

**CENTRO PAULA SOUZA
ETEC DE GUAÍRA
TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO**

**José Donizete Mascarini Neto
Júlia Rodrigues Moreira
Larissa Vieira Gonçalves
Layslaura Silva Pereira Mendes
Tauane Vieira Gonçalves**

ESPAÇO BEAUTY STYLE

Guaíra-SP

2024

José Donizete Mascarini Neto
Júlia Rodrigues Moreira
Larissa Vieira Gonçalves
Layslaura Silva Pereira Mendes
Tauane Vieira Gonçalves

ESPAÇO BEAUTY STYLE

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Técnico em Administração da Etec de Guáira, orientado pelos Profs. Carlos Correia e Layra Oliveira, como requisito parcial para obtenção do título de técnico em Administração.

Guáira-SP
2024

*A todos que nos apoiaram ao longo desses anos de esforços,
Especialmente a nossa família e amigos.
Aos nossos professores que tanto nos ajudaram e ensinaram,
Vocês são grandes heróis sem capas.*

Agradecimentos

Agradecemos esse trabalho aos nossos professores, por não medirem esforços em nos ajudar nesses últimos anos. Foram tantos momentos bons, não podemos deixar de agradecer por nos acompanhar nessa incrível etapa de nossas vidas! Vocês sim, são pais passageiros que levaremos a vida inteira, nos nossos corações.

*A vida é curta demais para não correr atrás dos seus sonhos e aproveitar
cada segundo!*

Por: Tamie Fujimura.

RESUMO

Esse trabalho foi elaborado por todos os integrantes do grupo, para desenvolver um salão 24h na cidade de Guaira-SP. O mesmo, virá a agregar na vida de pessoas que trabalham em horário comercial e não conseguem dedicar um momento para o autocuidado. A proposta é atender dentro e fora de horários comuns, diferenciando dos outros salões da cidade, com isso atendendo um público maior. Escolhemos a cidade onde todos os integrantes residem, por conhecerem melhor o público-alvo, que são mulheres, de 16 a 25 anos, com faixa salarial de 2 a 3 salários mínimos, de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Atualmente, é raro encontrar pessoas que não têm o hábito de se cuidarem, e por isso, temos um público que procura serviços oferecidos pela nossa empresa. O ponto físico do negócio foi escolhido estrategicamente por ser um bairro novo na cidade, onde há demanda pelos serviços oferecidos pela empresa e fluxo de pessoas como potenciais clientes.

Palavras-chave: salão de beleza; serviços de estética; salão 24 horas.

ABSTRACT

This work was developed by all the members of the group to develop a 24-hour salon in the city of Guáira-SP. It will add value to the lives of people who work business hours and are unable to dedicate time to self-care. The idea is to provide services during and outside of regular business hours, differentiating ourselves from other salons in the city and thus serving a larger audience. We chose the city where all the members live because we know the target audience best, which is women, aged 16 to 25, with a salary range of 2 to 3 minimum wages, according to the Brazilian Institute of Geography and Statistics (IBGE). Nowadays, it is rare to find people who do not have the habit of taking care of themselves, and for this reason, we have an audience that seeks services offered by our company. The physical location of the business was strategically chosen because it is a new neighborhood in the city, where there is demand for the services offered by the company and a flow of people as potential customers.

Keywords: beauty salon; beauty services; 24-hour salon.

LISTA DE FIGURA

Figura 1 - Convite	20
Figura 2 - local	24
Figura 3 - humanos	24

LISTA DE FIGURA

Figura 1 – Qual seu gênero?	14
Figura 2 - Qual a sua idade?	14
Figura 3 - Quantas vezes voce faz sobrancelhas ?	15
Figura 4 - Costuma fazer pacote de unhas ?	15
Figura 5 - Um salão 24 horas seria um diferencial ?	16
Figura 6 - Utilizaria um salão fora do horário comercial ?	16
Figura 7 - Qual horario vc utilizaria o salao 24 horas ?	17

Sumário

1.	12	
2.		13
2.1 Aspectos de mercado		13
2.2. Pesquisa de Mercado.		14
3.		20
3.1 Análise do Mercado Consumidor.		18
3.2	21	
3.3. Serviço/Produto		19
3.4. 4P's		19
3.4.1 Produto		19
3.4.2 Preço		19
3.4.3 Ponto de Venda ou Praça		19
3.4.4 Propaganda ou Promoção		20
4.		25
4.1 Análise do Mercado Fornecedor;		21
4.2 Como esse produto / serviço vai chegar até o cliente?		21
4.3 Pós-venda		21
5.		25
5.1. Interações entre a marca e seu público e com as estratégias de atração, retenção e fidelização.		22
5.2. Estratégia que engloba todo o ciclo de vendas e que tem como objetivo encantar e fidelizar clientes		22
5.3. Tipos de Clientes.		22
5.4. Os fatores mais importantes no relacionamento com o cliente.		22
6.		27
6.1 Capital a ser investido: Dinheiro próprio, empréstimos, financiamentos, etc.		23
6.2 outras entradas de dinheiro na empresa (além da fonte principal).		23
6.3. Como o cliente irá pagar pela compra de seu produto/serviço		23
6.4. Sua empresa terá apenas recebimentos únicos?		23
6.5. Sua empresa terá vendas recorrentes (mensalidade)?		23
7.		29
7.1. Físicos: fábricas, máquinas, sistemas		24
7.2. Intelectuais: patentes, registros, marcas, dados.		24

7.3. Humanos (Gestão de Pessoas).	24
7.4. Como sua empresa lidará em momentos de crise?	25
8.	31
9.	32
10.	Erro! Indicador não definido.
CONSIDERAÇÕES FINAIS	29
REFERÊNCIAS	30

1. INTRODUÇÃO

O setor de beleza cresce com frequência, sendo impulsionado pelo aumento de renda e pelas mudanças de hábitos. Devido a essa melhoria na renda, surge inúmeras possibilidades para cuidar de si mesmo.

Os serviços ofertados na área de beleza e estética são procurados por homens e mulheres, pois nos dias de hoje a maioria da população preza muito por sua aparência.

Diante disso, muito se discute sobre a importância de ter um salão aberto 24 horas, uma vez que, em geral, os salões funcionam em horário comercial, o que atrapalha o momento de autocuidados das mulheres. Ressalta-se que embora as mulheres sejam o público-alvo do estabelecimento, este atenderá, também, o público masculino.

1.1 Objetivo geral

Implementar um salão de beleza no município de Guaíra com atendimento 24 horas.

1.2 Objetivos específicos

Identificar os principais serviços procurados pela população de Guaíra no seguimento de beleza.

Para implementação do negócio, será realizado um empréstimo.

Espera-se que o nosso projeto beneficie a todos que trabalham em horário comercial.

1.3 Metodologia

Análise do público-alvo, identificação e análise da concorrência, e levantamento dos recursos a serem investidos.

2. SEGMENTO DE MERCADO

2.1 Aspectos de mercado

O salão de beleza está localizado no município de Guaíra, São Paulo, uma pequena cidade do interior. A população em 2022 era de 39.279 habitantes. A densidade demográfica por quilômetros quadrados era de 31,21 habitantes.

Um ano antes dessa pesquisa (2011), foi feito um estudo de Trabalho e Rendimento. Onde, a média do salário médio era de 2 a 4 salários mínimos. A média de pessoas ocupadas em relação a população era de 36,83% (IBGE, 2022).

Já na educação, a pesquisa feita em 2010 mostrava as taxas de escolaridade de alunos de 6 a 14 anos, sua porcentagem era de 97,8%, a cidade tem no total 12 escolas. Sendo, 4 particulares e 8 públicas. Comparando com outros municípios, a posição em que a escola ficava era de 384 de 645.

O PIB teve um grande desenvolvimento do ano 2021, R\$65.519,59. Comparando com outras cidades, sua posição era 76 de 645 dos municípios.

Os sócios escolheram a cidade de Guaíra-SP, por todos residir na cidade e conhecer o perfil dos possíveis clientes.

É uma cidade pequena do interior, com pouca especialização nessa área, por isso identificamos oportunidades de expandir nesse segmento.

Na cidade, existe mais de 52 salões, que não atendem 24 horas e não conseguem atender a demandas de clientes, porque não disponibilizam um atendimento especializado.

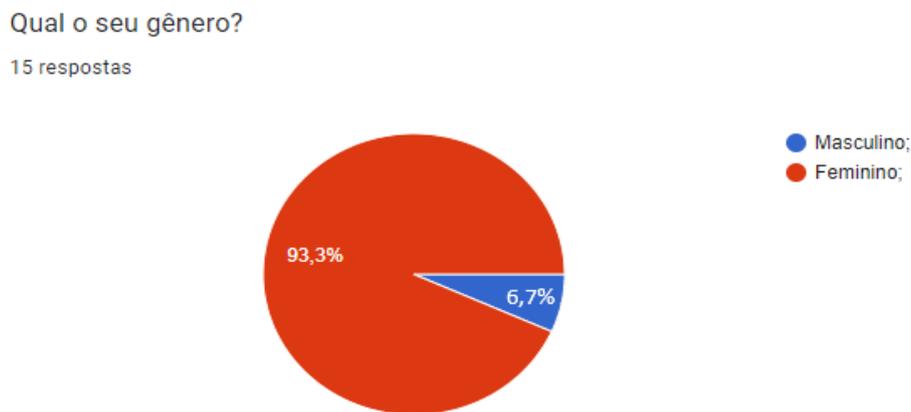
Justamente por isso, escolhemos abrir o primeiro salão 24 horas da cidade. Foi pensando nas pessoas que trabalham no horário comercial, que decidimos abrir essa exceção. Pois, geralmente elas marcam o procedimento no horário do almoço, e nem sempre do tempo de terminar antes, quando saem do serviço todos os salões já estão fechados.

2.2 Pesquisa de mercado

As pesquisas foram realizadas pelo Google Forms e enviadas nos grupos dos quais os integrantes participam na plataforma WhatsApp.

O gráfico abaixo mostra o percentual dos gêneros dos participantes, onde evidencia-se que mais de 90% dos indivíduos que participaram das pesquisas são do gênero feminino.

Figura 1 – Qual seu gênero?



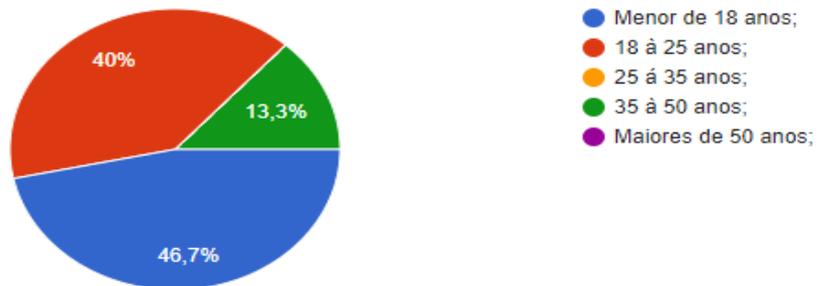
Fonte: Autoria Própria, 2024.

O gráfico abaixo mostra os resultados da pesquisa realizada com o intuito de saber a idade dos indivíduos que participaram da pesquisa. Notou-se que o público mais jovem será nosso maior consumidor, sendo 86,7% menores de 18 anos e 40% de 18 a 25 anos.

Figura 2 - Qual a sua idade?

Qual sua a idade?

15 respostas



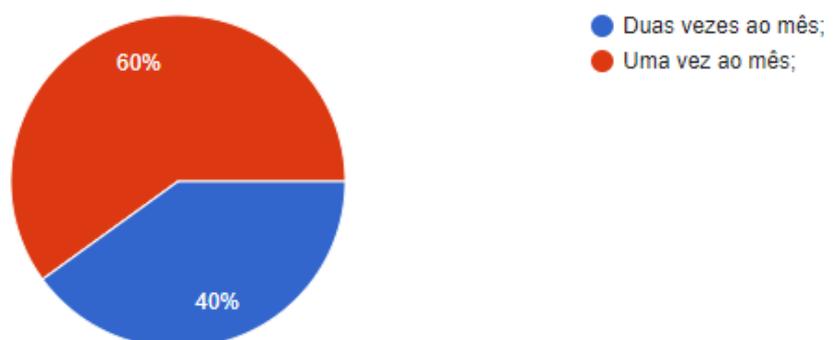
Fonte: Autoria Própria, 2024.

Outra pergunta realizada na pesquisa teve a finalidade de saber quantas vezes os participantes procuram serviços de design de sobrancelhas por mês, onde 60% dos indivíduos informaram que fazem 1 vez ao mês, e já os outros 40% responderam que fazem 2 vezes ao mês.

Figura 3 - Quantas vezes você faz sobrancelhas?

Quantas vezes você faz suas sobrancelhas no mês?

15 respostas



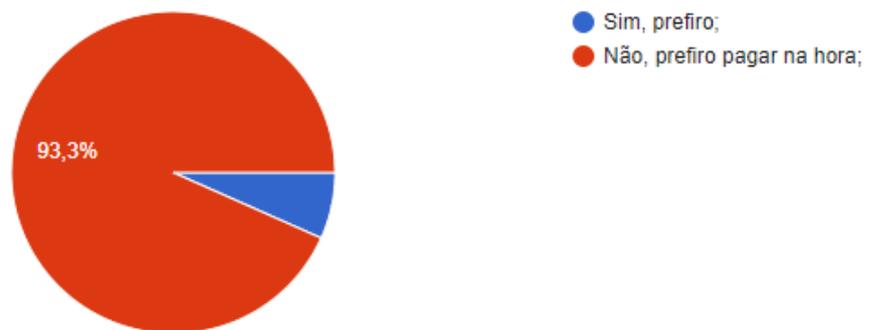
Fonte: Autoria Própria, 2024.

Foi questionado também se os entrevistados preferem contratar um pacote de manicure ou se pagam na hora da realização do serviço, e 93,3 % responderam que preferem pagar na hora.

Figura 4 - Costuma fazer pacote de unhas?

Você costuma fazer pacote de unhas?

15 respostas



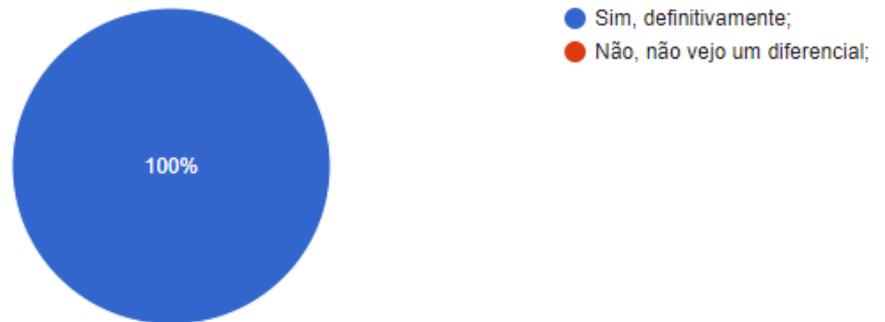
Fonte: Autoria Própria, 2024.

Outro dado importante que buscou-se saber é se estabelecimento 24h seria um diferencial no mercado. Todos os entrevistados afirmaram que sim, seria um grande diferencial.

Figura 5 - Um salão 24 horas seria um diferencial?

Você acha que um salão 24 horas seria um diferencial competitivo no mercado?

15 respostas



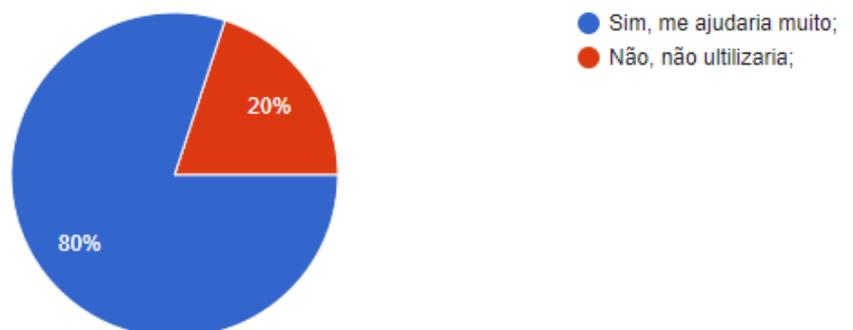
Fonte: Autoria Própria, 2024.

O gráfico abaixo mostra se o entrevistado utilizaria um salão 24 horas, e 80% dos participantes afirmaram que sim.

Figura 6 - Utilizaria um salão fora do horário comercial?

Você utilizaria um salão fora do horário comercial? (24horas).

15 respostas



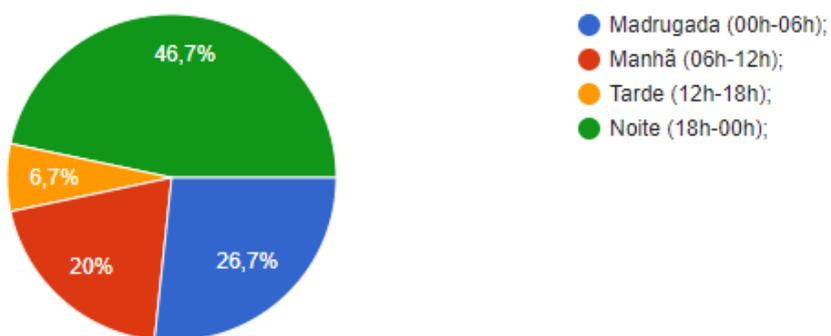
Fonte: Autoria Própria, 2024.

No gráfico abaixo estão os resultados da pergunta sobre qual horário seria utilizado o salão. Cerca de 46,7% responderam que utilizariam os serviços das 18h00 às 00h00 e 26,7% das 00h00 às 06h00, e os outros 26,6% em outros horários entre 06h00 e 18h00.

Figura 7 - Qual horário você utilizaria o salão 24 horas?

Qual horário do dia seria mais conveniente para você utilizar um salão 24 horas?

15 respostas

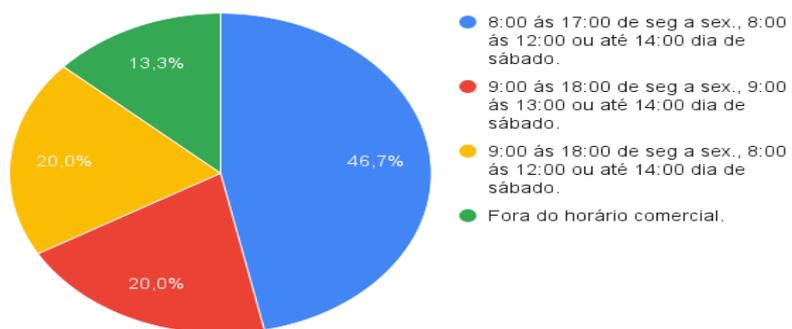


Fonte: Autoria Própria, 2024.

Foi avaliado, nesta pergunta, se os nossos clientes têm preferência em utilizar o salão no horário da noite.

Figura 8 – Qual horário você trabalha?

Qual horário você trabalha?



Fonte: Autoria Própria, 2024.

De acordo com esta informação é possível observar que o nosso público trabalha em horários diferentes, a maioria em horário comercial, sendo poucos aqueles que trabalham fora deste horário.

3. PROPOSTA DE VALOR

3.1 Análise do mercado consumidor

Nos dias de hoje, a maioria das mulheres gostam de tirar um momento para exaltar sua beleza e aumentar sua autoestima. O nosso público-alvo são essas mulheres, que possuem entre 16 e 25 anos, que trabalham em horário comercial e procuram um atendimento de beleza e estética fora deste horário para se dedicarem ao autocuidado.

3.2 Análise do mercado concorrente

Concorrente A

- Pontos fortes: conhecido na cidade dentro do segmento; tem variedade em procedimentos; serviços rápidos; disponibilidade de agenda;
- Pontos fracos: procedimentos muito rápidos, resultando em reclamações pela qualidade do serviço; as clientes se sentem incomodadas com o atendente da recepção, por ter uma parede entreaberta e ele poder ouvir assuntos íntimos.

Concorrente B

- Pontos fortes: conhecido na cidade dentro do segmento; tem espaço próprio; especialista em cabelos loiros;
- Pontos fracos: espaço físico pequeno; as clientes reclamam do procedimento de design de sobrancelhas pela parte das profissionais.

Concorrente C

- Pontos fortes: mais tempo no mercado; preço acessível; clientes fidelizados;
- Pontos fracos: capacidade de atendimento limitada, devido a pouca disponibilidade da agenda.

Fizemos uma pesquisa com o público sobre os salões, e por afirmações diretas dos usuários e consumidores obtemos essas conclusões. Também realizamos os procedimentos nos locais e não tivemos boas experiências.

3.3 Serviço/Produto

No nosso salão oferecemos uma ótima qualidade de serviço, sendo resultado de profissionais capacitados e especialistas, usando produtos de alta qualidade para melhor atender nossos clientes.

O salão se destacará pela qualidade do atendimento, garantindo que os clientes tenham uma experiência positiva e única, com uma equipe treinada e especializada para oferecer serviços de excelência. Os produtos utilizados são de marcas especialistas e de alta qualidade para garantir o melhor resultado para os clientes. Além disso, nosso espaço físico será moderno e aconchegante para atendermos melhor nossos clientes.

3.4 4P's

3.4.1 Produto

Manicure e Pedicure: Risque, Impala, Alicate M. Classic, Palito de Laranjeira, Algodão Apolo, lixa, empurrador modelador de cutícula, amolecedor de cutícula Repós.

A extensão de cílios será realizada por uma profissional qualificada, apta para realizar o procedimento deixando seu olhar mais harmônico, e elevando autoestimas.

Extensão de Cílios: Pinça Nagaraku, Cola Adesivo O calir Smart, Fio Sintético Fadvan, Pad em Gel, Aplicador de Gloss, Sabão Johnson, Guardanapo, Pisseta, Microbrush, Fita Transpore .

O designer de sobrancelha será realizado por uma profissional especializada na área, apta a deixar o rosto harmonizado com os traços dos clientes.

Design de Sobrancelha: Henna Menella, Algodão Apolo, palito com Algodão na Ponta, Removedor de Henna, Menella, Removedor de Cera, Adstringente.

3.4.2 Preço

Avaliando e dando valores aos nossos procedimentos concluímos que o valor do design com henna é de R\$35,00 e apenas o design simples é R\$28,00.

Já na extensão, trabalhamos com 2 volumes. Sendo, Volume Brasileiro R\$90,00, com a manutenção após (15 a 20 dias) no valor de R\$60,00.

E, o Volume Egípcio 5D por R\$110,00, com a manutenção por R\$70,00.

Já na parte das manicures, os valores dos produtos também estão bem altos. Então, apenas a mão sai por R\$25,00, apenas o pé por R\$30,00. Fazendo pé e mão fazemos pelo valor promocional por R\$50,00.

3.4.3 Ponto de venda ou praça

Rua 46 A, número 975, bairro António Manoel. O referido local escolhido para o ponto da nossa empresa, foi pensando por ser um bairro novo na cidade, onde muitas pessoas saem para passear e conhecer, é um local tranquilo e bastante conservado. O bairro Antônio Manoel é reconhecido por sua beleza, com ruas bem cuidadas, repletas de flores e um ambiente sempre limpo e agradável. Essas características fazem dele um local ideal para a abertura de um salão de beleza, proporcionando um espaço acolhedor e confortável para nossas clientes.

Nosso público-alvo são mulheres solteiras e casadas de 18 a 25 anos, residentes na cidade de Guaíra-SP, com renda de 2 a 3 salários-mínimos.

3.4.4 Propaganda ou promoção

Figura 1 – Convite



Fonte: Autoria Própria, 2024.

4. CANAIS

4.1 Análise do mercado fornecedor

Os fornecedores foram escolhidos devido às marcas serem de ótima qualidade, são elas Menella, Fadvan, Depill bela, Impala e Risque. Dessa maneira, nós conseguiremos trabalhar com excelência e produtos qualificados para nossos serviços.

4.2 Como esse produto/serviço vai chegar até o cliente?

Utilizaremos as redes sociais para divulgar nossos serviços, com imagens dos procedimentos finalizados e vídeos com a utilização da ferramenta Reels para criar conteúdo. A plataforma utilizada será o Instagram.

Também vamos trabalhar com tráfego pago no Instagram, para que chegue há uma demanda maior de pessoas da cidade, desta forma vamos conseguir alcançar o nosso público e atrair clientes para nosso espaço.

E além das redes será distribuído para as clientes e para pessoas aleatórias o nosso cartão de informações que terá escrito o nosso telefone para contato, e-mail e Instagram.

4.3 Pós-venda

Além de termos serviços com produtos de alta qualidade, buscamos recepcionar bem nossos clientes, para que eles se sintam confortáveis, e com vontade de voltar novamente. Após realizar o procedimento, enviaremos uma mensagem no whatsapp de agradecimento, e calcularemos os dias para que o cliente possa voltar para realizar novamente o serviço oferecido.

5. RELACIONAMENTO COM O CLIENTE

5.1. Interações entre a marca e o público com as estratégias de atração, retenção e fidelização

O relacionamento com os clientes será possível com a utilização de um WhatsApp Business onde será habilitado a função de mandar mensagens de texto prontas convocando a cliente a comparecer para fazer sua manutenção mensal com os nossos procedimentos (manicure, pedicure, extensão de cílios e design de sobrancelha). Os clientes sempre serão avisados sobre nossas promoções e sorteios.

5.2. Estratégia que engloba todo o ciclo de vendas e que tem como objetivo encantar e fidelizar clientes

Entre as estratégias para fidelização dos clientes encontra-se o monitoramento do comportamento do nosso público consumidor, iremos disponibilizar canais de comunicação abertos, assegurando o cumprimento dos direitos do consumidor, proporcionando um atendimento inteligente, eficiente e humanizado. Serão investidos também, recursos no pós-venda e em pesquisas de satisfação para fidelizar clientes, e elaborados programas de fidelidade onde armazenaremos dados e informações sobre nossos clientes.

5.3. Tipos de clientes

Alguns de nossos clientes serão:

- Cliente regular: aquele que visita o salão com frequência (semanal ou mensal);
- Cliente ocasional: o que frequenta o salão geralmente para eventos especiais, como festas, casamentos ou datas comemorativas. Pode ser mais exigente em relação ao resultado;

- Cliente novato: está visitando o salão pela primeira vez. Pode ter dúvidas sobre os serviços disponíveis e o que escolher;
- Cliente experimental, gosta de experimentar novos estilos ou serviços; cliente poupador, preocupa-se com o custo dos serviços e pode ser mais seletivo nas escolhas. Muitas vezes busca promoções ou pacotes especiais;
- Cliente leal: fiel ao salão e à equipe que atende. Muitas vezes recomenda o salão a amigos e familiares.

5.4. Os fatores mais importantes no relacionamento com o cliente

Quando falamos sobre os relacionamentos com as nossas clientes, queremos demonstrar uma ótima confiança no nosso trabalho. no nosso espaço trabalhamos com pontualidade, para que todas sejam atendidas com máxima flexibilidade e disposição sempre, queremos trazer pra as nossas clientes um preço acessível e que cabe no seu bolso, nosso salão respeitamos sempre uma boa comunicação com os nossos funcionários e clientes. A princípio pensamos em um lugar com fácil acesso para as nossas clientes e um ótimo conforto, portanto, nosso espaço oferece profissionais capacitadas, para entregar os melhores resultados sempre.

6. FONTES DE RECEITA

6.1 Capital a ser investido

Os recursos investidos no negócio foram adquiridos por meio de empréstimo que será feito pelo CNPJ da empresa, parcelado a 12x com os juros de 6,66% totalizando uma parcela de R\$1.066,66 ao mês.

6.2 Outras entradas de dinheiro na empresa

Anúncios de outras empresas, licenças de uso, parcerias, taxa de uso, taxa de assinatura etc.

6.3. Como o cliente irá pagar pela compra de seu produto/serviço

Para pagamentos dos serviços os clientes poderão utilizar o Pix, cartão de crédito/débito ou dinheiro.

6.4 A empresa terá apenas recebimentos únicos?

A maioria dos serviços oferecidos serão pagos por recebimentos únicos, após realizado o procedimento será efetuado o pagamento. Apenas o pacote que será pago mensalmente, pois a cliente pagará no começo do mês para garantir seu horário toda semana durante 30 dias. O pacote servirá também como uma fidelização, porque toda semana a cliente estará no espaço cuidando de suas unhas.

6.5. A empresa terá vendas recorrentes (mensalidade)?

A empresa terá vendas recorrentes (pacote manicure e pedicure), que serão pagas no começo do pacote tendo direito a quatro sessões de procedimento.

7. RECURSOS CHAVE

7.1. Físicos: fábricas, máquinas, sistemas

Figura 2 - local



Fonte: <https://br.pinterest.com>

A área do nosso layout conta com 36,33m² ela consiste em três salas privadas onde duas as profissionais de cílios e extensão fará seus procedimentos, em uma das salas tem a presença de um jardim de inverno para ventilação do local, a outra sala privada pertence ao gerente administrativo e contador do espaço, o layout conta a estrutura de um banheiro que todos poderão utilizar e ao lado do banheiro em um espaço conjunto tem a mesa da secretaria e as poltronas onde a manicure e pedicure fará seus serviços.

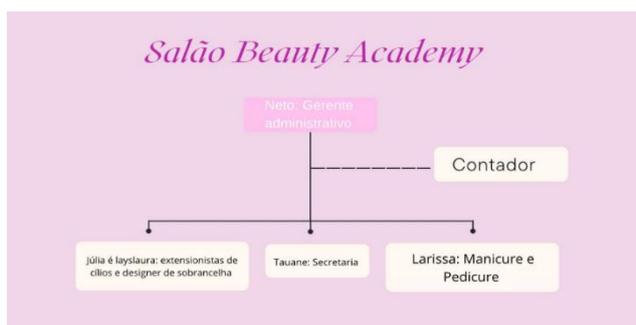
7.2. Intelectuais: patentes, registros, marcas, dados.

Código 219, certidão relativa ao andamento do pedido de patente no INPI e sua correspondência com a patente concedida no exterior, para fins de cumprimento parcial dos requisitos previstos no art. 70.9 do Acordo sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Industrial relacionados ao Comércio.

De acordo com a Lista de Serviços em Ordem de Classe o nosso item está localizado na classe 44, especificação: Serviços de salões de beleza, nº440020.

7.3. Humanos (Gestão de pessoas)

Figura 3 - humanos



Fonte: Autoria Própria, 2024.

7.4. Como a empresa lidará em momentos de crise?

Linhas de créditos, reservas (capital próprio). Nós teremos uma conta bancária onde cada um dos proprietários depositará um valor por mês, juntando assim uma quantia reserva para momentos de crise.

6. ATIVIDADES-CHAVE

O nosso negócio vai funcionar a partir de recursos feito em grupo como investimento, despesas e contas. Cada uma das profissionais fará o seu serviço individual ganhando 100% do valor pago por ele e os contratados como a secretaria, gerente administrativo e contador serão pagos por elas (profissionais). No nosso estabelecimento atenderemos 24 horas oferecendo atendimento exclusivo e de qualidade.

6. PARCEIROS-CHAVE

Para garantir um serviço de qualidade e uma experiência diferenciada para nossas clientes, estabelecemos parcerias estratégicas com fornecedores de produtos de beleza, distribuidores de cosméticos e marcas renomadas do setor.

Além disso, contamos com a colaboração de profissionais especializados, como cabeleireiros, manicures e esteticistas, que agregam experiência e inovação para os nossos serviços. Também buscamos parcerias com academias, clínicas de estética e lojas de moda, criando uma rede de indicações que beneficia tanto o nosso salão quanto os demais estabelecimentos.

Outro parceiro essencial são os influenciadores locais, que nos auxiliam na divulgação da nossa marca e na captação de novos clientes.

7. ESTRUTURA DE CUSTOS

TIPOS DE CUSTOS	CATEGORIA
Custos fixos	A
Custos variáveis	B
Custos Diretos	C
Custos Indiretos	D
Despesas	E

CATEGORIA A A	Valores
Financiamento	R\$ 1.220,00
Salário Secretaria	R\$ 1.300,00
Salário Do Gerente	R\$ 2.000,00
Seguro Contra Roubo	R\$ 44,98
	R\$ 4.564,98

CATEGORIA B	Valores
Acetona	R\$ 10,00
Lixa de unha	R\$ 10,98
Alicate	R\$ 24,99

Amolecedor de Cutícula	R\$ 15,00
Palito de Laranjeira	R\$ 10,00
Algodão Apolo 100 g	R\$ 600,00
Empurrador Modelador de Cutícula	R\$ 6,00
Pinça nagaruku	R\$ 45,00
Cola adesivo o cair smart	R\$ 120,00
Fio sintético Fadvan	R\$ 20,00
Removedor de Cílios	R\$ 89,90
Pad em gel	R\$ 35,00
Cola profissional	R\$ 109,90
Aplicador de gloss	R\$ 15,00
Sabão Johnson	R\$ 25,00

Guardanapo	R\$ 3,00
Pisseta	R\$ 12,00
Microbrush	R\$ 12,00
Fita Transpore	R\$ 30,00
Renna Menella	R\$ 45,00
Adstrigente	R\$ 109,00
Fixador de henna	R\$ 24,90
Removedor de henna	R\$ 25,00
Removedor de Cera	R\$ 30,00
Palito de madeira	R\$ 6,00
	R\$ 1.433,67

CATEGORIA D	Valores
Ar condicionado 3 Unid	R\$ 4.500,00
Poltrona 2 Unid	R\$ 998,00
Mesa para escritório 2 Unid	R\$ 2.200,00
Maca 2 Unid	R\$ 3.600,00
Carrinho Auxiliar 3 Unid	R\$ 600,00
Armário 2 Unid	R\$ 500,00
Computador	R\$ 1.500,00
Kit 6 cadeiras	R\$ 700,00
Cadeira para manicure	R\$ 380,00
Cortina 4 pares	R\$ 280,00
kit varão 4 Unid	R\$ 160,00

Nincho organizador	R\$ 100,00
Tapete	R\$ 95,00
	R\$ 15.613,00
CATEGORIA E	Valores
Água	R\$ 150,00
Energia	R\$ 300,00
Internet	R\$ 150,00
	R\$ 600,00

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho busca oferecer uma solução inovadora para atender às demandas de um público que necessita de maior flexibilidade de horários. A ideia principal é garantir serviços de qualidade, conveniência e praticidade para pessoas com rotinas intensas, proporcionando uma experiência diferenciada no segmento da beleza. Foi notado que muitas pessoas têm dificuldade em acessar serviços de beleza nos horários convencionais devido a compromissos profissionais, pessoais ou outros fatores. Esse público inclui trabalhadores de turnos alternados, pais com agendas apertadas e até mesmo aqueles que buscam um momento de autocuidado em horários não tradicionais. O diferencial do salão 24 horas está justamente em atender a esse público, permitindo que os clientes escolham o momento ideal para se cuidarem em Guaíra-SP, com a criação do salão de beleza 24 horas.

Por meio de pesquisas de mercado, foi identificado que grande parte dos clientes consideram um salão 24 horas um diferencial significativo, especialmente os jovens e pessoas que trabalham em horário comercial. Mostrando que o projeto poderá ser promissor ao aliar um serviço de qualidade, foco no público-alvo e estratégias de marketing eficientes. Uma proposta de valor, fundamentada em atendimento personalizado e espaço moderno, destacando-se frente à concorrência, consolidando o potencial de sucesso do empreendimento.

Desta forma, conclui-se que a implementação do salão de beleza 24 horas não atenderá apenas a um nicho específico, mas também contribuirá para a expansão e profissionalização do mercado local. O compromisso com a excelência no atendimento e a valorização dos clientes são pilares fundamentais para a fidelização e o crescimento do negócio.

Por fim, espera-se que este projeto inspire outras iniciativas no setor, promovendo a inovação e atendendo às crescentes demandas dos consumidores. Acredita-se que, com a correta execução do plano apresentado, o salão será uma referência em Guaíra-SP.

REFERÊNCIAS

SEBRAE. Inovação no setor de beleza no Brasil. Disponível em: <https://sebrae.com.br>. Acesso em: 01 mar. 2024.

Revista Volph. "Tendências de Beleza para 2024: O que Está em Alta no Mundo da Estética." Disponível em: <https://volphmagazine.com.br>. Acesso em: 25 abr. 2024.

Tendências de beleza. "Sustentabilidade e inovação no mercado de beleza." Disponível em: <https://www.beautytrends.com.br>. Acesso em: 11 mai. 2024.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. Disponível: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/sp/guaira.html>. Acesso em: 16 set. 2024.

CANVA. Disponível: <https://www.canva.com/>. Acessado em: 20 out 2024.