



**FACULDADE METROPOLITANA DE FORTALEZA
ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS**

**ELAINE ALBUQUERQUE FERNANDES
GRACIELLE KELLY DE ANDRADE ALENCAR**

**PLANO DE NEGÓCIO
BEAUTIFUL NAILS ESMALTERIA**

**FORTALEZA
2014**

ELAINE ALBUQUERQUE FERNANDES
GRACIELLE KELLY DE ANDRADE ALENCAR

PLANO DE NEGÓCIO
BEAUTIFUL NAILS ESMALTERIA

Plano de Negócio apresentado ao curso de Administração de Empresas da Faculdade Metropolitana da Grande Fortaleza – FAMETRO, como requisito para a obtenção de grau de Bacharel, sob a orientação da Prof. M.^a.Zaila Maria de Oliveira.

FORTALEZA
2014

ELAINE ALBUQUERQUE FERNANDES
GRACIELLE KELLY DE ANDRADE ALENCAR

PLANO DE NEGÓCIO
BEAUTIFUL NAILS ESMALTERIA

Este Plano de Negócio foi apresentado no dia 15 de Dezembro de 2014, como requisito para obtenção da titulação de Bacharel da Faculdade Metropolitana da Grande Fortaleza – FAMETRO –, tendo sido aprovado pela banca examinadora composta pelos professores.

BANCA EXAMINADORA

Prof^a.M.a. Zaila Maria de Oliveira
Orientadora -Fametro

Prof. M.e. Andson de Freitas Viana
Membro - Fametro

Prof^a. M.a. Rosangela Andrade Pessoa
Membro - Fametro

AGRADECIMENTOS

Agradecemos primeiramente a Deus, pela força que nos concedeu a cada dia para a finalização deste projeto, ele que foi o autor essencial de nossa jornada, escrita com muito ardor e muita objetividade.

Às nossas famílias, pela confiança nas metas traçadas no início desta caminhada. Ao esposo, amigo e companheiro de Elaine de Albuquerque Fernandes, Osiel Mourão Vitor que em momento algum lhe deixou desistir, sempre lhe encorajando para cumprir os prazos, e concluir as tarefas. Ao esposo de Gracielle Kelly de Andrade Alencar, José Wilker da Silva que teve toda paciência, lhe encorajando a seguir em frente, sempre lhe auxiliando no que possível para conclusão deste projeto.

À professora Zaila Maria de Oliveira, pela orientação do foco, e a dinâmica no momento do aprendizado, tanto nos semestres em que foi nossa professora, quanto neste momento de orientação.

À todos os professores do curso de Administração de Empresas, que foram tão importantes para assimilação do conhecimento de cada vertente desta área escolhida para nossa profissionalização.

Aos amigos, tanto amizados em comum, quanto não, pois estes nos trouxeram encorajamento, e até mesmo foram confidentes em nossos momentos de tristezas e alegrias. Em especial ao amigo de Elaine, Flávio Silva pois este cedeu as matérias-primas essenciais para a realização deste projeto.

A todos citados acima, dedicamos cada linha escrita, pois com vocês nossas vidas se tornaram melhor e mais descontraídas para elaboração deste projeto.

SUMÁRIO

1SUMÁRIO EXECUTIVO	09
1.1 Produtos e Serviços	09
1.2 Localização	10
1.2.1 Proximidade de Clientes e Parceiros.....	11
1.2.2 Disponibilidade de Utilidade de Meios e Acessos	11
1.3 Estado das Instalações e Necessidades de Reformas	12
1.4 Expansão	13
1.5 Equipe Dirigente	13
1.6 Descrição Legal	15
2 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO	15
2.1 Missão e Visão	16
2.2 Análise Econômica	16
2.3 Análise SWOT	17
3 PLANO DE MARKETING	18
3.1 Produtos e Serviços	18
3.2 Fornecedores	21
3.3 Distribuição	22
3.4 Promoção	23
3.5 Clientes	23
3.6 Pesquisa e Desenvolvimento	24
4 PESQUISA DE MERCADO	24
5 PLANO DE OPERAÇÕES	25
5.1 Layout da loja	25
5.2 Funcionamento	26
5.3 Quadro de Pessoal	27
6 PLANO FINANCEIRO	28
CONSIDERAÇÕES FINAIS – TESTE DE VIABILIDADE	30
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	31
ANEXO	32

1 SUMÁRIO EXECUTIVO

O conceito de empreendedorismo vem sendo difundido no Brasil nos últimos anos, algo diferente dos Estados Unidos, pois lá este conceito não é nada novo, porém no caso brasileiro, existe cada vez mais a preocupação de manter os clientes, e não só de abrir novas empresas.

O brasileiro é empreendedor, porém, devido à falta de planejamento os negócios iniciados não perduram por muito tempo, porque muitas vezes começam pela necessidade do empresário em ter um negócio para subsistência, ou até mesmo a necessidade de parar de ser empregado, para passar a ser dono de sua própria empresa.

Devido à mentalidade empreendedora, o mercado de cosméticos no Brasil vem crescendo cada vez mais, ocasionando mudança de hábito dos brasileiros, que destina parte da renda para a compra de produtos de beleza e cuidados com a beleza. Atualmente muitas mulheres, e até homens utilizam produtos de beleza, e procuram cuidar da sua saúde e da boa apresentação física.

Visualizando uma oportunidade no mercado da beleza, foi projetado um negócio no ramo estético, com especialização em unhas. O empreendimento planejado neste projeto refere-se à criação de uma Esmalteria, a Beautiful Nails Esmalteria. O público-alvo será de mulheres e homens, com foco no público jovem e infantil.

O projeto nasce com o ideal de conquistar o cliente através do bom atendimento, com o objetivo de tornar o negócio em uma referência para o mercado, e que perpassa as taxas de mortalidade do país. Após a abertura do novo negócio, ocorrerão diversos workshops e cursos, para apresentar às clientes os novos produtos, assim como disponibilizará de páginas nas redes sociais como: Facebook, Twitter e Instagram.

1.1 Produtos e Serviços

A Beautiful Nails Esmalteria irá fornecer diversos serviços voltados para a estética das mãos e pés, tanto para o público feminino como para o masculino. Os serviços são: manicure e pedicure; massagens relaxantes para os pés; aplicação de vários tipos de unhas postiças, como (unhas de gel, porcelana e fibra de vidro),

decoreção de unhas com tintas de tecido e esmaltes, hidratação de cutículas e um serviço diferenciado, como designer de sobancelha, designer de sobancelhas com hena e alongamento de cílios fio a fio.

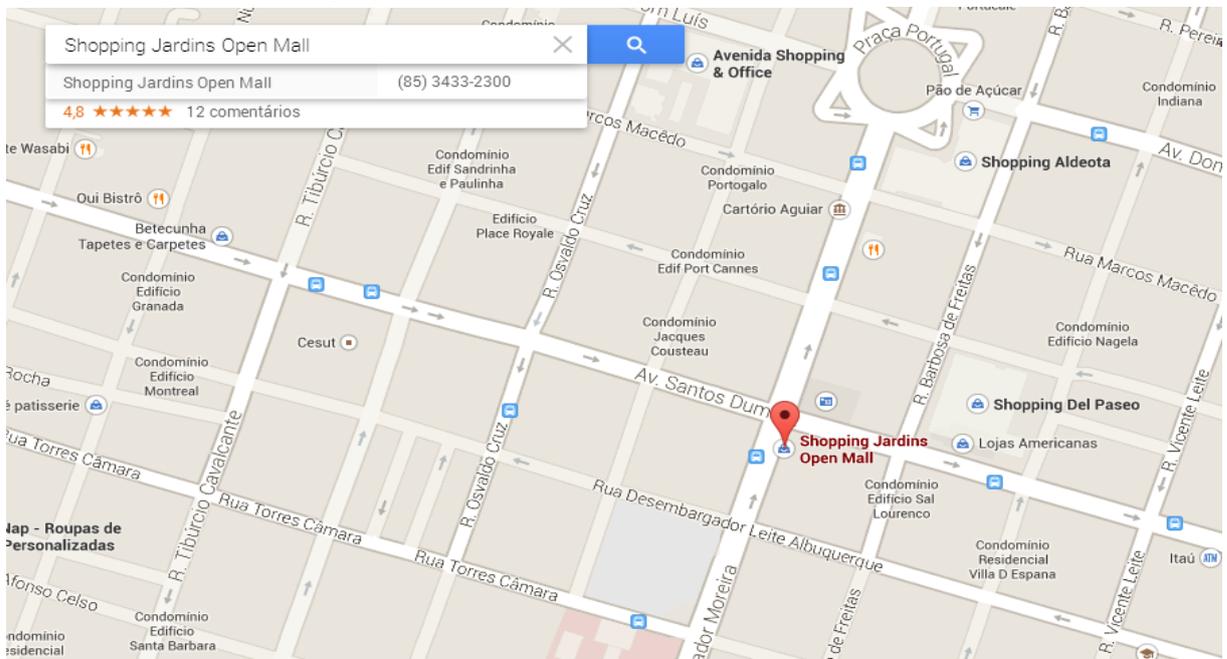
A Esmalteria trabalhará não apenas com serviços, mas também com a venda de produtos de beleza e afins, como vendas de diversos tipos de esmaltes, nacionais e internacionais e produtos decorativos para unhas, incluindo produtos cosméticos para tratamento de pele e maquiagem.

Para maior conforto dos clientes será disponibilizado um espaço, o Mini Nails, que irá dispor de um profissional responsável por cuidar das crianças enquanto seus responsáveis desfrutam dos serviços.

1.2 Localização

A Beautiful Nails Esmalteria, será localizada na cidade de Fortaleza, no Estado do Ceará, no Shopping Jardins Open Mall, situado na Avenida Desembargador Moreira, 1011(lojas 470-11/12), no bairro Aldeota, CEP: 60160-230, conforme mapa na figura 1(macro):

Figura 1 – Mapa de localização da Beautiful Nails Esmalteria



Fonte: Google Maps

1.2.1 Proximidade de Clientes e Parceiros

Trata-se de um estabelecimento localizado na Avenida Desembargador Moreira, próximo à Praça Portugal, um local misto que tanto é conhecido por ter grandes Centros Comerciais, muitas lojas e *Shoppings*, mas também é um local rodeado de residências.

Em relação aos parceiros, estão localizados em locais como no Centro da cidade, e como a Esmalteria trabalhará também com produtos importados, terá sites internacionais como Amazon e Aliexpress como parceiros. Sendo que devido a isto, a maioria deles trabalha com entrega a domicílio, economizando tempo para repor materiais.

A Beautiful Nails Esmalteria terá como foco o bom atendimento, assim como contará com futuros cursos e workshops, com a intenção de se preocupar com o bem-estar da cliente, tudo isso buscando fidelizar o consumidor.

1.2.2 Disponibilidade de Utilidades e Meios de Acessos

Em decorrência do tópico anterior, complementa-se que a boa localização do estabelecimento traz vantagem competitiva, não somente devido ao fato de se tratar de uma inovação, um serviço que está começando a ser explorado, mas por se localizar em um shopping com vigilância 24 horas por dia, também proporciona segurança a todos que ali estão.

O ponto terá internet *Wi-fi* disponível para acesso pelos clientes, e em relação as vagas para garagem, tanto o Shopping possui estacionamento de zona azul, como existem estacionamentos particulares aos redores.

O ponto comercial será alugado, com existência de pontos de água, luz, telefone e ar-condicionado. É um local estratégico para estabelecer vantagem competitiva com os concorrentes, pois é o centro mais frequentado pelas classes A e B da cidade, além de ser um local bastante visitado por turistas.

1.3 Estado das Instalações e Necessidade de Reformas

Após ser realizada a vistoria do local, foi verificado que o ponto comercial está em bom estado, porém demanda algumas reformas para adequar ao negócio. O prédio está atualmente pintado na cor salmão, o que demanda em primeiro lugar, uma pintura branca, para depois então adaptar as cores do negócio.

As paredes serão pintadas na seguinte ordem: à direita da entrada a parede será pintada de branco, com textura (parecida com papel), a parede do fundo ficará branca, porém sem textura, e do lado esquerdo, ficará com um papel de parede, com um vidro de esmalte derramando as cores do arco-íris, onde neste tópico foi orçado um valor de R\$ 1.050,00, que refere-se aos galões de tinta e os honorários dos serviços do pintor que fará a remodelagem e pintura das paredes. Como a frente toda é de vidro, será colocado um fumê com a logomarca da empresa, e no canto esquerdo terá uma pequena prateleira de exposição com 36 esmaltes de amostra.

Referente a parte elétrica será necessário a inclusão de mais cinco tomadas, pois só existem três, sendo necessária a inclusão de novas, para que as manicures e possam utilizar os equipamentos necessários para execução do serviço. Serão colocadas lâmpadas fluorescentes, para uma maior visibilidade e até mesmo para deixar o ambiente mais agradável. Foi orçado o valor de R\$ 325,00, relacionado ao serviço elétrico e inclusão de tomadas.

O piso em porcelanato será reaproveitado, visto que está em boas condições e condiz harmonicamente com a cor das paredes brancas. O teto permanecerá branco, e terá a aplicação de uma luminária central decorativa, de cristais, para deixar o ambiente com um estilo mais sofisticado. O investimento na luminária custa em torno de R\$ 450,00.

Na parte esquerda da loja serão colocadas três prateleiras com esmaltes de diversas marcas, e abaixo terá uma vitrine com produtos de beleza, para limpeza de pele e maquiagens. As prateleiras de vidro, porta de vidro, e espelhos serão aplicados no ambiente para transmitir transparência e ampliação do local. Para esses itens e aplicação desse material, foi orçado um valor total de R\$ 1.975,00. Em relação à parte hidráulica está em ótimas condições, e os azulejos do banheiro também, sendo necessária apenas uma pintura, que será com tinta branca e rosa.

1.4 Expansão

Há uma perspectiva de crescimento no período de 6 anos para abertura de duas filiais, onde estas irão fornecer outros serviços não somente aos clientes, mas também cursos de aperfeiçoamento com a implantação de um setor de Recursos Humanos, voltada para os colaboradores, pois ainda hoje, mesmo tendo instituições como SESI e SENAC, fornecendo cursos de especialização nessa área, ainda é de extrema dificuldade de encontrar profissionais qualificados, por isso estes treinamentos visam essa qualificação para aprimoramento das técnicas, e estar atualizado com os novos serviços e tendências do mercado.

Após um período médio de 5 anos, a empresa passará a contar com serviços acessórios como Depilação, o espaço Mini Nails será ampliado, e a sala de espera terá ampliação para que sirva como um local de lanche e bate-papo para as clientes. Assim como também contará com a capacitação das colaboradoras do espaço, para aperfeiçoar cada vez mais o serviço.

1.5 Equipe Dirigente

O empreendimento será constituído por Elaine de Albuquerque Fernandes, sócia-proprietária, brasileira, casada, registrada sob RG XXXXXXXXXXXX¹ Órgão Expeditor XXX XX² e com CPF XXXXXXXXXXXX³, residente e domiciliada no município de Fortaleza e estado do Ceará, no endereço residencial, Rua 17, 1630, Conjunto dos Bancários, Vila Velha CEP 60348-270 - Brasil. Graduanda em Administração de Empresas pela Faculdade Metropolitana de Fortaleza - FAMETRO, possui experiência em atividades financeiras, atendimento ao cliente e desenvolvimento de Web sites. Focada em aprimorar seus conhecimentos, está concluindo Faculdade de Administração de Empresas, já fez diversos cursos de finanças pessoais e empresariais.

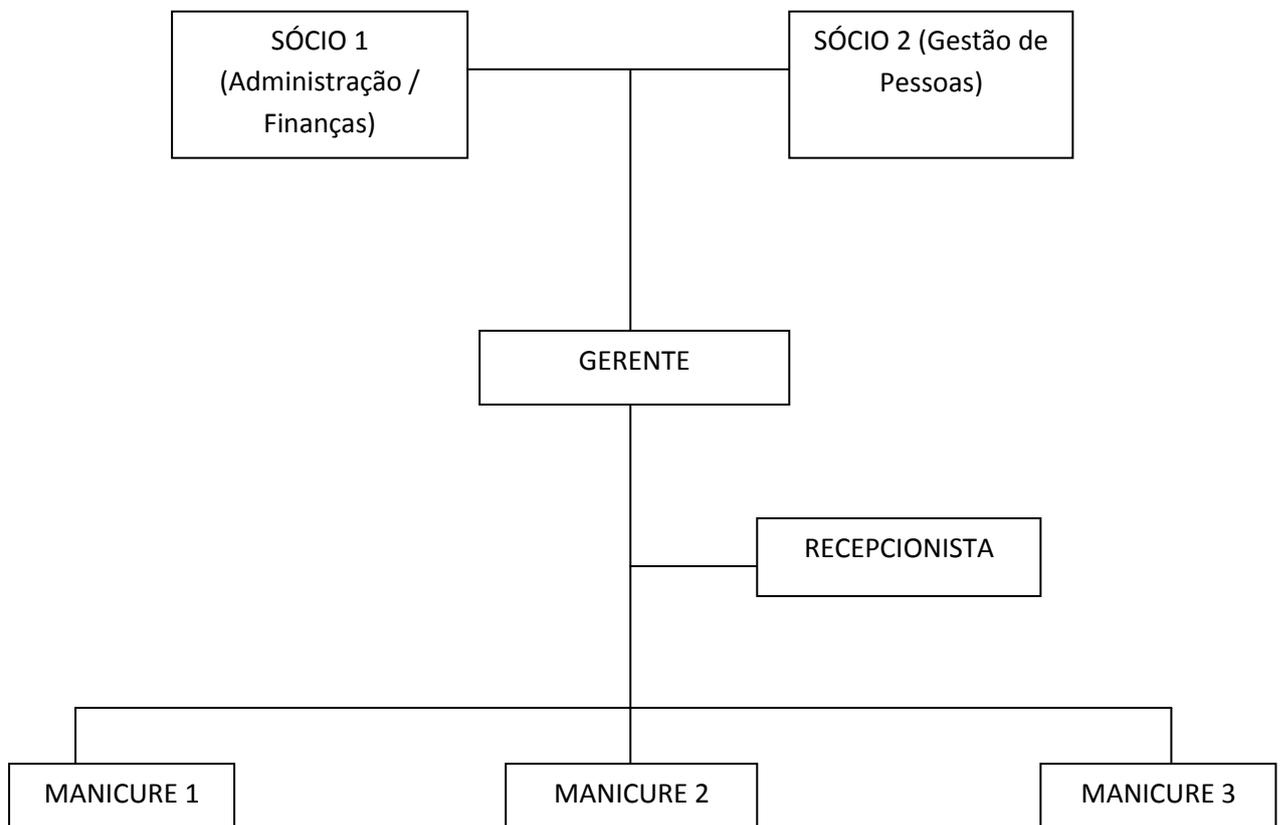
A segunda sócia será Gracielle Kelly de Andrade e Silva, brasileira, casada, registrada sob RG XXXXXXXXXXXX¹, Órgão Expeditor XXX XX² e com CPF XXXXXXXXXXXX³, residente e domiciliada no município de Fortaleza e estado do Ceará, no endereço residencial, Rua Pedro Américo, 340, Cristo Redentor CEP 60337-220 - Brasil. Graduanda em Administração de Empresas pela Faculdade

Metropolitana de Fortaleza - FAMETRO possui experiência em atendimento ao cliente, cobrança, e já foi manicure e pedicure durante um ano.

Focada em aperfeiçoar seus conhecimentos, está concluindo graduação em Administração de Empresas. A conclusão da graduação de ambas sócias possibilita melhor compreensão e acompanhamento diante de recrutamento e seleção, contabilidade, marketing, dentre outros conhecimentos adquiridos.

A estrutura hierárquica da Beautiful Nails Esmalteria está representada no organograma a seguir (figura 2):

Figura 2 – Organograma Beautiful Nails Esmalteria



Fonte: Autoras

1.6 Descrição Legal

A Beautiful Nails Esmalteria enquadra-se no Setor Terciário da Economia, visto que tem como ramo de atividade a prestação de serviços e a venda de produtos para tratamentos de beleza e cuidados especiais/pessoais.

A Beautiful Nails Esmalteria terá o enquadramento tributário optante pelo Simples Nacional na condição de ME, conforme Lei Complementar Federal 123/2006 e Resolução do Comitê Gestor do Simples Nacional (CGSN) 95/2011, lei e órgãos que tem como umas de suas funções a regulamentação das empresas de pequeno e médio porte, como é o caso da Beautiful Nails Esmalteria, e que optam pelo simples nacional.

O capital da Sociedade já subscrito e ainda não integralizado, em moeda corrente nacional, é de R\$ 100.000,00 (cem mil reais), divididos em 100.000 (cem mil quotas), de valor unitário de R\$ 1 (um real) uma assim distribuída:

- a. Elaine Albuquerque Fernandes possui 60% (cem por cento) das quotas no valor total de R\$ 60.000,00 (sessenta mil reais);
- b. Gracielle Kelly de Andrade Alencar possui 40% (quarenta por cento) das quotas no valor total de R\$ 40.000,00 (quarenta mil reais)

A empresa prever receita bruta anual de até R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais), que serão confirmados no planejamento financeiro.

2 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Segundo Drucker, (2004, p. 39), “Planejamento estratégico é o processo contínuo de, sistematicamente e com o maior conhecimento possível do futuro, tomar decisões atuais que envolvem riscos; organizar sistematicamente as atividades necessárias à execução dessas decisões”.

É importante destacar que o planejamento estratégico tem o foco na empresa como um todo, com uma visão geral das áreas e processos organizacionais. Porém, deve trabalhar junto com os planos táticos e operacionais, visto que cada um tem um escopo dentro da empresa e representam a mesma importância em um planejamento integrado.

Um planejamento estratégico bem elaborado é composto de: visão, missão, cadeia de valores, análise das oportunidades e ameaças, análise dos pontos fortes e

fracos (Análise SWOT), análise econômica de mercado, matriz de crescimento e participação do mercado, atratividade e posição.

Alguns desses itens serão abordados de forma detalhada neste trabalho para que se tenha uma melhor visibilidade do negócio em questão, a Beautiful Nails Esmalteria.

2.1 Missão e Visão

Segundo Mintzberg (2000, p.116), “missão é a declaração do propósito e do alcance únicos em termos de produto e de mercado (razão de ser da empresa)”. Tendo em vista tal conceito, a missão da Beautiful Nails tem como propósito “Promover a beleza e o bem-estar aos seus clientes, onde sejam tratados o corpo e as unhas, com qualidade e atendimento diferenciado, através de uma equipe capacitada e comprometida com a visão da organização.”.

A visão é onde a empresa deseja chegar, o que ela quer alcançar em seu futuro.

“A visão é uma projeção das oportunidades futuras do negócio da organização, para permitir uma concentração de esforços em sua busca (...) é uma projeção do lugar ou espaço que se pretende que a organização venha a ocupar no futuro (...) é uma intenção sobre onde desejamos que a organização esteja amanhã em seu ambiente e uma orientação sobre quais ações devemos adotar hoje para que isso ocorra(...)” (TAVARES, 2000, P. 175 E 180)

A visão da Beautiful Nails é “ser a maior Esmalteria do Nordeste em cinco anos, assim como após esse período, em dez anos estar presente em todo o Brasil”.

2.2 Análise Econômica

Segundo dados do IBGE (2012), Fortaleza possui cerca de 2,6 milhões de habitantes, sendo a quinta capital mais populosa do Brasil, contando que mais de 50% desta população é do sexo feminino, público-alvo este, que consome boa quantidade de esmalte por mês, tanto que o mercado de cosméticos vem crescendo mais de 10% ao ano, segundo dados da Abihpec (Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos).

Conforme dados apontados pelo Instituto de Pesquisa e Estratégia Econômica do Ceará(IPECE), com origem no censo demográfico realizado pelo

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) de 2010, a renda média dos habitantes do bairro Aldeota, em Fortaleza/CE tem renda média de R\$2901,57, comparado com o bairro Parquelândia em Fortaleza/Ce, essa média salarial cai para R\$1170,29, tendo uma diferença de mais de 100%(cem por cento), ou seja, como os valores dobram, estima-se que a receita esperada tenha um aumento de pelo menos 50%(cinquenta por cento).

Dentro dessa fatia de mercado de serviços de estética destacam-se as esmalterias, um novo mercado que está começando a ser explorado, que frequentemente surgem novas tendências de esmaltes, por estação do ano.

Tendo em vista tais oportunidades, o mercado ainda tem muito a ser explorado, pois além de ser uma tendência investir no ramo de cosméticos, a maior personalização é um foco a cada dia, o que faz com que cada cliente tenha alto nível de exigência, tal nível a ser atendido com a esmalteria Beautiful Nails.

2.3 Análise SWOT

Segundo Chiavenato e Sapiro (2003), a Análise SWOT tem como função cruzar as oportunidades e as ameaças externas à organização com seus pontos fortes e fracos. Através de uma avaliação estratégica originada de uma específica matriz SWOT, pode-se relacionar as oportunidades e ameaças presentes no ambiente externo relacionado, intrinsecamente, com as forças e fraquezas que originalmente são mapeadas no ambiente interno de uma determinada organização, portanto trata-se de uma ação estratégica para melhor conhecer o ambiente relacionado ao produto/serviço.

O ambiente interno pode ser controlado pela empresa através de ações reativas, e até mesmo de planejamento. A Beautiful Nails tem como força seu alto nível de qualidade do serviço, proporcionando programas de fidelidade para seus clientes. Atendimento diferenciado através de uma equipe capacitada, inovação em seus produtos e também no serviço, até por ser um mercado que vem sempre se renovando.

Quadro 1: Análise Macro ambiental

AMBIENTE INTERNO	
FORÇAS (<i>Strengths</i>)	FRAQUEZAS (<i>Weaknesses</i>)
1. Elevada qualidade nos produtos e serviços oferecidos; 2. Programas de fidelidade para cliente; 3. Atendimento diferenciado, através de uma equipe capacitada; 4. Inovação nos produtos/serviços.	1. Pouca experiência com fornecedores; 2. Ambiente com espaço pequeno para expansão do negócio no local; 3. Grande risco de rotatividade no quadro de colaboradores.
AMBIENTE EXTERNO	
OPORTUNIDADE (<i>Opportunities</i>)	AMEAÇAS (<i>Threats</i>)
1. O ramo estético é uma forte tendência de desenvolvimento de novos negócios; 2. O ramo de esmalteria ainda tem muito a ser explorado.	1. O aumento da concorrência com serviços mais especializados; 2. Manicures e pedicuras não formalizados;

Fonte: Autoras

3 PLANO DE MARKETING

A sociedade atual vive em um mundo que passa por mudanças constantes, devido à globalização, e o mercado varia muito. Novas profissões são criadas, e velhas profissões são extintas. E em decorrência disto, as empresas precisam se diferenciar das demais do mercado, para se manter em concorrência com as demais, o que ocasiona o planejamento do marketing do negócio.

É com tal ferramenta, que se executam as metas e os objetivos, e procura-se entender o comportamento de seus clientes, para daí então planejar ações que levem a empresa a alcançar sua visão. A empresa precisa se planejar para tomar suas futuras decisões.

“Planejar consiste em tomar antecipadamente um conjunto de decisões administradores estudam o ambiente e, a partir de uma análise de suas possíveis influências, estabelecem objetivos e estratégias para determinado período. Estas iniciativas ajudam a orientar os vários passos que uma organização deve tomar. Portanto, com o planejamento é possível desenvolver atividades coerentes” (LAS CASAS, 2011, P. 81).

Nota-se então, a necessidade de um planejamento de marketing da empresa Beautiful Nails Esmalteria, plano está que será baseado nos 4P's do marketing: produto, preço, praça e promoção.

3.1 Produtos e Serviços

A Beautiful Nails Esmalteria oferecerá produtos e serviços especializados para o tratamento estético das unhas, utilizando técnicas arcaicas e também as mais modernas, visando sempre a qualidade e diferenciação dos serviços prestados, através da customização, recuperação e cuidados com as unhas, englobando manicures e pedicuras, voltada para o público masculino e feminino; serviço de SPA das mãos e pés; unhas de gel; unhas de porcelana; unhas de fibras de vidro; *nailart*; unhas adesivas; *strass*; aplicação de unhas postiças; customização das unhas simples e decoradas; manutenção/remoção de alongamento de unhas, cuidados e tratamento de unhas ruídas; unhas degradê, utilizando-se também de produtos hipoalergênicos¹; disponibilizará de um serviço a parte com *designer* de sobrancelhas (micro pigmentação e rena) e a utilização do espaço Mini Nails disponível para as crianças acompanhadas dos clientes, de todas as idades.

Além disso, a Beautiful Nails Esmalteria terá um espaço exclusivo para a venda de produtos para unhas, como venda de esmaltes nacionais e internacionais, películas e adesivos para unhas, venda de cosméticos voltada para tratamento da pele, como esfoliantes e hidratantes e diversos tipos de maquiagens de diversas marcas, nacionais e importadas.

A seguir o detalhamento dos produtos que estarão à venda para as clientes:

Esmaltes Nacionais - são de mais fácil acesso em outros locais, devido a isto, e ao preço ser bem menor, não serão o foco da Mini Nails, mas nem por isso deixarão de ser comercializados. As marcas disponíveis serão:

- Esmaltes Ana Hickmann;
- Esmaltes Argento;
- Esmaltes Avon;
- Esmaltes Beauty Color;

¹ Refere-se a esmaltes livres de Tolueno, Formaldeído e DBP (substâncias tóxicas) em sua composição, ou seja, são esmaltes livres destas substâncias que podem desenvolver reações alérgicas.

- Esmaltes Colorama;
- Esmaltes Cora;
- Esmaltes Dote;
- Esmaltes Eliana Super Pérola;
- Esmaltes Elke;
- Esmaltes Guga;
- Esmaltes Hits;
- Esmaltes Impala;
- Esmaltes Jade;
- Esmaltes Risqué;
- Esmaltes Jubby;
- Esmaltes LaPogee
- Esmaltes Mohda;
- Esmaltes Panvel;
- Esmaltes Passe Nati;
- Esmaltes Priscila;
- Esmaltes Rivka;

Esmaltes Importados – Devido ao fato do acesso ser mais difícil, o preço é mais acentuado, e este será o foco de vendas na Beautiful Nails Esmalteria, sendo que serão ofertados:

- Esmaltes Artdeco;
- Esmaltes Bourjois;
- Esmaltes Chanel;
- Esmaltes China Glaze;
- Esmaltes Color Club;
- Esmaltes Dior Vernes;
- Esmaltes Essie;
- Esmaltes MAC;
- Esmaltes Markwins;
- Esmaltes Mavala;
- Esmaltes Milani;

- Esmaltes Nars;
- Esmaltes O.P.I.;
- Esmaltes Orly;
- Esmaltes Revlon;
- Esmaltes Insta-Dry;
- Esmaltes Sally Hansen;
- Esmaltes Shisem;

Esmaltes Hipoalergênicos ou 3Free - não desenvolvem reação alérgica, por ser livre de três substâncias: Tolueno (solvente que tem a função de ajudar na secagem rápida), Formaldeído, também conhecido como Formol (torna a esmaltação durável) e o DBP - DibutylPhthalate(Utilizado para dar um aspecto de plástico, para dar mais flexibilidade a unha, e conseqüentemente maior durabilidade.

Os esmaltes hipoalergênicos utilizados serão:

- Esmaltes Alta Moda Alfaparf;
- Esmaltes Anita (Linha 3Free);
- Esmaltes Avon (Linha Nailwear Pro);
- Esmaltes B.U.(Big Universo);
- Esmaltes Colorama (exceto a linha única Camada);
- Esmaltes Derma Nail;
- Esmaltes Granado;
- Esmaltes Impala;
- Esmaltes Ludurama;
- Esmaltes Penélope Luz;
- Esmaltes UpColors(Linha 0%);

Outros produtos:

- Películas para unha;
- Spray secante para unhas;
- *Kits* para presentes (combinados de produtos).

3.2 Fornecedores

Os fornecedores tem o papel principal de fornecer os insumos básicos para a prestação do serviço. No caso de uma esmalteria, considera-se essencial que estes fornecedores tenham os seguintes requisitos:

- Qualidade nos produtos e peças;
 - Pontualidade na entrega das mercadorias;
 - Apoio técnico em relação aos produtos ofertados;
 - Cumprimento dos acordos estabelecidos;
 - Instrução sobre os produtos;
 - Nos casos possíveis, disponibilizar produtos de pronta-entrega;
- Os principais fornecedores da Beautiful Nails Esmalteria são:
- Casa Da Manicure (Via Cosméticos)
Rua Senador Pompeu, 834-Loja 08, Centro – Fortaleza/CE
Fone: (85)3253-5870
 - Montreal Distribuidora
Rua Floriano Peixoto, 948, Centro – Fortaleza/CE
Fone: (85) 3211-7117
 - Miss Underground
Rua Marcondes Pereira, 1271, loja 3, Pátio Luz, Dionísio Torres – Fortaleza/CE
Fone: (85) 3081-5254

3.3 Distribuição

O canal utilizado para a distribuição dos produtos/serviços da Beautiful Nails Esmalteria será o indireto, pois a obtenção dos acessórios e esmaltes, tanto utilizados no serviço, como os que estarão disponíveis à venda, será diretamente, com diversos tipos de fabricantes, seja em lojas físicas ou com representantes, para que possamos ofertar o melhor serviço/produto para nossos clientes.

Em relação à venda de nossos produtos, será feita na própria loja, para que se possa ter uma dimensão dos gostos de nossos clientes, nos informando várias opções, para investirmos mais nesses determinados produtos.

3.4 Promoção

A marca foi concebida na intenção de mostrar um serviço realizado da melhor forma, buscando a máxima perfeição a cada cliente e a cada atendimento, buscando sempre realizar um trabalho diferenciado, dando máxima atenção a seu

público, para que as clientes saiam da esmalteria com a sensação de que aquele é o melhor atendimento, além do que trabalhará com as mais novas tendências do mercado, e como o serviço prestado será com foco em unhas, daí surgiu o nome do negócio Beautiful Nails, ou seja, Unhas Bonitas.

A logomarca traz a ideia de uma mulher linda, que demonstra muita vaidade, evidenciando suas unhas, colocando em foco o negócio principal, como o próprio nome diz, que é a esmaltação de unhas. A figura 3 traz explícita a mão de uma mulher, delicada, com toda a sua perfeição, dando ideia a cliente de um local onde ela sairá com as mais belas unhas.

Figura 3: Logomarca



Fonte: Autoras

A publicidade será por meio de panfletos distribuídos nos arredores do local, no caso, nos três Shoppings mais próximos (Shopping Aldeota, Shopping Avenida, Shopping Del Paseo), mas a propaganda mais forte será por meio de boca-a-boca, divulgada através das clientes, que serão atendidas da melhor forma. Para complementar, terá publicidade nas redes sociais, com imagens das esmaltações realizadas no local, para disseminar os serviços da esmalteria. O layout da loja também terá um estilo jovial e atrativo, com toda sua estrutura moderna, tornando-se convidativo.

3.5 Clientes

Em relação ao público-alvo, envolve tanto o gênero masculino como feminino, podendo ser criança, adolescente, jovem adulto, maduro e até a terceira idade, que poderão beneficiar-se com os produtos que estão disponíveis a venda na Beautiful Nails Esmalteria, assim como para os serviços oferecidos.

Assim, analisando o nosso público mais forte, é apresentado abaixo o perfil das potenciais clientes da Beautiful Nails Esmalteria:

Público Jovem (15 a 30 anos): Este público se identifica com cores mais vibrantes, é composto por mulheres jovens, pois estas gostam de experimentar as novidades no mercado, em marcas de esmaltes, em esmaltação, e nos serviços prestados.

Outro público atendido, porém com menor foco, será o público infantil, que é composto por crianças, que atualmente consomem muito esmalte. As meninas com idade de até 12 anos gostam de colorir as unhas com diversas cores disponíveis, com muito brilho, *glitter* e adesivo, é um público que muda de ideia muito rápido, e dá prioridade as novidades.

3.6 Pesquisa e Desenvolvimento

Não houve pesquisa e desenvolvimento para a criação e/ou evolução de algum dos produtos/serviços.

4 PESQUISA DE MERCADO

Para a composição do plano de negócio, foi realizado um estudo de benchmarking, que é uma comparação entre as práticas dos prestadores do mesmo serviço ou de serviços semelhantes, assim como produtos.

Esta análise tem como objetivo verificar as ações e posições de cada empresa toma em relação às demais, e em relação às ameaças, oportunidades que lhe surgem, é isto que possibilita que a empresa analisadora detecte oportunidades para agir de forma estratégica, visto que a organização já tem em vista as ações que seus concorrentes poderão tomar diante determinadas circunstâncias.

Foram realizadas visitas a duas esmalterias da cidade de Fortaleza, localizada em locais distintos, para ter uma maior visão do comportamento dos diversos públicos, sendo que uma das esmalterias localiza-se em um bairro nobre (Aldeota) e outra se localiza em um bairro mais distante deste, com um público menos exigente, situada no bairro Carlito Pamplona.

Através das visitas foram identificados pontos a serem abordados para diferencial competitivo, como no caso que muitos clientes procuram uma forma de ter um luxo por um preço mais acessível, portanto, uma tecnologia a se tornar um diferencial é o serviço de impressão de unha, ou Digital Nail.

Algo que também é um atrativo em uma esmalteria é a comercialização de kits para presentes, pois já que é um produto tão desejado pelas mulheres, há uma forte demanda de presentes que os homens procuram.

A partir da observação foi possível também identificar que o bom atendimento fideliza as clientes, fazendo com que grande parte delas retornem semanalmente ou quinzenalmente para fazer as unhas. Em reação a isto, a Beautiful Nails oferecerá o cartão fidelidade, que é cumulativo em pontos, e a cada 10 atendimentos, a cliente tem uma sessão de manicure e designer de sobrancelhas gratuitos.

Por ser um local mais procurado para ter um mínimo de luxo a mais que em salões de beleza, conforme identificado um diferencial no benchmarking, a esmalteria oferecerá petiscos para suas clientes, enquanto passam uma parte de seu tempo cuidando de sua estética corporal.

5 PLANO DE OPERAÇÕES

5.1 *Layout da loja*

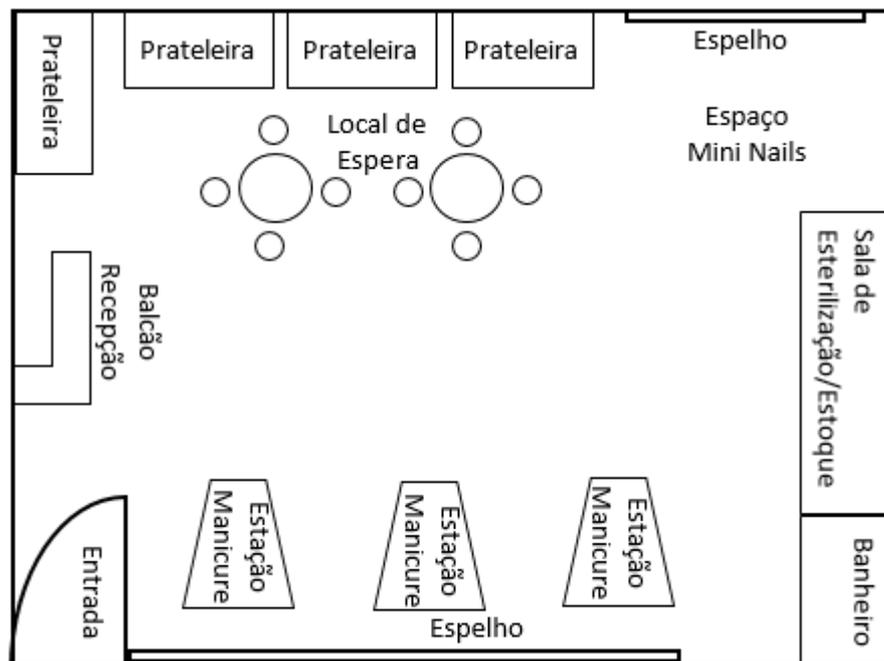
A estrutura será montada de acordo com a figura 4, tendo uma porta de vidro para dar transparência e amplitude ao local, além de atrair os clientes que passarem em frente, a vitrine da loja não será totalmente transparente, tendo uma prateleira com exposição de 30 esmaltes, sendo trocados de acordo com as novas coleções e linhas que chegarem, excluindo estes dois locais, o que restar a vitrine terá um fumê com a logomarca da loja, e fotos dos produtos.

Ao entrar, do lado direito esquerdo ficará o balcão disposto em “L” para expor os *kits* de presentes, e terá duas mesas, com oito cadeira no total, para espera do

atendimento, este número de cadeias já será contando com eventuais pessoas que estejam esperando suas companheiras, já que o atendimento é por horário marcado, e não se prevê um grande acúmulo de pessoas esperando atendimento. Este local de espera terá regularmente petiscos para quem estiver ali, e logo atrás estarão três prateleiras com exposição dos três tipos de esmaltes comercializados: Nacionais, Internacionais e Importados e Hipoalergênicos ou 3Free.

No lado esquerdo no fundo da loja, estará o espaço Mini Nails, assim localizado para quem estiver no local ter maior visibilidade das crianças caso elas se dirijam a outro local. Logo ao lado ficarão o estoque e a sala de esterilização (local para manter os materiais cortantes e descartáveis de acordo com as Normas do Ministério da Saúde), que ficarão no mesmo ambiente, e no canto direito da loja ficará o banheiro. Todo o ambiente interno será climatizado à temperatura de 18°C para diminuir o risco de transmissão de algum tipo de doença, contará com acesso a rede *Wi-fi*, além de estar todo decorado com imagens de esmaltes, e o lustre no teto, para demonstrar um local com mais luxo.

Figura 4: Layout da Esmalteria



Fonte: Autoras

5.2 Funcionamento

A Beautiful Nails Esmalteria funcionará de segunda a sábado de 10h00min as 20h00min para atendimento por horário marcado, ou conforme a demanda por ordem de chegada, e aos domingos estará aberta para atendimento de 08h00min às 12h00min, com atendimento para clientes marcadas, nos feriados funcionará nos horários de domingo caso tenha demanda.

A empresa terá vantagem competitiva das demais no fato de que funcionará normalmente aos sábados, e terá funcionamento aos domingos, período de grande demanda por parte das clientes, pois na semana, geralmente estão trabalhando, ou cuidando da casa.

5.3 Quadro de Pessoal

A sócia Elaine de Albuquerque Fernandes ficará responsável por todo o planejamento administrativo e financeiro, assim como o desenvolvimento do site da empresa, com finalidade de planejar e checar se as tarefas estão sendo realizadas de acordo com o planejado, assim como captação de fornecedores, gestão de estoque e gerenciamento da relação entre os fornecedores e a empresa.

A sócia Gracielle Kelly de Andrade Alencar coordenará toda a parte operacional do negócio, ficando responsável pela gestão de pessoas, toda a captação de talentos, assim como tratará dos treinamentos para aperfeiçoamento do atendimento, para garantir a satisfação das clientes, portanto ficará responsável pela gerência e organização do local.

O empreendimento contará ainda com uma recepcionista, que ficará responsável pelo agendamento das clientes, incumbindo atendimento pessoal e telefônico, onde a mesma trabalhará sob regime de contratação pela CLT, atendendo a um expediente semanal de 44h, sendo que nos demais horários, no final da noite e domingos, quem atenderá esta demanda será a sócia Gracielle Kelly de Andrade Alencar.

A Beautiful Nails Esmalteria terá três manicures especializadas em diversos serviços como esmaltação, decoração, confecção de unhas em gel, massagens em pés e mãos. Assim como contará também com um *designer* de sobrancelhas especializado em estilizar as sobrancelhas dos clientes, tanto do público feminino

como masculino. Tanto manicures como designer de sobrancelha trabalharão sob contratação pela CLT, com carteira assinada, cumprindo uma carga horária de 44h semanais, que devido ao funcionamento da loja ser até as 20h00min, trabalharão por dia com 1 hora-extra, que serão pagas normalmente, conforme coordena o regime de contratação; dentre este período a empresa irá custear seus gastos com transporte e alimentação, assim como um comissionamento para designer e manicures, de 25% do valor mensal produzido, sendo que ainda assim receberão salário fixo.

A Recepcionista receberá um salário mínimo, acrescido de um bônus de R\$100,00 referente à assiduidade, ou seja, caso não falte nenhuma vez no mês, acrescido também de R\$100,00 referente à pontualidade, caso não se atrase no mês, e cumpra toda sua carga horária de trabalho.

As férias serão ordenadas de forma rotativa, sempre permanecendo pelo menos 2 manicures sempre para atendimento, no período de férias do designer de sobrancelhas, será contratado outro funcionário por regime de contrato temporário, e no período de férias da recepcionista, ficará a cargo da sócia Gracielle coordenar a recepção. A escala de folgas também será administrada da mesma forma das férias.

Os profissionais terão uma hora de descanso diário, sendo que haverá revezamento, em que uma parte sairá de 12h00min e voltará de 13h00min e a outra parte sairá de 13h00min e voltará às 14h00min, com um intervalo de lanche a tarde de 15 minutos, a ser cumprido de acordo com a demanda, sempre deixando o número mínimo de profissionais para atendimento.

O tempo médio estimado para o designer de sobrancelhas é de 30 minutos, então sendo assim, por dia, a média de sobrancelhas trabalhadas por semana, considerando um fluxo de 100% de clientes, é de 20 sobrancelhas na semana, e 8 nos finais de semana e feriados; no caso da manicure, este tempo já é maior, pois no caso é todo o tratamento de pés e mãos, realizando o trabalho em média de 1 hora, realizando uma média de 9 atendimentos na semana, e 4 nos finais de semana e feriados.

Os funcionários não terão custo com produtos, pois a esmalteria fornecerá todos os produtos e insumos necessários para a realização do trabalho.

6 PLANO FINANCEIRO

Este estudo foi realizado baseado em uma pesquisa de *benchmarking* e em um estudo realizado em outro plano de negócios em uma empresa já existente, que mostra a viabilidade de abertura de um novo negócio especializado em esmalteria na cidade de Fortaleza.

Relacionando as tabelas, pode-se verificar a quantidade de mão-de-obra direta necessária para cada serviço, assim como a demanda esperada, e estimativa de receita esperada nos próximos períodos, possibilitando ter uma maior visão de futuro financeiro da Esmalteria Beautiful Nails.

De acordo com o gráfico do quadro 1, verifica-se que os meses de março, junho e dezembro apresentam maior faturamento, devido a sazonalidade, tendo o pico mais alto no mês de dezembro, época de muitas confraternizações, e que a maioria das mulheres costumam cuidar-se para estes eventos.

O estimado é quem em média, sejam prestados 597 serviços, dentre eles a decoração de unhas, manicure e pedicure simples/express, tratamento de unhas, e os demais serviços prestados, representando uma média de receita ao final de cada mês de R\$29.495,00. É necessário levar em conta que esta é a média, e não valor exato de receita/mês, pois existem meses de sazonalidade em que são vendidos mais serviços, e nos demais meses as vendas podem cair, fazendo com que este valor seja menor.

Ao final do primeiro ano de comercialização dos produtos e serviços da Esmalteria, espera-se que a receita seja de R\$353.940,00, sendo que deste valor, o serviço mais prestado serão a decoração de unhas manuais ou adesivas, com este valor de receita, o calculado é que se tenha um total de custo com matérias-primas de R\$72.531,00, sendo que a média mensal destes custos é de R\$6.044,00, sendo que os serviços que demandam maior custo serão a aplicação e manutenção de unhas postiças, seguida da decoração de unhas.

De acordo com o previsto acima, a esmalteria terá uma média de custos com mão-de-obra direta de R\$7.987,00, deliberando ao final do primeiro ano de existência um custo de R\$95.845,00, destes valores, o custo mensal com despesas operacionais será de em média R\$5.742,00, somando ao final do primeiro exercício um total de R\$68.910,00.

Concluído o primeiro ano do investimento, o estimado é que o saldo final seja de R\$212.547, ou seja, espera-se que os R\$100.00,00 investidos sejam convertidos em um lucro dobrado.

Com as tabelas em anexo, e após a análise de cada uma delas, é possível ter os dados necessários para uma tomada de decisão.

Quadro 1: Receitas Mensais Estimadas



Fonte: Dados da pesquisa

CONSIDERAÇÕES FINAIS – TESTE DE VIABILIDADE

Este trabalho teve como objetivo verificar a viabilidade de abertura de uma esmalteria onde foram analisadas as informações de um estudo realizado em uma esmalteria já existente.

Através das informações analisadas neste plano de negócio, verifica-se a perspectiva de crescimento para esmalteria, que demonstra ser positiva, pois mesmo com a grande competitividade de manicures/pedicuras autônomas, será possível obter um lucro por se tratar de um negócio mais personalizado.

Através do plano financeiro pode-se observar que o esperado é que a final do primeiro ano, o empreendimento já tenha um lucro dobrado em relação ao que foi investido, proporcionando assim, a abertura de novas filiais nos demais períodos, conforme programado.

Esse projeto também poderá servir como fonte de pesquisa e referência para futuros acadêmicos.

Portanto, a pesquisa realizada servirá de embasamento para a abertura da empresa, ressaltando que os dados coletados devem ser revistos periodicamente, para que haja um planejamento estratégico, para desenvolvimento e crescimento do negócio.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE HIGIENE PESSOAL, PERFUMARIA E COMÉDICOS. **Crescimento do Mercado da Beleza no Brasil**. Disponível em: <<http://www.abihpec.org.br/noticias/>>. Acesso em: 13 set. 2014

COSTA, E. A., **Gestão Estratégica: a empresa que temos para a empresa que queremos**. 2. Ed. São Paulo: Saraiva, 2007.

FAMETRO. **Manual de Normas para a Elaboração de Trabalhos Acadêmicos** / Faculdade Metropolitana da Grande Fortaleza, Biblioteca Fametro. – Fortaleza, 2011.

IPECE: Renda desigual é marca de bairros. Disponível em <<http://www.ipece.ce.gov.br/noticias/ipece-na-midia/renda-desigual-e-marca-de-bairros>> Acesso em: 18 nov. 2014.

KOTLER, Philip. **Marketing de A a Z: 80 conceitos que todo profissional precisa saber**. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

KOTLER, Philip – **Administração de Marketing** – 10. ed., 7ª reimpressão – Tradução Bazán, 2002

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Administração para Empreendedores: fundamentos da criação e da gestão de novos negócios**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

NUNES, Renata de Freitas. **Plano de Negócios: Esmalteria Miss Nails**, Faculdade Metropolitana de Fortaleza, Administração, 2014.1

PALADINI, Edson Pacheco. **Gestão estratégica da qualidade: princípios, métodos e processos**. São Paulo: Atlas, 2008.

TAVARES, Mauro Calixta. Do planejamento financeiro à gestão estratégica. **Gestão estratégica**. São Paulo: Atlas, 2000.

WRIGHT P.; KROLL M. J.; PARNELL J. **Administração Estratégica: Conceitos**. São Paulo: Scipione, 2000.

ANEXO