



**CEETEPS – CENTRO ESTADUAL DE EDUCAÇÃO TECNOLÓGICA
“PAULA SOUZA”
ETEC ORLANDO QUAGLIATO
Técnico em Administração**

**Andressa Tavares de Almeida
Aparecida Luana Dias da Costa Lopes
Breno Gonçalves Mesquita
Bruna Giovana Fernandes da Silva
Luiz Matheus dos Santos**

**PLANO DE NEGÓCIOS PARA A IMPLANTAÇÃO DE UMA
CLÍNICA ESTÉTICA EM SANTA CRUZ DO RIO PARDO/SP**

**Santa Cruz do Rio Pardo - SP
2021**

Andressa Tavares de Almeida
Aparecida Luana Dias da Costa Lopes
Breno Gonçalves Mesquita
Bruna Giovana Fernandes da Silva
Luiz Matheus dos Santos

PLANO DE NEGÓCIOS PARA A IMPLANTAÇÃO DE UMA CLÍNICA ESTÉTICA EM SANTA CRUZ DO RIO PARDO/SP

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito para obtenção do Título de Técnico em Administração, sob orientação da Professora Orientadora Rita de Cássia Mendonça Biancon.

Santa Cruz do Rio Pardo - SP

2021

Andressa Tavares de Almeida
Aparecida Luana Dias da Costa Lopes
Breno Gonçalves Mesquita
Bruna Giovana Fernandes da Silva
Luiz Matheus dos Santos

**Plano de Negócios para implantação de uma clínica de estética em
Santa Cruz do Rio Pardo – SP.**

Aprovada em: _____ / _____ / _____

Conceito: _____

Banca de Validação:

_____ - Presidente da Banca

Professor.....

ETEC “Orlando Quagliato”

Orientador

Professor

ETEC “Orlando Quagliato”

Professor

ETEC “Orlando Quagliato”

SANTA CRUZ DO RIO PARDO – SP
2021

Dedicamos este trabalho a todos os nossos familiares por todo apoio oferecido em mais uma etapa de nossas vidas.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos primeiramente a Deus, por sempre nos dar forças para continuar mesmo que o caminho não tenha sido fácil. No qual possibilitou passarmos por um ano difícil de pandemia com saúde e esperança de conquistarmos o melhor.

Nosso muito obrigado a todos os familiares pelo apoio e aos professores da Etec Orlando Quagliato por todo ensinamento e orientações prestadas.

*“Mas, buscai primeiro o reino de Deus,
e a sua justiça, e todas estas coisas vos serão
acrescentadas”.*
(Bíblia Sagrada, Mateus, 6, 33)

RESUMO

Quando começamos um novo empreendimento, buscamos inovação e sucesso, mas para que isso aconteça, requer muito esforço e dedicação. Para a conquista do sucesso, é necessário que façamos um estudo aprofundado, para sabermos quais os riscos e as oportunidades, através de um plano de negócios. Outros pontos importantes que devem ser realizados é, analisar os consumidores, concorrentes, fornecedores e a área de atuação do novo empreendimento. Este trabalho teve como objetivo elaborar um plano de negócios para verificar a viabilidade de implantação de uma clínica de estética na cidade de Santa Cruz do Rio Pardo – SP. A empresa se chamará Cuidado Total Estética. E para se atingir os objetivos do trabalho, foram realizadas uma pesquisa bibliográfica e um questionário com 08 perguntas, para conhecer melhor os consumidores de beleza e saúde. E diante de todos os estudos foram elaborados planos de marketing e financeiro para auxiliar em um resultado positivo.

Palavras-chave: 1. Clínica de Estética 2. Negócios 3. Beleza

ABSTRACT

When we start a new venture, we look for innovation and success, but for that to happen, it requires a lot of effort and dedication. To achieve success, it is necessary for us to carry out an in-depth study, to find out what the risks and opportunities are, through a business plan. Other important points that must be carried out are to analyze the consumers, competitors, suppliers and the area of operation of the new venture. This work had as objective to elaborate a business plan to verify the viability of implantation of an esthetics clinic in the city of Santa Cruz do Rio Pardo – SP. The company will dominate Total Aesthetic Care. And to achieve the objectives of the work, bibliographical research and a questionnaire with 08 questions were carried out, to better understand the beauty and health consumers. And in view of all the studies, marketing and financial plans were drawn up to help achieve a positive result.

Keywords: 1. Aesthetics Clinic 2. Business 3. Beauty

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Slogan	20
Figura 2 – Você já frequentou uma clínica de estética?	22
Figura 3 - Sexo	22
Figura 4 – Faixa etária	23
Figura 5 – Indique sua faixa de renda familiar	23
Figura 6- Qual sua cidade?	23
Figura 7 – Utilizaria algum serviço de estética?	24
Figura 8 - Com que frequência utiliza os serviços de estética?	24
Figura 9 - Que tipo de tratamento você costuma utilizar	24
Figura 10- Layout da empresa	29

LISTA DE TABELAS

Quadro 1 – Análise dos principais concorrentes	25
Quadro 2 - Análise dos principais fornecedores	26
Quadro 3 – Tabela de Preços	27
Quadro 4 - Estimativas dos investimentos fixos	30
Quadro 5 – Previsão dos gastos fixos e variáveis	31
Quadro 6 – Previsão de gastos variáveis mensais	31
Quadro 7 – quantidade de vezes a ser realizado o procedimento por dia	32
Quadro 8 – Previsão de gastos variáveis mensais	33
Quadro 9 – Previsão do ponto de equilíbrio	33

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
1.1 Justificativa	
1.2 Problema	
1.3 Hipóteses	
1.4 Objetivos	
2 REFERENCIAL TEÓRICO	14
2.1 Empreendedor	
2.2 Clínica de estética	
2.3 Plano de negócio	
2.4 Estrutura do plano de negócios	
2.5 Plano de Marketing	
2.6 Plano Financeiro	
3 METODOLOGIA	18
4 ELABORAÇÃO DO PLANO DE NEGÓCIO	19
4.1 Sumário Executivo	19
4.1.1 Resumo dos principais pontos do Plano de Negócio	
4.1.2 Dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições	
4.1.3 Dados do empreendimento	
4.1.4 Missão da empresa	
4.1.5 Setores de atividades	
4.1.6 Forma jurídica	
4.1.7 Enquadramento tributário	
4.1.7.1 Âmbito federal	
4.1.8 Capital Socia.	
4.1.9 Fonte de recursos	
4.2 Análise de mercado	21
4.2.1 Estudo dos clientes	
4.2.2 Estudo dos concorrentes	
4.2.3 Estudo dos fornecedores	
4.3 Plano de Marketing	26
4.3. Descrição dos principais produtos e serviços	
4.3.2 Preço	
4.3.3 Estratégias promocionais	
4.3.4 Estrutura de comercialização	
4.3.5 Localização do negócio	
4.4 Plano Operacional	29

4.4.1 Layout	
4.4.2 Capacidade produtiva/comercial/serviços	
4.4.3 Processos operacionais	
4.4.4 Necessidade de pessoal	
4.5 Plano Financeiro	30
4.5.1 – Valor do investimento inicial	
4.5.2 – Previsão dos gastos fixos e variáveis mensais	
4.5.3 – Previsão de gastos variáveis mensais	
4.5.4 – Previsão da receita mensal	
4.5.5 – Previsão do preço de venda	
4.5.6 – Previsão do resultado	
4.5.7 – Previsão do ponto de equilíbrio	
4.5.8 – Retorno do investimento	
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	35
REFERENCIAS	36
ANEXOS	37

1. INTRODUÇÃO

Homens e Mulheres recorrem aos procedimentos estéticos para elevar a autoestima e ficar ainda mais radiantes. Cresce em todo o país o número de pessoas que buscam realizar procedimentos estéticos, seja para elevar a autoestima ou para ficar mais bonita(o).

A criação de negócios em torno do mercado de beleza e cuidados pessoais é uma tendência que vem crescendo nos últimos anos e está se tornando cada vez mais um bom nicho de investimento.

Por mais que a concorrência seja alta, é uma boa forma de investir e lucrar, visto a quantidade de consumidores no mercado que procuram clínicas para realizarem procedimentos estéticos ou de beleza.

1.1. Justificativa

Atualmente o mercado de estética vem crescendo, e a ideia de se cuidar está cada vez ganhando mais espaço na vida das pessoas, seja para se sentir mais “bonita(o)” ou simplesmente cuidar da saúde.

Antigamente quando se falava em estética todos pensavam em limpezas de pele e massagens, mas com o avanço e crescimento da indústria cosmética, os profissionais assumiram novos perfis e passaram a realizar importantes procedimentos, e de ambos os sexos.

A partir da ideia apresentada, surgiu o interesse e motivação do grupo pela área, para a elaboração de um plano de negócios.

Em Santa Cruz do Rio pardo – SP, existem inúmeras clínicas de estética, mas o presente trabalho busca a elaboração de um plano de negócios, para que possam surgir novas ideias e inovar diante das outras existentes.

1.2. Problema

No contexto que vivemos, pode-se observar que cresce cada vez mais a quantidade de clínicas estéticas e tornando o segmento mais competitivo, isso se dá tanto pelo mercado, quanto pela qualidade. O presente plano de negócio pretende verificar a seguinte questão, a implantação de uma clínica de estética em Santa Cruz do Rio Pardo é viável e pode trazer um bom retorno para seus investidores?

1.3. Hipótese

Acreditamos que exista uma grande demanda pela utilização dos nossos serviços, além de uma boa lucratividade neste setor.

1.4. Objetivo

1.4.1. Objetivo Geral:

Devido a uma crescente busca pelo bem-estar e por satisfação pessoal com o seu corpo, o presente trabalho elaborou um plano de negócio para implantação de uma clínica de estética em Santa Cruz do Rio Pardo/SP.

1.4.2. Objetivos Específicos:

- Analisar as clínicas estéticas já existentes no mercado;
- Pesquisar o mercado;
- Comparar os fornecedores de materiais para a clínica;
- Estudar o público-alvo;
- Investigar possíveis tratamentos estéticos para a clínica.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Desta maneira, nesse capítulo abordam-se as teorias já consolidadas a respeito de empreendedorismo e todas as etapas do plano de negócio.

2.1 EMPREENDEDOR

Segundo Dornelas (2001) a terminologia empreendedorismo se intensificou no Brasil por meados de 1990. Ainda segundo o autor este termo traduzido da palavra em inglês *entrepreneurship*, trouxe o interesse dos brasileiros em fazer com que as pequenas empresas tornassem duradouras e diminuísse as altas taxas de mortalidade dos empreendimentos.

Estes indivíduos caracterizados como empreendedores são capazes de fazer a diferença (Dornelas, 2001), pois seus conhecimentos possibilitam transformar algo considerado complexo ou até mesmo abstrato em qualquer coisa que remeta algum valor, que seja concreto e realmente funcione (Dornelas, 2001 apud Kao,1989; Kets de Vries,1997).

Sobre empreendedor, podemos afirmar:

O empreendedor é aquele que destrói a ordem econômica existente pela introdução de novos produtos e serviços, pela criação de novas formas de organização ou pela exploração de novos recursos e materiais. (Costa et al (2007) traz em seu artigo uma definição apontada por Dornelas (2001, p.37) de Joseph Schumpeter (1949)

Visão, oportunidade e criatividade são características marcantes nos empreendedores, então podemos dizer que é aquele que consegue influenciar terceiros, sócios, colaboradores, pessoas a sua volta, mostrando ideias que inovadoras para um futuro negócio. O empreendedor ele busca a mudança e sabe aproveitar, através de oportunidades de negócio.

Mesmo que já exista a ideia, o empreendedor tem maneiras de ver a mesma ideia com outros olhos e assim cada um pode melhorar a mesma ideia várias vezes e torná-las muito lucrativas. (ACHKAR, 2009)

O empreendedor desafia o mercado, pois ele aproveita ideias ou cria novas oportunidades diferentes.

2.2 ESTÉTICA

A palavra estética vem do grego *aisthethiké*, que significa aquele que nota, percebe e tem percepção sobre algo. Segundo CRUZ (2019), estética pode ser conhecida como a ciência do belo, a dedicar-se a estudar aquilo que é belo, a concepção de beleza do corpo humano. A partir deste conceito, podemos alegar que a estética é uma valorização da beleza humana, de forma individual e pessoal.

Segundo a autora Borges (2021) a estética é caracterizada como uma área da filosofia, especializada no estudo das formas de arte e em como ocorrem os processos de criação de obras artísticas.

2.3 ESTÉTICA NO BRASIL

Diversos setores da beleza estão em alta e várias marcas apostando na autoestima e bem-estar dos consumidores. De acordo com dados da Associação Brasileira de Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC), juntamente do Instituto FSB Pesquisa, do ano passado, o Brasil mantém o título de 3º maior mercado do mundo no setor de estética. O país está muito bem-posicionado, ficando atrás apenas dos Estados Unidos e da China, mesmo na pandemia. (MUNDO ELA, 2021). Além desta posição, o Brasil está em quarto lugar no ranking mundial em consumo de produtos de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos.

O mercado de uma clínica estética, engloba diversos tipos de serviços, que vem numa crescente no Brasil e no mundo. O segmento compreende tanto as clínicas de estética quanto outras empresas envolvidas nos produtos e serviços relacionados ao trio estética, beleza e autocuidado, como salões de beleza, SPAs e marcas de cosméticos.

Segundo a Redação Vindi (2021) de 2014 a 2019, o mercado de estética cresceu 567% no Brasil. Nesses 5 anos, o número de profissionais da área aumentou de 72 mil para mais de 480 mil e cerca de 66% dos consumidores acham que cuidar da beleza não é um luxo, mas sim uma necessidade.

2.4 PLANO DE NEGÓCIO

Segundo Débora (2006) um plano de negócios é um documento que contém as características de um negócio, como sua forma de funcionamento, suas estratégias de como se conquistar uma fatia no mercado, dentre outras partes. A autora ainda nos diz, que o plano de negócios também traz uma descrição de missão, de produtos

e serviços a serem oferecidos, uma análise completa do mercado, do financeiro e gerência.

Para a abertura de um negócio, um empreendimento é necessário que seja feito todos os passos corretamente e cuidadosamente, assim será de sucesso. Sendo assim, é fundamental a elaboração de um plano de negócios, que é um documento usado para descrever um empreendimento e o modelo de negócios que sustenta a empresa. Sua elaboração envolve um processo de aprendizagem e autoconhecimento e, ainda, permite ao empreendedor situar-se no ambiente de negócios, contendo informações como estratégias do negócio, recursos humanos, análise dos dados e seleção das informações, gestão dos processos operacionais e de apoio, entre outros.

Todos esses tópicos de um plano, tem o propósito de prestar um bom atendimento ao cliente e ajudar a guiar o empreendedor a tomar decisões, observando as expectativas e necessidades do público que é voltado o novo empreendimento, a fim de atingir resultados positivos para o negócio.

Plano de negócios é basicamente um instrumento de planejamento, onde as informações devem ser objetivas, organizadas, para que o investidor e até futuros investidores possam compreender de forma fácil e rápida as informações contidas e visualizar a extensão do empreendimento. (VAGHETTI, 2006). Está dividido em cinco etapas: ideia e concepção, coleta e preparação de dados, análise de dados, montagem e avaliação do plano.

Segundo Dolabela (2006) o plano de negócios tem uma estrutura, que consiste em: Sumário: onde consta o enunciado do projeto e breve negócio pretendido a executar, que mostra os pontos mais importantes da empresa desejada; Missão: é como a empresa quer ser vista e qual, seu papel na sociedade e de como é vista dentro da própria organização; Estrutura Organizacional e Legal: se deseja atuar individualmente ou em mais sócios; Plano de Marketing: identifica as oportunidades de negócios mais vantajosas e traceja como se infiltrar em mercados idênticos e como conquistá-los; Plano Financeiro: traceja um plano elaborado da parte financeira, custos, depreciação, impostos e contribuições, fluxo de caixa etc.; Plano Operacional: execução cotidiana e eficiente das tarefas e operações da empresa.

Cada plano de negócios é único, mas usa-se estruturas para proporcionar melhor entendimento e clareza no documento.

2.5 Estrutura do plano de negócios

A estrutura de um plano de negócios constitui em Sumário executivo, índice, apresentação, gestão, plano de marketing, análise do mercado, plano de organização, plano operacional e financeiro. (Ferreira et al, 2010, P.335).

Para Duarte e Esperança (2012) existe alguns fatores importantes para que o plano de negócios seja bem-sucedido, são eles: incluir um sumário, os objetivos a alcançar, uma boa análise de mercado e uma análise financeira.

2.6 Plano de Marketing

Segundo Peçanha (2020) marketing pode ser considerado uma ciência e arte de explora, entregar valor para satisfazer as necessidades de seu público-alvo. Sendo seu principal motivo identificar os desejos e agregar valor.

Ainda para o autor:

“O marketing consiste na gestão da relação que qualquer organização tem com o mercado onde atua, ou seja, consiste em atingir os objetivos que perseguem e satisfazer as necessidades do mercado”. (PIRES,2021)

Para Duarte e Esperança (2012) o marketing identifica as necessidades do cliente e define quais estratégias para satisfazer, de forma clara.

Segundo Lopes (2011) se divide em três partes. A primeira é a análise de mercado, de público-alvo. Segundo é a previsão de vendas e por último onde inclui o relacionamento com cliente, preço, estratégias promocionais e de publicidade.

Ainda para Dornelas (2001) as estratégias do marketing significam os 4Ps: Produto, Preço, Promoção e Praça, são os compostos do marketing.

2.7 Plano Financeiro

Para Dornelas (2001) plano financeiro é a etapa que reflete em números tudo o que foi descrito nas etapas anteriores. Ela abrange os investimentos, gastos, despesas com vendas, custos fixos e variáveis, dentre outros.

Já para o autor Lopes (2011) o plano financeiro se diz respeito ao estudo econômico-financeiro do negócio e os planos de investimentos, a partir disso vem a decisão de investir ou não no negócio.

3 METODOLOGIA

Este capítulo descreve os materiais, instrumentos e procedimentos que serão feitos no trabalho.

Materiais e Instrumentos

Para a realização deste presente trabalho foi utilizado a revisão bibliográfica em livros, sites e trabalhos de graduações. Visou reconhecer quais são os principais aspectos a serem considerados em um plano de negócio para a implantação de uma clínica estética em Santa Cruz do Rio Pardo – SP. E foi utilizado uma pesquisa de mercado na cidade da implantação.

Procedimentos

A pesquisa de mercado, contou com 7 perguntas de alternativas e 1 dissertativa, específicas sobre clínicas de estética. Foi realizada através da ferramenta Microsoft Forms. A pesquisa teve um resultado de 25 repostas, divididas entre homens e mulheres, não sendo nominalmente identificados. Como informado, o instrumento de coleta de dados foi por meio de um questionário, para um público-alvo de 18 a 60 anos ou mais. No qual foi identificado nível de renda, interesse por procedimentos, frequência em clínicas, entre outros.

Desta forma, o questionário buscou apurar dos entrevistados:

- Idade;
- Sexo;
- Faixa etária;
- Renda salarial;
- Frequência em clínica de estética;
- Procedimentos realizados;
- Cidade.

4 A CONSTRUÇÃO DO SEU PLANO DE NEGÓCIO

Neste capítulo será abordado sobre a construção do plano de negócio.

4.1 – Sumário Executivo

Sumário executivo é um conjunto de os pontos mais importantes de um plano de negócios, principalmente aqueles que empresários irão chamar atenção do leitor, cliente, concorrentes e fornecedores. É nesta parte que é dada uma visão geral a respeito da empresa, do serviço oferecido e os elementos diferentes (Degen, 1989).

4.1.1 – Resumo dos principais pontos do Plano de Negócio

O presente trabalho tem como objetivo, mostrar a viabilidade da implantação de uma clínica de estética, em Santa Cruz do Rio Pardo – SP. Vai mostrar sobre os planos de Marketing, Financeiro, Operacional e uma análise completa do mercado na cidade. E contará com vários procedimentos estéticos.

4.1.2 – Dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições

A clínica contará com cinco sócios, todos residentes de Santa Cruz Do Rio Pardo - SP. Os sócios são: Andressa Tavares, Aparecida Luana, Bruna Fernandes, Breno Mesquita e Luiz Matheus dos Santos.

Todos formados em Técnico em Administração, a experiência profissional gira em torno da administração, todos com histórico de trabalho em empresas de médio porte na cidade.

Cada associado tomará conta de um departamento da clínica, a definir, e todo final de mês se juntaram para reuniões gerais de alinhamento e análise do local.

4.1.3 – Dados do empreendimento

O empreendimento terá como razão social AABBL CUIDADO TOTAL LTDA e como nome fantasia “Cuidado Total Estética” e será localizada na Avenida Carlos Rios, 371 - Jardim Umuarama, Santa Cruz do Rio Pardo – SP. Terá procedimentos para beleza do rosto, corpo, unhas, cabelo e utilização de produtos de excelência e qualidade.

Podemos observar na figura 01 a representação do primeiro slogan para a divulgação da clínica.

Figura 1 – Slogan



Fonte: Elaboradas pelos autores (2021)

4.1.4 – Missão da empresa

A missão da empresa será: Oferecer serviços e produtos de excelência aos nossos clientes, sem agredir a saúde de nossos clientes e praticar o comércio com transparência e justo com todos.

Visão serão: Ser empresa referência no que diz respeito a clínica de estética na cidade de Santa Cruz do Rio Pardo e reconhecida como a melhor opção para clientes, comunidade, fornecedores pela qualidade dos produtos e serviços e pelo compromisso com o meio ambiente e com a saúde dos clientes.

Os valores serão: Ética em nossas atitudes; Integridade e honestidade; assumir plena responsabilidade dos compromissos, resultados e da qualidade perante os clientes, fornecedores e colaboradores; ser uma empresa sustentável; Responsabilidade social; Transparência.

4.1.5 – Setores de atividades

A empresa inclui desde limpeza de pele, hidratação, depilação, terapia capilar até drenagem linfática e tratamentos com aparelhos, e deve contar com uma organização interna que estabeleça um fluxo de atividades para prestação dos serviços.

4.1.6 – Forma jurídica

A forma jurídica da empresa é Sociedade Limitada, onde a responsabilidade dos sócios é limitada por cotas, mas todos respondem pela integralização do capital.

4.1.7 – Enquadramento tributário

Devido ao faturamento anual de até 3,6 milhões a clínica de estética está enquadrada no Simples Nacional. No âmbito estadual o ICMS corresponderá a 18%

do valor total do produto, conforme estabelecido para o estado de São Paulo. Isento de taxaço municipal

4.1.8 – Capital Social

O capital da empresa será de R\$ 100.000,00. Os cinco sócios irão entrar com partes iguais e as atividades da empresa serão realizadas de maneira igualitária nas tomadas de decisões e lucro.

4.1.9 – Fonte de recursos

A fonte de recursos usada pelos sócios da clínica, foram dinheiro dos bens e reservas já existentes, ou seja, por recursos próprios.

4.2 – Análise de mercado

A Análise de Mercado está dividida por estudo de público-alvo, análise de concorrência e a rela o de fornecedores. Onde está apresentada os aspectos externos, as oportunidades de negócio e os concorrentes.

4.2.1 – Estudo dos clientes

O público-alvo escolhido pelo Cuidado Total Estética, a partir de estudos de mercado, será mulheres e homens entre 18 e 60 anos, que estejam buscando formas de melhorar sua forma física, sua saúde e bem-estar. O público-alvo, terá como ocupa o o comércio, profissionais aut nomos, funcionários registrados, ou seja, que tenham um médio poder aquisitivo, pois será relevante.

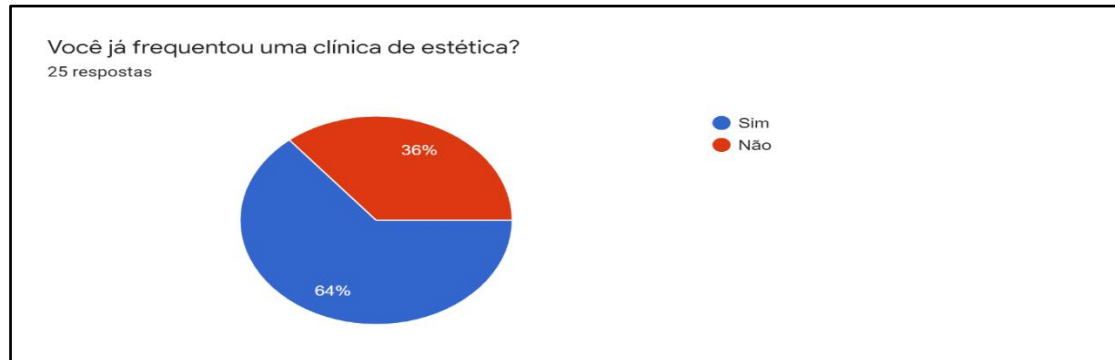
O setor de estética é bem competitivo. E para o sucesso desta nova empresa, devem-se ao preço, a qualidade dos serviços e o bom atendimento.

A Cuidado Total Estética estará localizada Avenida Tiradentes, 371 - Jardim Umarama, Santa Cruz do Rio Pardo – SP. Na cidade citada possui sete clínicas de est ticas, que foram consideradas diretas, que possuem os mesmos procedimentos da clínica do presente trabalho e que estão consolidadas no mercado a mais tempo. E os estabelecimentos de beleza que não possuem procedimentos est ticos, voltados para o ramo que a clínica Cuidado Total, foram consideradas concorrentes indiretos.

A seguir está apresentado os gráficos com os resultados do questionário aplicado, contando com a participa o de 25 pessoas de ambos os sexos. A figura 2

apresenta as respostas da pergunta de quais pessoas já frequentaram uma clínica de estética.

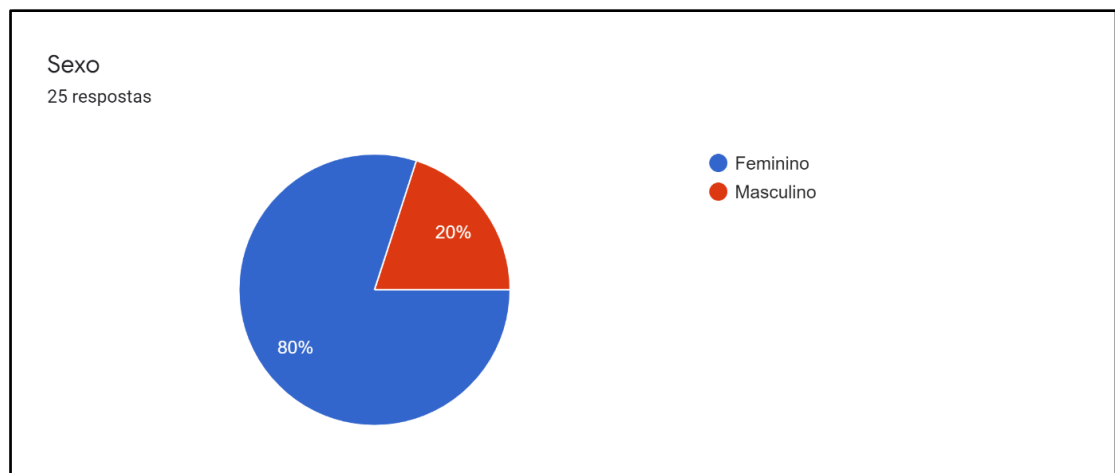
Figura 2 – Você já frequentou uma clínica de estética?



Fonte: Elaboradas pelos autores (2021)

Já na figura 3, podemos observar a porcentagem de cada sexo que participou do questionário, sendo, 80% feminino e 20% masculino.

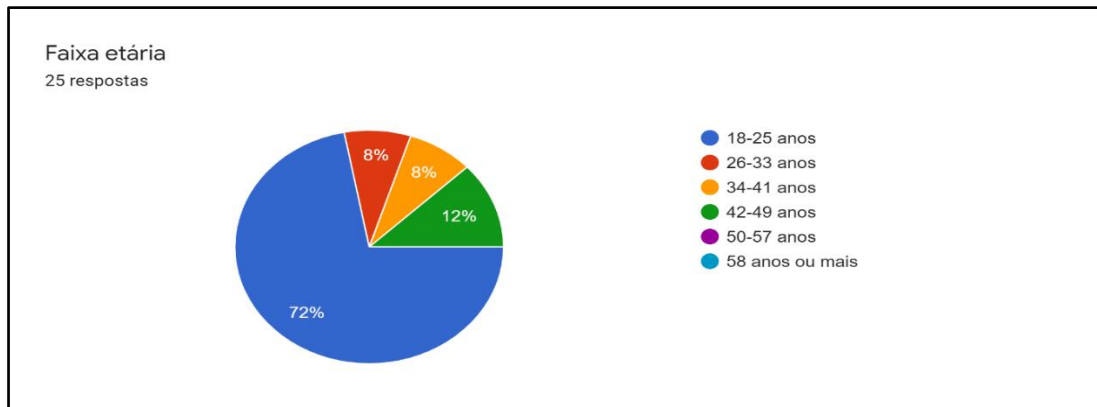
Figura 3 - Sexo



Fonte: Elaboradas pelos autores (2021)

A figura 4, mostra a faixa etária dos participantes, sendo a maior, a idade de 18 a 25 anos com 72%.

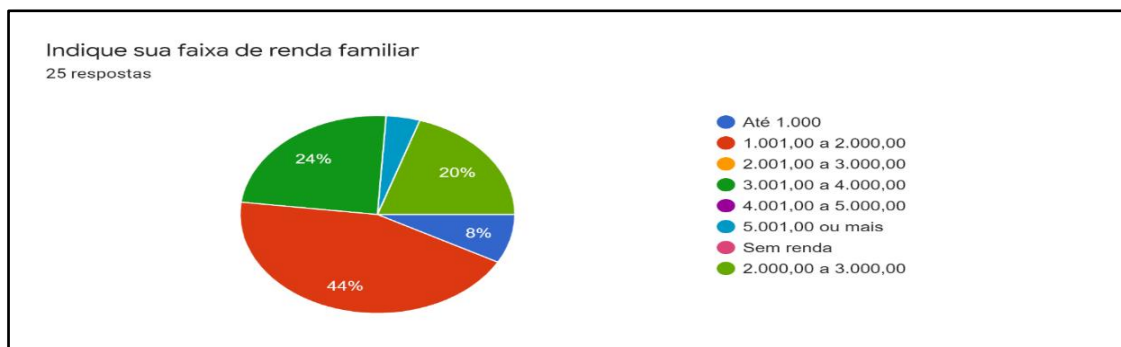
Figura 4 – Faixa etária



Fonte: Elaboradas pelos autores (2021)

Na figura 5, foi pedido aos participantes indicar a qual renda familiar fazem parte, como descrito em etapas anteriores, será relevante.

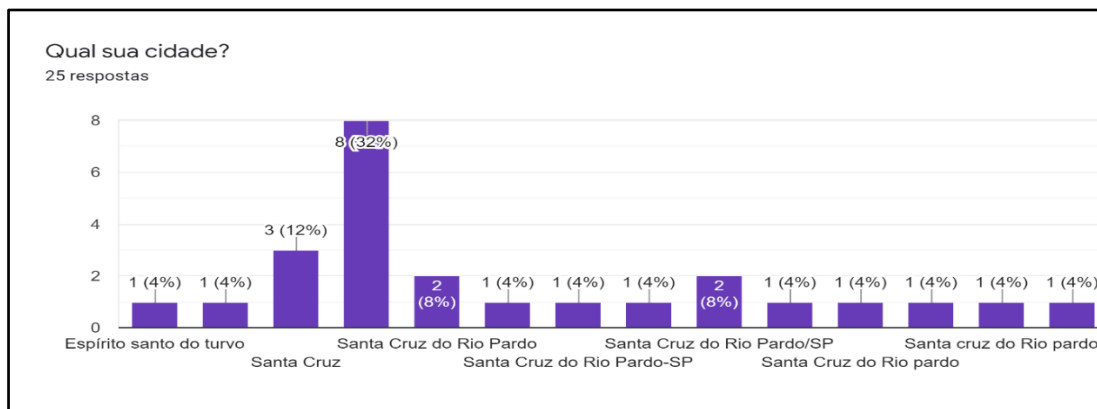
Figura 5 – Indique sua faixa de renda familiar



Fonte: Elaboradas pelos autores (2021)

No gráfico da figura 6, mostra a cidade em que os participantes residem, onde a maior é a cidade de Santa Cruz do Rio Pardo – SP.

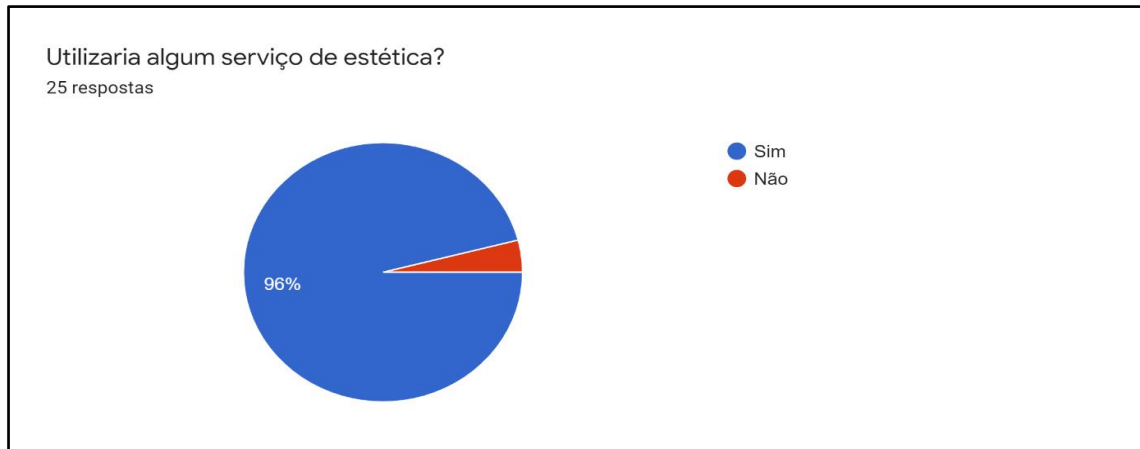
Figura 6- Qual sua cidade?



Fonte: Elaboradas pelos autores (2021)

Já na figura 7, foi abordado quem utilizaria os serviços de estética, com 96% de resposta que utilizariam.

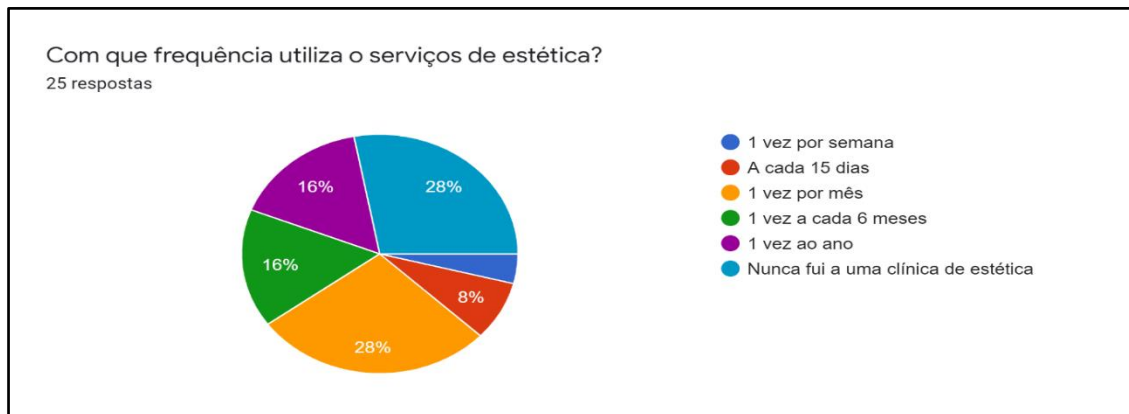
Figura 7 – Utilizaria algum serviço de estética?



Fonte: Elaboradas pelos autores (2021)

Como nos mostra abaixo, a figura 8 apresenta a frequência em que os entrevistados utilizam uma clínica de estética.

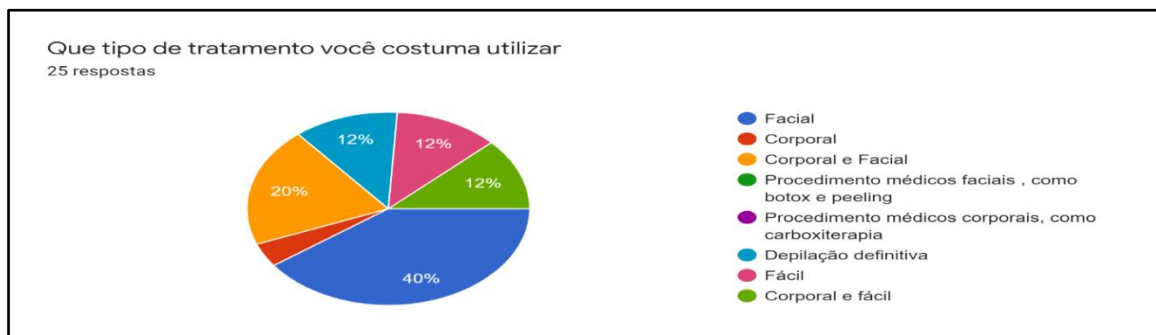
Figura 8 - Com que frequência utiliza os serviços de estética?



Fonte: Elaboradas pelos autores (2021)

Já na figura 9, nos mostra quais os tratamentos que as pessoas mais utilizam em uma clínica de estética.

Figura 9 -Que tipo de tratamento você costuma utilizar.



Fonte: Elaboradas pelos autores (2021)

4.2.2 – Estudo dos concorrentes

Abaixo mostra a tabela com os concorrentes diretos da clínica cuidado total em Santa Cruz do Rio Pardo – SP.

Quadro 1 – Análise dos principais concorrentes

	LOCALIZAÇÃO	ATENDIMENTO
Sua Empresa	Avenida Tiradentes, 371 - Jardim Umuarama, Santa Cruz do Rio Pardo – SP.	Tratamentos corporais: Celulite, Gordura localizada, flacidez, estrias, depilação a laser, drenagem e hidratação. E tratamentos faciais: Limpeza de pele, hidratação, nutrição, tratamento de acne, rugas e manchas.
Concorrente 1 Estética Dermo Beauty call	Rua Cel Júlio Marcondes Salgado, 125 - Centro, Santa Cruz do Rio Pardo - SP, 18900-000	Limpeza de pele, Botox, Peeling Químico.
Concorrente 2 UltraSlim	R. Joaquim Manoel de Andrade, 508 - Jardim Umuarama, Santa Cruz do Rio Pardo - SP, 18900-009	Estética corporal avançada e especializada em emagrecimento.
Concorrente 3 Estétika – Eliane Martins	R. José Epifânio Botelho, 46 - Centro, Santa Cruz do Rio Pardo - SP, 18900-000	Tratamentos faciais, corporais e especializada em emagrecimento.
Concorrente 4 Estética Marina	R. Rangel Pestana, 938 - Vila Sederia, Santa Cruz do Rio Pardo - SP, 18900-000	Tratamentos faciais e corporais
Concorrente 5 Magrass – Santa Cruz do Rio Pardo	Av. Tiradentes, nº 742 - Centro, Santa Cruz do Rio Pardo - SP, 18900-025	Especializada em emagrecimento e tratamentos corporais.
Concorrente 6 Innova	R. Dr. José Carqueijo, 481 - Vila Santa Aureliana Santa Cruz do Rio Pardo - SP, 18900-316	Tratamentos faciais: Botox, limpeza de pele, pelling e tratamentos corporais: drenagem e emagrecimento.

Fonte: Dos próprios autores (2021)

4.2.3 – Estudo dos fornecedores

A seguir mostra a tabela com os fornecedores da clínica cuidado total em Santa Cruz do Rio Pardo – SP.

Quadro 2 - Análise dos principais fornecedores

	Descrição dos itens	Nome do Fornecedor	Preço	Condições de Pagamentos	Prazo de Entrega	Localização
1.	Depilação a laser	Dermaklin Depilação a Laser e Estética	6,920,00	Cartões ou Boleto Bancário.	15 dias.	São Paulo – SP
2.	Equipamentos para tratamento estéticos	EBRAIM - Empresa Brasileira de Importação	20.000,00	Cartões ou Boleto Bancário.	25 dias.	São Paulo – SP
3.	Móveis para clínica	Funcional Móveis	8.000,00	Cartões ou Boleto Bancário.	25 dias.	Pinhais – PR

Fonte: Dos próprios autores (2021)

4.3 – Plano de Marketing

4.3.1 – Descrição dos principais produtos e serviços

Limpeza de pele: A limpeza de pele é o procedimento responsável por fazer a higienização na pele, ou seja, ela é responsável pela remoção dos cravos e impurezas, promovendo a renovação celular da região. Realizado em várias etapas. A primeira ação é limpar a pele e esfoliar, em seguida colocar o vapor de ozônio para dilatar os poros, extração das impurezas. Utiliza-se então aparelho de alta frequência que, além de promover a cicatrização, tem função bactericida. Depois se aplica uma máscara calmante e finaliza-se com o protetor solar. Procedimento com duração média de uma hora e meia.

Peeling químico superficial: O peeling químico é um tipo de tratamento estético que é feito com a aplicação de ácidos sobre a pele para retirar as camadas danificadas e promover o crescimento de uma camada lisa, podendo ser feito para eliminar manchas e linhas de expressão, por exemplo. Como regra, quanto mais profundo for o peeling, maior será o tempo de recuperação. Somente os peelings superficiais podem ser feitos pela técnica em estética.

Peeling a laser: peelings a laser trazem para a pele efeitos de rejuvenescimento, semelhantes aos efeitos do peeling, mas sem o contratempo da descamação. Sem aquele ardor suave e desconforto que alguns peelings mais fortes causam durante o período de descamação.

Botox: O Botox, conhecido também como Toxina Botulínica, é o principal procedimento que possui substâncias para amenizar as rugas dinâmicas, aquelas causadas pela movimentação constante dos músculos faciais e responsáveis pelas linhas de expressão. O Botox é indicado para aqueles que desejam tratar as rugas da testa, glabella (entre as sobrancelhas) e ao redor dos olhos, os pés de galinha.

Drenagem linfática: procedimento parecido com uma massagem, porém com movimentos suaves. A sua função é promover um estímulo no sistema de defesa e nas trocas metabólicas, fazer oxigenação dos tecidos, retirar os líquidos excedentes, tonificar e contribuir para retardar o envelhecimento dos tecidos. Especialmente recomendada para adultos, sobretudo em estágios pós-operatórios, quando ajuda a prevenir fibroses, aderências e outros problemas de cicatrização.

Depilação a laser: A depilação à laser é o melhor método para acabar com os pelos indesejáveis, de várias regiões do corpo, como axilas, pernas, virilha, região íntima e barba, de modo definitivo. A depilação com laser diodo elimina mais de 90% dos pelos. Irá utilizar um aparelho de laser que emite um comprimento de onda que gera calor e que atinge o local onde o pelo cresce, danificando-o, o resultado é a eliminação do pelo.

4.3.2 – Preço

A tabela abaixo nos mostra os valores iniciais da Cuidado Total Estética.

Quadro 3 – Tabela de Preços

Procedimentos	Valor (R\$)
Limpeza de pele	R\$ 200,00
Peeling químico superficial	R\$ 150,00
Peeling químico médio	R\$ 300,00
Peeling químico profundo.	R\$ 1.500,00
Peeling a laser	R\$ 1.000,00
Botox	R\$ 1.800,00
Drenagem linfática	R\$ 150,00
Depilação Luz Pulsada (buço)	R\$ 600,00 (Pacote com 10 sessões)
Depilação Luz Pulsada (virilha)	R\$ 2.500,00 (Pacote com 10 sessões)
Depilação Luz Pulsada (axilas)	R\$ 1.500,00 (Pacote com 10 sessões)
Depilação Luz Pulsada (pernas)	R\$ 3.000,00 (Pacote com 10 sessões)

Fonte: Dos próprios autores (2021)

4.3.3 – Estratégias promocionais

A visão da empresa a cerca deste tópico é oferecer pacotes de sessões para diminuição do custo dos tratamentos, desta forma quanto mais procedimento o cliente optar em realizar conseguimos ofertar 10% de desconto em cada item.

Outro meio de promoções que será adotado é desconto em datas comemorativas, um exemplo é ofertar descontos no Dia dos Pais, mães, avos, professores, entre outras profissões.

Para a divulgação deste comércio iremos utilizar de recursos como redes sociais, permutas oferecidas para influencers da cidade e região, além de carro de som divulgando a inauguração dos nossos serviços.

4.3.4 – Estrutura de comercialização

Nosso atendimento será realizado através de duas formas sendo elas a utilização de nossa clínica pelos clientes e a oferta de alguns tratamentos de forma domiciliar conforme solicitação prévia do cliente.

4.3.5 – Localização do negócio

A clínica estará localizada na Avenida Carlos Rios, 371 - Jardim Umuarama, Santa Cruz do Rio Pardo – SP. Nesta rua temos vários galpões em locação no qual poderá ser realizado adequações e está em alta expansão com proximidades a escolas no qual traz um olhar dos responsáveis que levam as crianças por estar na região e conhecem o espaço.

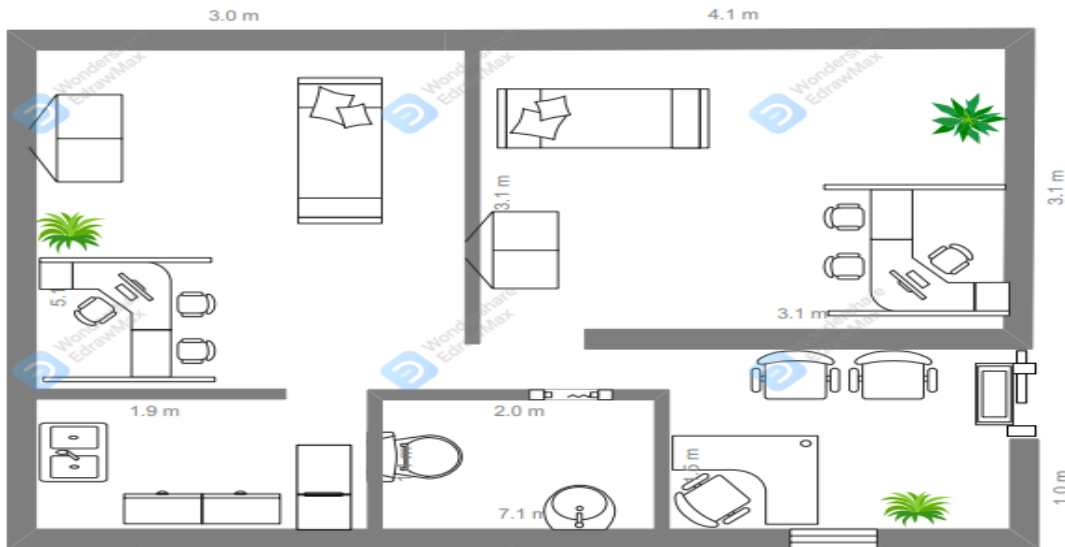
4.4 –Plano Operacional

4.4.1 – Layout

O layout da empresa tem como objetivo definir a distribuição dos equipamentos conforme o espaço físico disponível. Como não se sabe onde a empresa será implementada, o layout serve para ter uma noção do espaço físico necessário. Neste caso, o espaço é pequeno com base nos equipamentos que foram considerados para uma clínica estética.

A seguir apresentamos a planta baixa da clínica de estética.

Figura 10 - Layout da empresa



Fonte: Dos próprios autores (2021)

4.4.2 – Capacidade produtiva/comercial/serviços

A empresa tem a capacidade de atender uma demanda de 20 clientes por dia. A escolha deste número tem a influência de dois fatores um deles é a atenção constante aos clientes; o número limitado e reduzido de pacientes por horário permite ao profissional/esteticista entregar um serviço de qualidade estando atento às necessidades dos clientes. Outro fator importante é o espaço físico; por se tratar de uma clínica, ou seja, um local pequeno e com tratamentos individuais, atender várias pessoas ao mesmo tempo não se torna viável.

4.4.3 – Processos operacionais

As descrições das atividades da empresa serão separadas em três etapas: Avaliação corporal; escolha do plano e Realização dos procedimentos.

- 1) Avaliação corporal: Apresentar a empresa para o cliente, mostrar o espaço e Serviços, explicar a ideia da empresa, os valores, métodos de pagamento e planos ofertados. Caso o cliente não realizar a o plano, entregar um folder com informações de preço, condições de pagamento, plano e horário de Funcionamento. Quando o cliente realizar o plano, definir horário de atendimento, pegar o contato do cliente, definir a forma de pagamento e plano e, por fim, entregar como brinde formado por uma squeeze com logo da empresa.
- 2) Escolher plano: Após realizar a anamnese e avaliação corporal, entregar para o cliente ao menos três planos que se encaixem nas suas necessidades e de diferentes

valores para que ele escolha qual se encaixa melhor no seu orçamento. Apresentar métodos de pagamentos e valores das parcelas.

3) Procedimentos: O cliente virá duas vezes na semana ou uma vez (realizado os dois procedimentos no mesmo dia, caso haja horário) para realizar seus procedimentos.

4.4.4 – Necessidade de pessoal

A clínica se resume em dois cargos:

Esteticista: Ter experiência no ramo estético, especializada no uso de noções de vendas e serviço ao cliente e dando destaques para parte estética, como: Peelings faciais, tratamentos contra a celulite e conhecimentos dermatológicos.

Limpeza: Cargo que será muito importante para o estabelecimento, buscaremos uma pessoa que tenha disposição e que saiba realizar as atividades com êxito.

4.5 – Plano Financeiro

4.5.1 – Valor do investimento inicial

A seguir está o gráfico de Estimativas dos investimentos fixos.

Quadro 4 - Estimativas dos investimentos fixos

Estimativas dos investimentos fixos			
Descrição	Qtd.	Valor Unitário	Total
Aparelho de luz pulsada	1	R\$ 379,90	R\$ 379,90
Aparelho de peeling de diamante	1	R\$ 219,79	R\$ 219,79
Aparelho de Radiofrequencia	1	R\$ 199,00	R\$ 199,00
Caneta Pressurizada	2	R\$ 287,88	R\$ 575,76
Impressora	1	R\$ 290,00	R\$ 290,00
Maca	3	R\$ 389,00	R\$ 1.167,00
Mocho	3	R\$ 310,00	R\$ 930,00
Carrinhos auxiliares	6	R\$ 245,00	R\$ 1.470,00
Lençóis descartaveis	5cx	R\$ 138,00	R\$ 690,00
máscaras	5CX	R\$ 52,98	R\$ 264,90
luvas	10 CX	R\$ 18,47	R\$ 184,70
pincel	5CX	R\$ 49,50	R\$ 247,50
Toalha	40	R\$ 179,90	R\$ 179,90
Mobília - armários (cozinha, SALAS)	4	R\$ 236,00	R\$ 236,00
Mobília – mesas	1	R\$ 340,00	R\$ 340,00
Mobília – cadeiras	1	R\$ 105,00	R\$ 105,00
Computadores	3	R\$ 1.556,00	R\$ 4.668,00
Utensílios de papelaria	1	R\$ 500,00	R\$ 500,00
Geladeira	1	R\$ 923,00	R\$ 923,00
Talheres/Taças	1	R\$ 35,00	R\$ 35,00
Subtotal (1)			R\$ 13.605,45
Capital de Giro (2)			R\$ 86.394,55
TOTAL DE INVESTIMENTO INICIAL (1 + 2)			R\$ 100.000,00

Fonte: Elaboradas pelos autores (2021)

4.5.2 – Previsão dos gastos fixos e variáveis mensais

Logo abaixo está representado a tabela de gastos fixos da clínica.

Quadro 5 – Previsão dos gastos fixos e variáveis

Previsão dos gastos fixos e variáveis mensais		
Aluguel Imóvel		R\$ 1.200,00
Água		R\$ 108,00
Luz		R\$ 650,00
Internet		R\$ 84,90
Aluguel - Aparelho de crio lipólise		R\$ 550,00
Publicidade - Carro de Som		R\$ 175,00
Publicidade - Redes Sociais		R\$ 100,00
Permuta - Influencers da região		R\$ 0,00
ADMINISTRATIVO		
Esteticista	2	R\$ 3.388,00
Limpeza	1	R\$ 240,00
Encargos (80% sobre a folha de pagamento)		R\$ 3.094,40
Pró-labore (Retirada dos sócios)	5	R\$ 5.000,00
Encargos sobre pró-labore (20%)		R\$ 1.000,00
Material de limpeza		R\$ 100,00
Depreciação		R\$ 135,88
TOTAL GASTOS FIXOS		R\$ 15.826,18

Fonte: Elaboradas pelos autores (2021)

4.5.3 – Previsão de gastos variáveis mensais

Logo abaixo está apresentada a tabela de gastos variáveis mensais.

Quadro 6 – Previsão de gastos variáveis mensais.

ITENS	ALÍQUOTA EM %
SIMPLES	6%
TOTAL	6%

Fonte: Elaboradas pelos autores (2021)

4.5.4 – Previsão da receita mensal

A fórmula para calcular a receita mensal é $RM = \text{previsão dos gastos fixos} / 100\% - (\%SIMPLES + \% ML)$.

$$RM = 15.826,18 / 100\% - (6\% + 20\%)$$

$$RM = 15.826,18 / 100\% - 26\%$$

$$RM = 15.826,18 / 74\%$$

$$RM = 15.826,18 / 0,74$$

$$RM = 21.386,73$$

A previsão de renda mensal é de aproximadamente R\$ 20.012,40.

4.5.5 – Previsão do preço de venda

A clínica de estética trabalhará com vários procedimentos certificados que variam em seu preço, partindo do procedimento. Para a clínica atingir a receita de 20.012,40, a clínica funcionará 22 dias corridos e terá que fechar seu caixa no mínimo em R\$ 910,00.

Seguindo pelos procedimentos, a clínica terá que realizar 4 limpezas de pele para atingir a receita já colocada acima.

$$20.012,40 / 200 = 100,06$$

$$100,06 / 22 \text{ dias} = 4 \text{ procedimentos/dia}$$

Os outros procedimentos seguiram os mesmos cálculos, valor da receita/pelo valor do procedimento. O resultado dividido por 22 dias, para chegar em quantos procedimentos ao dia.

A tabela a seguir mostra os procedimentos e os valores de quantos devem ser feitos ao dia para atingir a receita de R\$ 20.010,40.

Quadro 7 – quantidade de vezes a ser realizado o procedimento por dia

Peeling químico superficial	6 procedimentos/dia
Peeling químico médio	3 procedimentos/dia
Peeling químico profundo.	1 procedimento/dia
Peeling a laser	1 procedimentos/dia
Botox	1 procedimentos/dia
Drenagem linfática	6 procedimentos/dia
Depilação a laser	1 procedimento/dia

Fonte: Elaboradas pelo autor (2021)

4.5.6 – Previsão do resultado

A tabela a seguir, está apresentado as previsões de resultados.

Quadro 8 – Previsão de gastos variáveis mensais

Previsão do resultado mensal		
itens	valor em R\$	Percentual
(+) Previsão de receita	R\$ 21.386,73	
(-) Previsão gastos variáveis	R\$ 1.283,20	6%
(=) margem de contribuição	R\$ 20.103,53	96%
(-) previsão de gastos fixos	R\$ 15.826,18	76%
(=) previsão de lucro	R\$ 4.277,35	20%

Fonte: Elaboradas pelos autores (2021)

4.5.7 – Previsão do ponto de equilíbrio

Nesta etapa nos mostra o ponto de equilíbrio, que é calculado através da fórmula: $PE = \text{previsão de gastos fixos} / \% MC / 100$. Onde o PE é o ponto de equilíbrio e MC é a margem de contribuição em percentual.

$$PE = 15.826,18 / 0,96 = \text{R\$ } 16.485,60$$

Quadro 9 – Previsão do ponto de equilíbrio

ITENS	VALOR R\$	%
(+) Receita mensal	R\$ 16.485,60	100%
(-) gastos variáveis	R\$ 989,14	6%
(=) margem contribuição	R\$ 15.496,47	96%
(-) gastos fixos	R\$ 15.496,47	96%
(=) Lucro	0	0%

Fonte: Elaboradas pelo autor (2021)

4.5.8 – Retorno do investimento

O retorno do investimento vai mostrar o retorno que o lucro dará ao capital que foi investido pelos sócios. O cálculo desse retorno operacional do investimento (ROI) se faz, através da seguinte fórmula matemática: $ROI = (\text{lucro operacional} / \text{investimento inicial}) \times 100$

$$ROI = (4.277,35 / 100.000) \times 100 = 4,27735 = 4,3\%$$

O lucro operacional foi retirado da tabela previsão de resultado e o investimento inicial da tabela inicial de investimentos fixos.

Prazo de retorno:

Outra forma de se analisar o retorno do investimento é calcular o tempo que o empreendedor terá de volta os R\$ 100.000,00 investidos no negócio. Quanto mais rápido for o tempo de retorno mais seguro será o negócio. Esse retorno é cálculo pela seguinte fórmula: $\text{Prazo de retorno} = \text{investimento inicial} / \text{lucro mensal}$.

$$PR = 100.000 / 4.277,35 = 23 \text{ meses}$$

O tempo de retorno é de 23 meses para os investidos R\$ 100.000,00 voltar ao negócio.

A rentabilidade é bem superior a caderneta de poupança, tornando o negócio viável e com um tempo de 2 anos para o valor de investimento inicial voltar aos sócios, o que torna o plano lucrativo.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Passamos por uma pandemia onde a ideia de empreender deixou de ser um bom negócio, mas devemos lembrar que novos empreendimentos são a revolução para a sociedade, onde surgem novas ideias e conceitos todos os dias, e sempre com uma ampla visão do futuro.

E com novos negócios, surge a necessidade de se elaborar um bom plano de negócios, que é o meio mais seguro e eficiente para ter a visão das oportunidades e dos riscos. Desta forma, através dos planejamentos, podemos ter a visualização do novo negócio;

O presente trabalho teve como objetivo a elaboração de um plano de negócios, visando uma clínica de estética em Santa Cruz do Rio Pardo - SP, como uma oportunidade de sucesso e empreendimento

Foram aplicados questionários para 25 pessoas, com perguntas voltadas a frequência em uma clínica, renda salarial, quais procedimentos mais realizavam e faixa etária.

Depois de todos os estudos bibliográficos e análise de mercado, chegou a um plano financeiro. Tendo como resultado positivo, onde a conclusão foi que o negócio é viável para se abrir, com os procedimentos citados neste trabalho e com os valores dados. Tendo como investimento inicial de R\$ 100.000,00 e um capital de giro de R\$ 86.394,55. E foram calculados os gastos fixos e variáveis mensais, tendo como resultado um valor de R\$ 15.826,18.

Foi calculado o ponto de equilíbrio por procedimentos, para que a clínica não tenha prejuízos. E o prazo de retorno foi de 25 meses, para que o saldo investido retorne para os sócios, contudo, o investimento é viável e com rendimento de 4%, a mais que a caderneta de poupança atualmente.

Para que todos os objetivos sejam alcançados, é importante o acompanhamento do negócio, tendo em vista, os gastos variáveis, para que possa assim estar dentro das metas traçadas pelo presente plano de negócios.

Portanto, o presente trabalho, poderá ser usado para futuras pesquisas acadêmicas, visando contribuir na forma teórica e prática, já que foram encontrados poucos planos de negócios voltados ao ramo de clínica estética e outros no ramo de beleza, desta forma, ampliando o horizonte do conhecimento.

REFERÊNCIAS

ACHKAR, Marília Gabriela El. **Plano de negócio para implantação de uma clínica de medicina e estética na cidade de Florianópolis – SC**. 2009.121. Conclusão de Estágio - UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA, FLORIANÓPOLIS – SC.

BORGES, Dayane. **Estética**: definição, conceito na filosofia e contemporaneidade. Disponível em: <<https://conhecimentocientifico.r7.com/estetica/>>. Acesso em: 8 de set.2021.

COSTA, Alexandre Marino; CERICATO, Domingo; MELO, Pedro Antônio. **Empreendedorismo corporativo**: uma nova estratégia para a inovação em organizações contemporâneas. Revista de Negócios, v. 12, n. 4, p. 32-43, 2007.

CRUZ, Natália. **ESTÉTICA**. Disponível em: <https://querobolsa.com.br/enem/filosofia/estetica>. Acesso em: 06 de set.2021.

DEGEN, Ronald Jean. **O empreendedor**: fundamentos da iniciativa empresarial. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.

DOLABELA, Fernando. **O segredo de Luíza**: uma ideia, uma paixão, um plano de negócio: como nasce o empreendedorismo e se cria uma empresa. São Paulo: Cultura, 1999.

DORNELAS, José Carlos Assis. **Transformando ideias em negócios**. 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2001.

FERREIRA, Manuel P, SANTOS, João C., SERRA Fernando R., **Ser Empreendedor, Pensar, Criar e Moldar a Nova Empresa**. 2 Edição, (2010) Lisboa: Edições Silabo, Ida,

MUNDO ELA. **Brasil mantém o título de 3º maior mercado do mundo no setor de estética**. 2021. Disponível em: <<https://mundoela.uai.com.br/ultimas/brasil-mantem-o-titulo-de-3o-maior-mercado-do-mundo-no-setor-de-estetica/>>. Acesso em: 08 de set.2021.

LOPES, Maria D. S. **Elaboração e Análise de Projetos de Investimento** 1ª ed (2011) Porto: edições FIUP

Peçanha, Vitor. **O que é Marketing**: tudo o que você precisa saber sobre a arte de conquistar e fidelizar clientes. 2020. Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/o-que-e-marketing/>>. Acesso em: 25 de out. 2021.

PIRES, Anibal, Marketing - **Conceitos, Técnicas e Problemas de Gestão**, 3ª ed (2002), Lisboa: Editorial verbo.

REDAÇÃO. Vindi. **Panorama do mercado de estética no Brasil e no mundo**. 2021. Disponível em: <<https://blog.vindi.com.br/mercado-de-estetica/>>. Acesso em: 8 de set. 2021.

SEBRAE. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/o-que-e-ser-empendedor,ad17080a3e107410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 06 de abr.2021.

SURVEY MONKEY. Disponível em: <https://pt.surveymonkey.com/mp/sample-size/>. Acesso em: 27 mai. 2021.

VAGHETTI, Winicki Débora. **Plano de negócio para uma clínica estética**. 2006. Conclusão de curso - UNIVERSIDADE DO VALE DO ITAJAÍ. SÃO JOSÉ - SC.

ANEXOS

Questionário utilizado para a pesquisa de mercado e a elaboração dos gráficos.

1. Você já frequentou uma clínica de estética?

- Sim
- Não

2. Sexo:

- Feminino
- Masculino

3. Faixa etária:

- 18 – 25 anos
- 26 – 33 anos
- 34 – 41 anos
- 42 – 49 anos
- 50 – 57 anos
- 58 anos ou mais.

4. Indique sua faixa de renda familiar:

- Até R\$1.000,00
- R\$1.001,00 a R\$2.000,00
- R\$2.001,00 a R\$3.000,00
- R\$3.001,00 a R\$4.000,00
- R\$4.001,00 a R\$5.000,00
- R\$5.001,00 ou mais
- Sem renda

5. Qual sua cidade?

6. Utilizaria algum serviço de estética?

- Sim
- Não

7. Com que frequência utiliza os serviços de estética?

- 1 vez por semana
- A cada 15 dias
- 1 vez por mês
- 1 vez a cada 6 meses
- 1 vez ao ano
- Nunca fui a uma clínica de estética

8. Que tipo de tratamento você costuma utilizar:

- Facial
- Corporal
- Corporal e Facial
- Procedimento médicos faciais , como Botox e peeling
- Procedimento médicos corporais, como carboxiterapia
- Depilação definitiva