

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

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 (HISRIC, 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> Acesso em 07/09/2019

