

## PLANO DE NEGÓCIOS PARA ABERTURA DE UM SALÃO DE BELEZA NA CIDADE DE FORTALEZA – CE: nota prévia

**Francisca Erika Justino Rodrigues**

**Dulcinda Silva Carneiro**

Centro Universitário Fametro - Unifametro

[francisca.rodrigues01@aluno.unifametro.edu.br](mailto:francisca.rodrigues01@aluno.unifametro.edu.br)

[dulcinda.carneiro@professor.unifametro.edu.br](mailto:dulcinda.carneiro@professor.unifametro.edu.br)

**Título da Sessão Temática:** *Estratégias Organizacionais*

**Evento:** VII Encontro de Iniciação à Pesquisa

### RESUMO

O plano de negócios é um documento fundamental para traçar informações detalhadas do mercado que se pretende atuar. O plano de negócios é uma das formas mais eficientes para planejar um novo empreendimento e este, se bem desenvolvido, pode obter sucesso. Assim, a organização terá um diferencial. O presente estudo refere-se ao desenvolvimento de um plano de negócios que visa a implementação de um novo conceito de salão de beleza em Fortaleza-CE, levando o serviço diretamente ao cliente, trazendo comodidade ao cliente que desejar serviço de beleza. O mercado de estética se destaca como um dos mais promissores do país. Nos últimos cinco anos, o mercado cresceu consideravelmente e nem mesmo a queda da economia foi capaz de diminuir a crescente deste mercado. Tal fato é fruto da crescente busca por tratamentos de beleza, independente do gênero. As mulheres, com a inserção no mercado de trabalho, estão passando por grandes quebras de padrões comportamentais, culturais e sociais. A mulher moderna tem participado de forma mais ativa no mercado de trabalho. Assim, tornaram-se independentes e com autoestima elevada. Entretanto, valorizam as inovações e tendências da moda que se adaptem em seus horários. Nesse estudo foram listados todos os recursos necessários para abertura de um novo empreendimento. O principal objetivo desse projeto será avaliar a viabilidade comercial e refletir se haverá retorno financeiro. A pesquisa se classifica como qualitativa. Através de levantamento de dados, será possível verificar se o novo empreendimento obterá alto índice de atração pelos serviços que serão oferecidos.

**Palavras-chave:** Financeiro. Mercado. Novo empreendimento. Plano de negócio. Salão de Beleza

### INTRODUÇÃO

As empresas necessitam de planejamento para manterem-se vivas no mercado. A criação de negócios tem sido uma alternativa para os brasileiros seguirem uma carreira

profissional. O plano de negócios é o documento ideal para uma empresa iniciar um negócio. Com o plano de negócios, o empreendedor consegue diminuir incertezas, o que permite estabelecer pontos que o ajuda a decidir se o negócio é viável e quanto irá precisar para investir. “O empreendedor é a pessoa que inicia e ou opera um negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente” (CHIAVENATO, 2005, p.3).

Da mesma forma, empreendedorismo é o processo de criação e/ou expansão de negócios que são inovadores ou que nascem a partir de oportunidades identificadas.” (SOUMODIP SARKAR, 2008, p.26).

. A elaboração do plano de negócios tem como objetivo apresentar o empreendimento a futuros parceiros, clientes e fornecedores.

O seu principal benefício é permitir que o empreendedor conheça todo o processo e o organize. Segundo Dornelas (2001, p.72), um modelo de negócio basicamente descreve como a empresa irá gerar receita e quais os custos e investimentos necessários para tal.

Criar um plano de negócio não é tarefa fácil, pois depende de variáveis que devemos utilizar para conseguir formar todas as ideias, verificar as oportunidades e os riscos necessários para que o negócio tenha sucesso e chance de aplicação, e não apenas fique no entusiasmo do empreendedor (DOLABELA, 1999).

De acordo com a revista Exame (2019), o mercado de estética se destaca como um dos mais promissores do país. Nos últimos cinco anos, de acordo com dados divulgados pela Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC), o mercado cresceu 567%. Segundo Basilio (2018), no Brasil, o setor de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos é o segundo que mais investe em Pesquisa e Desenvolvimento e o quarto maior mercado mundial de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos.

O Brasil é considerado o terceiro maior país com o maior mercado de estética. Empresas fornecedoras de saúde, beleza e bem-estar estão indo na contramão da economia brasileira, pois enquanto outros setores apresentam quedas, o mercado consumidor de estética atingiu 9,4%. Entretanto, o Brasil apresenta índices desfavoráveis à abertura de um novo negócio. Uma das principais causas, é a falha no planejamento e na condução do negócio. Diante deste cenário, estudos realizados pelo SEBRAE (2013) revelam que 30% das empresas brasileira fecham as portas logo no primeiro ano de vida e uma das principais causas, é a falta de planejamento antes e durante a gestão do projeto.

Em tempos de crise, a criação de negócios tem sido uma alternativa para os brasileiros seguirem uma carreira profissional. Diante deste cenário, a intenção é caminhar no sentido de

dedicar-se ao desenvolvimento completo do plano de negócios para decisões de cunho mercadológico de maneira adequada. Com isso, formula-se o seguinte problema: É viável a abertura de um salão de beleza na cidade de Fortaleza.

Portanto, o plano de negócios deve ser o primeiro passo para organizar as ideias e analisar se o negócio está preparado para o mercado, acertando na tomada de decisão. Roesch (2012) afirma que o objetivo geral define o propósito do estudo a ser desenvolvido. O objetivo geral desse trabalho se constitui em analisar a viabilidade de abertura de um salão de beleza na cidade de Fortaleza. Entretanto, é necessário a integração dos objetivos específicos com o objetivo geral, são eles: descrever o perfil do público-alvo, elaborar um plano operacional, identificar o composto de marketing, analisar a viabilidade financeira e verificar a possibilidade do empreendimento, pois trata-se de uma nota prévia.

## **METODOLOGIA**

Creswell (2007, p. 28), afirma que a pesquisa científica é um conjunto de procedimentos investigatórios utilizados para esclarecer aquilo que o homem não tem ainda como confirmar.

A etapa de início da pesquisa tem por técnica a coleta de dados por meio de grupos de discussão e entrevistas individuais, que se caracteriza como uma pesquisa qualitativa. Uma pesquisa de mercado será empregada para identificar novos clientes. As técnicas utilizadas para o levantamento de dados: entrevista com o cliente através de questionário com perguntas rápidas e objetivas.

A pesquisa qualitativa será a segunda fase, onde as informações estarão disponíveis em relatórios a partir de questionários que serão levantados. Após a pesquisa, os dados serão computados e analisados, o que permitirá entender o que o público deseja e o que espera do futuro empreendimento. Segundo Godoy (1995), a abordagem qualitativa envolve dados descritos sobre os processos, crenças, valores e atitudes.

Para Oliveira (2000), o método qualitativo mensura as categorias e atributos do objeto em estudo, tais como: qualidade, relação, ação, paixão, dor, amor, hábitos, atitudes, prazer e preferências, entre outras variáveis. De acordo com o autor, as pesquisas com abordagem qualitativa têm o intuito de descrever a complexidade de uma determinada hipótese ou problema, analisando a interação de certas variáveis, compreendendo e classificando processos de mudança, criação ou formação de opiniões de determinados grupos.

Para desenvolvimento do plano de negócios, optou-se pela pesquisa bibliográfica baseada no modelo de plano de negócios do SEBRAE-CE. Através de pesquisas qualitativas, será definido: o público-alvo e aceitação do negócio.

O público alvo são mulheres modernas com participação ativa no mercado de trabalho. A pesquisa será realizada com mulheres.

## **RESULTADOS E DISCUSSÃO**

O plano de negócio deve ser amplo o suficiente para dar ao investidor uma visão total e entendimento do novo empreendimento e ajudar o investidor a visualizar suas ideias sobre o negócio (HISRICH, 2004 p. 217).

A elaboração do Plano de Negócios é de extrema importância para qualquer empreendimento. Para o empreendedor, é crucial para minimizar os riscos. Através deste documento, será possível visualizar e conhecer o ambiente em que a empresa estará inserida.

Toda empresa carece de um planejamento estratégico para apresentar sua ideia, avaliar os riscos e aumentar as chances de sucesso. Assim, este projeto serve como ferramenta para analisar e viabilizar a abertura do empreendimento e verificar se há disponibilidade financeira. Deste modo, o trabalho é importante para a organização pois contribuirá com sua estruturação.

Acredita-se que após toda coleta de dados e suas devidas análises, serão identificados quais pontos são fortes e onde será identificado a fraqueza. Pela fase inicial que o empreendimento passará, verificará formas de atrair a confiança do cliente, mostrará a qualidade de nossos serviços, elevará o nome da nossa empresa e arrecadará recursos suficientes. O objetivo é evoluir no mercado, superando todo e qualquer concorrente.

Com o documento do Plano de Negócios, será possível indicar ao empreendimento como conquistar seu lugar no mercado, como se estabelecer, como fidelizar os clientes e como obter lucros. Poderemos concluir se a proposta de investimento no novo negócio será viável tanto no fator mercado, quanto no fator financeiro.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Cada vez mais, devido ao acelerado desenvolvimento global, novas empresas surgem no mercado. Entretanto, entendemos que cada vez mais o plano de negócios é essencial para o sucesso de um negócio. Diante desse pressuposto, o plano de negócios é visto como peça fundamental de gestão. Entretanto, com a valorização deste documento, o empreendedor deve

utilizar este documento ao abrir seu negócio. Desta forma, faz-se necessário realizar a pesquisa de mercado, o plano de marketing e o plano financeiro.

A pesquisadora pretende definir estratégias empresarias para chegar a conclusão da viabilidade do negócio. Durante a realização desta pesquisa, pretende-se adquirir muitos detalhes sobre o mercado que a organização estará inserida, para que o empreendedor possa obter muito conhecimento. Pretende-se chegar a conclusão dos aspectos mercadológicos.

## REFERÊNCIAS

BERRY, Leonard C. Serviços de satisfação máxima: guia prático de ações. Rio de Janeiro: Campus, 1996,

CHIAVENATO, Idalberto. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor: empreendedorismo e viabilização de novas empresas: um guia compreensivo para iniciar e tocar seu próprio negócio.** 2º ed. São Paulo: Saraiva 2005.

DOLABELA, Fernando. **Oficina do empreendedor.** São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios.** Rio de Janeiro: Ed. Campus, 2001.

GODOY, Arilda. Schmidt. **Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais.** Revista de Administração de Empresas, v. 35, n. 2, p. 57-63. 1995.

HISRICH, Robert D. **Empreendedorismo.** Trad. Lene Belon Ribeiro - 5º ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

OLIVEIRA, Claudionor dos Santos. **Metodologia científica: planejamento e técnicas de pesquisa.** São Paulo: LTr, 2000.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração: Guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso.** 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2012.

SARKAR, Soumodip. **O empreendedor inovador: faça diferente e conquiste seu espaço no mercado.** Rio de Janeiro: Campus, 2008.

SEBRAE. **Empreendedorismo no Brasil.** Disponível em:

<[http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/COMO%20ELABORAR%20UM%20PLANO\\_baixa.pdf](http://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/COMO%20ELABORAR%20UM%20PLANO_baixa.pdf)> Acesso em 07/09/2019

