

**UNIVERSIDADE FEDERAL DA FRONTEIRA SUL
CAMPUS CHAPECÓ
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO**

SILVIA DOS SANTOS DIAS

**PLANO DE NEGÓCIOS PARA ABERTURA DE UMA ESMALTERIA EM
CHAPECÓ**

CHAPECÓ

2024

SILVIA DOS SANTOS DIAS

PLANO DE NEGÓCIO PARA ABERTURA DE UMA ESMALTERIA EM CHAPECÓ

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Administração da Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS), como requisito para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador: Prof. Dr. Humberto Tonani Tosta

CHAPECÓ

2024

Bibliotecas da Universidade Federal da Fronteira Sul - UFFS

Dias, Silvia dos Santos
PLANO DE NEGÓCIO PARA ABERTURA DE UMA ESMALTERIA EM
CHAPECÓ / Silvia dos Santos Dias. -- 2024.
82 f.:il.

Orientador: Doutor Humberto Tonani Tosta

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) -
Universidade Federal da Fronteira Sul, Curso de
Bacharelado em Administração, Chapecó, SC, 2024.

1. Plano de negócio. 2. Esmalteria. 3. Planejamento.
4. Empreendedorismo. I. Tosta, Humberto Tonani, orient.
II. Universidade Federal da Fronteira Sul. III. Título.

SILVIA DOS SANTOS DIAS

PLANO DE NEGÓCIO PARA ABERTURA DE UMA ESMALTERIA EM CHAPECÓ

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Administração da Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS), como requisito para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Este trabalho foi defendido e aprovado pela banca em 03/12/2024.

BANCA EXAMINADORA



Prof.º Dr.º Humberto Tonani Tosta
Orientador



Prof.º Dr.º Charles Albino Schultz
Avaliador



Prof.º Dr.º Moacir Francisco Deimling
Avaliador

Ao meu esposo, Cleiton,
E aos meus pais.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus por ter me guiado até aqui, pela inspiração, conforto e força do dia a dia.

Agradeço ao meu esposo Cleiton, que em todos os momentos se fez presente, prestando auxílio, cuidando e provendo quando por diversas vezes não pude.

Agradeço aos meus pais que sempre me incentivaram para que hoje estivesse aqui.

Ao professor Humberto, que me auxiliou nesse longo período e não desistiu quando nem eu acreditava.

À Universidade, a qual me orgulho de fazer parte.

Aos amigos que ganhei nessa caminhada, Talison, que sempre me ajudou, me incentivou e esteve presente, eu não teria conseguido sem você. Francieli, obrigada por tudo e pela linda amizade que me proporcionou.

Ao pessoal do SAE da Universidade que nessa minha trajetória acadêmica prestou seus serviços com excelência, seja pelo apoio social (obrigada por sua sensibilidade, Lari); seja por ter sido meu primeiro estágio na área administrativa, equipe de 2018: eu aprendi muito com vocês. Também ao final, quando não via mais um caminho e a Elis com toda compreensão junto com a psicóloga Cláudia me pegaram pela mão e me guiaram, a vocês minha eterna gratidão.

Ademais agradeço a todos que em maior ou menor grau contribuíram para o sucesso desta jornada.

“Há um recomeço te esperado sempre que for preciso” -
Marcos Bonadie

RESUMO

Na abertura de uma empresa o planejamento é essencial para diminuir incertezas e riscos, o plano de negócios nesse processo torna-se a ferramenta ideal, pois através dele é possível estabelecer objetivos, definir os primeiros passos da empresa e analisar sua viabilidade. O principal objetivo deste trabalho foi verificar a viabilidade da abertura de uma esmalteria na cidade de Chapecó através da elaboração de um plano de negócios. O estudo caracterizou-se por abordagem qualitativa e quantitativa, e quanto aos fins tratou-se de uma pesquisa descritiva. Quanto aos meios, utilizou-se de pesquisa bibliográfica, pesquisa documental, observação e pesquisa de campo através de questionário. A realização deste trabalho possibilitou estruturar o negócio como um todo, arquitetando todas as partes da empresa: estrutura organizacional, plano de marketing, plano operacional, plano financeiro e ainda possibilitou realizar a análise de mercado. O estudo permitiu identificar que o negócio possui pouca atratividade no retorno do investimento, o que demandaria novas estratégias.

Palavras-chave: planejamento, esmalteria, empreendedorismo, plano de negócios.

ABSTRACT

When opening a company, planning is essential to reduce uncertainties and risks, the business plan in this process becomes the ideal tool, as through it it is possible to establish objectives, define the company's first steps and analyze its viability. The main objective of this work was to verify the feasibility of opening a nail polish shop in the city of Chapecó through the preparation of a business plan. The study was characterized by a qualitative and quantitative approach, and in terms of purposes, it was a descriptive research. As for the means, bibliographical research, documentary research, observation and field research through questionnaires were used. Carrying out this work made it possible to structure the business as a whole, architecting all parts of the company: organizational structure, marketing plan, operational plan, financial plan and also made it possible to carry out market analysis. The study identified that the business has little attractiveness in terms of return on investment, which would require new strategies.

Keywords: planning, nail polish saloon, entrepreneurship, business plan.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Identidade visual da empresa	30
Gráfico 1 – Faixa etária do público-alvo	32
Gráfico 2 – Renda mensal	33
Gráfico 3 - Importância do cuidado com as unhas	34
Gráfico 4 – Frequência que utilizam serviços de unhas	35
Gráfico 5 – Local que costuma fazer as unhas	35
Gráfico 6 – Valor que as clientes estão dispostas a gastar mensalmente	36
Gráfico 7 – Interesse em conhecer o estabelecimento.....	37
Figura 2 – <i>Layout</i> da Esmalteria.....	46

LISTA DE TABELAS

Quadro 1 – Estruturação do Plano de Negócios	23
Tabela 1 – Bairros em que o público-alvo reside	33
Tabela 2 - Produtos que costumam comprar	36
Tabela 3 - O que elas prezam na hora da compra.....	37
Quadro 2 – Estudo dos Concorrentes	39
Quadro 3 – Estudo dos Fornecedores	41
Tabela 4 – Valores Praticados pela Empório das Unhas	43
Quadro 4 - Imóvel	45
Quadro 5 – Necessidade de Pessoal	47
Tabela 5 - Máquinas e Equipamentos.....	48
Tabela 6 - Móveis e utensílios.....	49
Tabela 7 – Estimativa de estoque inicial para venda de produtos	50
Tabela 8 – Estimativa de estoque inicial para prestação de serviços	52
Tabela 9 – Gastos pré-operacionais.....	54
Tabela 10 – Investimento total	55
Tabela 11 – Disponibilidade das manicures	56
Tabela 12 – Estimativa de Faturamento Mensal na Prestação de Serviços.....	56
Tabela 13 – Estimativa de Venda de Produtos	58
Tabela 14 - Projeção de Faturamento nos Primeiros 12 meses	60
Tabela 15 – Estimativa Controle de Estoque.....	61
Tabela 16 - Matéria prima utilizada para os 160 atendimentos de manicure e pedicure	62
Tabela 17 - Matéria prima utilizada para os 4 serviços de cuticulagem e preparo de unhas ...	62
Tabela 18 - Matéria prima utilizada para os 24 atendimentos de esmaltação em gel	63
Tabela 19 – Matéria prima estimada para 72 atendimentos de alongamento.....	63
Tabela 20 – Matéria prima estimada para 50 atendimentos de <i>Spa</i> dos pés	63
Tabela 21 – Matéria prima estimada para 102 atendimentos de <i>nail art</i>	64
Tabela 22 – Matéria prima estimada para 2 atendimentos de esmaltação infantil	64
Tabela 23 – Estimativa Anual dos Gastos com Materiais	64
Tabela 24 – Estimativa de pagamento de impostos.....	65
Tabela 25 – Estimativa anual dos custos de comercialização	65
Tabela 26 – Estimativa de custos com mão de obra.....	66

Tabela 27 – Estimativa dos Custos Fixos Mensais	66
Tabela 28 - Projeção Anual dos Gastos Fixos Mensais.....	66
Tabela 29 - Depreciação dos Itens da Empresa	67
Tabela 30 – Demonstrativo de Resultados	68
Tabela 31 – Demonstrativo do Fluxo de Caixa	70
Tabela 32 - Balanço patrimonial	73
Tabela 33 – Índice de lucratividade.....	74
Tabela 34 – Índice de rentabilidade.....	75
Tabela 35 – Prazo de retorno do investimento	75

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

EPPs	Empresas de pequeno porte
GEM	<i>Global Entrepreneurship Monitor</i>
MEI	Microempreendedor individual
MEs	Microempresas
UFFS	Universidade Federal da Fronteira Sul

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	15
1.1	OBJETIVOS.....	16
1.1.1	Objetivo Geral	16
1.1.2	Objetivos Específicos.....	16
1.2	JUSTIFICATIVA.....	17
2	REFERENCIAL TEÓRICO	18
2.1	EMPREENDEDORISMO	18
2.1.1	O Empreendedorismo por oportunidade e por necessidade	19
2.2	PLANO DE NEGÓCIOS	21
2.2.1	A Estrutura do Plano de Negócios	22
2.3	A ESMALTERIA.....	24
3	METODOLOGIA	26
3.1	CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA.....	26
3.2	UNIVERSO E AMOSTRA.....	27
3.3	COLETA DE DADOS	27
3.4	ANÁLISE DE DADOS.....	28
4	O PLANO DE NEGÓCIOS.....	30
4.1	SUMÁRIO EXECUTIVO.....	30
4.1.1	As Diretrizes Organizacionais da Empresa	31
4.2	ANÁLISE DE MERCADO	31
4.2.1	Estudo dos Clientes	32
4.2.2	Estudo dos Concorrentes	38
4.2.3	Estudo dos Fornecedores	40
4.3	PLANO DE MARKETING	41
4.3.1	Descrição dos Principais Produtos e Serviços.....	42
4.3.2	Preço	43
4.3.3	Estratégias Promocionais	44
4.3.4	Estrutura de comercialização.....	44
4.3.5	Localização.....	45
4.4	PLANO OPERACIONAL	45
4.4.1	Layout	45

4.4.2	Capacidade produtiva / Comercial / Serviços	47
4.4.3	Processos operacionais	47
4.4.4	Necessidade de pessoal	47
4.4.5	Terceirização.....	48
4.5	PLANO FINANCEIRO	48
4.5.1	Estimativa de Investimentos Fixos.....	48
4.5.2	Gastos pré-operacionais.....	54
4.5.3	Investimento total.....	55
4.5.4	Estimativa de faturamento mensal da prestação de serviços.....	55
4.5.5	Estimativa de faturamento mensal na venda de produtos	57
4.5.6	Estimativa de custos na prestação de serviços.....	62
4.5.7	Estimativa dos impostos recolhidos	65
4.5.8	Custos com Mão de Obra	66
4.5.9	Estimativa dos Custos Mensais	66
4.5.10	Estimativa dos Custos com Depreciação.....	67
4.5.11	Demonstrativo de Resultados	67
4.5.12	Demonstrativo do Fluxo de Caixa.....	69
4.5.13	Balanco Patrimonial.....	72
4.5.14	Indicadores de viabilidade.....	74
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	77
	REFERÊNCIAS.....	78
	APÊNDICE A – Questionário Pesquisa de Mercado	80

1 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo pode ser considerado o processo de implementar o novo através da identificação de oportunidades. Atualmente é uma das ações mais importantes no mundo dos negócios, possibilitando inovação, colaborando em questões econômicas e na geração de emprego e renda, está presente de maneira relevante no país pois dados apontam que a taxa de empreendedorismo no Brasil havia chegado aos 38,7% da população (OZONATO, 2019, p. 19) no ano de 2019. Desta forma, falar sobre o empreendedorismo é contemporâneo e de extrema importância, mais ainda quando se tem em paralelo dados que apontam a existência breve de muitas organizações devido ao País ter uma taxa significativa de mortalidade em organizações nos seus primeiros anos de vida. O SEBRAE (2023) afirma que ainda é grande o número de empresas que não conseguem sobreviver, demonstrando os seguintes dados: “Os MEIs têm a maior taxa de mortalidade entre os Pequenos Negócios, 29% fecham após 5 anos de atividade. Já as MEs têm taxa de mortalidade intermediária entre os Pequenos Negócios, 21,6% fecham após 5 anos de atividade. As EPPs têm a menor taxa de mortalidade entre os Pequenos Negócios, 17% fecham após 5 anos de atividade” (SEBRAE, 2023, n.p).

São muitos os fatores que podem ser determinantes no insucesso de uma empresa: a falta de recursos, a carência de conhecimento em gestão empresarial, o desconhecimento do mercado, entre tantos outros, no entanto pode-se apontar em especial a ausência de planejamento, onde muitas vezes guiados por necessidade, sonhos, instintos, os empreendedores operam empresas sem um planejamento efetivo (SEBRAE, 2023, n.p). Dados do SEBRAE (2021, n.p) apontam que o setor de beleza vem apresentando crescimento no país e demonstram que o brasileiro tem investido mais em questões de beleza e cuidados. Pode-se constatar que o ramo é promissor e apresenta oportunidades significativas para o empreendedor. Além do mais, as atividades da área, quando passam por um planejamento adequado, associado à percepção da oportunidade de negócio, torna mais concreta a possibilidade de efetivação de um negócio.

Nesta área, o planejamento adequado é viabilizado por um plano de negócios, este que se torna importante na etapa de abertura de uma organização, pois é praticamente um relatório de planejamento, ele proporciona ao empreendedor realizar o estudo adequado, possibilitando assim verificar a viabilidade da empresa. Rosa (2013, p.13), escreve que “o plano de negócio descreve os objetivos de um negócio e os passos para que estes sejam alcançados, diminuindo

os riscos e as incertezas e que também permite identificar e restringir seus erros no papel, ao invés de cometê-los no mercado”.

A importância da criação de um plano de negócios e, conseqüentemente, a escolha do tema para realização deste trabalho, foi evidenciada a partir da atividade informal que a acadêmica desempenhava no ramo de decorações de unhas. Ela notou que o município não possuía um local especializado somente em embelezamento de unhas, este, geralmente é realizado em estabelecimentos que disponibilizam os mais variados serviços: cabelos, depilação e afins. Percebeu, também, a dificuldade em encontrar materiais diversos para embelezamento de unhas, pois no geral são disponibilizados produtos de maneira pouco diversa, então surgiu a ideia da criação de uma esmalteria, que buscava aliar o serviço especializado em unhas, à venda de produtos variados. Considerando o descrito, o presente trabalho pretende desenvolver um plano de negócios para responder o seguinte problema de pesquisa: é possível planejar e implementar uma esmalteria na cidade de Chapecó?

1.1 OBJETIVOS

Abaixo serão elencados o objetivo geral e os específicos, eles foram os norteadores para elaboração do presente trabalho.

1.1.1 Objetivo Geral

Analisar a viabilidade de abertura de uma esmalteria na cidade de Chapecó-SC, através da elaboração de um plano de negócios.

1.1.2 Objetivos Específicos

- a) Realizar análise do ambiente interno e externo;
- b) Realizar análise financeira;
- c) Descrever os processos operacionais envolvidos nesta prestação de serviços;
- d) Identificar o público-alvo e;
- e) Planejar estratégias de marketing.

1.2 JUSTIFICATIVA

O presente estudo apresenta os principais aspectos para a abertura de uma empresa, que vão além do planejamento de suas atividades, até elementos importantes para sua continuidade. No caso da esmalteria realizar esse planejamento torna-se importante pois possibilita analisar o mercado, suas necessidades como empresa, fatores essenciais a sua administração, diminuindo as incertezas, possibilitando ao empreendedor diminuir (ou até mesmo evitar) os riscos presentes e, desta forma, verificar a viabilidade ou não do negócio.

Este trabalho disponibiliza também a oportunidade de a autora discorrer sobre um assunto ao qual já possui familiaridade e é de seu interesse seu aprofundamento no tema, oportunizando aliar conhecimentos obtidos em aula, com a prática de mercado. O estudo torna-se importante também, pois gera conhecimento na área e possibilita auxílio em futuras pesquisas.

A viabilidade da pesquisa se dá pela disposição de recursos, conhecimento da autora com relação ao tema e disponibilidade de tempo para que o estudo seja concluído, a oportunidade de negócio percebida é importante também se levando em consideração o crescimento do ramo no país.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O objetivo deste capítulo, é discorrer sobre os principais conceitos a serem abordados ao longo deste trabalho, visando apresentar embasamento para o desenvolvimento dele. Apresenta-se, num primeiro momento, o conceito e diferentes aspectos sobre o empreendedorismo, seguindo abrangendo o assunto ligado a plano de negócios e fechando com o tema esmalteria.

2.1 EMPREENDEDORISMO

O empreendedorismo está diretamente ligado ao novo, é o processo que através da efetiva administração de recursos, visa criar negócios ou implementar mudanças em organizações que já existem. Neto (2018) escreve que:

Há muitas definições para empreendedorismo e empreendedor, mas todas têm em comum a introdução de novos produtos e serviços, a criação de novas formas de organização ou de exploração de novos recursos e materiais, enfim, a capacidade de identificar oportunidades e explorá-las de maneira produtiva. (NETO, 2018, p.144)

Sendo considerado um dos processos mais importantes presentes no mundo dos negócios na atualidade, o empreendedorismo tem uma função importante na criação/desenvolvimento dos negócios e na prosperidade da sociedade. Em complemento, Ozonato (2019) escreve que:

O empreendedorismo é um fator essencial da saúde e da riqueza da sociedade, e um formidável motor do crescimento econômico. Promove a inovação necessária não apenas para explorar novas oportunidades, impulsionar a produtividade e criar empregos, mas também para ajudar a abordar alguns dos desafios mais difíceis da sociedade, como a conquista dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas (ONU) para 2030. (OZONATO, 2019, p. 21)

É um processo que envolve todas as funções, recursos e ações disponíveis em prol dessa ação, Chiavenatto (2012, p.1) coloca que “empreender representa basicamente uma ação social e não apenas individual, pois envolve equipes de colaboradores, fornecedores e uma variedade de clientes em uma cadeia de valor que precisa ser adequadamente integrada e consolidada ao longo do tempo”.

Atualmente, o empreender é um processo que vem ganhando força e estímulo pois com a globalização e o aumento tecnológico, a demanda por empreendedores tem aumentado. Dados segundo Ozonato (2020, p. 9) apontam que o número de pessoas que empreendem hoje no país refere-se à 38,7% da população brasileira, assumindo a segunda posição de países com maior registro de empreendedorismo dentre os 50 países pesquisados no *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM).

Dornellas (2012, p. 9) nomeia o momento como “era do empreendedorismo”, e coloca que “são os empreendedores que estão eliminando barreiras comerciais e culturais, encurtando distâncias, globalizando e criando novos conceitos econômicos, criando novas relações de trabalho, e novos empregos, quebrando paradigmas e gerando riqueza”. Em complemento pontua ser nítida a preocupação com o incentivo ao empreendedorismo haja vista o número de especializações que vem surgindo no âmbito educacional a nível mundial. No Brasil hoje, voltado ao empreendedorismo, são percebidas as mais variadas ações, como exemplo:

- Incubadoras de empresas;
- Desburocratização na abertura de novos CNPJ;
- Parques tecnológicos;
- Políticas públicas voltadas a tecnologia e inovação;
- Subsídios e acesso facilitado ao crédito para pequenas empresas;
- Agências de suporte ao empreendedor.

Além dos fatores elencados, existem também os negócios *e-commerce*, que com o cenário da pandemia de Covid 19, entraram em evidência em parte significativa dos novos empreendimentos, mostrando que os fatores inovação e tecnologia despontam como tendência nos próximos anos, podendo assim o empreendedorismo receber maior estímulo e apresentar crescimento.

2.1.1 O Empreendedorismo por oportunidade e por necessidade

Pode-se dizer que o empreendedorismo tem um longo caminho traçado até o momento, é um processo que sempre existiu no decorrer da história, desenvolvido por pessoas que ao observar necessidades inovaram, inventaram ou até mesmo melhoraram os mais diversos

aspectos. Foi através dele que muitas invenções foram criadas facilitando a trajetória da vida humana, como Dornellas (2012) coloca em seu livro:

O mundo tem passado por várias transformações em curtos períodos de tempo, principalmente no século XX, quando foi criada a maioria das invenções que revolucionaram o estilo de vida das pessoas. Geralmente essas invenções são fruto de inovação, de algo inédito ou de uma nova visão de como utilizar coisas já existentes, mas que ninguém antes ousou olhar de outra maneira. Por trás dessas invenções existem pessoas que [...] fazem acontecer e empreendem (DORNELLAS, 2012, p.7)

Sobre os registros históricos do empreendedorismo, Dornelas (2012, p. 19) coloca que o termo teve seu primeiro registro em meados do século XV, onde Marco Polo visando estabelecer uma rota comercial, assinou um contrato com uma pessoa possuidora de bens para conseguir recursos, e em troca, assumiu a liderança do negócio. Após isso, com o passar do tempo, o termo passou a ser associado as mais diferentes situações: seja aquele que gerenciava projetos, o que assumia riscos, aquele que administrava o negócio, enfim, foram muitas as fases pela qual o empreendedorismo passou, estando assim sempre atrelado a alguma forma de identificação de oportunidades de negócio.

O processo no qual as oportunidades de negócio são percebidas por conta de demandas na sociedade recebe um termo próprio: empreendedorismo por oportunidade, é o caso onde o empreendedor detecta uma boa oportunidade no mercado e decide empreender, Lemes (2019, p.14) afirma que “as ideias de negócio nascem na mente do empreendedor que captura essa ideia do ambiente, mas que talvez se tornem um negócio rentável após minuciosa observação dos mercados”, Bandeira (2023, p. 191) escreve que “essa pessoa geralmente tem habilidades empreendedoras e conhecimentos específicos em uma área de negócio, além de uma visão de longo prazo para o crescimento do empreendimento.”

Chiavenatto (2012) complementa:

O empreendedor é a pessoa que consegue fazer as coisas acontecerem, pois é dotado de sensibilidade para os negócios, tino financeiro e capacidade de identificar oportunidades. Com esse arsenal, transforma idéias em realidade, para benefício próprio e para benefício da comunidade. Por ter criatividade e um alto nível de energia, o empreendedor demonstra imaginação e perseverança, aspectos que, combinados adequadamente, o habilitam a transformar uma idéia simples e mal-estruturada em algo concreto e bem-sucedido no mercado. (Chiavenatto 2012, p.7)

Torna-se importante ressaltar que o processo do empreender por vezes é motivado por aspectos que vão além do identificar oportunidades no mercado, como é o caso do empreendedorismo por necessidade, onde na maioria das vezes as pessoas que se encontram

em uma situação difícil, como a falta de dinheiro ou o desemprego, e sem ter outra alternativa empreendem. Têm-se por exemplo o pós Segunda Guerra Mundial, onde muitos envolvidos retornavam ao lar sem emprego e por necessidade, viam soluções no empreender, fase que o empreendedorismo entrou em evidência. No Brasil, o processo de empreender ganhou força principalmente na década dos anos 90, também movido pelas necessidades das pessoas, que, muitas vezes, sem opção, acabavam por abrir o próprio negócio, em busca do “autoemprego”. Lemes (2019) escreve:

Normalmente decorre de uma situação típica de alguém que está desempregado, sem atividades remuneradas e não consegue recolocar-se no mercado. Pela falta de opção, torna-se obrigado a desenvolver alguma forma de obtenção de renda para contornar seus problemas financeiros (LEMES, 2019, p. 14)

Bandeira (2023) complementa:

Essa pessoa pode não ter habilidades específicas ou conhecimentos empreendedores, mas é impulsionada pela necessidade de sobrevivência. Esse tipo de empreendedorismo muitas vezes é visto em países em desenvolvimento ou em momentos de crise econômica. (BANDEIRA, 2023, p. 191)

Dornelas (2012, p.18) coloca que o empreendedorismo por oportunidade é composto por um empreendedor com olhar visionário, que com planejamento busca estabelecer objetivos e segui-los de maneira rentável, completamente ligado a questão do desenvolvimento. Já sobre o empreendedorismo por necessidade, Lemes afirma que é como se fosse uma alternativa à falta de opção, e pontua que por não ser planejado de maneira adequada, em parte considerável das vezes está fadada ao fracasso desde sua criação. O viés desse tipo de negócio não é pautado por gerar desenvolvimento econômico e é fortemente ligado à grande estatística de mortalidade das empresas nos dias de hoje.

2.2 PLANO DE NEGÓCIOS

Para a criação do próprio negócio, não basta somente ter a ideia, é necessário um planejamento que vise conhecer os mais variados fatores envolvidos e aproveitá-los de maneira eficiente e eficaz. É neste ponto que entra o plano de negócios, nele está o planejamento do novo negócio pois contém informações sobre abertura, ampliação e manutenção do negócio, conforme Santos (2017):

O plano de negócio tem fundamental importância, pois através dele pode-se organizar as ideias, fazer um planejamento com riquezas em detalhes, para com isso reduzir o risco de fracasso antes de iniciar as atividades ou expandir o empreendimento. Ademais, a criação de um plano de negócios é uma fase importante, pois é necessária a integração de conhecimentos de diversas áreas da empresa, obtendo dessa forma uma percepção do todo complexo, para então ter sucesso na estruturação do negócio. Santos (2017, p. 153)

Chiavenatto (2012) escreve que se existe a ideia de abrir um novo negócio, é fundamental a criação de um plano de negócios. Sobre o conceito, o autor coloca que:

O plano de negócios é o documento que abarca um conjunto de dados e informações sobre o futuro empreendimento e define suas principais características e condições para proporcionar uma análise da sua viabilidade e dos seus riscos bem como para facilitar sua implementação. É uma espécie de plano de viabilização de uma ideia, um pequeno *Checklist* para não deixar nada passar despercebido em um empreendimento. Chiavenatto (2012, p. 150)

O plano de negócio é a principal ferramenta do empreendedor ao iniciar uma organização, visa auxiliar no estabelecimento dos objetivos e metas, e traçar o caminho para seu alcance. Dornelas (2012, p.34) complementa que desenvolver o plano de negócios talvez seja a parte que mais dê trabalho no início de um negócio pois “envolve vários conceitos, que devem ser entendidos e expressos por escrito, em poucas páginas, dando forma a um documento que sintetize toda a essência da empresa, sua estratégia de negócio, seu mercado e competidores, como vai gerar receitas e crescer, etc”.

O plano de negócios também é o responsável por proporcionar um panorama sobre os mais variados aspectos, tanto de maneira interna, quanto externas à organização, que pode servir de apoio a todos os envolvidos: investidores, fornecedores, entre outros. Ceconello (2012, p. 10) coloca que a ideia básica é oferecer, ao tomador de decisão, indicadores consistentes que apresentem o dimensionamento potencial dos ganhos, ou a minimização de perdas, frente aos riscos inerentes do negócio em análise.

2.2.1 A Estrutura do Plano de Negócios

O desenvolver do plano de negócios não tem um passo a passo estabelecido, pois cada organização exige uma estrutura diferente, no entanto, Dornelas (2012, p. 97) pontua que o plano de negócio precisa proporcionar entendimento do negócio, abrangendo todas as suas

esferas: objetivos, marketing, mercado, produtos e/ou serviços, entre outros, para assim proporcionar entendimento do negócio como um todo. Chiavenato (2012) complementa:

Todos os planos têm um propósito comum: a previsão, a programação e a coordenação de uma seqüência lógica de eventos, os quais, se bem-sucedidos, deverão conduzir ao alcance do objetivo que se pretende. Geralmente, um plano é um curso predeterminado de ação sobre um período especificado de tempo e proporciona respostas às seguintes questões: o que, quando, como, onde e por quem. Chiavenato (2012, p.131)

Rosa (2013), buscou estabelecer os pontos a serem trabalhados na construção do plano de negócio, estes foram elencados no quadro 1 na coluna à esquerda, e a direita foram descritos assuntos a serem abordados naquele determinado item. O Quadro 1, disposto a seguir, oportuniza melhor compreensão da estrutura de um plano.

Quadro 1 – Estruturação do Plano de Negócios

Item	Assuntos abordados
Sumário Executivo	<ul style="list-style-type: none"> - Dados dos empreendedores; - Dados do empreendimento; - Resumo dos principais pontos do plano de negócios; - Diretrizes organizacionais da empresa; - Setor de atividade; - Forma jurídica; - Enquadramento tributário; - Capital social; - Fonte de recursos
Análise de Mercado	<ul style="list-style-type: none"> - Estudo dos clientes, concorrentes e fornecedores
Plano de Marketing	<ul style="list-style-type: none"> - Descrição dos principais produtos e serviços; - Preço; - Estratégias promocionais; - Estrutura de comercialização; - Localização do negócio
Plano Operacional	<ul style="list-style-type: none"> - Layout; - Capacidade produtiva, comercial e de prestação de serviços; - Processos operacionais; - Necessidade de pessoal
Plano Financeiro	<ul style="list-style-type: none"> - Capital de giro; - Investimento; - Estimativa do faturamento mensal; - Estimativa dos custos; - Demonstrativo de resultados; - Indicadores de viabilidade
Construção de Cenários	Neste ponto são pensadas situações nos mais variados contextos, para que se possa ter uma noção de como o negócio vai reagir em diferentes cenários, sejam eles pessimistas ou otimistas.

Avaliação Estratégica	Neste ponto são trabalhados os pontos fortes e fracos da organização, internos e externos, para que as estratégias possam ser traçadas.
Avaliação do Plano de Negócio	Ponto a qual o plano de negócios é avaliado, buscando tratar se a oportunidade de negócios é viável

Fonte: adaptado de Rosa, 2013, n.p

No decorrer deste estudo considerar-se-á a estrutura proposta por Rosa (2013), pois contempla os itens que precisam ser abordados no caso da esmalteria, e estão dispostos de maneira objetiva.

2.3 A ESMALTERIA

O setor de cuidado com a beleza principalmente nos últimos anos vem mostrando um considerável crescimento. Informações obtidas no *site* do SEBRAE (2021, n.p) colocam que “dados colhidos em 2021 apontam que o Brasil conquistou o terceiro lugar do mundo no ranking de gastos com cosméticos”, acrescentando ainda que o brasileiro está mais cuidadoso com questões de beleza e cuidados, mas que tem procurado serviços/produtos com valores mais acessíveis, evidenciando que a área traz oportunidades para o empreendedor

O termo esmalteria é referente ao estabelecimento que trabalha com “embelezamento de unhas”. A proposta de esmalteria surgiu com a finalidade de unir inovação e qualidade, com intuito de disponibilizar uma cartela de serviços para mãos e pés, assim como disponibilizar os mais variados produtos para unhas, conforme o Sebrae:

Esmalteria é um tipo de negócio que disponibiliza diversos serviços de unhas, com foco em manicure, pedicure e esmaltes, trazendo novos conceitos na hora de cuidar das unhas. Geralmente, trabalham com a aplicação dos produtos, mas também oferecem a venda deles. Cunha (p.1, n.d.)

Os serviços para unhas hoje, em sua maioria, são realizados por salões de beleza e acabam convergindo com diversos outros serviços prestados, o que pode ser considerado um ponto positivo ao disponibilizar uma cartela de serviços ao cliente, no entanto pode se tornar inconveniente pela movimentação que os serviços dentro do salão costumam gerar, como sons, cheiros desagradáveis, entre outros. Questões que, por vezes, acabam sendo aborrecíveis a quem busca algo mais específico para unhas. Nesse contexto, surgiu a esmalteria. Ela possibilita um serviço aprimorado para unhas, associado ao bem-estar do cliente, contando também com a venda de produtos específicos para unhas.

O ramo é promissor, conforme coloca Cunha (p.3 [s.d.]), o Brasil é o segundo maior consumidor de esmaltes no mundo, ficando atrás apenas dos Estados Unidos. A área possui itens, em sua maioria, acessíveis e produtos diferenciados, surgindo novidades todos os dias, fatores que tornam o acessório colecionável, o que acaba por favorecer o mercado.

Disponibilizar um serviço personalizado acaba sendo um fator positivo também quando falado sobre estratégia competitiva, pois hoje possui como concorrentes apenas os salões de beleza, que no geral disponibilizam apenas o serviço mais genérico: preparar as unhas, esmaltá-las e colocar decoração tradicional. A esmalteria surge trazendo inovação e um tratamento diferenciado, disponibilizando serviços personalizados: massagens, tratamentos, a incorporação do *nail art*¹, e experiências de requinte acessíveis, tudo associado ao atendimento rápido e qualificação profissional.

O fato de disponibilizar produtos, aumenta as possibilidades de negócios pois disponibiliza uma opção a mais para o cliente, aquele que por vezes pode vir ao estabelecimento apenas por algum produto, pode acabar se interessando pelos serviços que são ofertados, além de que, oferece produtos diferenciados, desde os esmaltes básicos, até os mais difíceis de se encontrar, como importados e hipoalergênicos. Além da diversidade de produtos quando o assunto é unhas: decorações de sucesso no momento, as decorações tradicionais, apetrechos para o preparo das unhas, entre outros.

¹ *Nail Art* é um conceito que visa o Design de Unhas, que usa técnicas e produtos específicos para ser realizado, engloba desde uma decoração simples a mais sofisticada.

3 METODOLOGIA

A metodologia de pesquisa é um ponto fundamental para atingir os objetivos propostos, através dela são explicadas as técnicas e métodos utilizados para desenvolver a pesquisa de maneira efetiva.

3.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA

Pode-se dizer que o estudo apresentado é classificado como quantitativo e qualitativo. Quantitativo quando a natureza dos dados, pois, através de questionário, busca adquirir dados que quantificados fornecem informações relevantes para esta pesquisa. Sobre esse tipo de pesquisa, Lakatos (2020, p. 170) complementa que todos eles empregam artifícios quantitativos tendo por objeto a coleta de dados sobre populações, programas ou amostra de populações e programas. Utilizam várias técnicas, como entrevistas, questionários, formulário etc. E empregam procedimentos de amostragem.

O estudo conta também com característica qualitativa, pois tem por objetivo elencar determinados fatores, como o mapeamento do setor e características do público alvo, aspectos que em sua maioria não costumam ser explicados de maneira estatística. Como argumenta Gerhardt (2009, p. 32): “A pesquisa qualitativa preocupa-se, portanto, com aspectos da realidade que não podem ser quantificados”.

Quanto aos fins, a pesquisa tem característica descritiva, esse fator se dá pelos aspectos investigados. Gil (2017, p.26) argumenta que entre as pesquisas descritivas, salientam-se aquelas que têm por objetivo estudar as características de um grupo, caracteriza-se assim pois através de uma pesquisa de campo, obteve dados para análise, como direcionamento para o possível público-alvo de uma esmalteria, dados sobre esse mercado, interesse por produtos e serviços, entre outros.

Para atender os objetivos propostos neste trabalho, foram adotados os seguintes procedimentos: pesquisa bibliográfica e pesquisa de campo. O estudo bibliográfico apresenta elementos de estudos já feitos sobre o tema, disponíveis em artigos, livros, etc, com a finalidade de providenciar uma fundamentação teórico metodológica. Marconi (2010, p. 142) argumenta que a pesquisa bibliográfica é um apanhado geral sobre os principais trabalhos já realizados,

revestidos de importância, por serem capazes de fornecer dados atuais e relevantes relacionados com o tema.

Já a pesquisa de campo visa obter informações diretamente com a população pesquisada, conforme Lakatos (2020, p. 186): “é aquela utilizada com o objetivo de conseguir informações e/ou conhecimentos acerca de um problema, para o qual se procura uma resposta, ou de uma hipótese, que se queira comprovar, ou, ainda, descobrir novos fenômenos ou as relações entre eles”, para isso foi feita uma aplicação de questionários com questões previamente estabelecidas, estas buscavam entender o perfil do cliente, interesses e preferências.

3.2 UNIVERSO E AMOSTRA

Pela dificuldade em se mensurar um grupo específico de possíveis clientes de uma esmalteria, o questionário foi aplicado em mulheres que moram em Chapecó e que de alguma forma buscam manter cuidados/embelezamento de unhas, esse questionário foi aplicado a 67 pessoas. O universo da pesquisa em questão trata-se da população de Chapecó, de aproximadamente 250.000 pessoas, com o tamanho da amostra sendo 67 pessoas, para uma pesquisa com 95% de grau de confiança o erro amostral fica em 12% segundo cálculo realizado pelo *site* SurveyMonkey.

3.3 COLETA DE DADOS

Para coleta de dados foi feito o uso de pesquisa documental, que é a busca em documentos sem tratamento científico, Lakatos (2020, p. 174) escreve: “A característica da pesquisa documental é que a fonte de coleta de dados está restrita a documentos, escritos ou não, constituindo o que se denomina de fontes primárias”.

Para essa pesquisa também se utiliza da observação, onde fatos são observados para gerar hipóteses, conforme Gerhardt (2009 p.27): A partir da observação, é possível formular uma hipótese explicativa da causa do fenômeno. Portanto, por meio da indução chega-se a conclusões que são apenas prováveis

Como já mencionado, foi feito uso de questionário para coleta de dados. Lakatos (2020, p. 323) escreve que “o questionário é um instrumento de coleta de dados que compreende um

conjunto de perguntas previamente elaboradas que, diferentemente da entrevista, deve ser respondido por escrito e enviado ao pesquisador”.

O questionário (disponível no apêndice 1, ao final do trabalho) foi elaborado contendo 14 perguntas e disponibilizado ao público através da plataforma *Google Forms*. Suas perguntas buscaram conhecer o perfil do público, padrão de consumo, tipo de produtos que as pessoas utilizam, enfim, dados importantes para criação do negócio. O questionário foi divulgado através do *WhatsApp* para pessoas conhecidas, e os critérios utilizados foram: moradoras de Chapecó - SC que buscam manter cuidado/embelezamento de unhas. O período de coleta iniciou em 15 de março de 2024 e encerrou em 27 de março de 2024, quando foram atingidas 67 respostas, estas possibilitaram ter um direcionamento importante de informações sobre o público-alvo.

Para coletar informações sobre a concorrência, foram feitas visitas aos estabelecimentos, visando conhecer e ver o que a empresa tinha a disponibilizar naquele momento como cartela de produtos e serviços, e também conhecer o ambiente, o que buscavam proporcionar a clientela. Para estimar os itens orçamentários foram realizadas conversas com uma prestadora de serviços da área e com uma loja de revenda de cosméticos.

3.4 ANÁLISE DE DADOS

A análise de dados consiste em reunir dados, organizá-los e transformá-los em informações úteis, Lakatos (2020, p. 167) complementa: “Na análise, o pesquisador entra em maiores detalhes sobre os dados decorrentes do trabalho estatístico, a fim de conseguir respostas às suas indagações”.

A análise dos dados do trabalho em questão teve início após a aplicação do questionário, os dados primeiramente foram organizados em gráficos e tabelas, elaborados através do próprio *Google Forms* e também no software *LibreOffice Calc*.

Os resultados do questionário foram utilizados principalmente para identificar o perfil do público alvo e conseqüentemente proporcionaram auxílio no estabelecer estratégias de marketing. Os dados que foram obtidos com a prestadora de serviço e com a loja de revenda de produtos proporcionaram realizar os processos operacionais, analisar os ambientes interno e externo da organização.

Os dados financeiros foram analisados a partir da criação de tabelas através do *LibreOffice Calc*, associados com os cálculos dos indicadores financeiros.

4 O PLANO DE NEGÓCIOS

Este capítulo apresenta o plano de negócio, suas etapas e a análise da pesquisa realizada. É através dele que poderá se identificar a viabilidade ou não do negócio.

4.1 SUMÁRIO EXECUTIVO

A empresa em questão é uma esmalteria especializada na prestação de serviços para o embelezamento/cuidado com as unhas e a venda de produtos para unhas. Contará com a seguinte identidade visual:

Figura 1 – Identidade visual da empresa



Fonte: Elaborada pela autora (2024)

Será situada no centro de Chapecó, atuando na venda de produtos e serviços. Como serviço oferece: manicure, pedicure, esmaltação tradicional e em gel, cutilagem, preparo das unhas, esmaltação infantil, *spa* de pés, *nail art* e aplicação de alongamentos; e como produto realiza a venda de: esmaltes, decorações para unhas, materiais para cuidados com as unhas, removedor de esmaltes, produtos para esmaltação em gel e alongamento de unhas, hidratantes, emolientes, cremes e óleos.

A esmalteria prestará seus serviços no setor da beleza, o qual dados do SEBRAE (2021, n.p) apontam que este ramo vem apresentando crescimento no país, pois afirmam que o brasileiro tem investido mais em questões de beleza e cuidados. Seu foco principal são clientes mulheres que residam em Chapecó e que buscam de alguma forma ter esse cuidado com as

unhas. A empresa será registrada como LTDA Unipessoal, mais conhecida como SLU. A razão social da empresa será registrada no nome da proprietária: Silvia dos Santos Dias e terá por nome fantasia Empório das Unhas. As declarações de impostos serão por meio do regime tributário Simples Nacional, realizadas todo ano através do Documento de Arrecadação do Simples Nacional. O capital social inicial será no valor de R\$ 50.000,00, integralizado 100% pela proprietária da empresa.

4.1.1 As Diretrizes Organizacionais da Empresa

A missão da empresa segundo escreve Schermerhorn (2006, p. 71) é o porquê de ela existir como fornecedora de bens e/ou serviços para a sociedade, e complementa ainda que “as melhores organizações possuem uma missão clara e atraente”. Desta forma, a missão da empresa em questão é disponibilizar a venda de produtos diferenciados e inovadores, e proporcionar o serviço de embelezamento de unhas alinhado com as expectativas dos clientes, com alto padrão de qualidade e bom atendimento.

A visão pode ser descrita como o ponto que a empresa quer chegar, conforme escreve Ceconello (2012, p. 150): “a visão é a declaração mais ampla da empresa, correspondendo a uma meta mais próxima daquilo que seria seu ideal”. Assim sendo, a visão da empresa em estudo é: ser referência na venda de produtos e serviços de embelezamento e cuidado de unhas na cidade de Chapecó.

Os valores são atitudes e crenças que pautam a cultura organizacional da empresa, em complemento Schermerhorn (2006, p. 71) escreve que: “A presença de valores essenciais fortes fornece um caráter para uma organização, apoia a declaração da missão e ajuda a guiar o comportamento dos membros de uma maneira significativa e consistente”, desta forma, os valores estabelecidos para a empresa e estudo são: ética, empatia e responsabilidade.

4.2 ANÁLISE DE MERCADO

Neste ponto foram descritas informações sobre o mercado de atuação da esmalteria, visando conhecer as oportunidades e desafios que ele oferece, primeiramente é apresentado o estudo dos clientes, seguido dos concorrentes e fechando com os fornecedores.

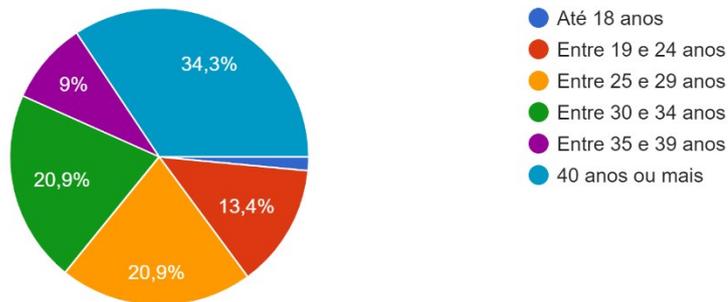
4.2.1 Estudo dos Clientes

Neste item são tratadas informações sobre os clientes, através dos dados colhidos com o questionário pode-se ter um direcionamento sobre esse público. Inicialmente busca-se identificar as características gerais: idade, onde moram e quanto ganham, em um segundo momento procura-se entender o comportamento desse público: a frequência com que utilizam esse serviço, valor que estão dispostos a pagar etc. E, em um último ponto, busca-se esclarecer o que leva essas pessoas a comprarem, se o preço, qualidade, cor, enfim.

O público-alvo da esmalteria trata-se de mulheres chapecoenses que buscam de alguma forma manter o embelezamento/cuidado com as unhas. A primeira pergunta que buscou conhecer esse público solicitou informações sobre a faixa etária, as respostas constam no gráfico 1, abaixo:

Gráfico 1 – Faixa etária do público-alvo

Indique sua faixa etária
67 respostas



Fonte: dados primários (2024)

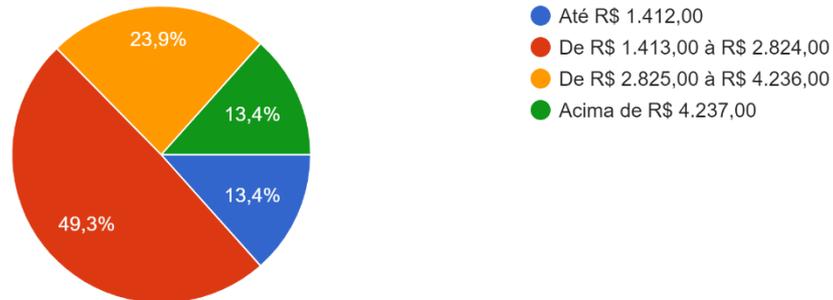
Percebe-se um público de idade bem diversa, onde predominam mulheres acima de 40 anos, com 34,3% das respostas, no entanto também se percebe um público mais jovem, composto por todas as demais respostas do gráfico.

Para conhecimento melhor do público foi questionado sobre a renda mensal dessas mulheres, as respostas estão no gráfico 2:

Gráfico 2 – Renda mensal

Qual sua renda mensal?

67 respostas



Fonte: dados primários (2024)

Percebe-se que o público que ganha entre um e dois salários-mínimos é predominante, com 49,3% das respostas, no entanto percebe-se um grupo importante com maior poder aquisitivo, acima de três salários-mínimos, contabilizando 37,3% dos votos.

Visando conhecer onde esse público reside, foi perguntado o bairro em que moram, as respostas foram organizadas em tabela para melhor visualização:

Tabela 1 – Bairros em que o público-alvo reside

Bairro	Número de respostas
Aeroporto	1
Centro	6
Desbravador	3
Efapi	16
Esplanada	3
Interior	2
Jardim Itália	1
Líder	5
Parque das Palmeiras	2
Passo dos Fortes	8
Presidente Médice	3
Santo Antônio	2
Seminário	1
Vila Real	14

Fonte: dados primários, elaborado pela autora (2024)

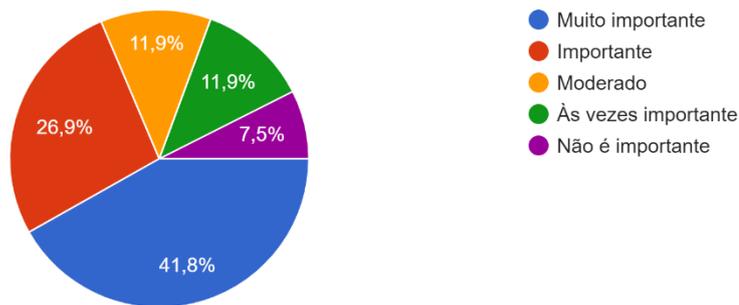
É notável que o público se encontra bem dividido, tendo o maior número de respostas no bairro Efapi (acredita-se que por ter uma maior concentração de habitantes) e no bairro Vila Real, bairro onde a autora trabalha e pode aplicar o questionário a mais pessoas gerando assim um número considerável de respostas nesse bairro. Por ter uma distribuição “desproporcional” acredita-se que neste ponto a pesquisa ficou enviesada, não podendo servir de parâmetro para entender sobre a localização das clientes da esmalteria.

Para a viabilidade de uma esmalteria, é necessário um público interessado nos serviços/produtos disponibilizados ali, visando compreender a importância do cuidado com as unhas no questionário foi colocada a seguinte pergunta: Estar com as unhas bem cuidadas é importante para você? As respostas estão no gráfico 3:

Gráfico 3 - Importância do cuidado com as unhas

Estar com as unhas bem cuidadas é importante pra você?

67 respostas



Fonte: dados primários (2024)

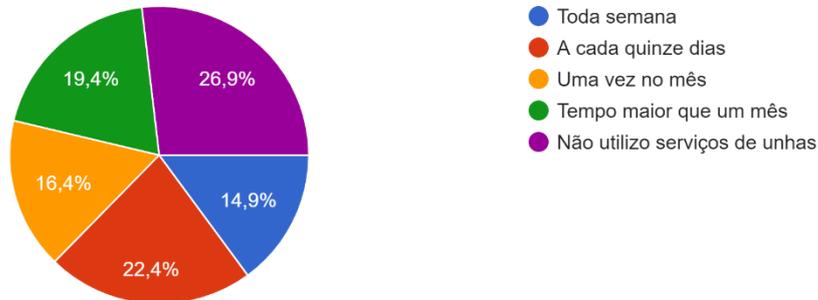
Da população questionada, 41,8% consideram muito importante estar com as unhas bem cuidadas e 26,9% consideram importante, porcentagens que somadas contabilizam 68,7% das respostas, e de todas elas apenas 7,5% afirmam não se importar com o cuidado com as unhas, demonstrando que os serviços e produtos disponibilizados pela esmalteria são úteis para parte considerável das mulheres.

Para ter um direcionamento sobre a demanda de serviços de unhas foi questionada a frequência com que essas mulheres utilizavam desses serviços, resultando nas respostas do gráfico abaixo:

Gráfico 4 – Frequência que utilizam serviços de unhas

Com qual frequência você costuma utilizar serviços* de unhas?

67 respostas



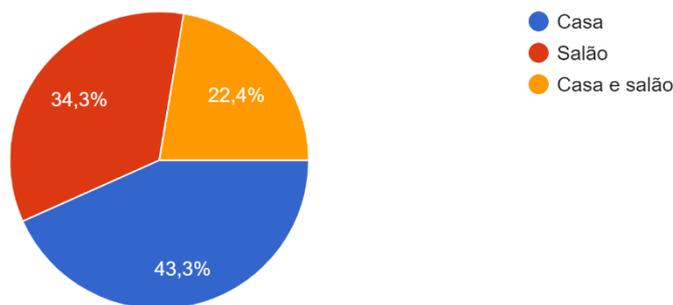
Fonte: dados primários (2024)

Percebem-se respostas bem divididas, que demonstram que utilizar serviços de unhas não é muito corriqueiro entre esse público, apenas 14,9% é semanalmente, no entanto tem-se um número considerável de pessoas que mesmo com mais tempo entre uma unha e outra utilizam desse serviço, apenas 26,9% não faz uso. Para complementação desses dados também foi perguntado onde essas mulheres costumam fazer as unhas, se em casa, se no salão ou casa e salão concomitantemente, as respostas estão no gráfico 5:

Gráfico 5 – Local que costuma fazer as unhas

Local que costuma fazer as unhas:

67 respostas



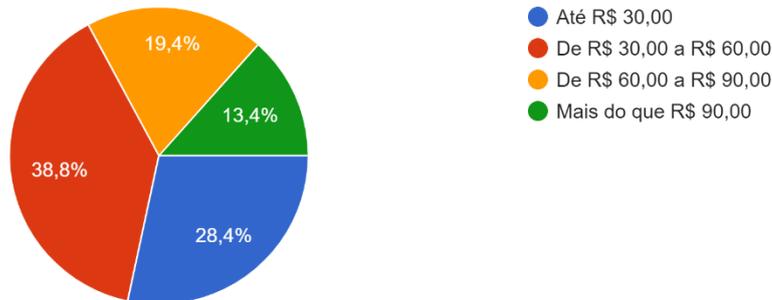
Fonte: dados primários (2024)

Percebe-se no gráfico 5 que fazer as unhas em casa é o mais comum entre esse público, o que demonstra que além de investir em serviços é importante realizar a venda de produtos. Em complemento foi perguntado que valor esse público estaria disposto a gastar mensalmente com o cuidado/embelezamento de unhas, obtendo as respostas no gráfico 6:

Gráfico 6 – Valor que as clientes estão dispostas a gastar mensalmente

Quanto você estaria disposto a gastar por mês para embelezamento de unhas?

67 respostas



Fonte: dados primários (2024)

Dados demonstram que clientes em sua maioria (38,8%) estão dispostas a gastar entre R\$ 30,00 e R\$ 60,00, parcelas menores estão dispostas a gastar acima de R\$ 60,00 e uma parcela considerável está disposta a gastar até R\$ 30,00.

Para entender a demanda de produtos que a esmalteria teria, foi feita uma pergunta com a seguinte questão: “Costuma comprar esmaltes e acessórios para preparar a unha? Caso sim, o que compra com mais frequência?”, as respostas foram elencadas na tabela 2 para melhor compreensão:

Tabela 2 - Produtos que costumam comprar

Descrição do produto	Nº de votos
Acessórios para preparar a unha	3
Acetona	11
Algodão	5
Base, óleo secante, hidratante	8
Decorações	8
Esmaltes	28
Não utilizo produtos de unhas	6
Produtos de higiene de unha	1
Utilizam produtos, sem descrição	7

Fonte: dados primários, elaborado pela autora (2024)

Importante ressaltar que a pergunta era obrigatória, no entanto a respondente tinha liberdade em citar os produtos que normalmente utiliza, podendo somar vários produtos em uma resposta só, que precisaram ser “desmembrados” de modo a preencher a tabela de forma

precisa. Percebe-se nas respostas a predominância da compra de esmaltes (28 votos) e acetona (11 votos).

Para entender o fator que leva a cliente a realizar a compra, foi necessário investigar o que essas mulheres priorizam na hora de escolher um determinado produto, se qualidade, cor, ser um produto em alta, enfim, as respostas foram organizadas na tabela 3:

Tabela 3 - O que elas prezam na hora da compra

Cor	27 votos
Preço	30 votos
Qualidade	42 votos
Ser um produto em alta	4 votos
Não utilizo	4 votos

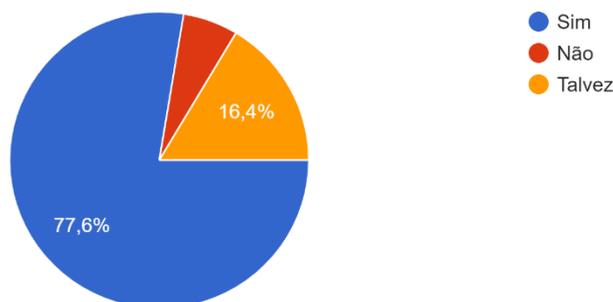
Fonte: dados primários, elaborado pela autora (2024)

Novamente uma questão onde poderia ser escolhido mais de um item, por isso a quantidade de votos maior que o número de respondentes, percebe-se a predominância do fator “qualidade”, que foi seguido acompanhado pelo fator “preço”, dados que demonstram a importância de investir na venda de bons produtos e oferecê-los com um preço bom para os clientes, que não seja caro em relação aos concorrentes. Ainda com a finalidade de verificar o interesse desse público em frequentar uma esmalteria foi feita a seguinte pergunta: “Se houvesse uma nova esmalteria na cidade, especializada em serviços de unhas e venda de produtos para unhas, você teria interesse em conhecer?”, as respostas se encontram no gráfico 7:

Gráfico 7 – Interesse em conhecer o estabelecimento

Se houvesse uma nova esmalteria na cidade, especializada em serviços de unhas e venda de produtos para unhas, você teria interesse em conhecer?

67 respostas



Fonte: dados primários (2024)

Constata-se que as respostas obtidas foram satisfatórias, o público demonstra interesse além de, em sua maioria, fazer uso desses produtos/serviços.

4.2.2 Estudo dos Concorrentes

Para estudo dos concorrentes foi utilizado como base o quadro disposto por Rosa (2013, p. 43), e acrescentadas as informações relativas ao estudo em desenvolvimento, os dados foram colhidos de empresas localizadas em Chapecó-SC que buscam disponibilizar os serviços de esmalteria, estas estão dispostas no quadro 2.

Quadro 2 – Estudo dos Concorrentes

	Qualidade	Preço	Condições de pagamento	Localização	Serviços	Atendimento	Garantias Oferecidas
Empório das Unhas	- Uso de material esterilizado; - Serviços prestados por profissionais; - Extensa variedade em produtos de unhas;	Valores a partir de R\$ 33,00	- Dinheiro; - Cartão de débito; - Cartão de crédito, podendo parcelar em até 3 vezes (parcela mínima de R\$ 50,00); - PIX.	Centro, Chapecó	- Venda de materiais em extensa variedade; - Cartela de serviços de unhas: manicure, pedicure, <i>spa</i> de pés, alongamento e <i>nail art</i> .	- Horário de funcionamento diferenciado; - Atendimento via <i>whatsapp</i> ; - Atendimento com e sem horário marcado; - Entrega a partir de determinado valor de compra	- <i>Wi-fi</i> ; - Espaço <i>Kids</i> ;
Concorrente 1	- Uso de material esterilizado; - Serviços prestados por profissionais; - Disponibiliza cartela de serviços; - Venda de produtos hidratantes e para alongamento	Valores a partir de R\$ 35,00	- Dinheiro; - Cartão de débito; - Cartão de crédito; - PIX.	Santa Maria, Chapecó	- Venda de produtos para alongamento e hidratação; - Cartela de serviços de unhas: manicure e pedicure, alongamentos de unha e esmaltação em gel; - Serviços variados: maquiagem, serviços de estética, depilação, cílios e sobrancelhas, reiki, preenchimentos, botox, lipo de papada.	- Horário de funcionamento diferenciado; - Atendimento via <i>whatsapp</i> , - Atendimento através de horário agendado	- <i>Wi-fi</i> ; - Estacionamento;
Concorrente 2	- Uso de material esterilizado; - Serviços prestados por profissionais; - Disponibiliza cartela de serviços; - Disponibiliza serviços de podologia.	Valores a partir de R\$ 35,00	- Dinheiro; - Cartão de débito; - Cartão de crédito; - PIX; - Vale presente.	Centro, Chapecó	- Cartela de serviços de unhas: manicure e pedicure, alongamentos de unha e esmaltação em gel, <i>nail art</i> ; - Serviços de podologia, tratamento de pés; - Serviços variados: serviços de cabeleira, depilação, sobrancelha, maquiagem.	- Horário de funcionamento diferenciado; - Atendimento via <i>whatsapp</i> , - Atendimento através de horário agendado	- <i>Wi-fi</i> ; - Estacionamento; - Bar e lanchonete; - Atendimento de unhas em local separado do serviço de cabeleira

Fonte: elaborado pela autora (2024)

Constata-se com o quadro 2 que a Empório das Unhas possui concorrentes importantes, estes buscam disponibilizar uma cartela de serviços ampla e já estão efetivados no mercado, no entanto, acredita-se que a empresa consegue concorrer com as que já estão no mercado, pois além de prestar serviços de unhas de maneira especializada, possui a venda de produtos em extensa variedade.

O fato de ter atendimento sem a necessidade de agendar horários, pode ser considerado um ponto a favor, pois se torna prático para o cliente. Contar com espaço *kids* também pode ser considerado um diferencial, pois mães com crianças podem levá-las ao estabelecimento sem ter a preocupação com o lugar que as crianças ficarão enquanto são atendidas.

Como o fator preço é um determinante na hora do cliente realizar a compra, num primeiro momento serão voltados esforços para fornecer um preço bom nos produtos e serviços, valores próximos aos praticados pelos concorrentes, no entanto mais baixos, aliados a estratégias promocionais com a finalidade de captar e fidelizar clientes, estas estão detalhadas no item 4.3.3.

Por fim, haverá o forte investimento nas redes sociais para divulgação dos produtos (também detalhadas no item 4.3.3), o atendimento para vendas será presencial e também *online* onde prestará atendimento via *whatsapp*, o cliente poderá escolher os produtos e realizar o pagamento por link (em caso de cartão) ou PIX, e poderá contar com a entrega em compras acima de R\$ 70,00.

4.2.3 Estudo dos Fornecedores

Neste ponto serão abordadas as empresas que irão fornecer o necessário ao funcionamento inicial da esmalteria, desde produtos, matérias primas, aos mobiliários necessários. Para os produtos que serão vendidos e serviços que serão prestados, foram pesquisadas lojas na *internet* que disponibilizem de grande variedade de produtos e pratiquem bons preços no atacado, fornecendo descontos em determinada forma de pagamento ou benefícios como frete grátis, estes foram elencados no quadro 3.

Já para mobílias, eletrodomésticos e eletroeletrônicos foi levado em consideração o fato de a loja disponibilizar todos os itens necessários, ser localizado na cidade e garantias que as lojas fornecem.

Quadro 3 – Estudo dos Fornecedores

Fornecedor	Item	Fornecedor	Condição de pagamento	Prazo entrega	Localização
1	Materiais descartáveis para esterilização e uso na prestação de serviço: luvas, palitos, kits esterilização, lixas, algodão (...); Materiais para cutelaria: espátula, cortador de unhas e alicate (...); Materiais para alongamento de unha; Decorações	Mix da Jo	À vista ou parcelado em até 3 X	De acordo com a transportadora ou Correio	Porto Alegre - RS
2	Equipamentos: cabine, coletor de pó; Materiais para alongamento de unha	Espaço das divas	À vista ou parcelado em até 10X	De acordo com a transportadora ou Correio	Curitiba - PR
3	Esmaltes; Produtos diversos para manicure e pedicure: óleos, removedor de esmalte, cremes, emolientes (...); Materiais para cutelaria: espátula, cortador de unhas e alicate (...); Decorações	Loja Esmalte Bonito	À vista ou parcelado em até 4 X	De acordo com a transportadora ou Correio	Blumenau - SC
4	Produtos e materiais de limpeza, balas, café, chá, papel higiênico, papel toalha	VIA Atacadista	À vista	Produtos retirados no local	Chapecó - SC
5	Eletroeletrônicos: Televisão, computador, impressoras (normal e fiscal) e celular, modem <i>wi-fi</i> Eletrodomésticos: micro-ondas, ar condicionado, frigobar, cafeteira, purificador de água, Equipamentos: autoclave, luminária de mesa Móveis: Balcão de cozinha, armário para depósito, poltronas para espera, cadeiras, mesa para atendimento, caixa, expositores e prateleiras	Magazine Luiza	À vista (com desconto) ou parcelado em até 10 vezes	Produtos podem ser retirados no local	Chapecó - SC
6	Mobília exclusiva para manicures: cirandinha e expositor de esmaltes	Webcadeiras	À vista ou parcelado em até 12X	De acordo com a transportadora ou Correio	Florianópolis - SC
7	Toalhas higienizadas (locação)	Extralimp Toalhas	À vista	Produtos entregues no estabelecimento	Chapecó - SC

Fonte: elaborado pela autora (2024)

Importante ressaltar que esses fornecedores são para um primeiro momento de empresa, em sua abertura, com o tempo tem-se o objetivo de estabelecer parcerias com fornecedores com a finalidade de negociações que tragam vantagem a todos os envolvidos.

4.3 PLANO DE MARKETING

Nessa parte constam as ações que serão feitas para que a empresa alcance seus objetivos, apresentando seus produtos e serviços, preços, promoções.

4.3.1 Descrição dos Principais Produtos e Serviços

A ideia na venda de produtos é disponibilizar qualidade, inovação e variedade, pautado principalmente na venda de esmaltes, buscar-se-á trabalhar com os mais variados tipos:

- Cremoso - cor normal, com leve efeito brilhante e alta cobertura
 - Foscos - não tem brilho, com a aparência opaca
 - Cintilante - são caracterizados por possuírem pouco brilho e aparência mais transparente
 - Perolado - parecidos com o cintilante, com brilho, mas com cobertura mais considerável
 - Gel - oferecem um brilho diferenciado as unhas e são desenvolvidos para durarem mais
 - Esmaltes para cuidados e hipoalergênicos
 - Cromados - lembram o metálico, mas com gel, passando assim a impressão de serem espelhados
 - Translucido - esmalte com baixa cobertura, deixa a unha com cor, porém de maneira mais transparente
 - Glitter, Flocado, Salpicados, Holográficos - com glitter em formatos e cores diferentes
 - Neon - cores bem chamativas e coloridas, por vezes com opções que brilham no escuro
 - Também trabalhar com esmaltes importados.
- Produtos para o cuidado das unhas: produtos para esterilização, alicates, espátulas, cortadores de unhas, lixas para unhas, luvas, hidratantes, algodão, borrifador, removedor de esmalte, cremes, emolientes, emoliente de cutículas, esfoliantes;
 - Produtos para alongamento;
 - Produtos para esmaltação em gel;
 - Produtos para a decoração de unhas: adesivos artesanais, adesivos impressos, joias de unhas.

Serviços:

- Manicure e pedicure: higienização de mãos e pés, corte e molde das unhas, cutilagem e por final esmaltação;

- Esmaltação em gel: procedimento que garante mais da esmaltação;
- Alongamento de unhas:
 - Fibra de vidro: São colados filamentos de vidro sobre a unha, e após aplicado um gel que é seco em cabine, tornando-a fina, moldável e mais adequada na questão resistência, principalmente para pessoas que digitam bastante;
 - Acrílico: é aplicado um material sobre a unha e moldado no formato e tamanho de preferência da cliente, sendo finalizado na cabine para secagem;
- SPA dos pés: tratamento para relaxar, retirar peles mortas e hidratar a região dos pés;
- Serviços de *Nail Art*: decorações feitas sobre as unhas, geralmente em apenas uma unha de cada mão/pé;
- Esmaltação infantil: lixamento de unhas, hidratação e esmaltação com esmaltes a base de água.

4.3.2 Preço

Como trabalhado no item “estudo dos clientes”, percebeu-se que o fator preço influencia no momento de o cliente realizar a compra, para determinar os preços praticados nos serviços realizou-se uma pesquisa dos valores executados pela concorrência, a ideia é inicialmente oferecer valores próximos ao da concorrência, porém mais baixos, estes foram estabelecidos na tabela 4.

Tabela 4 – Valores Praticados pela Empório das Unhas

Serviço	Valor
Manicure	R\$ 33,00
Pedicure	R\$ 33,00
Cutilagem e preparo das unhas	R\$ 25,00
Esmaltação em Gel	R\$ 85,00
Alongamento de unhas	Fibra de vidro R\$ 140,00
	Acrílico R\$ 140,00
	Manutenção de ambos acima R\$ 90,00
SPA dos pés	R\$ 50,00
Serviços de <i>Nail Art</i>	R\$ 10,00 (por par de unha)
Esmaltação infantil	R\$ 15,00

Fonte: elaborado pela autora (2024)

4.3.3 Estratégias Promocionais

A principal estratégia promocional que será praticada pela Empório das Unhas vai ser a divulgação em redes sociais, como *Instagram*, *Facebook* e *Whatsapp*, consistirá na divulgação dos produtos, fotos dos serviços, novidades e afins, através de *stories* diariamente, numa média de 15-20 *stories* por dia. Também será pago para as plataformas de *Instagram* e *Facebook* para impulsionar as publicações e atingir o público.

Aliado a isso, logo no início, existe a ideia de fazer permutas com 3 ou 4 pessoas influentes das redes sociais (que tenham acima de 10.000 seguidores) com a finalidade de divulgar a loja no seu início e atrair clientes.

Serão fornecidos cartões fidelidade aos clientes, os quais serão carimbados a cada R\$ 50,00 gastos. Quando chegar ao número de 10 carimbos, a cliente terá direito a descontos em produtos e serviços, importante ressaltar que nesse ponto a loja terá um controle em planilha para que em caso de a cliente esquecer o cartão não perca o carimbo daquela determinada compra. Acredita-se que isto será importante pois é um benefício para o cliente que tem o hábito de comprar produtos e utilizar serviços, motivando o cliente a retornar ao estabelecimento para ganhar esse “bônus”.

Promoções em dias de menor movimento serão estudadas, com a finalidade de atrair clientes para a loja. Além disso serão oferecidos brindes para as clientes que trouxerem outra por indicação, por exemplo: lixas, espelhos de bolsa, esmaltes, decorações e afins.

4.3.4 Estrutura de comercialização

A comercialização dos produtos e serviços se dará por meio de venda direta, onde a esmalteria venderá direto para o consumidor final, seja de maneira presencial ou por mídias sociais.

Num primeiro momento e levando em consideração que a esmalteria iniciará seus atendimentos, não será necessária uma equipe de vendas, estas serão realizadas pela proprietária e a atendente da esmalteria.

4.3.5 Localização

A escolha da sala, deu-se pela região do centro ser um local com grande fluxo de pessoas. Os alugueis nessa região costumam ser a partir de R\$ 2.000,00, a depender principalmente do tamanho da sala e recursos que dispõe.

Como critério da escolha do imóvel para a esmalteria, buscou-se um lugar com pelo menos 40m² para disponibilizar conforto aos clientes e colaboradores, ter espaço para circulação e também para os móveis, evidentemente precisará de infraestrutura básica, então é importante banheiro, espaço para área de limpeza e esterilização e também para uma pequena copa.

Abaixo foi elaborado um quadro com o imóvel que será escolhido, que abrange os critérios citados acima:

Quadro 4 - Imóvel

Valor aluguel: R\$ 2.500,00 – Imobiliária A		
Bairro: Centro	Cidade: Chapecó	Estado: SC
Justificativa da escolha do imóvel: Proximidade: Banco do Brasil Área: 50 m ² Banheiro acessível para PCD		

4.4 PLANO OPERACIONAL

Nesta parte são detalhados vários itens necessários ao funcionamento da empresa e o alcance dos objetivos, detalhando itens necessários a execução do processo.

4.4.1 Layout

A loja é planejada para o público feminino, buscando dispor de um ambiente bonito, aconchegante e delicado, é ideal que o espaço de aproxime do formato de *layout* na figura 2:

Figura 2 – *Layout* da Esmalteria

- | | |
|-----------------------|------------------------------------|
| 1- Loja dos produtos; | 4- Espaço para esterilização; |
| 2- Banheiro; | 5- Espaço Kids; |
| 3- Copa; | 6- Espaço de prestação de serviços |

Fonte: elaborado pela autora (2024)

Esse *layout* foi criado de maneira modesta para se ter um direcionamento da organização do ambiente, pois nem sempre serão encontradas salas com essas características, disposição do banheiro e copa por exemplo, mas a ideia principal é dispor da venda de produtos logo na chegada, e num lugar mais reservado realizar a prestação de serviços, com poltronas para espera e também a área *kids*.

4.4.2 Capacidade produtiva / Comercial / Serviços

A Empório das Unhas funcionará no período das 10h às 19h, de segunda à sábado. Nesse período, estima-se que poderão ser atendidas 13 pessoas diariamente para prestação de serviços.

As vendas, agendamentos e recepção das clientes serão feitas na loja física e de forma *on-line* através de *Instagram* e *whatsapp*, para tal as responsáveis serão a atendente e a proprietária da loja.

4.4.3 Processos operacionais

Neste ponto estão dispostas as principais atividades do negócio, que interligadas resultam na entrega ao cliente final, são elas:

- Gerência do negócio: organização da empresa, definição de metas, gestão de pessoal, gestão de recursos e estoques, gestão financeira;
- Recepção/atendimento: recepção e orientação aos clientes, agendamento de horários, confirmação de agendas, venda de produtos, atendimento telefônico e *Whatsapp*;
- Prestação de serviço: atendimento aos clientes, tratamento de mãos e pés, aparar cutículas, lixar e cortar as unhas, esmaltar, hidratar, esfoliar, realizar a aplicação de alongamentos, higienizar materiais, conhecer tendências e aplicá-las nos clientes.

4.4.4 Necessidade de pessoal

Para poder dar início as suas atividades, conforme consta no quadro 5, inicialmente a esmalteria precisará de:

Quadro 5 – Necessidade de Pessoal

Cargo/função	Qualificações necessárias	Quantidade necessária
Gerente	Especialização em administração	1
Recepcionista	Experiência em atendimento	1
Manicure	Qualificação e experiência em serviços de manicure, pedicure e alongamento	2

Fonte: elaborado pela autora (2024)

4.4.5 Terceirização

A parte contábil será terceirizada para uma empresa de contabilidade, esta será responsável inicialmente pelo processo de legalização da empresa, realizando os registros de CNPJ, inscrição municipal e estadual, entre outros, e também auxiliará mensalmente nos itens: pró-labore, nota fiscal, impostos e folha de pagamento.

4.5 PLANO FINANCEIRO

O plano financeiro é de extrema importância pois seu resultado traz fatores significativos para a viabilidade do negócio, neste ponto serão elencados todos os investimentos necessários para abertura e funcionamento da empresa no decorrer do primeiro ano de atividade.

4.5.1 Estimativa de Investimentos Fixos

A tabulação dos valores fixos foi organizada de acordo com o quadro de fornecedores disposto no item 4.2.3, em pesquisas através de *site*.

Tabela 5 - Máquinas e Equipamentos

	Item	Descrição	Quantidade	Valor unitário (R\$)	Total (R\$)
1	Computador	3green, i5 8GB RAM, Windows 10	1	1.079,10	1.079,10
2	Telefone	Sem fio Intelbras TS2510	1	147,05	147,05
3	Cafeteira	Oster compacta 19 cafês	1	115,42	115,42
4	Microondas	Mondial 21L	1	555,54	555,54
5	Frigobar	Midea 67 L	1	1.099,99	1.099,99
6	Autoclave	Idealclave La Belle 5 Litros – Stermax	1	1.350,00	1.350,00
7	Luminária de mesa	Articulada Pixar – Athlanta	2	57,66	115,32

8	Televisão	Smart TV Britânia 42"	1	1.410,59	1.410,59
9	Modem Wifi	D-Link DSL-2740E/BR	1	124,99	124,99
10	Máquina de cartão	Sumup solo	1	298,00	298,00
11	Impressora	Tanque de tinta Epson wifi	1	879,00	879,00
12	Impressora fiscal	Térmica 80mm Ethernet Guilhotina – Goldensky	1	380,00	380,00
13	Ar condicionado	Hi Wall Eco Philco Inverter 9.000 Btus	1	2.248,75	2.248,75
14	Celular	Moto G24 128GB	1	887,00	887,00
15	Cabine	Cabine Sun X UV/LED	2	189,90	379,80
16	Coletor de pó	80w Bilvot	2	109,90	219,80
Total					11.290,35

Fonte: elaborado pela autora (2024)

Tabela 6 - Móveis e utensílios

	Item	Descrição	Quantidade	Valor unitário (R\$)	Total (R\$)
1	Mesa para manicure	Com expositor mdf cor branca	2	169,90	339,80
2	Mesa para caixa	Tamburato Atendimento Carvalho/Branco - Artany Móveis	1	1.754,53	1.754,53
3	Mesa Ilha para venda de produtos	Mesa Manicure c/prateleira De Vidro 60 cm - Stoks Balcões	2	221,48	442,96
4	Expositor de produtos	Estante Colmeia Multiuso Branco	5	546,47	2.732,35
5	Balcão de cozinha	Com Tampo Itatiaia Aço - 3 Portas 1 Gaveta	1	499,99	499,99
6	Armário para depósito	2 Portas Margarida Henn	1	269,41	269,41
7	Aparador buffet	Lorde 4 Portas	1	324,29	324,29
8	Poltronas para espera	Kit 2 Poltronas Sala de Espera Ibiza	1	489,06	489,06

9	Cadeira manicure (cirandinha)	Ciranda para Manicure Deluxe	2	1.136,00	2.272,00
10	Cadeira escritório	Com Base Cromada Prizi Essencial	1	199,00	199,00
11	Cadeira para copa	Cadeira Eiffel	2	60,21	120,42
12	Cadeira atendimento ao cliente	Cadeira Estofada Pétala Suede	2	132,30	264,60
13	Purificador de água	Consul Refrigerado Touch Cinza Bivolt CPB33AF	1	843,33	843,33
14	Expositor de esmalte	Carrinho porta esmalte com 4 bandejas	1	656,00	656,00
15	Brinquedos diversos, área kids	Brinquedos diversos	1	500,00	500,00
Total					11.707,74

Fonte: elaborado pela autora (2024)

Nas tabelas 7 e 8 encontram-se a estimativa do estoque inicial para venda de produtos e prestação de serviços, foram feitas em tabelas separadas para melhor organização e compreensão.

Tabela 7 – Estimativa de estoque inicial para venda de produtos

	Item	Descrição	Quantidade	Valor unitário (R\$)	Total (R\$)
1	Palitos descartáveis	Kit com 100	10	8,99	89,90
2	Lixas descartáveis	Mini lixa Raskalo com 100	10	14,99	149,90
3	Esmaltes diversos	Varia com o tipo de produto, considerar-se-á o valor médio (R\$ 6,00)	250	6,00	1.500,00
4	Álcool	Alcool liquido cinco, 950 ml	10	23,99	239,90
5	Removedor de esmalte	500ml	10	24,90	249,00
6	Removedor de esmalte	100ml	20	4,99	99,80

7	Dosador de removedor	Raskalo 180ml	10	11,49	114,90
8	Amolecedor de cutícula	110ml	15	9,90	148,50
9	Extra brilho	100 ml	15	34,90	523,50
10	Extra brilho	8ml	25	6,99	174,75
11	Secante	60 ml	15	16,49	247,35
12	Secante	8ml	25	6,99	174,75
13	Base	100 ml	15	22,99	344,85
14	Base	8ml	25	5,99	149,75
15	Separador de dedos	Silicone pedicure	10	14,90	149,00
16	Hidratante	100 ml	10	9,49	94,90
17	Esfoliante	100 ml	10	10,49	104,90
18	Lixa para pés	Raskalo	25	6,19	154,75
19	Pulverizador	Raskalo 260ml	8	12,69	101,52
20	Caixa de luvas descartáveis	Unigloves pink com 100	8	44,99	359,92
21	Fita autoclave	19 mm x 33 m	5	8,99	44,95
22	Envelope para esterilização	Hospflex - Kit com 100	5	22,99	114,95
23	Alicate de cutículas	Inox D&Z Aço	15	19,90	298,50
24	Cortador de unha	Inox	15	8,90	133,50

25	Palito cutelaria	Isis	20	5,99	119,80
26	Espatula	Isis	20	5,99	119,80
27	Tesouras	Inox D&Z	15	19,99	299,85
28	Kits de molde unhas de acrilico	D&Z com 120 unidades	10	19,90	199,00
29	Lixa bloco	Branca	15	2,90	43,50
30	Gel para cabine	15 g	15	19,99	299,85
31	Fibra de vidro para unha	D&Z 10m	15	29,90	448,50
32	Kit de pincéis para decoração	Kit com 15	10	9,99	99,90
33	Adesivos para unhas	Artesanais com 5 pares	70	6,55	458,50
34	Películas para unhas	3D impressas	50	6,99	349,50
35	Jóias para unhas	Unitário (par)	50	1,45	72,50
36	Lixa banana	100/180	30	2,99	89,70
37	Algodão	Topz Rolo, 25 g	15	4,19	62,85
38	Loção higienizadora	500 ml Homeopast	4	118,00	472,00
Total					8.898,99

Fonte: Elaborado pela autora (2024)

Tabela 8 – Estimativa de estoque inicial para prestação de serviços

	Item	Descrição	Quantidade	Valor unitário (R\$)	Total (R\$)
1	Palitos descartáveis	Kit com 100	2	8,99	17,98

2	Lixas descartáveis	Mini lixa Raskalo com 100	2	14,99	29,98
3	Esmaltes diversos	Varia com o tipo de produto, considerar-se-á o valor médio (R\$ 6,00)	45	6,00	270,00
4	Álcool	Alcool liquido cinco, 950 ml	2	23,99	47,98
5	Removedor de esmalte	500ml	2	24,90	49,80
6	Dosador de removedor	Raskalo 180ml	2	11,49	22,98
7	Amolecedor de cutícula	110ml	2	9,90	19,80
8	Extra brilho	100 ml	2	34,90	69,80
9	Secante	60 ml	2	16,49	32,98
10	Base	100 ml	2	22,99	45,98
11	Separador de dedos	Silicone pedicure	10	14,90	149,00
12	Hidratante	100 ml	2	9,49	18,98
13	Esfoliante	100 ml	2	10,49	20,98
14	Lixa para pés	Raskalo	40	6,19	247,60
15	Pulverizador	Raskalo 260ml	2	12,69	25,38
16	Caixa de luvas descartáveis	Unigloves pink com 100	2	44,99	89,98
17	Fita autoclave	19 mm x 33 m	2	8,99	17,98
18	Envelope para esterilização	Hospflex - Kit com 100	2	22,99	45,98
19	Alicate de cutículas	Inox D&Z Aço	10	19,90	199,00
20	Cortador de unha	Inox	10	8,90	89,00
21	Palito cutelaria	Isis	10	5,99	59,90
22	Espatula	Isis	10	5,99	59,90
23	Tesouras	Inox D&Z	10	19,99	199,90
24	Kits de molde unhas de acrílico	D&Z	10	19,90	199,00
25	Lixa bloco	branca	30	2,90	87,00
26	Gel para cabine	15 g	6	19,99	119,94
27	Fibra de vidro para unha	D&Z 10m	10	29,90	299,00

28	Kit de pincéis para decoração	Kit com 15	1	9,99	9,99
29	Adesivos para unhas	Artesanais com 5 pares	20	6,55	131,00
30	Películas para unhas	3D impressas	15	6,99	104,85
31	Jóias para unhas	Unitário (par)	30	1,45	43,50
32	Lixa banana	100/180	30	2,99	89,70
33	Algodão	Topz Rolo, 25 g	6	4,19	25,14
34	Loção higienizadora	500 ml Homeopast	1	118,00	118,00
Total					3.057,98

Fonte: elaborado pela autora (2024)

Como o objetivo da esmalteria é trazer produtos inovadores e de maneira variada, alguns itens não tiveram maiores especificações por existirem várias opções, desta forma, foi feita uma média de valor dos produtos disponibilizados pelos fornecedores.

Ressalta-se também que não é objetivo manter um grande estoque na loja, os fornecedores costumam ter os produtos a pronta entrega e possuem opções de frete com entrega rápida, fatores que auxiliam para manter um estoque baixo.

4.5.2 Gastos pré-operacionais

Nesta parte constam os investimentos que precisarão ser realizados pela empresa antes da sua abertura.

Tabela 9 – Gastos pré-operacionais

Gastos pré-operacionais	Valor
Aluguel	R\$ 2.500,00
Reforma	R\$ 6.500,00
Despesas com legalização	R\$ 1.800,00
Total	R\$ 10.800,00

Fonte: elaborado pela autora (2024)

Os valores relativos à reforma e legalização foram consultados junto a prestadores, que passaram apenas uma média de valores, sem informações detalhadas.

4.5.3 Investimento total

Esta parte traz estimada qual o investimento necessário para a abertura da esmalteria, trata-se do somatório dos itens estabelecidos nos itens 4.5.1 e 4.5.2.

Tabela 10 – Investimento total

Itens	Valor (R\$)
Máquinas e Equipamentos	11.290,35
Móveis e utensílios	11.707,74
Estoque inicial	11.956,97
Gasto pré-operacional	10.800,00
Total	45.755,06

Fonte: elaborado pela autora (2024)

Este valor será integralizado pela proprietária da empresa através de recursos próprios.

4.5.4 Estimativa de faturamento mensal da prestação de serviços

Para elaborar este ponto serão considerados os valores descritos, no item 4.3.2, como a esmalteria funcionará de segunda a sábado serão considerados 24 dias trabalhados no mês para ter uma média dos serviços prestados.

Sobre a capacidade de prestação de serviços, para melhor organização e poder prestar um serviço de excelência, a ideia é que cada manicure faça um serviço em específico. Uma manicure ficaria com o serviço de alongamento e unhas em gel, e a outra se responsabilizaria pela manicure, pedicure, *nail art* e o *spa* dos pés.

Para estimar o faturamento mensal os dados foram organizados na tabela 12, estima-se que uma manicure atendendo o serviço de alongamento e unhas em gel, consiga fazer quatro atendimentos diariamente pela longa duração do processo (1h20 à 1h30), considerar-se-á um atendimento para cada tipo de alongamento (acrílico, fibra de vidro, manutenção e esmaltação em gel) para uma adequada distribuição dos serviços.

Para a manicure que prestará os demais serviços, estima-se aproximadamente nove atendimentos diários, pois o processo de duração desses procedimentos é menor (variando de 30-50 minutos). Para melhor compreensão acerca do período trabalhado pelas manicures, foi feita a tabela 11 para elencar o tempo disponível de cada uma diariamente, nela pode-se observar as horas trabalhadas e as horas ociosas, onde poderão fazer o período de descanso, lanche e afins.

Tabela 11 – Disponibilidade das manicures

Manicure	Tempo disponível – minutos	Atendimentos	Tempo de duração de serviço – minutos	Minutos trabalhados	Minutos ociosos
Alongamento	480	4	90	360	120
Demais serviços	480	9	40	360	120

Fonte: elaborado pela autora (2024)

Para estimar a quantidade de prestação desses serviços foi consultada uma manicure conhecida da autora, que relatou os serviços que são mais corriqueiros entre as clientes, desta forma o atendimento diário em maior incidência será igualmente dividido entre manicure e pedicure, seguido por *spa* dos pés, pois são os serviços que mais costumam ser prestados.

Segundo a mesma manicure, o serviço de cutilagem e preparo das unhas não costuma ser comum pois geralmente as clientes optam também pela esmaltação, tornando-se assim serviço de manicure/pedicure. A esmaltação infantil também não costuma ser feita em salões pois as mães costumam fazer as unhas das crianças em casa, já que estas não exigem muitos preparos/cuidados.

Os serviços de *nail art* são decorações colocadas nas unhas, geralmente em apenas duas unhas durante o serviço de manicure/pedicure, no entanto ao fazer a pesquisa de campo percebeu-se que das 67 pessoas que responderam ao questionário apenas oito demonstraram interesse em comprar decorações, demonstrando que não existe muito interesse em *nail art* nesse público, desta forma, neste item, considerar-se-á a quantidade de 30 pares de unhas mensalmente entre manicure e pedicure. No caso do alongamento será considerado em todos, pois segundo a manicure a maioria opta por unhas decoradas, e por vezes mais que somente uma unha por mão/pé, o que compensa a minoria que não faz.

Tabela 12 – Estimativa de Faturamento Mensal na Prestação de Serviços

	Estimativa de prestação de serviços (quantidade)	Preço de venda (R\$)	Faturamento total (R\$)
Manicure	80	33,00	2.640,00
Pedicure	80	33,00	2.640,00
Cutilagem e preparo das unhas	4	25,00	100,00
Esmaltação em Gel	24	85,00	2.040,00
Alongamento de unhas	24 (acrílico)	140,00	3.360,00
	24 (fibra de vidro)	140,00	3.360,00
	24 (manutenção)	90,00	2.160,00
<i>SPA</i> dos pés	50	50,00	2.500,00
Serviços de <i>Nail Art</i>	102	10,00	1.020,00
Esmaltação infantil	2	15,00	30,00

	Total	19.850,00
--	-------	-----------

Fonte: Elaborado pela autora (2024)

4.5.5 Estimativa de faturamento mensal na venda de produtos

Para estimar a venda de produtos foi realizada uma pesquisa em uma loja da cidade, localizada no centro, que vende produtos de unhas e cabelos. Baseada em uma breve conversa com a proprietária foram elencadas as vendas mensais que a loja realiza dos produtos que serão vendidos pela esmalteria, importante ressaltar que foi uma conversa informal com números estimados. A partir dos dados coletados serão realizadas projeções de vendas em três cenários: otimista, realista e pessimista.

A loja em questão hoje conta com quatro funcionários atuando na venda de produtos, a esmalteria contará com duas pessoas incluindo a proprietária, sendo assim, 50% dos funcionários da loja pesquisada. Na visão otimista, a esmalteria venderia 50% do que a loja em questão vende, na visão realista reduziu-se em 25% a projeção otimista e na visão pessimista reduz-se 50% da visão otimista, abaixo é apresentada uma tabela com os valores ajustados.

Tabela 13 – Estimativa de Venda de Produtos

	Preço de venda (R\$)	Estimativa Otimista	Faturamento Otimista (R\$)	Estimativa Realista	Faturamento Realista (R\$)	Estimativa pessimista	Faturamento Pessimista (R\$)
Palitos descartáveis	10,99	10	109,90	8	82,43	5	54,95
Lixas descartáveis	16,99	10	169,90	8	127,43	5	84,95
Esmaltes diversos	7,50	425	3.187,50	319	2.390,63	213	1.593,75
Álcool	26,99	8	215,92	6	161,94	4	107,96
Removedor de esmalte	26,90	25	672,50	19	504,38	13	336,25
	6,99	15	104,85	11	78,64	8	52,43
Dosador de removedor	13,99	10	139,90	8	104,93	5	69,95
Amolecedor de cutícula	12,00	10	120,00	8	90,00	5	60,00
Extra brilho 100 ml	37,90	10	379,00	8	284,25	5	189,50
Extra brilho 8 ml	7,50	50	375,00	38	281,25	25	187,50
Secante 60 ml	18,00	50	900,00	38	675,00	25	450,00
Secante 8 ml	7,70	25	192,50	19	144,38	13	96,25
Base 100 ml	25,00	15	375,00	11	281,25	8	187,50
Base 8 ml	7,50	15	112,50	11	84,38	8	56,25
Separador de dedos	17,00	6	102,00	5	76,50	3	51,00
Hidratante	13,00	6	78,00	5	58,50	3	39,00
Esfoliante	15,00	6	90,00	5	67,50	3	45,00
Lixa para pés	8,00	10	80,00	8	60,00	5	40,00
Pulverizador	15,00	6	90,00	5	67,50	3	45,00
Caixa de luvas descartáveis	50,00	10	500,00	8	375,00	5	250,00
Fita autoclave	10,99	8	87,92	6	65,94	4	43,96
Envelope para esterilização	26,99	6	161,94	5	121,46	3	80,97
Alicate de cutículas	23,00	40	920,00	30	690,00	20	460,00
Cortador de unha	10,90	15	163,50	11	122,63	8	81,75

Palito cutelaria	8,50	15	127,50	11	95,63	8	63,75
Espátula	8,00	15	120,00	11	90,00	8	60,00
Tesouras	23,99	6	143,94	5	107,96	3	71,97
Kits de molde unhas de acrílico	23,99	10	239,90	8	179,93	5	119,95
Lixa bloco	3,50	35	122,50	26	91,88	18	61,25
Gel para cabine	23,00	4	92,00	3	69,00	2	46,00
Fibra de vidro para unha	33,99	6	203,94	5	152,96	3	101,97
Kit de pincéis para decoração	12,90	6	77,40	5	58,05	3	38,70
Adesivos para unhas	8,00	15	120,00	11	90,00	8	60,00
Películas para unhas	7,50	10	75,00	8	56,25	5	37,50
Jóias para unhas	3,00	15	45,00	11	33,75	8	22,50
Lixa banana	4,50	40	180,00	30	135,00	20	90,00
Algodão	5,90	15	88,50	11	66,38	8	44,25
Loção higienizadora	128,00	4	512,00	3	384,00	2	256,00
			11.475,51		8.222,63		5.737,76

Fonte: elaborado pela autora (2024)

Desse modo, a venda projetada mensalmente na visão otimista, será de R\$ 11.475,51. Para a visão realista, a venda média mensal de R\$ 8.222,63. Na projeção pessimista a projeção de venda mensal fica com média de R\$ 5.737,76.

Se tratando dos preços praticados nas vendas, a Empório das unhas decidiu num primeiro momento disponibilizar valores próximos aos que são praticados na concorrência, em alguns produtos o lucro não será alto, nesse primeiro momento acredita-se que é importante praticar preços baixos, porém próximos aos praticados na concorrência, para atrair clientela e principalmente por ter um público com certa restrição de gastos com esses tipos de produtos.

Na tabela 14 foi elaborada uma tabela onde consta o faturamento estimado dos primeiros 12 meses, tanto na prestação de serviços quanto na venda de produtos. Importante ressaltar que para essa estimativa, e demais que virão, foi utilizada a estimativa realista. É objetivo da empresa aumentar seu faturamento em pelo menos 1,5% ao mês nesses primeiros 12 meses, com isso têm-se as seguintes projeções:

Tabela 14 - Projeção de Faturamento nos Primeiros 12 meses

Período	Serviços (R\$)	Produtos (R\$)	Total (R\$)
Mês 1	19.850,00	8.222,63	28.072,63
Mês 2	20.147,75	8.345,97	28.493,72
Mês 3	20.449,97	8.471,16	28.921,13
Mês 4	20.756,72	8.598,23	29.354,94
Mês 5	21.068,07	8.727,20	29.795,27
Mês 6	21.384,09	8.858,11	30.242,20
Mês 7	21.704,85	8.990,98	30.695,83
Mês 8	22.030,42	9.125,84	31.156,27
Mês 9	22.360,88	9.262,73	31.623,61
Mês 10	22.696,29	9.401,67	32.097,96
Mês 11	23.036,74	9.542,70	32.579,43
Mês 12	23.382,29	9.685,84	33.068,12
	258.868,05	107.233,06	366.101,10

Fonte: elaborado pela autora (2024)

Sobre o estoque, a empresa iniciará seus serviços com o valor de R\$ 11.956,97, após, irá manter o estoque no valor de R\$ 12.000,00, tudo que for vendido será repostado para garantir a variedade de produtos, o demonstrativo do controle de estoque está na tabela 15, enquanto que o valor que será utilizado no decorrer dos 12 meses está na tabela 23.

Tabela 15 – Estimativa Controle de Estoque

	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6	Mês 7	Mês 8	Mês 9	Mês 10	Mês 11	Mês 12
Saldo inicial	R\$ 11.956,97	R\$ 12.000,00										
Entrada	R\$ 9.246,58	R\$ 9.341,61	R\$ 9.481,73	R\$ 9.623,96	R\$ 9.768,32	R\$ 9.914,84	R\$ 10.063,56	R\$ 10.214,52	R\$ 10.367,74	R\$ 10.523,25	R\$ 10.681,10	R\$ 10.841,32
Saída	R\$ 9.203,55	R\$ 9.341,61	R\$ 9.481,73	R\$ 9.623,96	R\$ 9.768,32	R\$ 9.914,84	R\$ 10.063,56	R\$ 10.214,52	R\$ 10.367,74	R\$ 10.523,25	R\$ 10.681,10	R\$ 10.841,32
Saldo final	R\$ 12.000,00											

Fonte: elaborado pela autora (2024)

4.5.6 Estimativa de custos na prestação de serviços

A seguir, apresentar-se-ão quadros constando cada serviço e o seu custo mensal, calculado pelos valores estimados na tabela 13.

Tabela 16 - Matéria prima utilizada para os 160 atendimentos de manicure e pedicure

Item	Valor unitário (R\$)	Quantidade usada nos 160 atendimentos	Total 160 atendimentos (R\$)	Quantidade unitária	Total unitário (R\$)
Palitos descartáveis	8,99	1,6	14,38	0,01	0,09
Lixas descartáveis	14,99	1,6	23,98	0,01	0,15
Esmaltes diversos	6,00	18	108,00	0,11	0,68
Removedor de esmalte	24,90	3	74,70	0,02	0,47
Amolecedor de cutícula	9,90	4	39,60	0,03	0,25
Extra brilho	34,90	3	104,70	0,02	0,65
Base	22,99	3	68,97	0,02	0,43
Envelope para esterilização	22,99	2	45,98	0,01	0,29
Algodão	4,19	10	41,90	0,06	0,26
			522,22		3,26

Fonte: elaborado pela autora (2024)

Tabela 17 - Matéria prima utilizada para os 4 serviços de cuticulagem e preparo de unhas

Item	Valor unitário	Quantidade usada nos 4 atendimentos	Total 4 atendimentos (R\$)	Quantidade unitária	Total unitário (R\$)
Palitos descartáveis	8,99	0,04	0,36	0,01	0,09
Lixas descartáveis	14,99	0,04	0,60	0,01	0,15
Amolecedor de cutícula	9,90	0,05	0,50	0,01	0,12
Base	22,99	0,04	0,92	0,01	0,23
Envelope para esterilização	22,99	0,04	0,92	0,01	0,23
Algodão	4,19	0,4	1,68	0,10	0,42
			4,97		1,24

Fonte: elaborada pela autora (2024)

Tabela 18 - Matéria prima utilizada para os 24 atendimentos de esmaltação em gel

Item	Valor unitário	Quantidade usada nos 24 atendimentos	Total 4 atendimentos (R\$)	Quantidade unitária	Total unitário (R\$)
Palitos descartáveis	8,99	0,25	2,2475	0,01	0,09
Lixas descartáveis	14,99	0,25	3,7475	0,01	0,16
Amolecedor de cutícula	9,90	0,4	3,96	0,02	0,17
Esmalte em gel	6,00	5	30	0,21	1,25
Envelope para esterilização	22,99	0,24	5,5176	0,01	0,23
Gel para cabine	19,99	1	19,99	0,04	0,83
Algodão	4,19	1,6	6,704	0,07	0,28
			72,1666		3,01

Fonte: elaborado pela autora (2024)

Tabela 19 – Matéria prima estimada para 72 atendimentos de alongamento

Item	Valor unitário	Quantidade usada nos 72 atendimentos	Total 72 atendimentos (R\$)	Quantidade unitária	Total unitário (R\$)
Palitos descartáveis	8,99	0,72	6,47	0,01	0,09
Lixas descartáveis	14,99	0,72	10,79	0,01	0,15
Amolecedor de cutícula	9,90	1,8	17,82	0,03	0,25
Esmalte	6,00	10	60,00	0,14	0,83
Gel para cabine	19,99	20	399,80	0,28	5,55
Fibra de vidro para unha	29,90	0,25	7,48	0,00	0,10
Kits de molde unhas de acrílico	19,90	2	39,80	0,03	0,55
Envelope para esterilização	22,99	0,72	16,55	0,01	0,23
Algodão	4,19	4,8	20,11	0,07	0,28
			578,83		8,04

Fonte: elaborada pela autora (2024)

Tabela 20 – Matéria prima estimada para 50 atendimentos de *Spa* dos pés

Item	Valor unitário	Quantidade usada nos 50 atendimentos	Total 50 atendimentos (R\$)	Quantidade unitária	Total unitário (R\$)
Loção higienizadora	118,00	0,5	59,00	0,01	1,18
Hidratante	9,49	2	18,98	0,04	0,38
Esfoliante	10,49	2	20,98	0,04	0,42
Lixa para pés	6,19	50	309,50	1	6,19
Algodão	4,19	3	12,57	0,06	0,25

Luvas	44,99	0,5	22,50	0,01	0,45
			443,53		8,87

Fonte: elaborada pela autora (2024)

Tabela 21 – Matéria prima estimada para 102 atendimentos de *nail art*

Item	Valor unitário	Quantidade usada nos 102 atendimentos	Total 102 atendimentos (R\$)	Quantidade unitária	Total unitário (R\$)
Adesivos de unhas	6,55	10	65,50	0,10	0,64
Jóias de unha	1,45	50	72,50	0,49	0,71
			138,00		1,35

Fonte: elaborada pela autora (2024)

Tabela 22 – Matéria prima estimada para 2 atendimentos de esmaltação infantil

Item	Valor unitário	Quantidade usada nos 2 atendimentos	Total 2 atendimentos (R\$)	Quantidade unitária	Total unitário (R\$)
Esmalte	6,00	0,20	1,20	0,1	0,6
Hidratante	9,49	0,02	0,19	0,01	0,0949
			1,39		0,69

Fonte: elaborada pela autora (2024)

Na tabela 23 consta o custo com materiais dos primeiros 12 meses, tanto na prestação de serviços quanto na venda de produtos, como foi elencada a estimativa de aumento de 1,5% nas vendas ao mês, o custo acompanha esse aumento.

Tabela 23 – Estimativa Anual dos Gastos com Materiais

Período	Serviços (R\$)	Produtos (R\$)	Total (R\$)
Mês 1	1.761,09	7.442,46	9.203,55
Mês 2	1.787,51	7.554,10	9.341,61
Mês 3	1.814,32	7.667,41	9.481,73
Mês 4	1.841,54	7.782,42	9.623,96
Mês 5	1.869,16	7.899,16	9.768,32
Mês 6	1.897,20	8.017,64	9.914,84
Mês 7	1.925,66	8.137,91	10.063,56
Mês 8	1.954,54	8.259,98	10.214,52
Mês 9	1.983,86	8.383,88	10.367,74
Mês 10	2.013,62	8.509,63	10.523,25
Mês 11	2.043,82	8.637,28	10.681,10

Mês 12	2.074,48	8.766,84	10.841,32
	22.966,80	97.058,69	120.025,50

Fonte: elaborado pela autora (2024)

4.5.7 Estimativa dos impostos recolhidos

Neste item são elencados os impostos, como a empresa é optante do SIMPLES, a carga tributária será de 8,42% sobre o faturamento. Ainda tem o ISS, imposto municipal, que hoje se encontra em 2% sobre o faturamento da prestação de serviços.

Tabela 24 – Estimativa de pagamento de impostos

	%	Faturamento estimado	Custo total
Gastos com Impostos			
SIMPLES	8,42%	R\$ 28.072,63	R\$ 2.363,72
ISS	2,00%	R\$ 19.850,00	R\$ 397,00
Subtotal			R\$ 2.760,72

Fonte: elaborado pela autora (2024)

Com as informações da tabela 24, pode-se fazer uma projeção do recolhimento dos impostos dos primeiros doze meses, conforme tabela 25:

Tabela 25 – Estimativa anual dos custos de comercialização

Período	SIMPLES (R\$)	ISS (R\$)	Total (R\$)
Mês 1	2.363,72	397,00	2.760,72
Mês 2	2.399,17	402,96	2.802,13
Mês 3	2.435,16	409,00	2.844,16
Mês 4	2.471,69	415,13	2.886,82
Mês 5	2.508,76	421,36	2.930,12
Mês 6	2.546,39	427,68	2.974,07
Mês 7	2.584,59	434,10	3.018,69
Mês 8	2.623,36	440,61	3.063,97
Mês 9	2.662,71	447,22	3.109,93
Mês 10	2.702,65	453,93	3.156,57
Mês 11	2.743,19	460,73	3.203,92
Mês 12	2.784,34	467,65	3.251,98

Fonte: elaborado pela autora (2024)

4.5.8 Custos com Mão de Obra

Na tabela 26 estão elencados os custos com os funcionários necessários para realizar as atividades do negócio. O FGTS trata-se de 8% do salário, as férias o valor de 33,33% dividido por 12 para se ter o valor mensal, o 13º em questão trata-se do salário dividido por 12 também para se ter o valor gasto mensalmente. O INSS em questão trata-se de 20%.

Tabela 26 – Estimativa de custos com mão de obra

Função	Número de empregados	Salário mensal	FGTS	Férias	13º	INSS	Total
Manicure	2	2.100,00	168,00	58,33	175,00	420,00	5.842,66
Atendente	1	1.800,00	144,00	50,00	150,00	360,00	2.504,00
							8.346,65

Fonte: Elaborado pela autora (2024)

4.5.9 Estimativa dos Custos Mensais

Na tabela 27 foram elencados os valores fixos mensais, eles não variam em função das vendas/serviços prestados.

Tabela 27 – Estimativa dos Custos Fixos Mensais

Gasto fixo	Valor (R\$)
Funcionários	8.346,65
Aluguel	2.500,00
Água e Luz	350,00
Internet e telefone	70,00
Itens de higiene e limpeza	130,00
Honorários do contador	300,00
Material de escritório	100,00
Pró-labore	4.173,33
Depreciação	285,74
Publicidade	100,00
Total	16.355,71

Fonte: elaborado pela autora (2024)

Importante ressaltar que o valor do Prolabore se encontra em R\$ 3.000 por mês, com os mesmos encargos que foram demonstrados no item 4.5.8. Ainda neste ponto cabe ressaltar sobre o valor de publicidade que até o momento não apareceu, ele está fixado em R\$ 100,00 e será utilizado para impulsionar as publicações em redes sociais.

A projeção dos gastos mensais para os 12 primeiros meses está na tabela 28:

Tabela 28 - Projeção Anual dos Gastos Fixos Mensais

Período	Custo total (R\$)
Mês 1	3.415,74
Mês 2	16.355,71
Mês 3	16.355,71
Mês 4	16.355,71
Mês 5	16.355,71
Mês 6	16.355,71
Mês 7	16.355,71
Mês 8	16.355,71
Mês 9	16.355,71
Mês 10	16.355,71
Mês 11	16.355,71
Mês 12	16.355,71
	183.328,57

Fonte: elaborado pela autora (2024)

Neste item cabe ressaltar que no primeiro mês muitas contas são pagas somente no mês seguinte, como é o caso da mão de obra, prolabore e água e luz, por isso tem-se uma diferença tão considerável entre o primeiro mês e os demais, mesmo com os valores sendo fixos, na demonstração do fluxo de caixa (item 4.5.12) será possível ver com mais clareza o que foi contemplado neste mês.

4.5.10 Estimativa dos Custos com Depreciação

Com o passar do tempo, máquinas, móveis e utensílios vão se desgastando até que seja necessária reposição destes itens, depreciação é o termo que reconhece essa perda de valor, a tabela 29 demonstra a depreciação dos itens da empresa:

Tabela 29 - Depreciação dos Itens da Empresa

Valor dos Bens (R\$)	Vida Útil em Anos	Depreciação Anual (R\$)	Depreciação Mensal (R\$)
11.290,35	5	2.258,07	188,17
11.707,74	10	1.170,77	97,56
		Total	285,74

Fonte: elaborado pela autora (2024)

4.5.11 Demonstrativo de Resultados

Após os resultados apontados acima, foi elaborado o demonstrativo de resultado, apresentado na tabela 30, é de importância ressaltar que se trata de uma DRE gerencial, por isso apresenta esse formato:

Tabela 30 – Demonstrativo de Resultados

DRE	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6	Mês 7	Mês 8	Mês 9	Mês 10	Mês 11	Mês 12	Total
Receita total com vendas	28.072,63	28.493,72	28.921,13	29.354,94	29.795,27	30.242,20	30.695,83	31.156,27	31.623,61	32.097,96	32.579,43	33.068,12	366.101,10
Custos variáveis totais	9.554,46	12.458,49	12.645,37	12.835,05	13.027,58	13.222,99	13.421,34	13.622,66	13.827,00	14.034,40	14.244,92	14.458,59	157.352,85
(-) Custos com materiais	9.203,55	9.341,61	9.481,73	9.623,96	9.768,32	9.914,84	10.063,56	10.214,52	10.367,74	10.523,25	10.681,10	10.841,32	120.025,50
(-) Impostos sobre vendas	0,00	2.760,72	2.802,13	2.844,16	2.886,82	2.930,12	2.974,07	3.018,69	3.063,97	3.109,93	3.156,57	3.203,92	32.751,09
(-) Despesa financeira	350,91	356,17	361,51	366,94	372,44	378,03	383,70	389,45	395,30	401,22	407,24	413,35	4.576,26
Margem de contribuição	18.518,17	16.035,22	16.275,75	16.519,89	16.767,69	17.019,20	17.274,49	17.533,61	17.796,61	18.063,56	18.334,52	18.609,53	208.748,25
(-) Custo fixo	3.415,74	16.355,71	16.355,71	16.355,71	16.355,71	16.355,71	16.355,71	16.355,71	16.355,71	16.355,71	16.355,71	16.355,71	183.328,57
Resultado operacional (lucro)	15.102,43	-320,49	-79,96	164,18	411,98	663,49	918,78	1.177,90	1.440,90	1.707,85	1.978,80	2.253,82	25.419,68

Fonte: elaborado pela autora (2024)

4.5.12 Demonstrativo do Fluxo de Caixa

Neste item é apresentado o demonstrativo do fluxo de caixa, ele apresenta as entradas e saídas de dinheiro que houveram durante cada mês.

Tabela 31 – Demonstrativo do Fluxo de Caixa

	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6	Mês 7	Mês 8	Mês 9	Mês 10	Mês 11	Mês 12	
Entradas	Saldos Iniciais	50.000,00	28.836,66	28.896,94	29.242,84	29.834,98	30.677,05	31.772,80	33.126,04	34.740,63	36.620,49	38.769,59	41.191,98
	Receitas	28.072,63	28.493,72	28.921,13	29.354,94	29.795,27	30.242,20	30.695,83	31.156,27	31.623,61	32.097,96	32.579,43	33.068,12
Saídas	Moveis e máquinas	22.998,09	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Fornecedores	11.956,97	9.246,58	9.341,61	9.481,73	9.623,96	9.768,32	9.914,84	10.063,56	10.214,52	10.367,74	10.523,25	10.681,10
	Gastos pré-operacionais	10.800,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
	Impostos	0,00	2.760,72	2.802,13	2.844,16	2.886,82	2.930,12	2.974,07	3.018,69	3.063,97	3.109,93	3.156,57	3.203,92
	Máquina de Cartão	350,91	356,17	361,51	366,94	372,44	378,03	383,70	389,45	395,30	401,22	407,24	413,35
	Publicidade	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
	Folha de pagamento	0,00	8.346,65	8.346,65	8.346,65	8.346,65	8.346,65	8.346,65	8.346,65	8.346,65	8.346,65	8.346,65	8.346,65
	Aluguel	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00
	Água e luz	0,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00
	Internet e Telefone	0,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00
	Itens de higiene e limpeza	130,00	130,00	130,00	130,00	130,00	130,00	130,00	130,00	130,00	130,00	130,00	130,00
	Honorários contador	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
	Material de escritório	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
	Pró-labore	0,00	4.173,33	4.173,33	4.173,33	4.173,33	4.173,33	4.173,33	4.173,33	4.173,33	4.173,33	4.173,33	4.173,33
Total saídas	49.235,97	28.433,45	28.575,22	28.762,80	28.953,19	29.146,44	29.342,59	29.541,68	29.743,75	29.948,86	30.157,04	30.368,35	

SALDO FINAL	28.836,66	28.896,94	29.242,84	29.834,98	30.677,05	31.772,80	33.126,04	34.740,63	36.620,49	38.769,59	41.191,98	43.891,75
----------------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

Fonte: elaborado pela autora (2024)

Neste ponto cabe esclarecer os valores da máquina de cartão: a máquina que será utilizada na esmalteria tem um custo entre 0,90% e 5,9% a depender da forma de pagamento, desta forma, considerar-se-á a taxa de 2,5% sobre 50% das vendas. Como esta estimativa acompanha as vendas, também terá um crescimento proporcional de 1,5%.

4.5.13 Balanço Patrimonial

Nesta parte é apresentado o balanço patrimonial da empresa no primeiro ano, detalhado mês a mês, com ele é possível verificar a situação da empresa em cada período.

Tabela 32 - Balanço patrimonial

Ativo	Mês 1	Mês 2	Mês 3	Mês 4	Mês 5	Mês 6	Mês 7	Mês 8	Mês 9	Mês 10	Mês 11	Mês 12
Ativo total	74.349,02	74.123,55	74.183,72	74.490,12	75.046,46	75.856,47	76.923,97	78.252,82	79.846,94	81.710,31	83.846,96	86.261,00
Circulante	40.836,66	40.896,94	41.242,84	41.834,98	42.677,05	43.772,80	45.126,04	46.740,63	48.620,49	50.769,59	53.191,98	55.891,75
Caixa	28.836,66	28.896,94	29.242,84	29.834,98	30.677,05	31.772,80	33.126,04	34.740,63	36.620,49	38.769,59	41.191,98	43.891,75
Estoque	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00
Não circulante	33.512,35	33.226,62	32.940,88	32.655,14	32.369,41	32.083,67	31.797,93	31.512,19	31.226,46	30.940,72	30.654,98	30.369,25
Imobilizado	33.512,35	33.226,62	32.940,88	32.655,14	32.369,41	32.083,67	31.797,93	31.512,19	31.226,46	30.940,72	30.654,98	30.369,25
Investimento pré-operacional	10.800,00	10.800,00	10.800,00	10.800,00	10.800,00	10.800,00	10.800,00	10.800,00	10.800,00	10.800,00	10.800,00	10.800,00
Móveis e equipamentos	22.998,09	22.998,09	22.998,09	22.998,09	22.998,09	22.998,09	22.998,09	22.998,09	22.998,09	22.998,09	22.998,09	22.998,09
(-) depreciação acumulada	285,74	571,47	857,21	1.142,95	1.428,69	1.714,42	2.000,16	2.285,90	2.571,63	2.857,37	3.143,11	3.428,84
Passivo												
Passivo total	74.349,02	74.123,55	74.183,72	74.490,12	75.046,46	75.856,47	76.923,97	78.252,82	79.846,94	81.710,31	83.846,96	86.261,00
Circulante	9.246,58	9.341,61	9.481,73	9.623,96	9.768,32	9.914,84	10.063,56	10.214,52	10.367,74	10.523,25	10.681,10	10.841,32
Fornecedores	9.246,58	9.341,61	9.481,73	9.623,96	9.768,32	9.914,84	10.063,56	10.214,52	10.367,74	10.523,25	10.681,10	10.841,32
Patrimônio líquido	65.102,43	64.781,94	64.701,99	64.866,16	65.278,14	65.941,63	66.860,41	68.038,31	69.479,21	71.187,06	73.165,86	75.419,68
Capital social	50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00
Lucros / prejuízos acumulados	15.102,43	14.781,94	14.701,99	14.866,16	15.278,14	15.941,63	16.860,41	18.038,31	19.479,21	21.187,06	23.165,86	25.419,68

Fonte: elaborado pela autora (2024)

Lucratividade (%)	53,80	-1,12	-0,28	0,56	1,38	2,19	2,99	3,78	4,56	5,32	6,07	6,82
-------------------	-------	-------	-------	------	------	------	------	------	------	------	------	------

Fonte: elaborada pela autora (2024)

Como existe variação entre os meses optou-se por calcular a lucratividade de todos os meses, desta forma se obteve o resultado acima. Este indicador apresenta em porcentagem o retorno sobre as vendas, que foi bem atrativo no primeiro mês, somente.

c) Rentabilidade, ou ROI

Conforme Rosa (2013, p. 102) é um indicador de atratividade dos negócios, pois mede o retorno do capital investido aos sócios. O índice de rentabilidade é calculado da seguinte forma:

$$\text{Rentabilidade} = \frac{\text{lucro líquido}}{\text{Investimento total}} \times 100 =$$

Tabela 34 – Índice de rentabilidade

Período	Mês 01 (%)	Mês 02 (%)	Mês 03 (%)	Mês 04 (%)	Mês 05 (%)	Mês 06 (%)	Mês 07 (%)	Mês 08 (%)	Mês 09 (%)	Mês 10 (%)	Mês 11 (%)	Mês 12 (%)
Rentabilidade (%)	33,01	-0,70	-0,17	0,36	0,90	1,45	2,01	2,57	3,15	3,73	4,32	4,93

Fonte: elaborada pela autora (2024)

A tabela demonstra o valor que será recuperado do capital investido no início, mês a mês.

d) Prazo de Retorno do Investimento, ou Payback

Este índice demonstra o tempo necessário para que o empreendedor recupere o que foi investido no negócio. Calcula-se da seguinte forma:

$$\text{Prazo de retorno do investimento} = \frac{\text{Investimento total}}{\text{Lucro líquido}} =$$

Tabela 35 – Prazo de retorno do investimento

Período	Mês 01	Mês 02	Mês 03	Mês 04	Mês 05	Mês 06	Mês 07	Mês 08	Mês 09	Mês 10	Mês 11	Mês 12
Prazo de retorno	3,03	-	-	278,69	111,06	68,96	49,80	38,84	31,75	26,79	23,12	20,30

Fonte: elaborado pela autora (2024)

Em cada mês demonstrado na tabela 35, pode-se perceber o prazo de retorno em meses de acordo com o lucro daquele mês, percebe-se um retorno interessante no primeiro mês, onde os lucros ficam em torno dos R\$ 15.000,00, no entanto nos próximos meses o retorno acaba tendo um prazo muito estendido.

Analisando pelo viés financeiro percebe-se que o negócio possui pouca atratividade no retorno do investimento, pois apresenta baixíssimo retorno a partir do segundo mês, sendo que no primeiro só apresenta valores atrativos por não precisar pagar custos fixos iniciais que serão apresentados sem nenhuma recidiva nos meses subsequentes.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O empreendedorismo nos últimos anos tem ganhado força no país, no entanto atrelado a ele vem a grande taxa de mortalidade de empresas, que ocorre principalmente pela falta de planejamento por parte dos empreendedores. O plano de negócios entra como ferramenta para que a empresa seja estruturada de maneira a dar seus primeiros passos e obter sucesso no decorrer da caminhada. O desenvolvimento do presente estudo buscou criar um plano de negócios visando analisar se é possível planejar e implementar uma esmalteria na cidade de Chapecó.

O decorrer do trabalho possibilitou atingir os objetivos estabelecidos no seu início. O objetivo de fazer a análise do ambiente interno foi alcançado através do desenvolver do plano de negócios, pois possibilitou estruturar a empresa internamente, estabelecendo suas características gerais e pontos fundamentais para seu funcionamento: equipe, instalação, recursos, capacidade, etc. Ao elaborar o plano de negócios, o objetivo de analisar os processos operacionais envolvidos na prestação de serviços também foi alcançado.

O objetivo de identificar o público-alvo foi alcançado através da pesquisa de mercado pois com os dados coletados pôde-se ter um direcionamento sobre o público, conhecê-lo e entender suas preferências.

Quanto a realizar a análise do ambiente externo da empresa, o levantamento de dados demonstrou que existem dois concorrentes que seguem uma proposta semelhante a Empório das Unhas, mas demonstra que ambos estão efetivados no mercado e prestam serviços de maneira ampla, o que impôs a necessidade planejar estratégias para se destacar no mercado, possibilitando atingir o objetivo de planejar estratégias de marketing.

O objetivo de realizar a parte financeira também foi alcançado com êxito pois permitiu estimar os investimentos iniciais da empresa necessários à sua abertura, e ter um panorama da saúde financeira da empresa no decorrer do primeiro ano. No entanto ao ser elaborada a parte financeira pode-se ter o aval sobre a viabilidade da empresa, onde mostrou que não é viável nessas condições, pois nos meses iniciais apresenta prejuízo e nos meses que começa a apresentar lucro é de maneira muito sutil, onde demorará muito para dar algum retorno significativo, desta forma para o negócio em questão ser atrativo novas estratégias precisam ser planejadas.

REFERÊNCIAS

- BANDEIRA, Paulo Vitor Ribeiro; SILVA, Thiago Sousa. **Motivações para o Empreendedorismo**. Id on Line Rev. Psic. V.17, N. 66, p. 190-208, Maio/2023. Disponível em: <https://idonline.emnuvens.com.br/id/article/view/3771/5790>. Acesso em: 05 dez. 2024.
- BARNEY, Jay B.; HESTERLY, William S. **Administração estratégica e vantagem competitiva**. São Paulo - SP: Pearson Prentice Hall, 2007.
- CECCONELLO, Antonio R. **A Construção do Plano de Negócio**. Pinheiros – SP: Editora Saraiva, 2012. 9788502087934. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788502087934/>. Acesso em: 30 mai. 2022.
- CHIAVENATTO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 4 ed. Barueri – SP: Manole, 2012.
- CUNHA, Débora Cristina Alves de Chagas. **Ideias de negócios: Esmalteria**. SEBRAE. Disponível em: https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/IDEIAS_DE_NEGOCIO/PDFS/181.pdf. Acesso em: 29 mai. 2022.
- CUNHA, Débora Cristina Alves de Chagas. **Como Montar Uma Esmalteria**. SEBRAE. Disponível em: <https://sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/MS/Anexos/Como%20montar%20uma%20esmalteria.pdf>. Acesso em: 16 jul.24
- DORNELAS, José. **Empreendedorismo: Transformando ideias em negócios**. 4 ed. Rio de Janeiro – RJ: Elsevier, 2012.
- GERHARDT, Tatiana Engel (Org.); SILVEIRA, Denise Tolfo (Org.). **Métodos de Pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>. Acesso em: 18 jun. 2022.
- GIL, Antonio C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 6ª ed. Rio de Janeiro- RJ: Grupo GEN, 2017. 9788597012934. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597012934/>. Acesso em: 18 jun. 2022.
- HISRICH, R. D.; PETERS, M. P.; SHEPERD, D. A. **Empreendedorismo**. Tradução de Francisco Araújo da Costa. 9ª ed.: AMGH Editora LTDA, 2014. Disponível em: https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=lang_pt&id=r-q_AwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR4&dq=empreendedorismo&ots=Mxzc-Lb1zy&sig=cT4QVEBmls11ZgRIDKZE2-_e5A#v=onepage&q&f=false. Acesso em: 03 jan. 2023.
- LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos da Metodologia Científica**. São Paulo: Atlas, 2020.

LEMES, Antonio. **Administrando Micro e Pequenas Empresas - Empreendedorismo e Gestão**. Rio de Janeiro - RJ: Grupo GEN, 2019. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788595150393/>. Acesso em: 29 mai. 2022.

NETO, João Pinheiro de B. **Administração - Fundamentos da Administração - Empreendedora e Competitiva**. São Paulo - SP: Grupo GEN, 2018. 9788597016284. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788597016284/>. Acesso em: 18 jun. 2022.

OZONATO, Erika; JUNIOR, Paulo Alberto Bastos. **Empreendedorismo no Brasil 2019**. Curitiba: IBPQ, 2020. Disponível em: <https://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2021/02/Empreendedorismo-no-Brasil-GEM-2019.pdf>. Acesso em: 01 out. 2022.

ROSA, Claudio Afrano. **Como Elaborar Um Plano de Negócios**. Brasília - DF. 2013. Disponível em: < <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/RN/Anexos/gestao-e-comercializacao-como-elaborar-um-plano-de-negocios.pdf>>. Acesso em: 01 dez. 2022.

SANTOS, Pedro Vieira Souza; PINHEIRO, Francisco Alves. **O Plano De Negócios Como Ferramenta Estratégica Para O Empreendedor: Um Estudo De Caso**. Revista Latino-Americana de Inovação e Engenharia de Produção, v. 5. n. 8. p. 150-165, 2017. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Pedro-Santos-34/publication/322215181_O_PLANO_DE_NEGOCIOS_COMO_FERRAMENTA_ESTRATEGICA_PARA_O_EMPREENDEDOR_UM_ESTUDO_DE_CASO/links/5b5b110e458515c4b24b6ac6/O-PLANO-DE-NEGOCIOS-COMO-FERRAMENTA-ESTRATEGICA-PARA-O-EMPREENDEDOR-UM-ESTUDO-DE-CASO.pdf. Acesso em: 05 dez. 2024.

SCHERMERHORN, John R. **Administração: Conceitos Fundamentais**. Rio de Janeiro: LTC: Grupo GEN, 2006. E-book. ISBN 978-85-216-2365-6. Disponível em: <https://app.minhabiblioteca.com.br/#/books/978-85-216-2365-6/>. Acesso em: 06 nov. 2022.

SEBRAE. **Mercado de cosméticos do Brasil é um dos maiores do mundo**. 2021. Disponível em: < [SEBRAE. **A taxa de sobrevivência das empresas no Brasil**. 2023. Disponível em: <<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/a-taxa-de-sobrevivencia-das-empresas-no-brasil,d5147a3a415f5810VgnVCM1000001b00320aRCRD>>. Acesso em 20/01/2024.](https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/mercado-de-cosmeticos-do-brasil-e-um-dos-maiores-do-mundo,36578d4d928d0810VgnVCM100000d701210aRCRD#:~:text=Dados%20colhidos%20em%202021%20apontam,%C3%A1rea%20traz%20oportunidades%20ao%20empreendedor.> . Acesso em: 10/07/2022.</p>
</div>
<div data-bbox=)

SURVEYMONKEY INC. SurveyMonkey, 1999. Disponível em: < <https://pt.surveymonkey.com/mp/margin-of-error-calculator/>>. Acesso em: 11/12/2024

APÊNDICE A – Questionário Pesquisa de Mercado

1. Indique sua faixa etária

- Até 18 anos
- Entre 19 e 24 anos
- Entre 25 e 29 anos
- Entre 30 e 34 anos
- Entre 35 e 39 anos
- 40 anos ou mais

2. Qual sua renda mensal?

- Até R\$ 1.412,00
- De R\$ 1.413,00 à R\$ 2.824,00
- De R\$ 2.825,00 à R\$ 4.236,00
- Acima de R\$ 4.237,00

3. Estar com as unhas bem cuidadas é importante pra você?

- Muito importante
- Importante
- Moderado
- Às vezes importante
- Não é importante

4. Você procura fazer as unhas:

- Toda semana
- Uma vez a cada quinze dias
- Uma vez no mês
- Uma vez a cada três meses

5. Local que costuma fazer as unhas:

- Casa
- Salão
- Casa e salão

6. Com qual frequência você costuma utilizar serviços de unhas? (Entenda serviço de unhas como o prestado em salões ou por manicures)

- Toda semana
- A cada quinze dias
- Uma vez no mês
- Tempo maior que um mês
- Não utilizo serviços de unhas

7. No serviço de embelezamento de unhas, assinale os serviços que mais lhe interessam:
- Cutilagem e cuidados com a unha, pés e mãos
 - Cutilagem e esmaltação simples
 - Cutilagem, esmaltação e decoração (joias, adesivos)
 - Aplicação de alongamentos de unhas
 - Serviços de podologia: desencravamento, cuidado de calos, higienização do pé...
8. Quanto você estaria disposto a gastar por mês no fator embelezamento de unhas?
- Até R\$ 30,00
 - De R\$ 30,00 a R\$ 60,00
 - De R\$ 60,00 a R\$ 90,00
 - Mais do que R\$ 90,00
9. Costuma comprar esmaltes e acessórios para preparar a unha? Caso sim, o que compra com mais frequência? (Ex: ferramentas, esmaltes, decorações)
10. Na compra de esmaltes e produtos para fazer/decorar as unhas, você costuma prezar por:
- Qualidade
 - Cor
 - Preço
 - Ser um produto em alta
 - Outro, descreva:
11. Tem algum horário que seja melhor para você no serviço de embelezamento/cuidado com as unhas? Ex: finais de semana, horário de almoço, após as 18h00 [...]
12. Se houvesse uma nova esmalteria na cidade, especializada em serviços de unhas e venda de produtos para unhas, você teria interesse em conhecer?
- Sim
 - Não
 - Talvez
13. Em que bairro você mora?
14. A proximidade de sua residência influi na hora de frequentar uma esmalteria?