



Congresso Internacional de Administração  
ADM 2021

Administração Ágil  
Inovação e Trabalho Remoto

25 a 27  
de outubro

Ponta Grossa - Paraná - Brasil

## UM PLANO DE NEGÓCIOS PARA O DESENVOLVIMENTO DE UM NOVO EMPREENDIMENTO: O CASO DO STUDIO E ESPAÇO DE BELEZA SELF ESTEEM

### A BUSINESS PLAN FOR THE DEVELOPMENT OF A NEW ENTERPRISE: THE CASE OF THE SELF ESTEEM STUDIO AND BEAUTY SPACE

#### ÁREA TEMÁTICA: INOVAÇÃO, TECNOLOGIA E EMPREENDEDORISMO

Guilherme Fernando Ribeiro, Faculdade de Tecnologia de Sinop (FASTECH), Brasil,  
[ribeiro.guilherme91@gmail.com](mailto:ribeiro.guilherme91@gmail.com)

Marya Ryta Alexandre da Costa Alves, Faculdade de Tecnologia de Sinop (FASTECH), Brasil,  
[maryarytacosta@outlook.com](mailto:maryarytacosta@outlook.com)

Rafaela Tais Zanardo, Faculdade de Tecnologia de Sinop (FASTECH), Brasil,  
[rafaelatanardo@gmail.com](mailto:rafaelatanardo@gmail.com)

Aline dos Santos Soares Heinz, Faculdade de Tecnologia de Sinop (FASTECH), Brasil,  
[alineheinz\\_biomedica@hotmail.com](mailto:alineheinz_biomedica@hotmail.com)

Jéssica Cristina Piveta, Faculdade de Tecnologia de Sinop (FASTECH), Brasil,  
[jessicapiveta15@gmail.com](mailto:jessicapiveta15@gmail.com)

#### Resumo

O segmento de saúde, beleza e bem-estar é um mercado onde é necessário ter a visão de empreendedor e atitudes de um líder. Pensando na alta demanda, e por ser um mercado expressivo com público em plena expansão e cada vez mais exigente, esse negócio busca meios de solução para que possa ser possíveis as estratégias e a dominação em diversas situações. Pensando também na necessidade do público e inovação, os oito passos de um plano de negócios com a cronologia a ser seguida visa ideias, clientes e segmentação para o empreendimento. O Studio e Espaço de Beleza Self Esteem apresenta todas as análises de cliente e público mistificado, abrangendo a população interessada no segmento de beleza e pensando na cativação desses, além de protocolos completos de procedimentos com a estratégia de almejar um público maior. Este trabalho deve como objetivo aplicar os passos apresentados para o desenvolvimento de um plano de negócios. A metodologia do plano de negócios foi baseada no manual do SEBRAE. A análise de mercado foi realizada através de um questionário com perguntas, onde obteve 107 respostas de pessoas interessadas no tema de autoestima. Foi possível concluir através do plano de negócios que o empreendimento é eficaz e viável.

**Palavras-chave:** Plano de negócios; Empreendedorismo; Studio de beleza; Autoestima.

#### Abstract

*The health, beauty and well-being segment is a market where it is necessary to have the vision of an entrepreneur and attitudes of a leader. Thinking about the high demand, and as it is an expressive market with an expanding and increasingly demanding public, this business seeks solutions so that strategies and domination can be possible in different situations. Also thinking about the public's need and innovation, the eight steps of a business plan with the chronology to be followed are aimed at ideas, customers and segmentation for the enterprise. The Studio e Espaço de Beleza Self Esteem presents all the analyzes of clients and mystified audiences, covering the population*

*interested in the beauty segment and thinking about their captivation, as well as complete protocols of procedures with the strategy of targeting a larger audience. This work should aim to apply the steps presented for the development of a business plan. The business plan methodology was based on the SEBRAE manual. The market analysis was carried out through a questionnaire with questions, where 107 responses were obtained from people interested in the topic of self-esteem. It was possible to conclude through the business plan that the venture is effective and viable.*

**Keywords:** Business Plan, Entrepreneurship, Beauty Studio, Self-Esteem.

## 1 INTRODUÇÃO

De acordo com Chiavenato (2012) o empreendedor precisa mais do que sorte: precisa de planejamento e uma boa administração sendo que o conhecimento é indispensável, e o Studio e Espaço de Beleza Self Esteem vem com toda essa visão e planejamento.

Diferente do que é visto, e sabendo que o estabelecimento precisa se adequar com o local e o público, o Studio e Espaço de Beleza Self Esteem tem como objetivo atender todo o público independentemente de classe social. Um lugar acessível, aconchegante e que atenda as expectativas de todos é possível através do conhecimento da região, do *marketing*, da administração, um plano de negócios e as inovações constantes. O Brasil ocupa a 13ª posição no *ranking* mundial de empreendedorismo, isso mostra a capacidade e oportunidade em mãos, faltando apenas a administração e o planejamento.

O Studio e Espaço de Beleza Self Esteem vem com um conceito diferencial desde a sua estrutura, fundamento, origem e planejamento.

Realizou-se um levantamento de dados com o tema “autoestima” para homens e mulheres, pois o segmento de saúde, beleza e bem-estar trabalha com imagem pessoal e aceitação. A pesquisa contendo quatro questionários sobre autoestima e como os procedimentos estéticos podem beneficiá-los através da estética, a mesma contou com a participação de 107 pessoas entrevistadas. Com o resultado da pesquisa, e pensando na relação existente entre estética e autoestima, surge o Studio e Espaço de Beleza Self Esteem, onde *Self Esteem* significa *autoestima*.

Segundo Carl Menger (1871), economista austríaco, definiu o empreendedor como “aquele que antecipa uma necessidade futura”, ou seja, ter uma ampla visão de um contexto em geral. Ainda, empreendedor é a capacidade de lidar com a incerteza, dizia Frank Knight (1921), por isso o plano de negócios é a base do empreendimento, e aliado àqueles que querem ser empreendedores, o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) visa as Micros e Pequenas Empresas (MPE's) com o plano de negócios e os 7 P's (produto, preço, praça, promoção, processo, prova física/palpabilidade e pessoas). Pode-se ainda acrescentar mais um P, a produtividade.

Diante a pandemia da COVID-19, constatou-se uma queda na economia do mundo todo e diante dessa fase, o número de desempregados aumentaram consideravelmente e junto com ele os empreendedores surgiram. O Brasil chega a 14,4% contra 11,6% de empreendedores do mesmo período do ano passado segundo informações do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

Conforme Silva (2014, p. 37), “para vencermos em diversas áreas, quase precisaremos desaprender, muito do que nos foi doutrinado ao longo da vida e nos atrever a manter a esperança em meio ao caos”. Essa citação reflete muito o que é um empreendedor: arriscar na incerteza, ver uma solução em diversas contradições, até mesmo em meio a situações conturbadas.

Mediante a pandemia, o mercado de trabalho teve que se reinventar e se adaptar, já que as pessoas estão em um novo cenário de oferta, demanda, e a aceitação. Para isso, são necessárias estratégias eficazes como, por exemplo, usar a tecnologia e inovação ao seu favor.

## **2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

### **2.1 PLANO DE NEGÓCIOS**

Plano de negócios é um documento do SEBRAE que visa os micros e pequenos empreendedores. Quando se fala de plano de negócios, mostra-se a referência base do empreendimento para a realização de abertura de uma empresa, assim, evitando a mortalidade precoce dos empreendimentos. O plano de negócios é elaborado da seguinte forma: sumário executivo, análise de mercado, plano de *marketing*, plano operacional, plano financeiro, construção de cenários, avaliação estratégica e avaliação do plano de negócios..

### **2.2 A IMPORTÂNCIA DE ELABORAR UM PLANO DE NEGÓCIOS**

O plano de negócios é uma ferramenta utilizada para diminuir as incertezas e criar boas estratégias, assim evitando que o porcentual de empresas jovens acabe falindo em menos de 2 anos. Segundo o SEBRAE (2008), o empreendedor precisa ter a mente aberta e uma análise crítica sobre seus clientes para cativá-los e estar sempre em alerta às oportunidades. Dornelas (2008, p. 22) afirma que: “Empreendedorismo é o envolvimento de pessoas e processos que em conjunto levam a transformação de ideias em oportunidades. E a perfeita implementação destas oportunidades leva à criação de negócios de sucesso”. O empreendedor de sucesso é aquele que pensa com cautela, tem atitude de um líder e visão de um administrador.

## **3. METODOLOGIA**

Esta pesquisa se aplica como sendo estudo de caso, que é um estudo detalhado de um ou poucos objetos para seu amplo conhecimento (YIN 2005). Quanto à abordagem, a pesquisa é qualiquantitativa, sendo que Gomes e Araújo (2006) defendem que em administração é comum pesquisas com ambas as abordagens, pois mesmo os dados numéricos possuem uma explicação descritiva que o detalha e o interpreta. Quanto aos seus objetivos, a pesquisa é exploratória e descritiva: exploratória porque faz uso de pesquisa bibliográfica com intuito de entender sobre o uso referente ao plano de negócios, e é também descritiva, pois acrescenta em descrever um cenário estudado, este tipo de pesquisa tem como objetivo principal descrever as características de um determinado problema que se pretende investigar, a fim de entendê-lo (GIL, 2002). No caso desta pesquisa foi usado questionário com público para analisar o mercado. Também foi realizada análise documental por meio do manual de empreendedorismo do SEBRAE.

## **4. O PLANO DE NEGÓCIOS**

### **4.1 ANÁLISE DE MERCADO**

#### **4.1.1 ESTUDO DE CLIENTES**

Como a grade do público que o Studio e Espaço de Beleza Self Esteem almeja alcançar é variada, para ter um mix de clientes, uma das estratégias seria a fidelização dos clientes e claro, sempre prestar o atendimento que o cliente precisa. Sendo assim, o bom atendimento se inicia desde as informações básicas, agendamento, até os procedimentos realizados para que assim, os clientes retornem ao estabelecimento através da eficácia e vínculo criado já que o segmento de saúde, beleza e bem-estar cresce frequentemente e se encontra com facilidade na região. Com isso, é importante ressaltar que o diferencial do Studio e Espaço de Beleza Self Esteem é

oferecer um mix de procedimentos em uma região estratégica, que atenda várias faixas etárias e tenha preparo de cursos e capacitação de pessoas que irão atender.

O Studio e Espaço de Beleza Self Esteem visa atender clientes de Sinop, localizado no Mato Grosso, Brasil, e também clientes das cidades desta região.

#### 4.1.2 ESTUDOS DE CONCORRENTES

Segundo pesquisas feitas na região, não há um empreendimento com os mesmos mix de procedimentos, mas há segmentos similares, como lista-se no Quadro 1.

CONCORRENTES	SEGMENTAÇÃO	LOCALIZAÇÃO
Concorrente A	Maquiagem, designer de sobrancelhas	Boa localização
Concorrente B	Todos os tipos de maquiagem e alguns cursos	Boa localização
Concorrente C	Cursos: maquiagem designer de sobrancelhas	Boa localização
Concorrente D	Limpeza de pele	Boa localização

Quadro 1 – Análise de concorrentes na segmentação de saúde, beleza e bem-estar  
Fonte: Elaborado pelos autores (2021)

#### 4.1.3 FORNECEDORES

A maneira de trabalhar com os fornecedores também visa produtos inovadores e de qualidade, além de selecionar àqueles que oferecem o clube de assinatura, no qual produtos diferentes são enviados mensalmente para que a gama de experiência seja ampla. Dessa forma, os produtos serão diferenciados e com o preço mais acessível, sendo esses produtos escolhidos visando a necessidade dos clientes e variando desde maquiagem até o cuidado com a pele.

Outra forma de trabalhar com fornecedores é da maneira mais tradicional no atacado como, por exemplo, os Equipamentos de Proteção Individual (EPI's) como toucas, luvas, lençóis de maca, entre outros. Já os fornecedores de produtos de maquiagem seriam No Beleza – fornecedor de produtos de maquiagens e pincéis, e Toda Linda – fornecedora de maquiagens.

Já os fornecedores de produtos de *designer* de sobrancelha seriam Della & Delle Cosmético e Loja das Sobrancelhas, que fornecem materiais como pinças, régua, canetas, entre outros.

#### 4.2 PLANO DE MARKETING

Na Figura 1, apresenta-se o logotipo desenvolvido para o Studio e Espaço de Beleza Self Esteem.



Figura 1 – Logotipo do Studio e Espaço de Beleza Self Esteem  
Fonte: Elaborado pelos autores (2021)

Os produtos serão tanto tangíveis como intangíveis. E os procedimentos que serão realizados no Studio e Espaço de Beleza Self Esteem são: maquiagens, extensões de cílios, *designer* de sobrancelhas e limpezas de pele – visando a qualidade de vida, pensando tanto na beleza quanto na autoestima dos clientes. Também serão realizados cursos de auto maquiagem, maquiagens profissionais e de *designer* de sobrancelhas. Além da capacitação, a pessoa aprenderá sobre esses conceitos, sendo assim os produtos intangíveis. A segmentação de produtos tangíveis são as vendas de laços e produtos de resina, como pingentes, colares, chaveiros e peças exclusivas.

Pretende-se instalar o empreendimento na região do bairro São Cristóvão, em Sinop-MT, caracterizada por ser uma região bem movimentada perto de mercados, escolas e empresas. Atualmente não existe nessa região um empreendimento com mix de procedimentos, somente cabeleireiros, e salão de unhas.

Um cartão fidelidade será feito e entregue aos pacientes, que além de ganhar o procedimento, ganhará um colar ou pingente com a inicial do seu nome. Além disso, o cliente VIP recebe alguns benefícios nos atendimentos e procedimentos, podendo ser eles: cuidados das extensões de cílios – bem como manual de instrução e frascos com escova descartável – contendo sabão neutro. Na Figura 2, apresenta-se o cartão fidelidade a ser entregue aos clientes do Studio e Espaço de Beleza Self Esteem.



Figura 2 – Cartão fidelidade do Studio e Espaço de Beleza Self Esteem  
Fonte: Elaborado pelos autores (2021)

Outro benefício está relacionado com a maquiagem que pode ser um frasco de demaquilante, creme, protetor solar, disco para remoção de maquiagem. A limpeza de pele é uma boa opção quando se pensa na fidelização de pacientes podendo eles receberem creme e máscara facial. Os descontos em datas de aniversários dos clientes, e em dias comemorativos, podem ser aplicados, bem como a fidelização por indicação de outros clientes.

#### 4.3 PLANO OPERACIONAL

O Studio e Espaço de Beleza Self Esteem terá uma “sala do encanto” onde serão realizados os procedimentos das noivas e madrinhas, assim como de formandas. Pensando em todo o conforto dos clientes, e principalmente das noivas, além de combos de desconto o Studio e Espaço de Beleza Self Esteem oferecerá o pacote completo do processo de produção através de parcerias, que cuidam desde o cabelo e fotografias até acessórios, isso será possível através de parceiros e colaboradores.

Como a localização do Studio e Espaço de Beleza Self Esteem ficará próximo de escolas e terá o aperfeiçoamento *kids* (escola de capacitação *kids*) ele contará com um espaço de exposição de laços que se chamará cantinho “Mimos das Crianças” onde terão acessórios infantis e adultos, sendo eles: tiaras, laços, pulseiras, entre outros.

A seguir, na Figura 3, apresenta-se o arranjo físico da estrutura, como pode-se observar na planta baixa (vista superior).

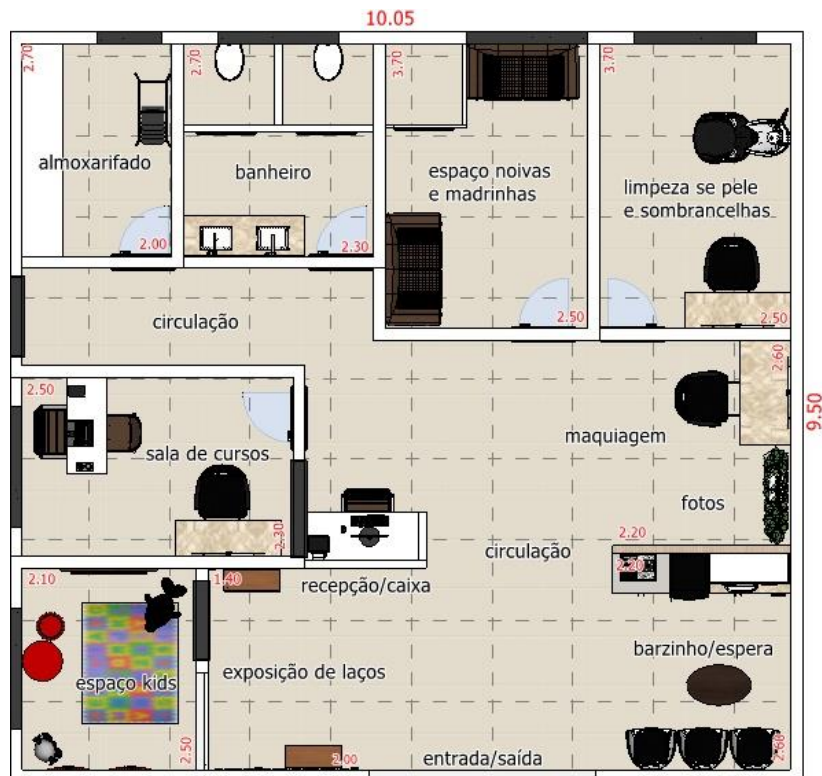


Figura 3 – Planta baixa do escritório, vista superior – layout (arranjo físico)  
Fonte: Elaborado pelos autores (2021)

O Studio e Espaço de Beleza Self Esteem será organizado e separado em salas para cada tipo de procedimento, como já mencionado anteriormente.

Serão realizados alguns cursos no empreendimento do Studio e Espaço de Beleza Self Esteem, assim, a seguir, apresenta-se no fluxograma da Figura 4 um exemplo das etapas de um curso de auto maquiagem.



Figura 4 – Fluxograma das etapas de realização de curso de auto maquiagem  
Fonte: Elaborado pelos autores (2021)

#### 4.4 PLANO FINANCEIRO

##### 4.4.1 ESTIMATIVA DOS INVESTIMENTOS

O investimento total será de, aproximadamente, R\$ 13.135,96, sendo contabilizado materiais, equipamentos e máquinas para iniciação do empreendimento e publicidades. Na Tabela 1 demonstra-se uma estimativa de investimentos para iniciação do empreendimento.

ITEM	DESCRIÇÃO	VALOR TOTAL (R\$)
1	Materiais para realização de processos de maquiagem	1.745,96
2	Equipamentos ( <i>kits</i> , bancadas, cadeiras, espelhos)	7.790,00
3	Investimentos pré-operacionais (obras e divulgação)	3.600,00
<b>Total</b>		<b>13.135,96</b>

Tabela 1 – Investimentos para iniciação do empreendimento  
Fonte: Elaborado pelos autores (2021)

##### 4.4.2 ESTIMATIVA DO FATURAMENTO ANUAL DA EMPRESA

A estimativa de faturamento anual do empreendimento será baseada na quantidade de serviços prestados e valores cobrados pelos mesmos como na projeção o qual apresenta-se na Tabela 2.



ITEM	SERVIÇOS	QUANTIDADE ESTIMADA DE VENDA ANUAL	VALOR UNITÁRIO (R\$)	VALOR TOTAL (R\$)
1	Extensão de cílios fio a fio	500	100,00	50.000,00
2	Extensão de cílios híbrido	400	120,00	48.000,00
3	Extensão de cílios russo	300	140,00	42.000,00
4	Maquiagem social	200	150,00	30.000,00
5	Maquiagem <i>clean</i>	380	130,00	49.400,00
6	Maquiagem <i>express</i>	200	100,00	20.000,00
7	Maquiagem noivas (produção completa)	50	4.500,00	225.000,00
8	Maquiagem para noivas	100	380,00	38.000,00
9	<i>Designer</i> de sobrancelha simples	300	25,00	75.00,00
10	<i>Designer</i> de sobrancelha com henna	750	35,00	26.250,00
11	Limpeza de pele	250	150,00	37.500,00
<b>Total</b>				<b>573.650,00</b>

Tabela 2 – Estimativa do faturamento anual da empresa

Fonte: Elaborado pelos autores (2021)

Ou seja, o empreendimento terá, aproximadamente, um faturamento anual de R\$ 573.650,00, o que compreende em, aproximadamente, R\$ 47.804,17 mensal.

#### 4.4.3 ESTIMATIVA DOS CUSTOS MENSAL COM MÃO DE OBRA

Na Tabela 3, apresenta-se a estimativa dos custos com mão de obra, que será um trabalho em equipe familiar.

FUNÇÃO	QUANTIDADE DE FUNCIONÁRIOS	SALÁRIO MENSAL (R\$)
Designer de sobrancelhas e penteados	1	1.500,00
Pedagoga e auxiliar	1	1.250,0
Financeiro administrativo	1	2.000,00
<b>Total</b>		<b>4.750,00</b>

Tabela 3 – Estimativa dos custos mensal com mão de obra

Fonte: Elaborado pelos autores (2021)

#### 4.4.4 ESTIMATIVA DE CUSTOS FIXOS OPERACIONAIS MENSIS

Como custos fixos operacionais mensais tem-se: custos com energia elétrica, contador, papelaria, transporte, água, entre outros, conforme detalha-se na Tabela 4.

ITEM	DESCRIÇÃO	VALOR TOTAL (R\$)
1	Energia elétrica	480,00
2	Água	150,00
3	Salário (Tabela 3)	4.750,00
4	Material de limpeza	300,00
5	Material para escritório	150,00
6	Internet	100,00
<b>Total</b>		<b>5.930,00</b>

Tabela 4 – Estimativa de custos fixos operacionais mensais

Fonte: Elaborado pelos autores (2021)

#### 4.5 CONSTRUÇÃO DE CENÁRIOS

Segundo pesquisas realizadas no Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o mês que mais ocorre casamento é dezembro, chegando a ter mais procura dos procedimentos do que no mês das noivas, que é março.



Pensando nesses meses de queda na procura é necessário ter uma estratégia, sendo com preços especiais ou divulgação, dessa maneira com a falta desse público nesses meses, uma opção seria estimular a procura das noivas de casamento no civil.

Seguindo um modelo parecido com o de promoção das noivas de salão, pretende-se realizar a promoção de noivas civil, proporcionando combos e experiências com o dia do “Encanto”, que conta com degustação, penteados e maquiagem.

Essas situações, entre outras, podem ocorrer por diversos fatores como a localidade do empreendimento, ou concorrência, e a econômica do mercado, que de maneira direta ou indireta acaba interferindo nos preços de produtos e mão de obra, a superfaturação dos mesmos, o que leva a falta de procura.

Pensando nisso, e como estratégias, com o cenário atual de cursos digitais, seriam realizados os cursos de grupos em plataformas online assim garantindo a biosseguranças e podendo rever quantas vezes for necessária para o aprendizado.

#### 4.6 AVALIAÇÃO ESTRATÉGICA

Por fim, nesta etapa do plano de negócio, é necessário realizar uma Análise SWOT, ou Análise FOFA, que é a abreviação das palavras em inglês: *Strengths* (Forças), *Weaknesses* (Fraquezas), *Opportunities* (Oportunidades) e *Threats* (Ameaças). Essa análise trata-se de um método para analisar alguns pontos e que, a partir dessas análises pode-se observar a viabilidade do empreendimento, e saber quais os pontos que deve-se trabalhar e corrigir. A análise SWOT/FOFA do Studio e Espaço de Beleza Self Esteem é apresentada na Figura 5.



Figura 5 – Avaliação estratégica (Análise SWOT/FOFA)  
Fonte: Elaborado pelos autores (2021)

## CONCLUSÃO

Esse artigo teve como objetivo a elaboração de um plano de negócios baseado nas orientações do manual do SEBRAE. Em suma, pode se concluir que o plano de negócios do Studio e Espaço de Beleza Self Esteem na região é eficaz, pois foi realizada uma análise de mercado desde clientes, concorrentes, fornecedores e estratégias, visando sempre buscar oportunidades.

O Studio e Espaço de Beleza Self Esteem tem como visão uma personalidade de inovação, sendo elas atendimentos personalizados ao cliente, com um mix de procedimentos e uma localização estratégica, inclusive escola de capacitação *kids*, mentoria de cursos e aperfeiçoamentos e cursos *online*, tendo em vista que se cuidar tornou-se um ato de necessidade. Com isso, o segmento de saúde, beleza e bem-estar vem ganhando mais espaço e reconhecimento e, conseqüentemente, tendo um grande peso na economia.

Para a elaboração deste trabalho, o plano de negócios foi realizado com todas as etapas do manual, levando em consideração esses aspectos que permite concluir que é possível alcançar os objetivos propostos para a implantação do Studio e Espaço de Beleza Self Esteem.

## REFERÊNCIAS

- Chiavenato, Idalberto. *Empreendedorismos dando Asas ao Espirito Empreendedor*. 4ª ed. Barueri SP: Manole, 2012.
- Dornelas, José Carlos Assis. *Empreendedorismo corporativo: como ser empreendedor, inovar e se diferenciar na sua empresa*. 2ª Ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- Gil, A. C. *Como Elaborar Projetos de Pesquisa*. São Paulo: Atlas, 2002.
- Gomes, F. P.; De Araújo, R. M. *Pesquisa Quanti-Qualitativa em Administração: uma visão holística do objeto em estudo*. Disponível em: <http://sistema.semead.com.br/8semead/resultado/trabalhosPDF/152.pdf>. Acesso em 5 de setembro de 2021.
- Sebrae. *Como elaborar um plano de negócios*. Brasília. 2013. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/5f6dba19baaf17a98b4763d4327bfb6c/\\$File/2021.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/5f6dba19baaf17a98b4763d4327bfb6c/$File/2021.pdf)>. Acesso em: 12 de julho de 2021.
- Silva, Flávio Augusto da. *Geração de Valor*. 1ª ed., p. 37. Rio de Janeiro: Sextante, 2014.
- Yin, R. K. *Estudo de caso: Planejamento e Métodos*. Porto Alegre: Bookman, 2005.