humildade
- Comprometimento e honestidade
- Foco nas necessidades dos pacientes
- Responsabilidade e inovação

## **3. PLANO DE MARKETING**

### **3.1 LOGOTIPO**



### 3.2 CONCEITO DO LOGOTIPO

O logotipo do DC Centro Estético foi definido na ideia de transmitir aos clientes tranquilidade, serenidade, por isso a escolha da cor azul turquesa juntamente com os raminhos de folhas, remete paz e tranquilidade, segundo pesquisas, essa tonalidade combate ao stress, eliminação do cansaço, renovação das energias, criatividade, entre outros. Já as iniciais foram escolhidas com base nos nomes das sócias e administradoras da empresa: D de Eduarda, comumente chamada de “DUDA” e C de Clara.

## 4. PLANO FINANCEIRO

### 4.1 CAPITAL SOCIAL

<b>SÓCIOS</b>	<b>CAPITAL (R\$)</b>	<b>PARTICIPAÇÃO (%)</b>
Eduarda	25.000	50%
Maria Clara	25.000	50%
<b>TOTAL</b>	<b>50.000</b>	<b>100%</b>

### 4.2 INVESTIMENTO FINANCEIRO

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

EMPREENDEDOR UNIESP: ESTÉTICA & COSMÉTICA VOLUME II  
 Ana Margareth Sarmento | Ana Paula Hollanda | Edna Cristina Borges  
 (Organizadoras)

Produto	1.800,00
Material	-
Serviço	-
Kit maca dobrável	1.500,00
Kit poltrona	450,00
Decorações	1.000,00
Ar-condicionado (instalação inclusa)	2.000,00
Pia e bancada para biossegurança	500,00
Móveis projetados (mesa escrivaninha, armários e estantes)	2.000,00
Compra e instalação de luzes	150,00
Equipamentos	2.000,00
Iluminação para fotos profissionais	250,00
<b>TOTAL</b>	<b>11.650,00</b>

#### 4.3 INVESTIMENTO FIXO

<b>INVESTIMENTO FIXO</b>	<b>VALOR (R\$)</b>
Aluguel	400,00
Internet	100,00
Energia	150,00
Água	100,00
Materiais descartáveis/limpeza	250,00
Salários	4.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>5.000,00</b>

#### 4.4 PREVISÃO FINANCEIRA INICIAL

<b>PREVISÃO FINANCEIRA</b>	<b>VALOR (R\$)</b>
<b>CAPITAL INICIAL</b>	50.000,00
<b>INVESTIMENTO FINANCEIRO</b>	11.650,00

<b>INVESTIMENTO FIXO</b>	5.000,00
<b>CAPITAL DE GIRO</b> =	33.350,00

## 5. CONCLUSÃO

Diante do exposto, concluímos que nossa empresa está apta a ser aberta e se manter por 6 meses, pois o valor do capital de giro é aproximadamente 6 vezes maior que o investimento fixo.

## **ESTÚDIO ERIKA CUNHA ESTÉTICA E DEPILAÇÃO**

SILVA, Erika Patrícia da Cunha  
LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda

### **SUMÁRIO EXECUTIVO**

O estúdio Erika Cunha Estética e Depilação é uma empresa que pretende ofertar conforto, cuidado, aconchego e bem-estar ao público através dos procedimentos estéticos. Com a finalidade de elevar a autoestima através dos procedimentos oferecidos na mesma.

O estúdio estará localizado no endereço Rua Gonçalves Dias, 87, em Formosa na cidade de Cabedelo, devido a concorrência ser inferior, e baixa qualidade dos procedimentos ofertados.

Constituída pela sócia gerente Erika Cunha, portadora do CPF 074.543.478-15 tendo como função/cargo sócia, esteta cosmetóloga.

O estúdio irá iniciar com o capital de R\$30.000,00 distribuídos entre os sócios da mesma forma com percentual de 100% para cada. O Capital inicial é necessário para dar início a empresa, mas com foco de sempre melhorar nossa empresa ampliando estratégias em marketing, vendas e inovando em equipamentos, tecnologia e comodidade para o cliente.

O estúdio terá como público alvo pessoas do sexo feminino e masculino. Oferecendo um ambiente agradável sempre atendendo a necessidade dos clientes com profissionalismo, personalidade, individualidade e excelência. Com um portfólio completo personalizado com produtos de grande aceitação no mercado da estética e beleza com melhor custo benefícios e preços dentro da realidade do segmento.

Existem dois concorrentes nas proximidades do estúdio, sendo eles, Espaço de beleza Gloria Garcia, Capelli Donna Salão de Beleza. A concorrência será bastante pequena nesse aspecto, pois nosso objetivo é de oferecer serviços a um custo benefício satisfatório e dessa forma fidelizar nossos clientes. Com um espaço físico confortável e aconchegante que funcionará de terça a sábado das 08:00 as 18:00.

Procuramos sempre entregar o melhor e com os produtos não seria diferente, devido a qualidade dos nossos serviços buscamos fornecedores com excelência como a Adcos, BioAge e Cosmobeaty; EPIs, aparelhos eletroterápicos e produtos de limpeza a Master limp produtos e serviços.

## 1. ANÁLISE DE MERCADO

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

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

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

O estúdio Erika Cunha Estética e Depilação com o tempo passaram a sofrer modificações e oferecer cada vez um leque de serviço maior para seus clientes, pois as pessoas estão muito mais preocupadas com a imagem e o segmento vem se modificando para atender a demanda de mulheres e homens que gostam de cuidar da aparência.

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

O estúdio Erika Cunha Estética e Depilação será de pequeno porte para o público feminino e masculino e de marca própria que oferecerá produtos e serviços em um segmento intermediário aos dos estúdios de estética e beleza das grandes franquias.

### 1.1 PÚBLICO-ALVO

A empresa Erika Cunha Estética e Depilação pretende alcançar tanto o público feminino quanto o masculino, englobando todo o público da adolescência a melhor idade. Observar-se que no geral o público está à procura de cuidados estéticos, seja corpo, cabelo, depilação entre outros. O público no geral buscar por melhor qualidade de vida em bem-estar físico, espiritual e também mental.

A capacidade inicial de pagamento do público é em média R\$1.000,00. Portanto são aptos a escolher procedimentos de alta qualidade e que entregam melhores resultados. Dependendo do objetivo do cliente tem protocolos que duram entre 4 e 6 meses em média.

## 1.2 FORNECEDORES

Item	Adcos	Cosmobeauty	BioAge
Localização (Endereço)	Rua Padre Carapuceiro, 777 – 6 – Boa Viagem, Recife – PE, CEP 51020-900	Av. Gov. Flávio Ribeiro Coutinho, 400, Empresarial Maria Elisa Falcone	Av. Sen. Salgado Filho, 2190 – Loja 06 – Lagoa Nova, Natal, CEP 59056-000
Forma de tiragem do pedido (telefone, email, aplicativo...)	Sedex (81)3031-3303	Retirada na loja (83)98212-8736	Sedex (84)3217-4301
Capacidade de Entrega (tempo de entrega)	Rápida	Rápida	Rápida
Condições de Pagamento	Dinheiro/Pix	Dinheiro/Pix	Dinheiro/Pix
Relacionamento (Setor de comunicação/contato/responsável)	Bom	Bom	Bom

## 1.3 CONCORRENTES

Item	Espaço Gloria Garcia	Capelli Donna Salão de Beleza
Qualidade dos produtos	Regular	Bom
Preço justo ou arbitrário (maior ou menor que o seu)	Maior	Maior
Condições de pagamento	Igual	Igual
Localização	Ruim	Bom

Atendimento	Bom	Bom
Serviços oferecidos que são o diferencial	Nenhum	Nnehum

## 2 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

### 2.2 MISSÃO

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

### 2.3 VISÃO

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

### 2.4 VALORES

- Criatividade.
- Comunicação efetiva
- Saber ouvir
- Automotivação
- Resiliência
- Saber se relacionar
- Trabalhar em equipe

## 3 PLANO DE MARKETING

### 3.2 LOGOTIPO



### 3.3 CONCEITO DO LOGOTIPO

A criação do logotipo foi voltada para os tons clássicos com total elegância sendo marcante ao primeiro contato além de sofisticação dos detalhes para transparecer seriedade e comprometimento com o público alvo.

## 4 CRONOGRAMA DE ATIVIDADES

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

## 5 PLANO FINANCEIRO

### 5.2 CAPITAL SOCIAL

<b>SÓCIOS</b>	<b>CAPITAL (R\$)</b>	<b>PARTICIPAÇÃO (%)</b>
<b>NOME</b>	<b>EM REAIS</b>	<b>EM PERCENTUAL</b>
Erika Cunha	30.000	100%
<b>TOTAL</b>	30.000	100%

### 5.3 INVESTIMENTO FINANCEIRO

<b>INVESTIMENTO (PRODUTO/MATERIAL/SERVIÇO)</b>	<b>FINANCEIRO</b>	<b>VALOR (R\$)</b>
Produto		2.000
Material		8.000
Serviço		1.000
<b>TOTAL</b>		11.000

### 5.4 INVESTIMENTO FIXO

<b>INVESTIMENTO FIXO</b>	<b>VALOR (R\$)</b>
Aluguel	1.000,00
Luz	200,00
Internet	100,00
Materiais descartáveis/limpeza	250,00
<b>TOTAL</b>	1.550,00

### 5.5 PREVISÃO FINANCEIRO

<b>PREVISÃO FINANCEIRA</b>	<b>VALOR (R\$)</b>
<b>CAPITAL INICIAL</b>	30.000,00
<b>INVESTIMENTO FINANCEIRO</b>	11.000,00
<b>INVESTIMENTO FIXO</b>	1.550,00
<b>CAPITAL DE GIRO =</b>	17.450,00

## 6 CONCLUSÃO

Mostrando a viabilidade do negocio com tudo o estúdio Erika Cunha Estética e Depilação desta forma se torna viável, pois o capital de giro está apto e maior que o investimento fixo. Diante disso o estúdio se torna apto a seguir como empresa pela sua sustentação de ante dos dados informados.

Mesmo em cenário de instabilidade devido a pandemia, pois as pessoas, em geral, estão cada vez mais vaidosas devido à importância que a sociedade vem dando a aparência das pessoas.

## ESPAÇO SONHOS ESTÉTICA E BELEZA

FERREIRA, Flanciele Ataide  
LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda

### SUMÁRIO EXECUTIVO

O presente trabalho tem como objetivo elaborar um plano de negócios para abertura de uma empresa. O espaço Sonhos Estética e Beleza será uma empresa que surgirá com a ideia de contribuir nas realizações dos sonhos de seus clientes.

Atuará no ramo de Estética e Beleza, oferecendo aos clientes embelezamento e bem-estar.

A empresa estará localizada no endereço, Rua Empresário Rodrigues Alves Bancários,33 bairro Bancários, na cidade de João Pessoa, Paraíba-PB.

O bairro escolhido é bem localizado, com ótima infraestrutura, perto de várias atividades essenciais, faculdade e bastante movimentação de pessoas.

A empresa é constituída por Flanciele Ataide Ferreira, portador do CPF 093.031.964-00. Será iniciada com o capital de R\$ 80.000,00 com percentual de 100 % para a mesma. Capital este que será necessário para o início das atividades, mas com foco de um investimento visando que a empresa deve estar constantemente em mudança e investindo em marketing, inovação e comodidade para o cliente.

São considerados concorrentes salões e espaços de beleza, porque oferece serviços semelhantes.

O diferencial será atendimento personalizado e pontualidade, ética profissional e diversidades de serviços e terá como potencial para oferecer ao mercado procedimentos satisfatório, de qualidade e respeito ao cliente. Buscarei nos fornecedores, considerando os valores, responsabilidade, honestidade e ética profissional, condizente com valores da minha empresa.

## 1 ANÁLISE DE MERCADO

### 1.1 PÚBLICO ALVO

O espaço Sonhos Estética e Beleza busca como clientes pessoas que procuram por

prestação de serviços com qualidade, bom atendimento e comprometimento. Que não visem apenas preço, mas valorizem o profissional e principalmente o serviço prestado. Procedimentos nos quais serão de extrema importância na vida desses clientes (noivas, gestantes, debutante, formandas, madrinhas e pessoas que buscam embelezamento e bem-estar).

## 1.2 FORNECEDORES

Tabela 01: Fornecedores da empresa Espaço Sonhos Estética e Beleza

Item	COSMOBEAUTY	DEPIL BELLA	BELLAMAX MAQUIAGENS
Localização (Endereço)	Av. Gov. Flávio Ribeiro Coutinho 400, Manaíra, Joao pessoa-Pb	Rua vereador Dinis 202 Moema, São Paulos	Av. Dom Pedro I 252, centro João pessoa-PB
Forma de tiragem do pedido (telefone, e-mail, aplicativo...)	WhatsApp	Telefone	Telefone
Capacidade de Entrega (tempo de entrega)	Motoboy e correios	Correios	Motoboy
Condições de Pagamento	Pix, dinheiro, cartão com acréscimo	Pix e dinheiro	Pix, dinheiro e cartão sem acréscimo.
Relacionamento (Setor de comunicação / contato / responsável)	Cris (gerente) (83)981472666	Lua (gerente) (11)22365888	Gilvânia (gerente) (83)35067013

Fonte: Elaborado pela autora (2022)

## 1.3 CONCORRENTE

Tabela 02: Concorrência da empresa Espaço Sonhos Estética e Beleza

Item	ESPAÇO NOIVAS	RESIDENCIA DAS NOIVAS	LUXOR NOIVAS
Qualidade dos produtos	Regular	Bom	Bom
Preço justo ou arbitrário (maior ou menor que o seu)	Preço menor	Preço maior	Preço semelhante
Condições de pagamento	Pix, dinheiro.	Pix, dinheiro e cartão.	Pix, dinheiro e cartão.
Atendimento	Regular	Ótimo	Bom
Serviços oferecidos que são o diferencial	Alugueis de vestidos de festa	Cabelereiro	Cabelereiro

Fonte: Elaborado pela autora (2022)

# 1. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

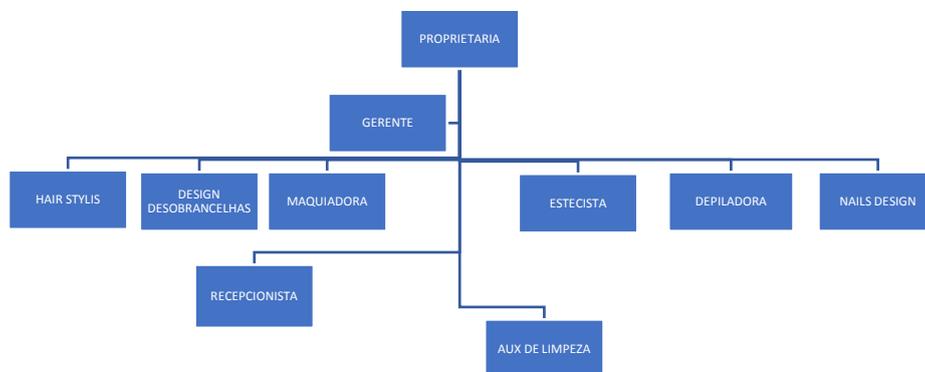
1.1 **MISSÃO:** tenho como missão levar aos clientes procedimentos de qualidade, bom atendimento, conforto em um ambiente agradável, onde eles possam sentir-se bem e confiante.

1.2 **VISÃO:** cumprindo todos objetivos, provavelmente o espaço sonhos ao longo dos próximos anos será uma empresa reconhecida em todo estado.

1.3 **VALORES:** entregar serviços de qualidade e pontualidade. Preocupasse com os clientes gerando confiança e construindo uma relação amigável empresa e cliente.

## ORGANOGRAMA

Figura01: Organograma da empresa Espaço Sonhos Estética e Beleza



Fonte: Elaborado pela autora (2022)

## CRONOGRAMA

Quadro 01: Cronograma da empresa Espaço Sonhos Estética e Beleza

ATIVIDADE/MÊS	JAN	FEV	MAR	ABR	MAIO	JUN
Criação do modelo de negócio	X					

Criação do plano de negócio	X					
Registro da marca				X		
Criação do plano estratégico	X					
Criação do plano de marketing		X				
Registro da empresa				X		
Contratação dos funcionários					X	
Reforma /ambientação						X
Inauguração						X

Fonte: Elaborado pela autora (2022)

## 2. PLANO DE MARKETING

### 3.1 LOGOTIPO

Figura 01: logotipo da empresa Espaço Sonhos Estética e Beleza



Fonte: Canva

### 3.2 CONCEITO DO LOGOTIPO

S é a letra que inicia e termina a palavra escolhida para o nome da empresa, que para mim a fundadora tem um grande significado pois abrir a empresa é realizar um sonho e ao atender meus futuros clientes estarei a contribuir na realização dos sonhos deles.

Frase: Os nossos sonhos se completam.

## DIVULGAÇÃO

DIVULGAÇÃO	CUSTO DE INVESTIMENTO	LOCAL	ESTRATEGIA	RESULTADO ESPERADO
INSTAGRAM	0,00	Espaço sonhos	Buscar clientes que utilizam as redes sociais	Excelente
PANFLETO	100,00	Bancários	Buscar clientes das ruas vizinhas (arredores)	Ótimo
BRINDES	150,00	Espaço sonhos	Agradar aos clientes e incentivá-lo a continuar os cuidados.	Excelente
TOTAL	100,00			

## 5. PLANO FINANCEIRO

### 5.1 CAPITAL SOCIAL

Tabela 03: Capital social da empresa Espaço Sonhos Estética e Beleza

INVESTIDOR	CAPITAL (R\$)	PARTICIPAÇÃO (%)
Flanciele Ataíde Ferreira	80.000,00	100%
<b>TOTAL=</b>	<b>80.000,00</b>	

Fonte: Elaborado pela autora (2022)

### 5.2. INVESTIMENTO FINANCEIRO

Tabela 04: Investimento financeiro da empresa Espaço Sonhos Estética e Beleza

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

(PRODUTO/MATERIAL/SERVIÇO)	
Mocho 1un	250,00
Maca 2un	1.700,00
Carrinho auxiliar 3un	480,00
Lupa 1un	450,00
Banquinho degrau 1un	100,00
Auto-frequecia 1 un	300,00
Autoclave 1 un	3.000,00
Bancadas com espelhos 4 un	3.800,00
Cadeiras 9un	3.950,00
Cama 1 un	900,00
Banheira hidro 1 un	2.500,00
Mesa 1un	300,00
Sofá espera 2un	1.000,00
Ring ligh 2un	1.300,00
Lavatório 2un.	1.300,00
Reformas serviços e outros	8.670,00
TOTAL= 30.000,00	

Fonte: Elaborado pela autora (2022)

### 5.3 INVESTIMENTO FIXO

Tabela 05: Investimento fixo da empresa Espaço Sonhos Estetica e Beleza

INVESTIMENTO FIXO	VALOR (R\$)
Aluguel	3.000,00
Luz	800,00
Agua	300,00
Tel/internet	250,00
Material de limpeza	100,00
Material escritório	150,00

Banco/cartão	600,00
Contador	700,00
Marketing	250,00
Reposição de produtos	300,00
Diversos	300,00
<b>TOTAL = 6.750,00</b>	

Fonte: Elaborado pela autora (2022)

#### 5.4 PREVISÃO FINANCEIRA INICIAL

Tabela 06: Previsão financeira inicial da empresa Espaço Sonhos Estética e Beleza

PREVISÃO FINANCEIRA INICIAL	VALOR (R\$)
Capital inicial	80.000,00
Investimento financeiro	30.000,00
Investimento fixo	6.750,00
Capital de giro =	43.250,00

Fonte: Elaborado pela autora (2022)

#### CONSIDERAÇÕES FINAIS

A empresa Espaço Sonhos Estética e Beleza está apta a abrir. Foi feito os cálculos no qual tem capital inicial no valor de 80.000,00. Será investido 30.000,00 reais em produtos, equipamentos, moveis e reforma, e tem investimento fixo de 6.750,00 mensal. Sendo assim seu capital de giro é de 43.250,00 sendo maior do que o esperado que seria de 3 a 6x o investimento fixo.

## **GRACIELY.S ESTÉTICA**

RAMOS, Graciely Silva  
NETO, João Peixoto

### **SUMÁRIO EXECUTIVO**

A Graciely.S Estética é uma empresa que surgiu com a ideia de promover resultados inovadores na área da estética, pensando no melhor para cada um dos clientes que iria garantir os procedimentos atuados na empresa.

Atuará no ramo de procedimentos estéticos na área de corporal, facial, oferecendo ao cliente cuidados e sempre trazendo os melhores resultados, ajudando na autoestima e bem estar de cada cliente.

A empresa estará localizada no endereço Av. Mar vermelho na cidade de Cabedelo PB.

O local foi escolhido devido a localidade ser um ponto que seria bem abordado para o público que iremos atender, e por ser uma localização boa dentro de cabedelo.

A empresa é constituída pelos sócios Graciely Silva Ramos, portador do CPF 079.317.564-32 (repete quantas vezes tiver a quantidade de sócios) e temos como cargo/função de cada sócio dentro da empresa (NOME/CARGO) Graciely Silva Ramos/Administradora/Esteticista.

Iniciaremos com o capital de R\$30.000,00, distribuídos entre os sócios 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 todos os públicos que gostem de se cuidar e se sentir cada dia mais lindos e temos um público alvo, as pessoas que amam os procedimentos estéticos como as mulheres.

São considerados nossos concorrentes Bem Star Estética, Eliza Nails, Clínica Jô Araújo, porque trabalham com os procedimentos de estética no bairro de Intermars na cidade de Cabedelo.

Nosso diferencial será um espaço físico aconchegante, vendo o melhor atendimento em ver o cliente ao todo e com os melhores preços e teremos como nosso potencial para oferecer ao mercado, usando os melhores produtos e oferecendo serviços de qualidade.

Buscaremos nos fornecedores, considerando os valores, qualidade de produtos, compartilhem nosso compromisso com a segurança e inovação, condizente com nossos valores.

## 1. ANÁLISE DE MERCADO

O nosso interesse ao público é estabelecer serviços estéticos, o interesse surgiu, por ver que a estética não é só procedimento, mas sim o cliente ao todo ver como eles saem felizes a cada sessão. O ramo da estética vem crescendo a cada dia vemos o quanto está sendo procurado atualmente pelo público, com isso as clínicas de estéticas têm um potencial de gerar rendas.

As clínicas têm uma boa estrutura, no bairro onde a Graciely.S Estética será instalada, vem sendo bem atendido. Sendo assim, as chances de faturamento com a clínica trazendo seus diferencial, como a pontualidade, cuidados com os clientes, sempre penso no melhor para oferecer, possivelmente 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 e cuidados.

Em relação às concorrentes, elas fornecem serviços estéticos e cabe à clínica procurar se manter atualizada e trabalhando para se destacar no mercado.

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

### 1.1 PÚBLICO-ALVO

O público alvo da nossa empresa são as mulheres, por serem as mais consumidoras na área de estética por estarem sempre buscando estar buscando o seu bem-estar, com os procedimentos corporais e fáceis.

### 1.2 FORNECEDORES

Item	BIOAGE	ADCOS	COSMOBEAUTY
Localização	Av Julia Freire 1200, Ed Metropolitan, Sala 104 1 Andar	Av República, 21, Jardim Marília/ SP 17.509-054	Av. Aruana 1160 Alphaville

Forma de tiragem do pedido	Atendimento online (WhatsApp)	Aplicativo	Aplicativo
Capacidade de entrega	Rápida	Rápida	Rápida
Condições de pagamento	PIX e Cartão	Cartão	Cartão
Relacionamento	Bom	Bom	Bom

### 1.3 CONCORRENTES

Item	BEM STAR ESTÉTICA	ELIZA NAILS	CLÍNICA JÔ ARAÚJO
Qualidade dos produtos	Bom	Médio	Bom
Preço justo ou arbitrário	Regular	Menor	Maior
Condições de pagamento	Igual	Igual	Igual
Localização	Bom	Bom	Bom
Atendimento	Regular	Bom	Bom
Serviços oferecidos que são os diferenciais		Faz unhas em gel	Reabilitação pós-cirurgia

## 2. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

### 2.1 MISSÃO

A missão da Graciely.S Estética é proporcionar os melhores serviços nos tratamentos estéticos com um olhar humanizado, e trazendo para as suas clientes os resultados que elas esperam.

### 2.2 VISÃO

Ser o destaque entre as melhores clínicas da região de Cabedelo, sendo referência para toda região de João Pessoa.

## 2.3 VALORES

- Oferecemos os melhores produtos e os melhores serviços
- Trabalhamos com discrição
- Trabalhamos com responsáveis sempre pensando no melhor para o paciente
- Entregando os melhores resultados
- Trabalhamos no melhores valores

## 3. PLANO DE MARKETING

### 3.1 LOGOMARCA



### 3.2 CONCEITO DA LOGOMARCA

A Logomarca foi pensada para transparecer beleza, delicadeza e trazer a feminilidade. Foi utilizado elementos românticos como as flores. A cor foi escolhida por transmitir a cor da estética, por ser mais feminino e trazer delicadeza.

## 4. PLANO FINANCEIRO

### 4.1 CAPITAL SOCIAL

SÓCIOS	CAPITAL (R\$)	PARTICIPAÇÃO (%)
Graciely Silva Ramos	30.000,00	100%
<b>TOTAL</b>	30.000,00	100%

#### 4.2 INVESTIMENTO FINANCEIRO

INVESTIMENTO FINANCEIRO (PRODUTO/ MATERIAL/ SERVIÇO)	VALOR (R\$)
Produto	1.900,00
Material	-
Kit Maca dobrável	2.000,00
Estante multiuso	360,00
Ar-condicionado	1.300,00
Mesa escrivaninha	400,00
Kit poltrona	475,00
Decorações	500,00
Equipamentos	2.000,00
Serviço	-
Divulgação em rede social (Instagram) 2 vezes por semana - 2 meses	200,00
Instalação de luzes	100,00
<b>TOTAL</b>	9.235,00

#### 4.3 INVESTIMENTO FIXO

INVESTIMENTO FIXO	VALOR (R\$)
Luz	170,00
Aluguel	500,00
Internet	100,00
Materiais descartáveis/ limpeza	200,00
Salário	1.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>1.970,00</b>

#### 4.4 PREVISÃO FINANCEIRA

PREVISÃO FINANCEIRA	VALOR
CAPITAL INICIAL	30.000,00
INVESTIMENTO FINANCEIRO	9.235,00
INVESTIMENTO FIXO	1.970,00
CAPITAL DE GIRO	18.795,00

### 5 CONCLUSÃO

A empresa estará apta a abrir considerando que ela poderá se sustentar durante 9 meses, pois o valor do capital de giro é aproximadamente 9 vezes maior que o investimento fixo. Portanto a empresa se encontra apta para ser aberta.

## CLÍNICA HD BEAUTY ESTÉTICA

OLIVEIRA, Helena Valéria Duarte de  
ASSIS, Wesley Dantas

### SUMÁRIO EXECUTIVO

A Clínica HD Beauty Estética é uma empresa que surgiu com a ideia de realçar a beleza natural proporcionando embelezamento estético, além disso, elevando a autoestima de cada cliente. A empresa atuará no ramo da estética oferecendo ao cliente, os melhores cuidados, e bem-estar. Tendo entre eles protocolos pensados para cada disfunção estética do paciente, como tratamentos, rejuvenescedores, antissépticos, relaxantes, entre outros. Atuando no Corporal como também no Facial.

A empresa estará localizada na Rua Tito Silva, 332 na cidade de João Pessoa – PB, no qual é um ponto de referência. O local foi escolhido devido a boa localização, de fácil acesso, como também bastante movimentada. A empresa é constituída pela Gerente e Sócia Helena Valéria Duarte de Oliveira, portador do CPF 018.623.804-48, tendo como cargo sócia, esteta cosmetóloga e gestora.

Iniciaremos com o capital de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais) distribuídos entre os sócios igualmente com percentual de 100 % para cada. Capital inicial importante para o início da empresa e funcionamento da Clínica, buscando sempre atualidade no mercado com as melhores estratégias de marketing e venda, para melhor atender cada cliente.

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. Tendo como foco principal atender as necessidades do público feminino, no qual está sempre ligado a atualidade da beleza, utilizando tecnologias avançadas para melhor atender-las. Além disso, atendendo também as necessidades do público masculino que está cada vez mais vaidoso.

Visto como concorrentes, salões na área da beleza e cuidados com o corpo, no qual se encontra próximo a Clínica, entre eles está o Salão de Beleza Corpo e Rosto, e o Salão Art Beleza no qual atuam diretamente na área da beleza, estética facial e corporal. Porém temos como diferencial, o funcionando de terça-feira a sábado, das 8:00 as 18:00 horas e suporte no WhatsApp fora do horário descrito acima. Além disso, terá tratamentos atuais, excelente atendimento, ambiente agradável qualidade em nossos produtos e alta tecnologia, buscando

sempre qualidade em nossos fornecedores, como BioAge, Cosmobeauty, Eccos e EPIs. A fim de levar o melhor para nossos clientes.

## 1 ANÁLISE DE MERCADO

Desde o ano de 1665, de acordo com o doutor inglês (Thomas Geamson) foi crescendo a busca pela beleza, e o público iniciou a procura por tratamentos estéticos e embelezamento fácil, desde então foi sendo inserida no mercado e vem crescendo até os tempos atuais. Contudo, boa parte da sociedade vem sendo influenciada pelas redes sociais e influenciadores, que passam a visão do padrão de beleza ideal. Com isso, o mercado da estética vem tomando espaço, não só pelo o que é imposto pela sociedade, mas também pela saúde e bem-estar. Diante de toda essa procura, fiz uma análise nos arredores da Clínica HD beauty estética e foi identificado que não incluem todos serviços dentro da estética e não associam aos equipamentos desenvolvidos atualmente.

Com isso tive ainda mais interesse em apresentar todos os tratamentos e recurso e que estética pode proporcionar, voltando aos serviços avançados e de bons resultados, sendo assim a clínica tem visão de alta visibilidade e faturamento mais elevado, superando todas expectativas, da empresa e principalmente do cliente.

### 1.1 PÚBLICO-ALVO

A empresa HD Beauty Estética tem como finalidade buscar a atenção do público feminino, e conseqüentemente o público masculino incluindo assim todos os públicos. De acordo com a diversidade atual na procura de tratamentos estéticos, tendo um público diversificado, a capacidade de investimento no tratamento com nosso público alvo é de R\$ 2.000,00 pois grande parte da busca por tratamento são mulheres onde a maioria investe o seu dinheiro no melhor da área da estética, e já tendo estabilidade financeira. Tratamentos esses feitos com máxima qualidade, e com a tecnologia HD.

### 1.2 FORNECEDOR

Item	BioAge	Cosmobeauty	Eccos
------	--------	-------------	-------

Localização (Endereço)	Rua Julia Freire,1200	Av. Governador Flavio Ribeiro Coutinho, 400	Rua Joaquim Pires Ferreira,377
Forma de tiragem do pedido (telefone, e-mail, aplicativo...)	Retirada na distribuidora	Retirada na Loja	Entrega
Capacidade de Entrega (tempo de entrega)	Rápida	Rápida	Rápida
Condições de Pagamento	Dinheiro	Dinheiro	Pix
Relacionamento (Setor de comunicação/contato/responsável)	Instagram	Instagram	Instagram

### 1.3 CONCORRENTE

Item	Salão de Beleza Corpo e Rosto	Salão Art Beleza
Qualidade dos produtos	Médio	Bom
Preço justo ou arbitrário (maior ou menor que o seu)	Maior	Menor
Condições de pagamento	Igual	Igual
Localização	Boa	Ruim
Atendimento	Bom	Bom
Serviços oferecidos que são o diferencial	Vapor	Nenhum

## 2 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

### 2.1 MISSÃO

A missão da HD Beauty Estética é tratar o cliente como um todo, proporcionar uma experiência única e satisfatória

## 2.2 VISÃO

Ser uma empresa respeitada e admirada por seus clientes pelos bons resultados, e recomendada como a melhor clínica de estética e beleza do estado.

## 2.3 VALORES

Compromisso com a satisfação do cliente, comprometimento, Qualidade, Ética, Atendimento excelente.

## 2.4 CRONOGRAMA DE ATIVIDADES

ATIVIDADES/ MÊS	JAN	FEV	MAR	ABR	MAIO	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						
Compra ou aluguel do Imóvel					X	
Reforma / ambientação					X	
Inauguração						X

## 3 PLANO DE MARKETING

### 3.1 LOGOTIPO



### 3.2 CONCEITO DA LOGOTIPO

A logotipo foi inspirado na sutileza e sofisticação, a fim de marcar o cliente desde o primeiro olhar e o contato com a marca. Tendo tons limpos e traços finos, no qual foram escolhidos para proporcionar um momento leve e agradável, levando o melhor ao cliente com a tecnologia HD, além disso trazendo os detalhes dos lírios.

## 4 PLANO FINANCEIRO

### 4.1 CAPITAL SOCIAL

<b>SÓCIOS</b>	<b>CAPITAL (R\$)</b>	<b>PARTICIPAÇÃO (%)</b>
<b>NOME</b>	<b>EM REAIS</b>	<b>EM PERCENTUAL</b>
Helena	R\$ 50.000	100%
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 50.000</b>	<b>100%</b>

### 4.2 INVESTIMENTOS FINANCEIRO INICIAL

<b>INVESTIMENTO FINANCEIRO (PRODUTO/MATERIAL/SERVIÇO)</b>	<b>VALOR (R\$)</b>
Ambientação	R\$ 3000
Climatização	R\$ 1750
Maca	R\$ 2000
Mojo	R\$ 500
Produtos	R\$ 2000
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 9250</b>

### 4.3 INVESTIMENTO FIXO

<b>INVESTIMENTO FIXO</b>	<b>VALOR (R\$)</b>
Aluguel	R\$ 1000
Água	R\$ 250
Luz	R\$ 300
Produtos de limpeza	R\$ 200

Materiais descartáveis	R\$ 200
Internet	R\$ 100
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 2050</b>

#### 4.4 PREVISÃO FINANCEIRA

<b>PREVISÃO FINANCEIRA</b>	<b>VALOR (R\$)</b>
<b>CAPITAL INICIAL</b>	R\$ 50.000
<b>INVESTIMENTO FINANCEIRO</b>	R\$ 9250
<b>INVESTIMENTO FIXO</b>	R\$ 2050
<b>CAPITAL DE GIRO</b> =	R\$ 13.700

#### 5 CONCLUSÃO

Portanto a empresa se tornará apta devido o valor do capital de giro ser superior ao valor do investimento fixo. Sendo assim, a empresa se mostra viável aos negócios tendo sua sustentação comprovada através desses dados.

## JCB BEAUTY

BARBOSA, Jamílle caroline de carvalho  
LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda

### SUMÁRIO EXECUTIVO

A JCB Beauty é uma empresa que surgiu com a ideia de facilitar a busca de procedimentos estéticos e beleza em um só lugar. Atuará no ramo de estética facial, corporal e salão de beleza oferecendo ao cliente tratamentos estéticos e beleza.

A empresa estará localizada no bairro de Manaíra na cidade de João Pessoa. O local foi escolhido devido ao fluxo de pessoas que transitam por essa área. A empresa é constituída pela socia Jamille Caroline de Carvalho Barbosa, portador do CPF 117.656.384-02 e temos como cargo/função de cada sócio dentro da empresa Jamille/ Esteticista e socia única. Iniciaremos com o capital de R\$500.000. 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 pessoas que precisam de tratamentos estéticos e temos um público alvo mulheres. São considerados nossos concorrentes as clínicas de estéticas porque oferecem tratamentos parecidos.

Nosso diferencial será que além de oferecer só procedimentos estéticos também trabalharemos com serviços de salão de beleza e teremos como nosso potencial para oferecer ao mercado tratamentos estéticos de alta qualidade. Buscaremos nos fornecedores, considerando os valores de qualidade, atenção e eficiência, condizente com nossos valores.

## 1 ANÁLISE DE MERCADO

O mercado que pretendo atuar sera no de beleza, tendo como potencial tratamentos e protocolos esteticos. Como nos dias atuais a busca por prodecimentos esteticos procurados por homens e mulheres vem aumentando a cada dia o mercado estara bem atendido.

### 1.1 PUBLICO-ALVO

O publico alvo da empresa se basea em mulheres e homens que estao a procura de tratamentos esteticos que lhe propocione autoestima e conforto.

### 1.2 FORNECEDORES

Item	Dermage	Bioage	Adcos
Localização	Rio de Janeiro	São Paulo	Espirito Santo
Forma de tiragem do pedido (telefone, e-mail, aplicativo...)	Site	Site	Site
Capacidade de Entrega (tempo de entrega)	15 a 20 dias	15 a 20 dias	20 a 30 dias
Condições de Pagamento	Cartão/dinheiro	Cartão/dinheiro	Cartão/dinheiro
Relacionamento (Setor de comunicação /contato/responsável)	Site	site	Site

### 1.3 CONCORRENTES

Item	Estética Vip	Clínica de estética face	Lumina estética
Qualidade dos produtos	igual o meu	Menor que o meu	Maior que o meu
Preço justo ou arbitrário (maior ou menor que o seu)	Maior que o meu	Maior que o meu	Maior que o meu
Condições de pagamento	Dinheiro/cartão	Dinheiro/cartão	Dinheiro/cartão
Localização	João Pessoa	João Pessoa	João Pessoa
Atendimento	Menor que o meu	Menor que o meu	Menor que o meu
Serviços oferecidos que são o diferencial	Serviços de salão	Serviços de salão	Serviços de salão

## 2. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

### 2.1 MISSÃO

A empresa foi criada com a intensão de devolver a autoestima e trazer praticidades de todos os serviços em um só lugar para os seus clientes.

### 2.2 VISÃO

O objetivo traçado é que dentro de 5 anos essa empresa se torne a maior do nordeste.

### 2.3 VALOR

A JCB BEAUTY pretende ser reconhecida no mercado através dos seus atendimentos e técnicas inovadoras e de qualidade.

### 2.4 CRONOGRAMA DE ATIVIDADES

ATIVIDADES/ MÊS	JAN	FEV	MAR	ABR	MAIO	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	

## 3. PLANO DE MARKETING

### 3.1 LOGOTIPO



### 3.2 CONCEITO DO LOGOTIPO

A logotipo foi criada para trazer a sensação de beleza simples e clara mais perfeita.

## 4. PLANO FINANCEIRO

### 4.1 CAPITAL SOCIAL

SÓCIOS	CAPITAL (R\$)	PARTICIPAÇÃO (%)
Jamille	500.000	100%
<b>TOTAL</b>	500.000	

### 4.2 INVESTIMENTO FINANCEIRO INICIAL

INVESTIMENTO FINANCEIRO (PRODUTO/MATERIAL/SERVIÇO)	VALOR (R\$)
Arquiteto	1.800
Moveis	5.000
equipamentos	35.000
<b>TOTAL</b>	41.800

#### 4.3 INVESTIMENTO FIXO

<b>INVESTIMENTO FIXO</b>	<b>VALOR (R\$)</b>
Aluguel	1.000
Água	80,00
Energia	500,00
Internet	80,00
<b>TOTAL</b>	<b>1.660</b>

#### 4.4 PREVISÃO FINANCEIRA INICIAL

<b>PREVISÃO FINANCEIRA</b>	<b>VALOR (R\$)</b>
<b>CAPITAL INICIAL</b>	500.000
<b>INVESTIMENTO FINANCEIRO</b>	41.000
<b>INVESTIMENTO FIXO</b>	1.660
<b>CAPITAL DE GIRO</b> =	457.340

#### CONSIDERAÇÕES FINAIS

Depois de todas as demonstrações através de tabelas, foi comprovado a viabilidade de abrir a JCB BEAUTY como empresa. Sendo assim tendo o suporte dos cálculos do capital de giro.

## **SPA HARMONIZE**

SILVA, Juliany Cristine Vitor da  
DANTAS, Rafaela Barbosa

### **SUMÁRIO EXECUTIVO**

O Spa Harmonize é a empresa que surgiu com o intuito de proporcionar uma qualidade de vida e saúde com os procedimentos estéticos, onde se tem uma atuação na área de estética e cosmetologia para trazer cuidados com as disfunções corporais e faciais que se acometem com o passar do tempo nos pacientes. A empresa fica localizada no endereço Av Edson Ramalho, 707, Manaíra, na cidade de João Pessoa- PB. Na localidade escolhida existem alguns concorrentes e a empresa se constitui com apenas uma associação representada por Juliany Cristine Victor Silva portador do CPF 107.429.334-74 tendo como Juliany Cristine Victor Silva /cosmetóloga esteta/Administradora Iniciando com o capital de R \$40.000,00 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. Optamos em criar algo que atendesse a necessidade de atendimento estético e cosmetológico individualizado tendo o público de homens e mulheres. São considerados nossos concorrentes Ângela Macêdo de Moraes, farmacêutica estética; Giovana Meneses de Lucena, Enfermeira esteta; e Suzane Roque de Oliveira, esteticista e depiladora. Essas concorrentes trabalham na área da estética, na cidade de João Pessoa nos bairros circunvizinhos.

Nosso diferencial será um espaço físico, com atendimento diário de terça a sábado, onde teremos como nosso potencial para oferecer ao mercado os tratamentos mais recentes da área da estética que possam trazer bem-estar e qualidade de vida que se agregue a satisfação do seu corpo de forma saudável. Nossos fornecedores cosmetológicos serão: Cosmobeaty, PHD Brasil, Tulípia e Adcos, considerando condizente com nossos valores e representação de empresa.

## **1 ANÁLISE DE MERCADO**

Devido ao grande interesse do público nos serviços estéticos, surgiu o meu interesse de ter uma empresa que voltasse a estes serviços para trazer inovações e qualidade na área. Mesmo sabendo que este meio de cuidados vem sendo procurado cada vez mais no decorrer dos anos, se tornando um grande caminho para desenvolver projetos de realizações para o público, gerando grande potencial de renda. As clínicas e centros estéticos circunvizinhos tem uma boa localização e estrutura, porém não agregam todos os serviços nem o uso de equipamentos de uma geração atual, porém onde o SPA HARMONIZE está situado, é um bairro 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 da clínica é alta e tem grande destaque. Os meus principais fornecedores são as empresas de dermocosméticos, os materiais descartáveis e de higienização e equipamentos de proteção individual e material de limpeza e sobretudo de manutenção do local, mantendo o ambiente sempre integro e de total qualidade.

### 1.1 PÚBLICO-ALVO

O público alvo que a empresa pretende alcançar são para homens e mulheres, mas visando a maior quantidade de busca pelos serviços de 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.

### 1.2 FORNECEDORES

Item	Cosmobeauty	Adcos	Tulípia
Localização	Av. Gov Flávio Ribeiro Coutinho 400 Empresarial Maria Elisa Falcone Loja 102 Terreo - Manaíra, João Pessoa - PB, 58037-000	Av. Júlia Freire, 1200 - Loja 06 - Expedicionários, João Pessoa - PB, 58041-000	Av.Pres. Eptácio Pessoa, 1251 - Estados, João Pessoa - PB, 58308-260

Forma de Triagem do pedido	Loja Física	Loja física	Loja física, fornecedor
Capacidade de entrega	Rápida	rápida	média
Condições de pagamento	Pix, cartões, transferência, dinheiro	Cartões e Pix, dinheiro	Cartões, pix, dinheiro
Relacionamento	comercial	vendas	vendas

### 1.3 CONCORRENTES

Item	Ângela Macêdo de Moraes	Giovana Meneses de Lucena	Suzane Roque de Oliveira
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
Serviços oferecidos que são os diferenciais	Prescrições Formulações de Fármacos	--	Depilação na Cera

## 2. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

### 2.1 MISSÃO

O Spa Harmonize dispõe da humanização para cada cliente trazendo resultados e pautando a saúde de cada indivíduo para que suas disfunções não se tornem generalizadas e possam ter um cuidado prévio como planejamento de vida.

### 2.2 VISÃO

Ser uma clínica que vise a qualidade de serviços e ser solícito a todos os atendimentos, deixando o meu cliente está ciente e seguro de todos os protocolos que será feito de forma mais íntegra e visível o possível.

### 2.3 VALORES

- Oferecemos um cuidado geral na saúde do cliente;
- Garantimos a visibilidade e transparência em cada protocolo;
- Trazemos resultados com acompanhamento mediante a exames como prevenção;
- Integramos equipamentos de última geração e qualificação curricular anual;
- Buscamos um formato prático, dinâmico com atenção e satisfatório para cada cliente.

### 3. PLANO DE MARKETING

#### 3.1 LOGOMARCA



### PLANO FINANCEIRO

#### CAPITAL SOCIAL

SÓCIOS	CAPITAL (R\$)	PARTICIPAÇÃO (%)
JULIANY VICTOR	40.000,00	100%
<b>TOTAL</b>	<b>40.000,00</b>	<b>100%</b>

#### INVESTIMENTO FINANCEIRO

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

MOVEIS E UTENSILIOS RECEPÇÃO	5.000,00
MAQUINAS E EQUIPAMENTOS CORPORAIS	10.000,00
MAQUINAS E EQUIPAMENTOS FACIAS	7.000,00
PRODUTOS CORPORAIS	2.500,00
PRODUTOS FACIAIS	2.500,00
<b>TOTAL</b>	<b>27.000,00</b>

### INVESTIMENTO FIXO

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

### PREVISÃO FINANCEIRA INICIAL

PREVISÃO FINANCEIRA	VALOR (R\$)
<b>CAPITAL INICIAL</b>	40.000,00
<b>INVESTIMENTO FINANCEIRO</b>	27.000,00
<b>INVESTIMENTO FIXO</b>	3.000,00
<b>CAPITAL DE GIRO</b> =	10.000,00

### CONSIDERAÇÕES FINAIS

A empresa preza todo e qualquer responsabilidade para seguir seu fluxo e ter sustentabilidade durante 3 meses, sendo o valor do capital de giro aproximadamente 3 vezes maior do que o investimento fixo, formando uma empresa que está apta a seguir seu desenvolvimento.

## BEAUTY CLINIC

ALMEIDA, Kawane Stelman Macedo de  
ASSIS, Wesley Dantas

### SUMÁRIO EXECUTIVO

A Beauty Clinic 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 Av. Sérvulo Rodrigues Trindade, 00 na cidade de Ibatiba, ES O local foi escolhido devido à falta de concorrência.

A empresa é constituída pelos sócios Kawane Stelman Macedo de Almeida, portador do CPF 135.77.89.57-21 e temos como cargo/função de cada sócio dentro da empresa (NOME/CARGO) Kawane Stelman Macedo de Almeida/Esteticista/ Administradora

Iniciaremos com o capital de R \$30000,00 distribuídos entre os sócios 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 Angélica Rodrigues Estética, Rosy Lara Estética e Dra. Mayara Ribeiro porque trabalham na área da estética, na cidade de Ibatiba.

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 Vida e Saúde, Lakma, 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 Beauty Clinic 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 15 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	VIDA E SAÚDE	LAKMA	COSMOBEAUTY
Localização	Rua Dom Joao Batista, 95, LOJA: 01, Vila Betanea, em Venda Nova do Imigrante-ES	Av. Luiz Saldanha Rodrigues, 1900 - Nova Ourinhos, Ourinhos - SP, 19907-510	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	Angélica R. Estética	Rosy Lara Estética	Dra. Mayara Ribeiro
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 diferenciais	-	-	Injetáveis

## 2. PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

### 2.1 MISSÃO

A missão da Beauty Clinic é servir os melhores tratamentos estéticos com um olhar humanizado, com o intuito de proporcionar os resultados desejados.

### 2.2 VISÃO

Ser a melhor clínica de estética da região do Caparaó, sendo referência para toda região sul do Espírito Santo.

### 2.3 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 LOGOMARCA



### 3.2 CONCEITO DA LOGOMARCA

A Logomarca foi pensada para transparecer feminilidade e beleza. Foi utilizado elementos românticos como a borboleta e a fonte do nome da Clínica.

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 (%)
Kawane	15.000	100%
<b>TOTAL</b>	15.000	100%

### 4.2 INVESTIMENTO FINANCEIRO

INVESTIMENTO FINANCEIRO (PRODUTO/ MATERIAL/ SERVIÇO)	VALOR (R\$)
Produto	1.200
Material	8.000
Serviço	500,00
<b>TOTAL</b>	9700

#### 4.3 INVESTIMENTO FIXO

INVESTIMENTO FIXO	VALOR (R\$)
Luz	150,00
Aluguel	400,00
Internet	50,00
Materiais descartáveis/ limpeza	280,00
<b>TOTAL</b>	<b>880,00</b>

#### 4.4 PREVISÃO FINANCEIRA

PREVISÃO FINANCEIRA	VALOR
CAPITAL INICIAL	15.000
INVESTIMENTO FINANCEIRO	9.700
INVESTIMENTO FIXO	880
CAPITAL DE GIRO	4.420

### 5. CONCLUSÃO

A empresa estará apta a abrir considerando que ela poderá se sustentar durante 5 meses, pois o valor do capital de giro é aproximadamente 5 vezes maior que o investimento fixo. Portanto a empresa se encontra apta para ser aberta.

## **LB ESTETICA E BELEZA**

TITO, Letícia Beatriz dos Santos  
LEITE, Ana Paula Ribeiro de Hollanda

### **SUMÁRIO EXECUTIVO**

A LB ESTETICA E BELEZA é uma empresa que surgiu com a ideia de promover bem-estar e satisfação conosco, através da valorização pessoal.

Atuará no ramo de beleza oferecendo ao cliente a melhora na auto-estima.

A empresa estará localizada no endereço Av. Presidente Afonso Pena, 1011 na cidade de João Pessoa-PB.

O local foi escolhido devido a boa localidade e grande busca nessa área.

A empresa é constituída pela sócia Letícia Beatriz dos Santos Tito, portadora do CPF 834.553.992-07 e temos como cargo/função de cada sócio dentro da empresa, LETICIA BEATRIZ/ESTETICISTA.

Iniciaremos com o capital de R\$10.000,00, distribuídos entre os sócios 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 tratar as disfunções e temos um público alvo mulheres de todas as idades.

São consideradas nossas concorrentes Clínicas de Estética porque exercem a mesma função que minha empresa, Dermatologistas que se especializam em procedimentos estéticos, ou até mesmo dentistas e fisioterapêuticas que cada vez mais se inserem nesse mundo da beleza.

Nosso diferencial será atendimento e tratamentos inovadores, e teremos como nosso potencial para oferecer ao mercado resultados rápidos e eficazes.

Buscaremos nos fornecedores, considerando os valores: quintos, seiscentos, setecentos, condizente com nossos valores.

## **1 ANÁLISE DE MERCADO**

### **1.1 PÚBLICO-ALVO**

Minha empresa tem como objetivo alcançar e atingir mulher, independente de idade, para que possam cuidar da sua saúde e beleza.

### 1.2 FORNECEDOR

Item	Fornecedor "Cosmobeauty"	Fornecedor "Adcos"	Fornecedor "Bioage"
Localização (Endereço)	Av. Gov. Flávio Ribeiro Coutinho, 400. Manaíra, João Pessoa - PB	Av. Júlia Freire, 1200. Expedicionário – João Pessoa - PB	Online
Forma de tiragem do pedido (telefone, email, aplicativo...)	Presencial ou telefone	Presencial ou telefone	Site ou email
Capacidade de Entrega (tempo de entrega)	60min	60min	10dias
Condições de Pagamento	Dinheiro ou Cartão de crédito	Dinheiro ou Cartão de crédito	Cartão de crédito ou Boleto
Relacionamento (Setor de comunicação/contato/responsável)	Contato: (83) 98212-8736	Contato: (83) 3225-3440	<a href="https://www.bioage.com.br/">https://www.bioage.com.br/</a>

### 1.3 CONCORRENTE

Item	Concorrente "Clínicas"	Concorrente "Dermatologistas"	Concorrente "Fisioterapeutas"
Qualidade dos produtos	Semelhantes aos meus	Inferior aos meus	Inferior aos meus
Preço justo ou arbitrário (maior ou menor que o seu)	Preço justo – semelhante ao meu	Preço arbitrário – maior que o meu	Preço arbitrário – maior que o meu
Condições de pagamento	Pagamento à vista e parcelado – Dinheiro ou cartão	Pagamento por consulta – Dinheiro ou cartão	Pagamento por sessão – Dinheiro ou cartão
Localização	Próxima a mim	Bairros diferentes	Mesmo bairro
Atendimento	Clínica	Consultório	Domiciliar
Serviços oferecidos que são o diferencial	Técnica e divulgação	Procura arcaica	Grande busca por tratamento de lesões

## 2 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

## 2.1 MISSÃO

As pessoas, principalmente as mulheres, querem se tornar cada vez mais jovens e adquirir o status que elas julgam perfeito, devido a isso meu trabalho é ajudar essas mulheres a alcançarem e realizarem seus objetivos.

## 2.2 VISÃO

Eu, justamente com minha empresa, visei alcançar e conquistar o meio estético de forma em que possamos contribuir para evolução dos procedimentos e conhecimentos.

## 2.3 VALORES

Quero ser vista, perante a sociedade, como uma profissional de respeito e presença. Sendo dessa forma respeitadora, compreensiva, esforçada, cuidadosa, cautelosa e atenta as tendências que surgem ao longo dos tempos.

## 2. CRONOGRAMA

ATIVIDADE/MÊS	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro
Criação do Modelo de negócio	X				
Criação do plano De negócio	X				
Registro da marca		X			
Criação do Planejamento estratégico	X				
Criação do plano de marketing	X	X			
Registro da empresa			X		
Contratação de funcionários	-	-	-	-	-
Reforma/ambientação			X	X	
Inauguração					X

## 4 PLANO DE MARKETING

### 4.1 LOGOTIPO



#### 4.2 CONCEITO DO LOGOTIPO

Foi escolhida a cor rosa por remeter um sentido de delicadeza e beleza. Detalhes dourados para representar a elegância, atualidade e qualidade da minha empresa. O uso da fonte foi escolhido por trazerem um ar minimalista, de valorização e sutil. A arte possui características de aproximação, tendo como conceito e geração de proximidade entre profissional e cliente.

### 5 PLANO FINANCEIRO

#### 5.1 CAPITAL FINANCEIRO INICIAL

<b>SÓCIOS</b>	<b>CAPITAL(R\$)</b>	<b>PARTICIPAÇÃO (%)</b>
<b>NOME</b>	<b>EM REAIS</b>	<b>EM PERCENTUAL</b>
Letícia Beatriz	10.000,00	100%
<b>TOTAL</b>	10.000,00	100%

#### 5.2 INVESTIMENTO FINANCEIRO INICIAL

<b>INVESTIMENTO FINANCEIRO(PRODUTO/MATERIAL/SERVIÇO)</b>	<b>VALOR(R\$)</b>
Materiais pessoais/descartáveis	350,00
Material de escritório	150,00
Equipamento/ produtos para atendimento	3.000,00
<b>TOTAL</b>	3.500,00

### 5.3 INVESTIMENTO FIXO

<b>INVESTIMENTO FIXO</b>	<b>VALOR(R\$)</b>
Aluguel	500,00
Água	120,00
Energia	180,00
<b>TOTAL</b>	<b>800,00</b>

### 5.4 PREVISÃO FINANCEIRA

<b>PREVISÃO FINANCEIRA</b>	<b>VALOR(R\$)</b>
<b>CAPITAL INICIAL</b>	10.000,00
<b>INVESTIMENTO FINANCEIRO</b>	3.500,00
<b>INVESTIMENTO FIXO</b>	800,00
<b>CAPITAL DE GIRO</b>	5.700,00

## 6 CONCLUSÃO

A empresa LB Estética e Beleza possui características comprovadas de que sua abertura irá gerar resultados satisfatórios no empreendedorismo e assim conseguir perdurar e permanecer em atividade. O valor do capital de giro é 6x maior do que o investimento fixo, sendo assim essa empresa se torna viável e apta a ingressar no mercado de trabalho.

## 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. A teoria brasileira de administração se rende ao empreendedorismo. Revista Tópicos Educacionais, vol. 26, núm. 2, pp. 105-121, 2020. Centro de Educação – CE – Universidade Federal de Pernambuco – UFPE

\_\_\_\_\_. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilidade de novas. 2.ed. rev. e atualizada. São Paulo: Saraiva 2018.

DOLABELA, Fernando. 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.

\_\_\_\_\_. Oficina do empreendedor: a metodologia de ensino que ajuda a transformar conhecimento em riqueza. 6ªed. 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: Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade.

KOTLER, P. (2016). Princípios de Marketing (15a. ed.). São Paulo: Person do Brasil.

