PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE MINAS GERAIS

Instituto de Ciências Econômicas e Gerenciais

Graduação em Ciências Econômicas

Elaboração e Análise de Projetos

Ashia Roberta de Andrade e Silva

Caio Rodrigues Mateus Frias

Gabriel Rodrigues da Silva

Guilherme Santana Costa

plano de negócio ESMALTERIA clube das unhas

Belo Horizonte

2017

Ashia Roberta de Andrade e Silva

Caio Rodrigues Mateus Frias

Gabriel Rodrigues da Silva

Guilherme Santana Costa

plano de negócio ESMALTERIA clube das unhas

Plano de negócio Esmalteria Clube das Unhas apresentado à disciplina Elaboração e Análise de Projetos no curso de Ciências Econômicas da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais.

Prof. Heles Soares Junior

Belo Horizonte

2017

**FICHA RESUMO**

**RAZÃO SOCIAL**

Esmalteria Clube das Unhas EIRELI

**NOME FANTASIA**

Clube das Unhas

**RAMO DE ATIVADE**

Comércio

**TIPO DE NEGOCIOS**

Serviços de beleza para as unhas

**SETOR DA ECONOMIA**

Terciário

**FORMA JURÍDICA**

Empresa individual de responsabilidade limitada

**PRODUTO**

Embelezamento das unhas, cuidados, relaxamentos e tratamento de pés e mãos.

**FINALIDADE**

Implantação de um empreendimento comercial, voltado para os cuidados com beleza dos pés e mãos destinados ao público feminino, situado no bairro Belvedere.

**INVESTIMENTO TOTAL INICIAL**

R$ 97.797,33

**PAY BACK**

13 meses.

**LOCALIZAÇÃO**

Rua Luiz Paulo Franco nº 266, Bairro Belvedere, situado na região centro sul de Belo Horizonte, município de Belo Horizonte – MG.

Sumário

[1 PRIMEIRA PARTE – A EMPRESA 4](#_Toc483826113)

[1.1 Denominação ou razão social – forma jurídica 4](#_Toc483826114)

[1.2 Principais acionistas ou sócios 4](#_Toc483826115)

[1.3 Dirigentes e administradores principais 4](#_Toc483826116)

[1.4 Capital social 4](#_Toc483826117)

[1.5 Perfil e motivação dos empreendedores 4](#_Toc483826118)

[2 O PROJETO 4](#_Toc483826119)

[2.1 Análise de mercado e plano de marketing 4](#_Toc483826121)

[2.1.1 Dados do (s) produto (s) / serviço (s) 4](#_Toc483826122)

[2.1.2 Principais consumidores (“público alvo”) 4](#_Toc483826123)

[2.1.3 Estrutura de mercado e concorrência 4](#_Toc483826124)

[2.1.4 Evolução e dimensionamento do mercado 4](#_Toc483826125)

[2.1.5 Cenários 4](#_Toc483826126)

[2.1.6 Projeção do mercado global e do projeto para anos de vida útil 4](#_Toc483826127)

[2.1.7 Condições de distribuição 4](#_Toc483826128)

[2.1.8 Políticas de vendas 4](#_Toc483826129)

[2.2 Plano Operacional 4](#_Toc483826130)

[2.2.1 Caracterização do produto(s) /serviço(s) e dimensionamento do programa de produção/operação 4](#_Toc483826131)

[2.2.2 Seleção e descrição do processo produtivo/operacional 4](#_Toc483826132)

[2.2.3 Seleção e especificação dos equipamentos 4](#_Toc483826133)

[2.2.4 Distribuição dos equipamentos (layouts) 4](#_Toc483826134)

[2.2.5 Aspectos fiscais normativos e regulatórios 4](#_Toc483826135)

[2.2.6 Estudo do tamanho e escala de produção 4](#_Toc483826136)

[2.2.7 Estudo da localização 4](#_Toc483826137)

[*2.3* *Planos Financeiros* 4](#_Toc483826138)

[2.3.1 Estudo dos investimentos 4](#_Toc483826139)

[2.3.2 Estudo do financiamento 4](#_Toc483826140)

[2.3.3 Quadro de Fontes e Usos 4](#_Toc483826141)

[2.3.4 Organização e administração 4](#_Toc483826142)

[2.3.5 Orçamento de receitas e custos 4](#_Toc483826143)

[2.3.6 Análise econômico-financeira e conclusões 4](#_Toc483826144)

[3 CONCLUSÕES 4](#_Toc483826145)

[PARTE 4: ANEXOS 4](#_Toc483826146)

[4.1 CONTRATO SOCIAL 4](#_Toc483826147)

[4.2 Tabelas auxiliares 4](#_Toc483826148)

[REFERÊNCIAS 4](#_Toc483826149)

#

# 1 PRIMEIRA PARTE – A EMPRESA

O estudo de viabilidade técnica e econômica refere-se à implantação de uma esmalteria no bairro Belvedere situado na região centro-sul de Belo Horizonte – MG.

## Denominação ou razão social – forma jurídica

A Esmalteria Clube das Unhas Eireli se constitui por uma empresa individual de responsabilidade limitada, caracterizada como pequena empresa que pode ter um faturamento anual de até R$ 3.600.000,00 no regime tributário do Simples Nacional permitido pela Lei Nº 12.441 de Julho de 2011. Com registro no cartório do registro civil das pessoas jurídicas (antigo cartório Jero Oliva) estabelecido na Av. Afonso Pena, 732 – 2º andar, bairro Centro, Belo Horizonte – MG – CEP: 30130-003.

## Principais acionistas ou sócios

A constituição social da empresa de beleza e cuidado com as unhas se faz por uma publicitária.

1. **MARIA RITA DE CASTRO**, brasileira, casada, maior, nascida em 00/00/0000, natural de Belo Horizonte, publicitária, portadora da identidade nº 00.000.000-00. Residente e domiciliada na Avenida das Constelações, Vale dos Cristais, Nova Lima, MG.

## Dirigentes e administradores principais

A Sra. Maria Rita de Castro será responsável pelo gerenciamento total da empresa.

## Capital social

O capital inicial para o empreendimento será de R$ 97.797,33. A composição do capital se faz por:

1. R$ 58.678,40 capital próprio investido pela sócia Maria Rita de Castro, correspondente a 60% do capital total;
2. R$ 39.118,93 correspondente ao capital de terceiros oriundos do BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social).

## Perfil e motivação dos empreendedores

A empreendedora identificou um nicho de mercado crescente para o segmento de beleza e cuidado com as unhas, as esmalterias estão em franca expansão no mercado brasileiro desde 2010, ano onde foi registrada a primeira empresa deste segmento. Segundo a Euromonitor, o Brasil é o segundo maior consumidor de esmaltes do mundo, ficando atrás somente dos Estados Unidos. O Mercado de “maquiagem para as unhas”, apresentou um faturamento de 1,7 bilhões de reais, o equivalente a 25% da macro categoria. No Brasil, segundo maior consumidor de esmaltes do mundo, as oportunidades de negócios surgem a todo o momento. Através de pesquisa realizada pelo Instituto Data Popular, 21% das mulheres de classe média e 38% das mulheres de classe alta, visitaram esmalterias, salões de beleza ou estéticas mais de duas vezes por mês em 2013.

 Os dados citados anteriormente, associado às características do bairro Belvedere, local onde se planeja instalar este empreendimento, mostram o potencial deste mercado. Portanto, a elaboração deste plano de negócio visa avaliar a viabilidade do empreendimento.

**Quadro 1: Histórico profissional dos sócios**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **SÓCIO** | **FORMAÇÃO** | **TEMPO DE MERCADO** | **EXPERIÊNCIA** | **TRABALHOS ANTERIORES** |
| Maria Rita de Castro | Publicidade e Propaganda pela PUC - MG, MBA em Marketing na FGV. |  Quatros anos atuando como gerente de Marketing, três anos como analista de mercado e dois anos como assistente de marketing. | Rotinas de área de publicidade, propaganda e pesquisa de mercado. | Ingage Agência de Marketing. |

Fonte: Elaboração própria

# 2 O PROJETO

 De acordo com Woiler e Mathias (2008), um projeto pode ser entendido como um conjunto de informações coletadas e processadas de modo que simulem uma dada alternativa de investimento para testar sua viabilidade de instalação. O projeto de viabilidade ou plano de negócio é um estudo de análise que procura verificar a viabilidade interna da própria empresa, visando minimizar os riscos inerentes do empreendimento.

O centro de cuidados e embelezamento das unhas é um projeto de implantação voltado para o setor de prestação de serviços com o intuito de explorar um nicho de mercado no segmento de salões de beleza.

No local serão oferecidos serviços de tratamento das unhas dos pés e das mãos, além de relaxamento e embelezamento da mesma. O objetivo é oferecer um serviço diferenciado, que propicie ao cliente um momento único.

O objetivo da elaboração deste projeto é coletar dados e informações que serão processados e possam direcionar o investimento de modo que minimize os riscos do negócio. Portanto, dados de mercado, consumo, investimento mínimo, financiamento, engenharia estrutural, custos operacionais e de mercadoria, localização, tamanho da escala produtiva, legislação e tributação serão completamente analisados.

O estudo de viabilidade para o projeto de implantação da Esmalteria Clube das Unhas LTDA será elaborado pelos estudantes do 7º período do curso de Ciências Econômicas do Instituto de Ciências Econômicas e Gerenciais – ICEG da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais – PUC Minas. São eles:

1. Ashia Roberta de Andrade e Silva;
2. Caio Rodrigues Mateus Frias;
3. Gabriel Rodrigues da Silva;
4. Guilherme Santana Costa.
5.

## Análise de mercado e plano de marketing

### Dados do (s) produto (s) / serviço (s)

Tradicionalmente os salões de beleza são conhecidos por oferecerem uma ampla oferta de serviços relacionados à área de estética e beleza, usualmente, os clientes – em sua maioria o público feminino – escolhem os estabelecimentos por indicações, proximidade da residência, conforto e preço.

Em resposta às mudanças dos padrões de consumo do público feminino, em detrimento de sua maior participação no mercado de trabalho o que lhes exigem um maior número de horas dedicadas a sua profissão, surgiram opções de prestação de serviços na área da beleza de maneira segmentada, permitindo uma maior flexibilidade e agilidade na contratação destes serviços.

Um exemplo destes segmentos derivados dos tradicionais salões de beleza são as chamadas “esmalterias”, ou seja, estabelecimentos dedicados exclusivamente à prestação de serviços de manicure e pedicuro. Tais estabelecimentos ofertam serviços especializados e diversificados para as consumidoras que buscam eficiência e agilidade na prestação de serviço.

Por se tratar de um estabelecimento focado nos serviços de estética para unhas, a disponibilidade e flexibilidade de horários se tornam um diferencial em relação aos seus concorrentes (salões tradicionais e serviço em domicilio), além de contar com a oferta das mais modernas e tecnológicas técnicas de embelezamento e tratamento para as unhas.

Outro ponto relevante a ser considerado, é o fato de que os salões tradicionais têm excessivas movimentações de clientes, ruídos gerados pelos secadores e odores fortes dos produtos químicos utilizados no tratamento capilar prejudicam o bem-estar no “tratamento de mãos e pés” quando ocorrem no mesmo ambiente.

O diferencial da Esmalteria Clube das Unhas são as poltronas com oito níveis de massagem, SPA para os pés e cromoterapia, que gera uma experiência única para os consumidores. Este equipamento é importado da China e muito utilizado nas Esmalterias dos Estados Unidos da América, país referência mundial no segmento de beleza e estética.

 A proposta desta novidade é criar um diferencial competitivo no setor, pois não observamos nos possíveis concorrentes uma estrutura de equipamentos semelhante a destacada. O projeto também dará atenção a decoração do ambiente, buscando elaborar um ambiente aconchegante e relaxante.

 Por fim destacaremos a qualidade da mão de obra, buscando profissionais capacitadas no mercado, além de escolher os produtos referência para a prestação de serviços.

###  Principais consumidores (“público alvo”)

As esmalterias surgiram para atender a três diferentes perfis de público: os que buscam viver experiência de luxo na esmaltação, e ambientação sem restrição de tempo; os que querem acesso a especialistas, variedades e tendências, mas dispõe de menos tempo; e aqueles que têm interesse específico na aquisição de produtos e acessórios, em pontos de vendas reduzidos

O mercado já percebeu que as unhas não são apenas uma questão de higiene, e que se tornaram um acessório visual feminino bastante valorizador. Notando que o perfil dos clientes deste segmento de beleza está em busca de um serviço de qualidade, rápido, prático e que ofereça uma experiencia única, surgem oportunidades de negócio que ofereçam uma gama de serviços variados voltados para o público feminino.

 O objetivo desse negócio, além de facilitar a vida de suas clientes, as quais buscam horários alternativos, bem estar, comodadida e sofisticação. Percebe-se que os serviços de beleza e bem estar necessitam de esforços para a busca de fidelização dos clientes, utilizando programas de pontuação e ações promocionais, além de constante contato com os clientes atraves de correio eletrônico ou redes sociais.

 Os serviços oferecidos pelos empreendimentos deste setor variam de R$ 20,00 (vinte reais) a serviços mais elaborados que podem chegar a R$ 200,00 (duzentos reais), com base nos dados oficiais obtidos junto ao Sebrae. Segundo esta mesma fonte, em média as brasileiras gastam em produto de beleza o equivalente a R$ 80,00(oitenta reais) mensais. Este segmento também apresenta com frequencia muitas novidades, variando de acordo com as estações do ano, porém, o movimento nas esmalterias costumam ser maior no verão.

Deve se considerar os seguintes fatores para atração de clientes:

* Participação do empreendedor em eventos do segmento visando aperfeiçoar técnicas e atualização dos serviços
* Utilização de técnicas e teconologias atuais que possibilitem melhores resultados
* Variedades de produtos e serviços
* Conveniência no atendimento
* Ofertas e promoções

### Estrutura de mercado e concorrência

De acordo com Woiler e Mathias (2006) a análise de mercado é um dos aspectos mais importantes para a elaboração do projeto. A coleta de dados sobre a demanda de mercado, perfil dos consumidores e a estrutura do segmento de operação, auxiliam na escolha da melhor estratégia produtiva e adequação do produto as expectativas dos clientes.

Por sua vez, Holanda (1987) diz que existem fatores que fazem da análise de mercado imprescindível para o sucesso e elaboração do projeto de empreendimento, são eles: dimensionar e projetar as quantidades a ser vendida; estimar os preços de comercialização; estabelecer as estratégias de marketing e posicionamento do produto no mercado.

Especificamente, não existe um serviço ou produto que substituí os cuidados com as unhas. Existem empreendimentos que podem concorrer com as Esmalterias, tradicionalmente os salões de beleza, por serem conhecidos por oferecerem uma ampla oferta de serviços relacionados à área de estética e beleza, usualmente, os clientes em sua maioria o público feminino escolhe os estabelecimentos por indicações, proximidade da residência, conforto e preço.

 Os estudos de localização apontam que na região escolhida não existe nenhum empreendimento caracterizado como Esmalteria, possui salões de beleza que podem ser considerados concorrentes indiretos.

Já nas demais regiões foram encontrados concorrentes do segmento de Esmalteria, localizados nas regiões da Savassi e na Avenida Raja Gabaglia, regiões próximas ao bairro Belvedere. Em outras localidades mais distantes também foram encontradas empresas do mesmo segmento, más não foram consideradas neste estudo devido à distância e a não concorrência regional.

Os concorrentes próximos são:

* Esmalteria Nacional Savassi
* A Esmalteria
* Carola Esmalteria e Bar

### Evolução e dimensionamento do mercado

De acordo com o Sebrae este modelo de negócio já é consolidado no exterior, mas é relativamente novo no Brasil. Segundo pesquisas a primeira esmalteria nacional é datada de 2010, sugerindo que ainda há espaço no mercado para este tipo de serviço.

O mercado em geral é composto por serviços pessoais de Salão de Beleza. O segmento de beleza e estética engloba a indústria, o comércio e a prestação de serviços relacionados aos produtos de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos.

O faturamento do setor vem apresentando crescimento continuo há 10 anos. As perspectivas são otimistas e continuo desenvolvimento tecnológico, fazendo com que os empreendedores se sintam atraídos por este mercado.

O objetivo deste trabalho é ilustrar um nicho apresentando neste mercado, ou seja, uma oportunidade de negócio que visa explorar um segmento específico. As Esmalterias apresentam características próprias, um ramo especializado em tratamento e embelezamento das unhas. Este segmento oferece uma proposta diferente dos tradicionais salões de beleza, no qual este último oferece serviços variados de embelezamento para o cliente.

As Esmalterias estão em plena ascensão no mercado de beleza, oferecendo para seus consumidores serviços um serviço diferenciado. Alguns modelos de negócio englobam inovações atraentes para o público feminino, como no caso do Nail Bar, no qual o serviço de embelezamento das unhas é oferecido em um ambiente descontraído de um bar.

Buscando se posicionar de maneira estratégica e criando um novo segmento de mercado, as esmalterias também agregaram valor ao seu produto, além de serviços de embelezamento, também é oferecido tratamentos de unhas e pés, além de massagens relaxantes para pés e mãos. A proposta é oferecer para seu público alvo uma experiência única, que agregue valor e bem-estar para seus consumidores

### Cenários

A valorização do consumidor por especialização, inovação, experiência acessíveis de luxo e bem-estar compõe a experiência de consumo proporcionada pelas esmalterias, justificando a existência de um tipo de negócio focalizado em unhas.

É um setor com grande potencial de crescimento e lucratividade. E as esmalterias estão em um nicho em franca expansão. O Brasil é o segundo maior país consumidor de esmaltes do mundo, atrás apenas dos Estados Unidos. Segundo o Euromonitor, em 2012 o consumo de “maquiagem para unhas” apresentou um faturamento de 1,7 bilhões de reais, equivalente a 25% da macrocategoria maquiagem.

### Projeção do mercado global e do projeto para anos de vida útil

Segundo dados do Centro Demográfico do IBGE de 2010, o bairro Belvedere, onde está localizada a empresa, tem uma população total de 8.828 habitantes, sendo 4.186 homens (47,42%) e 4.642 mulheres (52,58%) distribuídos na seguinte faixa etária descritas na figura a seguir:

**Figura 1 Gráfico Demográfico dos moradores do bairro Belvedere**



Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

Outro dado interessante é de que do total de pessoas responsáveis pela renda do domicílio (2.262 pessoas), apenas 362 são mulheres, ou seja, nas famílias dos 1900 homens provedores da renda da casa, existe um potencial número de mulheres responsáveis pelos afazeres domésticos que podem vir a serem clientes do empreendimento em horários comerciais.

Ao considerar os bairros vizinhos (Carmo, Cruzeiro, Sion, Anchieta, Comiteco e Mangabeiras) chega-se a um total de 48.085 habitantes, sendo 21.284 homens (44,26%) e 26.801 mulheres (55,74%).

A renda média por domicílio na região (a maior do estado) está cotada em R$7.516,00 segundo dados divulgados pelo IBGE no ano de 2010.

Portando, ao se dimensionar o mercado, é evidenciado que a parcela da população presente nesta região tem condições econômicas de acesso ao nosso serviço e o público alvo, no caso, as mulheres, representam mais de 50% da população na região, conclui-se que a região se apresenta como um mercado atrativo se considerado o público que habita naquela área.

 Considerando como maior potencial de clientes as mulheres entre 15 e 64 anos, tem-se um total de 3.467 potenciais consumidores no bairro Belvedere e 19.566 nos bairros próximos. Como na região as empresas não estão em igualdade de concorrência por fatores distintos, cada uma ficará com uma fatia de mercado dependendo das preferências dos consumidores.

De acordo com a pesquisa realizada pela ABIHPEC (Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal Perfumaria e Cosméticos) prevê alta de 2% na receita, descontada a inflação do período. Embora os resultados preliminares do primeiro trimestre de 2017 ficassem abaixo do esperado, espera-se que o setor se recupere nos próximos trimestres e supere a marca de R$ 45 bilhões de faturamento líquido atingida em 2016.

A crise no qual o país se encontra motivou os consumidores a buscarem produtos mais baratos, as reduções das margens de lucro e o aumento da carga tributária também contribuíram para a redução dos resultados do primeiro trimestre de 2017. Porém, as expectativas do setor para os próximos trimestres são de recuperação e crescimento.

### Condições de distribuição

As esmalterias se limitam a poucos canais de distribuição e vendas. O motivo se dá pela necessidade do atendimento presencial para realização e conclusão dos serviços. Os canais de distribuição se restringem à prestação de serviços no próprio estabelecimento. Caso a esmalteria escolha também pela venda de produtos, poderá utilizar-se de ambientes on-line para promoção de suas vendas.

### Políticas de vendas

A divulgação para este tipo de empreendimento deve valorizar o aumento do fluxo de cliente. Já a fidelização e a conquista de novos clientes, deve ser realizada levando em consideração cada tipo de ação, devido ao custo necessário em realizar este tipo de publicidade.

Antes de se iniciar um processo de divulgação e promoção da marca, deve atentar quanto à realização de algumas etapas importantes e que antecedem o planejamento anual das campanhas publicitarias, como por exemplo:

1. Criação da logomarca

**Figura 2: Logomarca**



Fonte: Google Imagens

1. Criação da identidade visual do estabelecimento, tais como: fachada, sinalização interna e decoração.
2. Criação do material de apoia à divulgação, tais como: cartões, panfletos, dentre outros.

Portanto, a campanha publicitaria da Esmalteria Clube das Unhas será realizada através das redes sociais, tais como Facebook, Instagram, Whatsapp, Twitter, Flickr, Google+, dentre outras. A vantagem observada por esses meios de comunicação são o baixo custo e a amplitude que esta campanha pode atingir.

Também será feito cartões, planos de fidelidade que ofereçam benefícios e descontos exclusivos, promoções especiais para quem indicar a empresa para outras pessoas, dentre outras políticas que estimulem a divulgação da marca.

Foi feito uma análise nos salões de beleza das regiões próximas ao bairro Belvedere. Com os dados coletados foi feito uma estimativa para elaboração da tabela de preços dos serviços. Também foi levado em consideração o custo de operação para a implantação do empreendimento.

**TABELA 1: Preços dos Serviços**

|  |  |
| --- | --- |
| Procedimento |  Preços  |
| Unhas Pés e Mãos |  R$ 42,00  |
| Unhas dos Pés |  R$ 19,00  |
| Unhas das Mãos |  R$ 19,00  |
| Unhas de Gel |  R$180,00  |
| Unhas Acrigel |  R$180,00  |
| Spa dos Pés |  R$ 50,00  |
| Manutenção Unhas de Gel |  R$ 60,00  |

Fonte: Elaboração própria

## Plano Operacional

### Caracterização do produto(s) /serviço(s) e dimensionamento do programa de produção/operação

O projeto terá sete pontos de atendimentos composto por poltronas com oito níveis de massagem, SPA para os pés e cromoterapia. Essa poltrona tem como objetivo criar um ambiente que harmonize o corpo, criando uma sensação de relaxamento e bem-estar para os clientes.

A estrutura está voltada para atender inicialmente uma média de vinte clientes por dia, sendo que a média de cada atendimento tem previsão de duração de 01h10min (uma hora e vinte minutos). O tempo de atendimento varia de acordo com o serviço escolhido ou com as características das unhas de cada cliente, uma vez que o tempo de atendimento varia de acordo com esses dois fatores.

A seguir temos uma descrição detalhada dos serviços oferecidos pelas esmalterias.

a) Manicure e Pedicura;

b) Francesinha e Inglesinha;

c) Unhas Artísticas com desenhos, adesivos, carimbos dentre outros;

d) Efeitos especiais tais como, ombré, caviar ou plush nails;

e) Esmaltação, lixar, hidratar e pintar;

f) Esmaltes antialergicos;

g) Serviços para unhas de gel (aplicação, manutenção, avulsa etec.);

h) Esfoliação e histratação da cutícula;

i) Extensões (acrílico, fibra de vidro, etc.).

### Seleção e descrição do processo produtivo/operacional

a) Embelezamento e cuidados com os pés e mãos, inicialmente os pés e as mãos dos clientes são colocados em repouso na água por alguns minutos, durante este processo o cliente recebe uma massagem da poltrona. Após este processo, é feito a retirada da cutícula e se inicia o processo de embelezamento das unhas. Por fim, o material utilizado no tratamento de um cliente é levado para esterilização.

b) Embelezamento com unhas de Gel é separado em duas etapas, na primeira é realizado todo o processo do item A, já no segundo, o material utilizado para o embelezamento das unhas é substituído pelas unhas em gel, após o implante destas unhas é realizada a pintura da mesma e o processo é finalizado através da secagem rápida do esmalte. Por fim se repete a etapa de esterilização.

c) Embelezamento com unhas de Acrigel é separado em duas etapas, na primeira é realizado todo o processo do item A, já no segundo, o material utilizado para o embelezamento das unhas é substituído pelas unhas acrigel, após o implante destas unhas é realizada a pintura da mesma e o processo é finalizado através da secagem rápida do esmalte. Por fim se repete a etapa de esterilização.

d) Embelezamento com unhas de fibra é separado em duas etapas, na primeira é realizado todo o processo do item A, já no segundo, o material utilizado para o embelezamento das unhas é substituído pelas unhas fibra, após o implante destas unhas é realizada a pintura da mesma e o processo é finalizado através da secagem rápida do esmalte. Por fim se repete a etapa de esterilização.

1. SPA para os pés, neste serviço é proposto ao cliente vivenciar um momento de relaxamento, sentado na poltrona que realiza massagens o cliente fica com os pés de molho em água morna composta de sais especiais, propiciando um momento de relaxamento. Por fim é feito um tratamento e embelezamento estético das unhas.

**Figura 3: Fluxograma**



Fonte: Elaboração própria

### Seleção e especificação dos equipamentos

 A poltrona de massagem é o principal item desta esmalteria, uma vez que dá uma característica exclusiva se comparado aos demais concorrentes. Esta poltrona tem 82 cm de altura, 72 cm de largura e pesa 20,80 kg, tem a cor preta sendo revestida de couro.

 Os demais itens são:

Sala de atendimento.

- Mesas, bancos E sofá para clientes em atendimento;

- Ar condicionado (compatível com a metragem da sala).

- Banquetas para posicionar as profissionais.

- Bandejas para alocar os produtos utilizados na execução do serviço.

- Carrinho para Esmaltes

- Cadeira para Manicure (Cirandinha)

- Espelhos e vitrines.

- Equipamentos (Alicates e palitos em inox; Espátula; Cortador de unha em inox; Pinças; Tesouras).

- Materiais (Toalhas; Kits de unha com luvas hipoalérgicas, palito e lixas descartáveis, esmaltes diversos, Mascarás, Lixa de Unha Média, Lixa Polidora (Pacote com 6UN), Álcool 70%, removedor de esmalte, Amolecedor, Extra Brilho, Base, Rolo Filme. Esfoliante (Pés e Mão), Lixa para Pés, Creme Hidratante para Pés e Mãos, Algodão (rolo), Embalagem Esterilização, Spray Secante, Borrifador, Óleo secante, Adesivos para Unhas, Películas para Unhas.

- Esterilizador (autoclave).

Copa

- Geladeira ou frigobar

- Micro-ondas

Banheiro.

- Papel higiênico.

- Toalha de papel.

- Aromatizadores.

- Sabonetes.

- Álcool em gel.

### Distribuição dos equipamentos (layouts)

O terreno terá 100m² sendo 80m² para a construção do Esmalteria Clube das Unhas e os outros 20m² estacionamento e calçada. Será um local com boa visibilidade, espaço atrativo para clientes, próximo de outros pontos comerciais e com grande circulação de pessoas. Não tivemos acesso à planta do terreno, pois tivemos limitações de informações.

A organização e alocação dos moveis, equipamento, ferramentas, produtos finalizados e mão de obra no âmbito empresarial, é considerado como sinônimo de arranjo físico. Um layout bem elaborado pode ter efeito direto na produtividade, na redução dos custos por diminuir os desperdícios e redução do tempo nas atividades da empresa.

A área disponível é de 70m² destinada para comportar a recepção e o ambiente de prestação de serviços, o restante do espaço será dividido entre uma copa e um banheiro, sendo 6m² para a copa e 4m² para o banheiro.

**Figura 4: Layout do ambiente de atendimento**



Fonte: Google Imagens www.dicasdeboa.com

**Figura 5: Layout ambiente da Esmalteria**



Fonte: Google Imagens www.dicasdeboa.com

### Aspectos fiscais normativos e regulatórios

Norma técnica é um documento, estabelecido por consenso e aprovado por um organismo reconhecido que fornece para um uso comum e repetitivo regras, diretrizes ou características para atividades ou seus resultados, visando à obtenção de um grau ótimo de ordenação em um dado contexto. (ABNT NBR ISO/IEC Guia dois).

Participam da elaboração de uma norma técnica a sociedade, em geral, representada por: fabricantes, consumidores e organismos neutros (governo, instituto de pesquisa, universidade e pessoa física).

Toda norma técnica é publicada exclusivamente pela ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas, por ser o foro único de normalização do País.

*1. Normas específicas para uma Esmalteria*

ABNT NBR 16383:2014 - Estabelecimento de beleza - Requisitos de boas práticas na prestação de serviços.

Esta Norma especifica os requisitos de boas práticas a serem seguidos por estabelecimentos de beleza que desejam comprovar e documentar que fornecem serviços e comercializam produtos de acordo com as boas práticas de atendimento aos clientes e com as condições higiênico-sanitárias, por meio de processos e procedimentos devidamente estruturados.

ABNT NBR ABNT NBR 16483:2015 - Estabelecimento de beleza - Competências de pessoas que atuam nos estabelecimentos de beleza.

Esta Norma especifica as competências dos profissionais dos estabelecimentos de beleza no desempenho das suas atividades, a fim de que possam prestar serviços de qualidade.

ABNT NBR 16283:2014 Versão Corrigida:2014 - Estabelecimento de beleza — Terminologia.

Esta Norma fornece as definições de termos específicos relativos às atividades típicas dos estabelecimentos de beleza. Destina-se a incentivar a utilização de uma terminologia uniforme e um entendimento comum dentro deste segmento de serviço.

*2. Normas aplicáveis na execução de uma Esmalteria*

ABNT NBR 15842:2010 - Qualidade de serviço para pequeno comércio – Requisitos gerais.

 Esta Norma estabelece os requisitos de qualidade para as atividades de venda e serviços adicionais nos estabelecimentos de pequeno comércio, que permitam satisfazer as expectativas do cliente.

ABNT NBR 12693:2013 – Sistemas de proteção por extintores de incêndio.

Esta Norma estabelece os requisitos exigíveis para projeto, seleção e instalação de extintores de incêndio portáteis e sobre rodas, em edificações e áreas de risco, para combate a princípio de incêndio.

ABNT NBR IEC 60839-1-1: 2010 - Sistemas de alarme - Parte 1: Requisitos gerais - Seção 1: Geral.

Esta Norma especifica os requisitos gerais para o projeto, instalação, comissionamento (controle após instalação), operação, ensaio de manutenção e registros de sistemas de alarme manual e automático empregados para a proteção de pessoas, de propriedade e do ambiente.

ABNT NBR ISO/CIE 8995-1:2013 - Iluminação de ambientes de trabalho - Parte 1: Interior.

Esta Norma especifica os requisitos de iluminação para locais de trabalho internos e os requisitos para que as pessoas desempenhem tarefas visuais de maneira eficiente, com conforto e segurança durante todo o período de trabalho.

ABNT NBR 9050:2004 Versão Corrigida: 2005 - Acessibilidade a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos.

### Estudo do tamanho e escala de produção

A estrutura do projeto está montada para funcionar no período de 9:00 as 20:00 de segunda a sexta feira e aos sábados de 9:00 as 18:00. Com os sete pontos disponíveis para a prestação de serviços, temos uma capacidade produtiva de atender em média aproximadamente 77 pessoas por dia caso os serviços durem aproximadamente 1 hora, 25 pessoas caso o serviço dure 3 horas, sendo que este último é o maior período de duração de um dos serviços oferecidos pela Esmalteria.

A seguir teremos uma tabela do tempo estimado para a execução de cada serviço:

**Tabela 2: Prazos dos serviços**

|  |  |
| --- | --- |
| Serviço | Tempo Médio de Serviço |
| Unhas Pés ou Mãos | 30 Minutos |
| Unhas de Gel | 3 Horas |
| Manutenção Unha de Gel | 40 Minutos |
| Unhas Acrigel | 3 Horas |
| Unhas de Fibra | 3 Horas |
| Unhas Pés e Mão | 1 Hora |
| Spa dos Pés | 2 Horas |

Fonte: Elaboração própria

### Estudo da localização

A região escolhida para a implantação da Esmalteria Clube das Unhas foi o bairro Belvedere, na Rua Luiz Paulo Franco nº 266, localizada na área metropolitana de belo horizonte.

Os fatores que influenciaram na escolha desta região são o nível de renda dos moradores e a presença de empresas no bairro. O perfil dos moradores desta área mostra que o nível de renda é elevado. Um estudo realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) analisou a renda média das regiões metropolitana de Belo Horizonte e constatou que o bairro com maior renda é o Belvedere, com um rendimento médio por domicílio na ordem de R$ 15.000,00.

Outro fator atrativo da região são as empresas localizadas naquele bairro, fazendo com que o fluxo de pessoas que transitam naquela área se eleve, tornando o ambiente comercial bastante atrativo.

O bairro também está localizado próximo à cidade de Nova Lima, considerada pelo mesmo estudo do IBGE, como a quarta cidade com maior renda per capta do Brasil, registrando uma renda média por morador na ordem de R$ 9.052,53.

A região está caracterizada no mapa abaixo:

**FIGURA 6 – Localização Geográfica da Esmalteria Clube das Unhas**



Fonte: Google Maps

## *Planos Financeiros*

### Estudo dos investimentos

**Tabela 3: Quadro de investimento**

|  |
| --- |
| **QUADRO DE INVESTIMENTOS** |
| **Itens** |  **Valores (R$)**  |
| **1 - Ativo Fixo** |  **R$ 54.945,74**  |
|   |   |
| A) Aluguel |  R$ 10.000,00  |
| B) Máquinas e Equipamentos |  R$ 19.640,83  |
| C) Moveis e Utensílios |  R$ 14.099,47  |
| D) Outros Gastos |  R$ 11.205,44  |
|   |   |
|   |   |
| **2 - Capital de Giro** |  **R$ 42.851,59**  |
|   |   |
| Estoques Médios |   |
| A) Matéria Prima | R$ 8.828,40  |
| B) Material Secundário | R$ 552,51  |
|   |   |
| C) Adiantamento a Fornecedor |  R$ -  |
| D) Encaixe Mínimo |  R$ 33.470,68  |
|   |   |
| **Investimento Total (I+II)** |  **R$ 97.797,33**  |

Fonte: Elaboração própria

Para o cronograma físico e financeiro destacado na tabela 5, ressalta-se que o valor de outros gastos de implantação são valores referentes ao consumo de agua, luz, energia, impostos para abertura do empreendimento, gastos com reformas ou adequações do ambiente ao negócio. Móveis e utensílios não levam em consideração as maquinas que serão utilizadas diretamente na atividade fim. Maquinas e equipamentos são bens do ativo imobilizado que serão utilizados diretamente na atividade fim.

A justificativa para tal cronograma se dá pela necessidade inicial de pagar as despesas para implantação do projeto, tais como alugueis e tributos. No segundo momento se viu a necessidade de compras os moveis e os equipamentos, por fim o se destacou o capital de giro, recursos utilizados para manter a operação da empresa no a partir de sua inauguração. A tabela seis descreve os gastos destacados no cronograma financeiro.

**TABELA 4: Cronograma físico e financeiro (R$)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| ITENS/PROTUDO (MÊS) | 1 | 2 | 3 |
| 1- Móveis e Utensílios  |  -  |  14.099,47  |  -  |
| 2- Outros Gastos de Implantação |  R$ 11.205,44 |  -  |  -  |
| 3-Máquinas e Equipamentos |  -  |  R$ 19.640,83  |  -  |
| 4- Aluguel  |  R$ 10.000,00 | - | - |
| 5- Capital de Giro |  -  |  -  |  R$ 42.851,59  |
| TOTAL |  R$ 21.205,44  |  R$ 33.740,30 |  R$ 42.851,59  |

Fonte: Elaboração própria

### Estudo do financiamento

O montante necessário para a implantação do projeto será de R$ 97.797,33. O financiamento será viabilizado através de investimento próprio e empréstimo bancário junto ao BNDES, como demonstra a tabela 1, descrita a seguir:

**TABELA 5: Financiamento do projeto**

|  |  |
| --- | --- |
| **Fonte de Financiamento** | **Valor** |
| **Capital próprio** |  |
|  Maria Rita de Castro | R$ 58.678,40 |
|   |   |
| **Capital de terceiros** |  |
|  BNDES | R$ 39.118,33 |
| **Total** | **R$ 97.797,33** |

Fonte: Elaboração própria.

A estrutura financeira montada para a implantação da Esmalteria Clube das Unhas foi dívida em duas fontes de recursos, capital próprio e capital de terceiros. O valor correspondente ao capital próprio é de 60% do total necessário para implantação do projeto, ou seja, R$ 58.678,40. Já a parcela correspondente ao capital de terceiros é de 40% do total necessários, representada pela quantia de R$ 39.118,33.

 A fonte de recursos que irá disponibilizar o capital de terceiros é o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), uma vez que este órgão público oferece melhores condições de financiamento, com taxas de juros abaixo do que é praticado pelos bancos privados. O período de financiamento também é atrativo, fazendo com que o peso deste recurso no orçamento não seja muito impactante na operação ao longo dos anos de vida útil do projeto.

 A Taxa de Juros de Longo Prazo (TJLP) oferecida pelo BNDES é de 7% ao ano, além da cobrança da taxa de prémio do crédito de 2% ao ano. Desta forma, o custo total do crédito será de 9% ao ano. O prazo para pagamento deste crédito se estende até 90 meses, ou sete anos e meio de prazo. Fazendo com que esta capitação contribua com o desenvolvimento do projeto.

### Quadro de Fontes e Usos

**Tabela 6: Quadro de fontes e usos de recursos**

|  |
| --- |
| **QUADRO DE FONTES E USOS** |
| **Fontes** |  **Valores (R$)**  |
| Recursos Próprios |   |
|  Integralização de capital |  R$ 58.678,40  |
|   |   |
| Recursos de Terceiros |   |
|  Empréstimo BNDES |  R$ 39.118,93  |
|   |   |
| **Total das fontes** |  **R$ 97.797,33**  |
|   |   |
| Usos |   |
| **Capital Fixo** |  **R$ 54.945,74**  |
|  Aluguel |  R$ 10.000,00  |
|  Equipamentos |  R$ 19.640,83  |
|  Móveis e Utensílios |  R$ 14.099,47  |
|  Outros |  R$ 11.205,44  |
|   |   |
| **Capital de Giro** |  **R$ 42.851,59**  |
|   |   |
| **Total de Usos** |  **R$ 97.797,33**  |

Fonte: Elaboração própria

 A análise da estrutura financeira se dá por utilização de 40% dos recursos necessários para implantação do projeto ser oriundo de financiamento de terceiros, ou seja, R$ 39.118,93 será financiada por recursos do BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social). O custo deste financiamento é de 9% ao ano, sendo financiada em 36 meses. A justificativa deste prazo se dá pelo período de funcionamento do projeto, inicialmente se considera um prazo de vida útil de três anos, ou 36 meses. O investimento total será da ordem de R$ 97.797,33, desta forma os outros 60% do capital necessário será financiado por capital próprio do sócio majoritário.

### Organização e administração

**Figura 7 – Organização e administração da empresa**

Fonte: Elaboração própria

**Quadro 2: Definição e descrição dos cargos**

|  |
| --- |
| **Definição de Cargos** |
| Quant. | Cargo | Atribuições |
| 01 | Gerente Administrativo | Responsável pelo atendimento ao cliente, controle do fluxo de caixa, pesquisas de mercado, manutenção da carteira de clientes e promoção da imagem da empresa junto ao mercado. Responsável ainda, pelas negociações com os funcionários, recrutamento, seleção, descrição dos cargos, treinamento e desenvolvimento (quando for o caso), definição de benefícios, carga horária, prêmios, higiene, segurança e qualidade de vida no trabalho. Além disso, acompanhará todas as atividades administrativas que envolvem contas a pagar e receber, pagamento de funcionários, controle de cartão de pontos. |
| 07 | Manicures | Cuidar da higiene e da beleza das unhas das mãos. Manter todo o material a ser utilizado esterilizado e organizado.  |
| 01  | Recepcionista | Manter a recepção organizada, atender telefone, agendar os clientes e recebê-los por ocasião de sua ida à sede fixa.  |
| 01 | Auxiliar de Serviços Gerais | Promover a higiene do local de trabalho mantendo-o sempre limpo e arejado, providenciar a lavagem das toalhas utilizadas pelos demais profissionais, promover a reposição de material de consumo específico de sua área de atuação. |

Fonte: Elaboração própria

### Orçamento de receitas e custos

 Este plano de negócio foi realizado levando em consideração um período de vida útil de 36 meses ou três anos, desta forma, a seguir terão três tabelas para os anos de 2018, 2019 e 2020.

**Tabela 7: Orçamento anual de receitas e despesas do ano de 2018**

|  |
| --- |
| ORÇAMENTO ANUAL DE RECEITAS E DESPESAS 2018 |
|  |  |
| I - RECEITAS TOTAIS | R$ 557.470,00 |
|  |  |
| II - CUSTOS TOTAIS | R$ 410.430,36 |
|  |  |
| 1 - CUSTO FIXO | R$ 98.886,19 |
|  |  |
| Salários e Encargos de M.O. I | R$ 46.103,96 |
| Juros sobre o E.L. P. | R$ 1.046,88 |
| Depreciação | R$ 505,23 |
| Amortização de Gastos de Implantação | R$ 7.230,12 |
| Outros Custos Fixos Efetivos | R$ 44.000,00 |
|  |  |
| 2 - Custos Variáveis | R$ 311.544,17 |
|  |  |
| Matérias Primas | R$ 105.940,80 |
| Materiais Secundários | R$ 6.630,12 |
| Salários e Encargos M.O. D | R$ 135.985,60 |
| Impostos Sobre Venda | R$ 62.987,65 |
| Outros Custos Variáveis Efetivos | R$ - |
|  |  |
| III - RESULTADO (I-II) | R$ 147.039,64  |

Fonte: Elaboração própria

**Tabela 8: Orçamento de receitas e despesas para o ano de 2019**

|  |
| --- |
| ORÇAMENTO ANUAL DE RECEITAS E DESPESAS 2019 |
|  |  |
| I - RECEITAS TOTAIS |  R$ 698.494,00  |
|  |  |
| II - CUSTOS TOTAIS |  R$ 444.773,23  |
|  |  |
| 1 - CUSTOS FIXOS |  R$ 102.123,21  |
|  |  |
| Salários e Encargos de M.O.I |  R$ 49.340,98  |
| Juros sobre o E.L.P |  R$ 1.046,88  |
| Depreciação |  R$ 505,23  |
| Amortização de Gastos de Implantação |  R$ 7.230,12  |
| Outros Custos Fixos Efetivos |  R$ 44.000,00  |
|  |  |
| 2 - Custos Variáveis |  R$ 342.650,02  |
|  |  |
| Matérias Primas |  R$ 110.178,43  |
| Materiais Secundários |  R$ 6.895,32  |
| Salários e Encargos M.O.D |  R$ 146.638,80  |
| Impostos Sobre Venda |  R$ 78.937,47  |
| Outros Custos Variáveis Efetivos |  R$ - |
|  |  |
| III - RESULTADO (I-II) |  R$ 253.720,77  |

Fonte: Elaboração própria

 Em comparação com o primeiro ano, o resultado da receita total diminuída pelos custos totais, ocorreu uma elevação de 72,55%. A base desta elevação se deu pelo aumento da projeção da demanda, foi levado em consideração que com o passar do tempo, o número de clientes iria aumentar devido às políticas de marketing adotadas. Destaca-se que a base de preço dos serviços se manteve inalterada, pois devido a boa margem de lucratividade, pode se manter os preços e investir em políticas que aumentem a quantidade de clientes.

**Quadro 9: Orçamento anual de receitas e despesas do ano de 2020**

|  |
| --- |
| ORÇAMENTO ANUAL DE RECEITAS E DESPESAS 2020 |
|  |  |
| I - RECEITAS TOTAIS |  R$ 723.454,00  |
|  |  |
| II - CUSTOS TOTAIS |  R$ 467.897,36  |
|  |  |
| 1 - CUSTOS FIXOS |  R$ 105.596,63  |
|  |  |
| Salários e Encargos de M.O.I |  R$ 52.814,40  |
| Juros sobre o E.L.P |  R$ 1.046,88  |
| Depreciação |  R$ 505,23  |
| Amortização de Gastos de Implantação |  R$ 7.230,12  |
| Outros Custos Fixos Efetivos |  R$ 44.000,00  |
|  |  |
| 2 - Custos Variáveis |  R$ 362.300,74  |
|  |  |
| Matérias Primas |  R$ 114.585,57  |
| Materiais Secundários |  R$ 7.171,14  |
| Salários e Encargos M.O.D |  R$ 158.132,97  |
| Impostos Sobre Venda |  R$ 82.411,06  |
| Outros Custos Variáveis Efetivos |  R$ -  |
|  |  |
| III - RESULTADO (I-II) |  R$ 255.556,64  |

Fonte: Elaboração própria

 Se compararmos quadro de receitas e despesas do ano de 2020 com o ano inicial de 2018, temos uma elevação no resultado da ordem de 73,80%. Novamente se destaca a manutenção dos preços de venda, considera-se que a demanda é crescente, e por este motivo pode se aumentar a receita com ênfase no aumento das quantidades de serviços vendidos.

### Análise econômico-financeira e conclusões

**Tabela 10: Resultados finais projetados para os três anos de vida útil**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **ITENS / ANOS** | **2018** | **2019** | **2020** |
| RECEITA TOTAL |  R$ 557.470,00  |  R$ 698.494,00  |  R$ 723.454,00  |
| (-) CUSTOS FIXOS |  R$ 98.886,19  |  R$ 102.123,21  |  R$ 105.596,63  |
| (-) CUSTOS VARIÁVEIS |  R$ 311.544,17  |  R$ 342.650,02  |  R$ 362.300,74  |
| **(=) LADIR** |  **R$ 147.039,64**  |  **R$ 253.720,77**  |  **R$ 255.556,64**  |
| (-) DEPRECIAÇÃO |  R$ 505,23  |  R$ 505,23  |  R$ 505,23  |
| **(=) LAJIR** |  **R$ 146.534,41**  |  **R$ 253.215,54**  |  **R$ 255.051,41**  |
| (-) JUROS |  R$ 1.046,88  |  R$ 1.046,88  |  R$ 1.046,88  |
| **(=) LAIR** |  **R$ 145.487,53**  |  **R$ 252.168,66**  |  **R$ 254.004,53**  |
| (-) I.R. |  R$ 62.987,65  |  R$ 78.937,47  |  R$ 82.411,06  |
| **(=) LUCRO LÍQUIDO** |  **R$ 82.499,88**  |  **R$ 173.231,19**  |  **R$ 171.593,47**  |
| (+) DEPRECIAÇÃO |  R$ 505,23  |  R$ 505,23  |  R$ 505,23  |
| (+) JUROS |  R$ -  |  R$ -  |  R$ - |
| **(=) CAIXA** |  **R$ 83.005,11**  |  **R$ 173.736,42**  |  **R$ 172.098,70**  |

Fonte: Elaboração própria

**Tabela 11: Pay back**

|  |
| --- |
| **PayBack Simples** |
| **Ano** | **Saldo Fluxo de Caixa** | **Saldo a recuperar** |
| **0** | -R$ 97.797,33  | -R$ 97.797,33  |
| **2018** |  R$ 83.005,11  | **-R$ 14.792,22**  |
| **2019** |  R$ 173.736,42  |  R$ 158.944,20  |
| **2020** |  R$ 172.098,70  |  R$ 331.042,90  |

Fonte: Elaboração própria

 Payback significa “retorno”. Trata-se de uma estratégia, um indicador usado nas empresas para calcular o período de retorno de investimento em um prazo estimado. Os resultados do payback da Esmalteria indicam que em 13 meses o investidor terá o retorno do capital investido, dado que o projeto foi estimado para três anos de vida útil, se considera um prazo aceitável.

 Já a análise do VPL (valor presente líquido), também conhecido como valor atual líquido (VAL) ou método do valor atual, é a fórmula matemático-financeira capaz de determinar o valor presente de pagamentos futuros descontados a uma taxa de juros apropriada, menos o custo do investimento inicial.

A seguir segue duas tabelas para o VPL, uma realista, levando em consideração uma estabilidade dos indicadores econômicos e outra pessimista, levando em consideração um ambiente econômico instável.

**Tabela 12: VPL realista**

|  |  |
| --- | --- |
| **VPL Realista** | **Custo de Oportunidade** |
| **Ano** | **Saldo Fluxo de Caixa** | **Índice** | **Valor Presente** | **VPL** |
| **0** | -R$ 97.797,33 |  R$ 1,00  |  R$ -  | -R$ 97.797,33 |
| **2018** | R$ 83.005,11 |  R$ 0,89  |  R$ 74.111,70  | -R$ 23.685,62 |
| **2019** | R$ 173.736,42 |  R$ 0,80  |  R$ 138.501,61  | R$ 114.815,99 |
| **2020** | R$ 172.098,70 |  R$ 0,71  |  R$ 122.496,46  | R$ 237.312,44 |

Fonte: Elaboração própria

**Tabela 13: VPL pessimista**

|  |  |
| --- | --- |
| **VPL Pessimista** | **Custo de Oportunidade** |
| **Ano** | **Saldo Fluxo de Caixa** | **Índice** | **Valor Presente** | **VPL** |
| **0** | -R$ 97.797,33  |  R$ 1,00  |  R$ - | -R$ 97.797,33  |
| **2018** |  R$ 83.005,11  |  R$ 0,83  |  R$ 69.170,92  | -R$ 28.626,40  |
| **2019** |  R$ 173.736,42  |  R$ 0,69  |  R$ 120.650,29  |  R$ 92.023,89  |
| **2020** |  R$ 172.098,70  |  R$ 0,58  |  R$ 99.594,16  |  R$ 191.618,04  |

Fonte: Elaboração própria

 A Taxa Interna de Retorno (TIR), em inglês IRR (Internal Rate of Return), é uma taxa de desconto hipotética que, quando aplicada a um fluxo de caixa, faz com que os valores das despesas, trazidos ao valor presente, seja igual aos valores dos retornos dos investimentos, também trazidos ao valor presente.

 A seguir temos duas tabelas sobre este indicador, uma para um ambiente otimista e outra para um ambiente pessimista:

**Tabela 14: Taxa mínima de atratividade otimista**

|  |
| --- |
| **OTIMISTA** |
|   |   |   |   |   |   |   |
| **TAXA MÍNIMA DE ATRATIVIDADE (TMA%)** | **11%** |   |   |
| **FONTES** | **VALOR ($)** | **CUSTO (TAXA ANUAL)** | **PARTICIPAÇÃO %** |
| **RECURSOS DE TERCEIROS** |  R$ 39.118,93  | 9% | 40% |
| **RECURSOS PRÓPRIOS** |  R$ 58.678,40  | 12% | 60% |
| **TOTAL** |  **R$ 97.797,33**  |   | **100%** |

Fonte: Elaboração própria

**Tabela 15: Taxa mínima de atratividade pessimista**

|  |
| --- |
| **PESSIMISTA** |
| **TAXA MÍNIMA DE****ATRATIVIDADE (TMA%)** | **16%** |   |   |
| **FONTES** | **VALOR ($)** | **CUSTO (TAXA ANUAL)** | **PARTICIPAÇÃO %** |
| **RECURSOS DE TERCEIROS** |  R$ 39.118,93  | 12% | 40% |
| **RECURSOS PRÓPRIOS** |  R$ 58.678,40  | 18% | 60% |
| **TOTAL** |  **R$ 97.797,33**  |   | **100%** |

Fonte: Elaboração própria

# 3 CONCLUSÕES

Analisando os dados colhidos pode-se ter uma conclusão sobre a viabilidade do projeto. A parte financeira é bem solida no que se diz a forma de captação de recursos, como apresentado, o capital necessário é de R$ 97.797,33, sendo que deste montante, 60% é oriundo de capital próprio, valor representado pelo montante R$ 58.678,40, o restante do valor será captado por meio de financiamento através de um banco de fomento de investimento, que neste caso é o BNDES, o valor será de R$ 39.118,93, este financiamento é bem vantajoso, pois, levando em consideração a conjuntura do país uma taxa de 9% ao ano é bem razoável e perfeitamente amortizável, uma vez que tem um prazo de até sete anos e meio para amortização da dívida, e dá a flexibilidade necessária para o desenvolvimento e amadurecimento do estabelecimento, com isso a conclusão que se tira no que se diz a parte de captação de recursos, é que o projeto é viável neste aspecto.

 Levando em consideração os dados sobre o perfil da demanda em potencial, observando a região que o estabelecimento será instalado e o perfil dos habitantes e principais consumidores, foi calculada uma demanda média de 33 clientes por dia no primeiro ano de funcionamento, tendo um gasto médio de R$ 80,00 cada um, o que é mais que suficiente para responder a expectativa de retorno de investimento em três anos, uma vez que o PAY BACK calculado foi de 13 meses, bem abaixo dos 24 meses de estimativa de retorno inicial.

O projeto também apresenta um outro indicador, no caso o VPL (Valor presente Líquido) que calcula quanto os futuros pagamentos somados a um custo inicial estariam valendo atualmente, de uma maneira geral se o seu valor é positivo conclui-se que o projeto é viável, o projeto em questão apresentou em todos os cenários VPLs positivos o que significa que o projeto é viável neste ponto de vista.

Outro dado importante para a verificação de viabilidade de um projeto, é o cálculo da TIR (Taxa Interna de Retorno), que para o projeto ser viável ela deve ser maior que a Taxa Mínima de Atratividade, que no caso pessimista é de 16% enquanto a TIR é de 110%, o que mostra que o projeto é viável também neste aspecto.

 O ramo de atividade em questão tem uma elasticidade em relação a renda alta, levando em consideração o perfil de produto oferecido, visando um público de mais alta renda e sendo um bem supérfluo, sendo assim uma conjuntura favorável é necessário para o sucesso do projeto. As projeções futuras são absolutamente positivas, podendo se observar um cenário próspero tanto no curto quanto no longo prazo.

No curto prazo se observa uma recuperação da economia depois de um período longo de recessão, o que alavanca o nível de emprego e de renda nas famílias, o que é diretamente relacionado ao aumento no nível de consumo. No longo prazo se observa uma tendência de crescimento da renda geral das famílias, aumentado o acesso mais pessoas a este tipo de serviço mais personalizado, potencializando a demanda futura.

Após a compilação de todos os dados se observa que o projeto é sim viável. Esta conclusão é baseada em um conjunto de dados que mostram que; o capital necessário para implantação do projeto é um valor possível de ser captado e de retorno relativamente rápido.

Quanto a demanda; ela existe em quantidade suficiente para suprir o nível de funcionamento mínimo requerido, não existem grandes concorrentes que criem uma barreira de entrada de mercado muito forte para entrada de uma nova empresa do segmento na região.

Quanto aos dados financeiros se verifica ótimas taxas de retorne e pay back superior ao esperado, e quanto a conjuntura econômica; se observa um cenário absolutamente propicio para implantação de um projeto deste tipo que necessita de níveis mais altos de renda, além disso, mostra uma expectativa de longo prazo favorável.

Assim com base nestes aspectos, este projeto se mostra viável, tendo em vista sua forma de organização e o cenário em que será implantado, tendo alto potencial de lucro e de crescimento e amadurecimento no curto e no longo prazo.

# PARTE 4: ANEXOS

### 4.1 CONTRATO SOCIAL

**MODELO BASICO DE ATO CONSTITUTIVO DE EIRELI**

**ATO CONSTITUTIVO DA ESMATERIA CLUBE DAS UNHAS EIRELI**

**1. MARIA RITA DE CASTRO**, brasileira, casada em regime de separação total de bens, nascida em 00/00/0000, publicitária, nº 00.000.000-00, identidade 00.000.000-00 residente e domiciliado na Avenida das Constelações, Vale dos Cristais, Nova Lima, MG, por esse instrumento constitui EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDADE LIMITADA, que girará sob o nome empresarial - **ESMATERIA CLUBE DAS UNHAS EIRELI** e terá sede e domicilio na Rua Luiz Paulo Franco nº 266, Belvedere, Belo Horizonte, 30320-570, MG.

2. O capital será R$ 97.797,33, totalmente integralizadas neste ato, em moeda corrente do País.

3. O objeto será serviços de beleza para as unhas.

4. A presente empresa se constitui por prazo indeterminado.

5. A responsabilidade do empresário é restrita ao valor de seu capital e responde exclusivamente pela integralização do capital.

6. A administração da empresa caberá Maria Rita de Castro com os poderes e atribuições de administrar os negócios, vedado, no entanto, o uso do nome empresarial em atividades estranhas ao interesse empresarial ou assumir obrigações seja em favor do empresário ou de terceiros, bem como onerar ou alienar bens imóveis da empresa, sem autorização do titular da empresa.

7. Ao término da cada exercício, em 31 de dezembro, o administrador prestará contas justificadas de sua administração, procedendo à elaboração do inventário, do balanço patrimonial e do balanço de resultado econômico, cabendo ao empresário, os lucros ou perdas apurados.

8. Nos quatro meses seguintes ao término do exercício, o empresário deliberará sobre as contas e designarão administrador(es) quando for o caso

9. A EIRELI poderá a qualquer tempo, abrir ou fechar filial ou outra dependência, mediante alteração do ato constitutivo, devidamente assinada pelo titular da empresa.

10. Falecendo o empresário, a empresa continuará suas atividades com os herdeiros, sucessores e o incapaz. Não sendo possível ou inexistindo interesse destes, o valor de seus haveres será apurado e liquidado com base na situação patrimonial da empresa, à data da resolução, verificada em balanço especialmente levantado.

11. (Os) Administrador(es) declara(m), sob as penas da lei, de que não está (estão) impedidos de exercer a administração da EIRELI, por lei especial, ou em virtude de condenação criminal, ou por se encontrar(em) sob os efeitos dela, a pena que vede, ainda que temporariamente, o acesso a cargos públicos; ou por crime falimentar, de prevaricação, peita ou suborno, concussão, peculato, ou contra a economia popular, contra o sistema financeiro nacional, contra normas de defesa da concorrência, contra as relações de consumo, fé pública,ou a propriedade.

12**.** Declaro, sob as penas da lei, que não participo de nenhuma outra empresa dessa modalidade.

13. Fica eleito o foro de ............ para o exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste ato constitutivo.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ , \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ de \_\_\_\_

 (Local) (Data)

## 4.2 Tabelas auxiliares

**Tabela 16: Material de consumo**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Material para Consumo** |  **Preço**  | **QTD** |  **Total**  |
| Unha de Acrigel |  R$ 47,90  | 30 |  R$ 1.437,00  |
| Unha de Gel |  R$ 47,90  | 30 |  R$ 1.437,00  |
| Esmalte comum |  R$ 10,90  | 112 |  R$ 1.220,80  |
| Esmalte antialérgico |  R$ 17,30  | 41 |  R$ 709,30  |
| Toalhas  |  R$ 22,90  | 120 |  R$ 2.748,00  |
| Lixa de Unha - 100 unidades |  R$ 13,59  | 10 |  R$ 135,90  |
| Adesivo para unhas 100 unidades |  R$ 9,90  | 10 |  R$ 99,00  |
| Palito de Unha CX 100 unidades |  R$ 6,76  | 10 |  R$ 67,60  |
| Algodão |  R$ 5,29  | 20 |  R$ 105,80  |
| Acetona KIT com 12 unidades de 500ML |  R$ 109,00  | 3 |  R$ 327,00  |
| Álcool 1 Litro |  R$ 6,65  | 10 |  R$ 66,50  |
| CX Máscara Cirúrgica 500 Unidades |  R$ 6,99  | 1 |  R$ 6,99  |
| Borrifador de Plástico |  R$ 14,99  | 7 |  R$ 104,93  |
| CX Luvas Cirúrgica 500 Unidades |  R$ 11,99  | 2 |  R$ 23,98  |
| Óleo Secante para unhas |  R$ 3,49  | 40 |  R$ 139,60  |
| Copos |  R$ 19,90  | 10 |  R$ 199,00  |
| **TOTAL** |  **R$ 8.828,40**  |

Fonte: Elaboração própria

**Tabela 17: Moveis e Utensílios**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Moveis e Utensílios** |  **Preço**  | **QTD** |  **Total**  |
| Suporte para revista |  R$ 149,90  | 1 |  R$ 149,90  |
| Mesa de Centro |  R$ 198,00  | 1 |  R$ 198,00  |
| Cirandinha/ Cadeira de Manicure 3 Gavetas |  R$ 647,91  | 7 |  R$ 4.535,37  |
| Ar Condicionado |  R$ 1.394,91  | 1 |  R$ 1.394,91  |
| Sofá de espera |  R$ 539,10  | 1 |  R$ 539,10  |
| Cadeira Escritório |  R$ 349,00  | 2 |  R$ 698,00  |
| Balcão de atendimento  |  R$ 1.290,00  | 1 |  R$ 1.290,00  |
| Aparelho telefônico |  R$ 67,90  | 1 |  R$ 67,90  |
| Purificador de Água |  R$ 773,10  | 1 |  R$ 773,10  |
| Garrafa de café |  R$ 92,70  | 2 |  R$ 185,40  |
| Geladeira/Refrigerador |  R$ 1.529,91  | 1 |  R$ 1.529,91  |
| Micro-ondas |  R$ 386,91  | 1 |  R$ 386,91  |
| TV 32 Polegadas |  R$ 1.099,99  | 2 |  R$ 2.199,98  |
| Roteador de internet |  R$ 150,99  | 1 |  R$ 150,99  |
| **TOTAL** |  |  |  **R$ 14.099,47**  |

Fonte: Elaboração própria

**Tabela 18: Material de Limpeza**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Material de Limpeza** |  **Preço**  | **QTD** |  **Total**  |
| Sabonetes |  R$ 1,49  | 5 |  R$ 7,45  |
| Papel Toalha |  R$ 29,90  | 10 |  R$ 299,00  |
| Papel Higiênico |  R$ 12,39  | 2 |  R$ 24,78  |
| Aromatizante de Ambiente |  R$ 35,99  | 2 |  R$ 71,98  |
| Rodo |  R$ 5,00  | 2 |  R$ 10,00  |
| Balde |  R$ 2,00  | 5 |  R$ 10,00  |
| Vassoura |  R$ 5,00  | 2 |  R$ 10,00  |
| Pano de chão |  R$ 2,00  | 4 |  R$ 8,00  |
| Lixeira |  R$ 9,90  | 3 |  R$ 29,70  |
| Pá |  R$ 3,00  | 4 |  R$ 12,00  |
| Mangueira |  R$ 30,00  | 2 |  R$ 60,00  |
| Limpa vidro |  R$ 2,80  | 2 |  R$ 5,60  |
| Flanela |  R$ 1,00  | 4 |  R$ 4,00  |
| **TOTAL** |  |  |  **R$ 552,51**  |

Fonte: Elaboração própria

**Tabela 19: Outros gastos implantação**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Reforma** | **Preço** | **Quantidade** | **Valor total** |
| Ajudante |  R$ 869,00  | 1 |  R$ 869,00  |
| Pedreiro |  R$ 1.179,20  | 1 |  R$ 1.179,20  |
| Areia |  R$ 300,00  | 1 |  R$ 300,00  |
| Cimento |  R$ 19,90  | 8 |  R$ 159,20  |
| Tijolo |  R$ 0,65  | 400 |  R$ 260,00  |
| Argamassa |  R$ 6,90  | 6 |  R$ 41,40  |
| Tinta |  R$ 181,91  | 4 |  R$ 727,64  |
| Pintor |  R$ 869,00  | 1 |  R$ 869,00  |
| **TOTAL** |  **R$ 4.405,44**  |

Fonte: Elaboração própria

**Tabela 20: Máquinas e equipamentos**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Maquinas e Equipamentos** |  **Preço**  | **QTD** |  **Total**  |
| Cabine Led Secagem de esmaltes |  R$ 239,90  | 7 |  R$ 1.679,30  |
| Alicate de unha profissional |  R$ 61,90  | 28 |  R$ 1.733,20  |
| Esfoliador para os pés |  R$ 89,99  | 14 |  R$ 1.259,86  |
| Bandeja Manicure |  R$ 39,49  | 7 |  R$ 276,43  |
| Impressora Fiscal |  R$ 1.399,16  | 1 |  R$ 1.399,16  |
| Computador |  R$ 1.279,99  | 2 |  R$ 2.559,98  |
| Impressora |  R$ 589,90  | 1 |  R$ 589,90  |
| Poltrona de SPA massagem manicure |  R$ 1.449,00  | 7 |  R$ 10.143,00  |
| **TOTAL** |  **R$ 19.640,83**  |

Fonte: Elaboração própria

# REFERÊNCIAS

Bairros de Belo Horizonte. **Centro-sul em dados**. Disponível em <http://bairrosdebelohorizonte.webnode.com.br/regi%C3%A3o%20centro-sul-/centro-sul-em-dados-/>. Acesso em: 18 março, 2017.

Estatística. **Regional centro-sul.** Disponível em http://portalpbh.pbh.gov.br/pbh/ecp/comunidade.do?evento=portlet&pIdPlc=ecpTaxonomiaMenuPortal&app=regionalcentrosul&tax=13757&lang=pt\_BR&pg=5460&taxp=0&. Acesso em: 18 março, 2017.

**Google Mapas, Rua Luiz Paulo franco, nº 266, bairro belvedere.** Disponível em<[https://www.google.com.br/maps/@-19.9740003,-43.9400978,3a,75y,339.01h,99.11t/data=!3m6!1e1!3m4!1s6fz0FAtQvFRtDobBhPjUaA!2e0!7i13312!8i6656!6m1!1e1](https://www.google.com.br/maps/%40-19.9740003%2C-43.9400978%2C3a%2C75y%2C339.01h%2C99.11t/data%3D%213m6%211e1%213m4%211s6fz0FAtQvFRtDobBhPjUaA%212e0%217i13312%218i6656%216m1%211e1)> Acesso em março de 2017.

SEBRAE. Ideias de negócio. **Como Montar uma Esmalteria**. Disponível em < [https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-uma-esmalteria,eaecd181c0ed0510VgnVCM1000004c00210aRCRD](https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-uma-esmalteria%2Ceaecd181c0ed0510VgnVCM1000004c00210aRCRD)> Acesso em: 4 de mar. 2017.

**Nova Lima ocupa o quarto lugar com maior renda média do Brasil**. Jornal Belvedere. Disponível em <<http://www.jornaldobelvedere.com.br/index.php/component/k2/item/3729-nova-lima-ocupa-o-quarto-lugar-com-maior-renda-media-do-brasil>> Acesso em março de 2017.

**Região metropolitana de BH tem “dez Noruegas”**. Jornal O Tempo. Disponível em <http://www.otempo.com.br/capa/economia/regi%C3%A3o-metropolitana-de-bh-tem-dez-noruegas-1.955376>. Acesso em: 18 março, 2017.

**Renda família no bairro belvedere** **é a mais alta de bh**. Jornal o Tempo. Disponível em <<http://www.otempo.com.br/capa/brasil/renda-familiar-no-belvedere-%C3%A9-a-mais-alta-de-bh-jatob%C3%A1-%C3%A9-o-bairro-mais-pobre-1.450471>> Acesso em março, 2017.

**Renda familiar no Belvedere é a mais alta de BH; Jatobá é o bairro mais pobre**. Jornal O Tempo. Disponível em < http://www.otempo.com.br/capa/brasil/renda-familiar-no-belvedere-%C3%A9-a-mais-alta-de-bh-jatob%C3%A1-%C3%A9-o-bairro-mais-pobre-1.450471

>. Acesso em: 18 março, 2017.

**População Sion – Belo Horizonte**. Disponível em <http://populacao.net.br/populacao-sion\_belo-horizonte\_mg.html>. Acesso em: 18 março 2017.

**População Belvedere – Belo Horizonte**. Disponível em <http://populacao.net.br/populacao-belvedere\_belo-horizonte\_mg.html>. Acesso em: 18 março, 2017

ZANONNI, Fernanda. **Esmalteria orientações para abertura do negócio**. Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas – SEBRAE. Disponível em: < http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\_CHRONUS/bds/bds.nsf/8206daf5dc99d00703b086c63908c1f7/$File/4591.pdf>. Acesso em: 02 mar. 2017.