

**CENTRO PAULA SOUZA  
ETEC PROFESSORA MARIA CRISTINA MEDEIROS  
CURSO TÉCNICO EM ADMINISTRAÇÃO**

**Ana Beatriz Lourenço de Almeida Silva  
Nicole Silva dos Santos**

**SUPREME BEAUTY STUDIO:  
Personalização de serviços de beleza e estética**

**Ribeirão Pires  
2025**

**Ana Beatriz Lourenço de Almeida Silva**

**Nicole Silva dos Santos**

**SUPREME BEAUTY STUDIO:**

**Personalização de serviços de beleza e estética**

Trabalho de conclusão de curso, apresentado ao Curso Técnico em Administração, da Etec Maria Cristina Medeiros, orientado pela professora Melise Pereira Lopes da Silva como requisito parcial para obtenção do título de técnico em Administração.

**Ribeirão Pires**

**2025**

**FICHA CATALOGRÁFICA**  
**CATALOGAÇÃO CENTRALIZADA**  
**Biblioteca da ETEC Prof.<sup>a</sup> Maria Cristina Medeiros**

**S959**

Supreme Beauty Studio: personalização de serviços de beleza e estética / Ana Beatriz Lourenço de Almeida Silva; Nicole Silva dos Santos. – Ribeirão Pires (SP): ETEC MCM, 2025. Plano de Negócios. 61 fls.

Formato PDF/A. Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Trabalho de Conclusão de Curso – Centro Paula Souza, ETEC Prof.<sup>a</sup> Maria Cristina Medeiros, Eixo Gestão e Negócios - Curso Técnico em Administração, Ribeirão Pires (SP).

Orientador (a): Especialista em Gerenciamento de Projetos

Melise Pereira Lopes da Silva

Depósito: Repositório Institucional do Conhecimento do Centro Paula Souza

Modo de acesso: <http://ric.cps.sp.gov.br>

1. Supreme    2. Afro    3. Representatividade    4. Beleza    5. Feminino

I. Título        II. Autores

**CDD 658.5**

**Elaborado Por: Patricia Cordeiro da Silva Farias – CRB-8/7510**


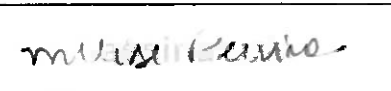
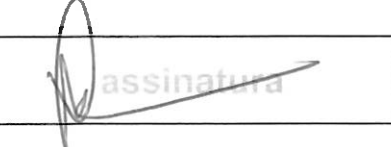
Ana Beatriz Lourenço de Almeida Silva  
**Candidatos:** Nicole Silva dos Santos

**SUPREME BEAUTY STUDIO: Personalização de serviços de beleza e estética**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Etec Maria Cristina Medeiros – ETEC MCM - como requisito parcial para obtenção do grau de Técnico em Administração.

Orientadora Prof<sup>a</sup>. Esp. Melise Pereira Loeps da Silva.

**Banca Examinadora:**

Nome:	<b>Cibele Vanessa Pinto da Cunha</b>	
Titulação:	Bacharel	
Nome:	<b>Melise Pereira Lopes da Silva</b>	
Titulação:	<b>Especialista</b>	
Nome:	<b>Valquiria Bassalobre</b>	
Titulação:	<b>Especialista</b>	

A Banca Examinadora deste Trabalho de Conclusão de Curso, em sessão realizada na cidade de Ribeirão Pires em 03 de dezembro de 2025, considerou os candidatos:

(  ) APROVADOS

(  ) REPROVADOS

## **AGRADECIMENTOS**

Gostaríamos de agradecer primeiramente a Deus e aos nossos Orixás, pela força, proteção e equilíbrio que nos acompanharam em cada etapa desta jornada. Sem essa orientação espiritual, não teríamos alcançado a persistência e a coragem necessárias para chegar até aqui.

Agradecemos também à Professora Melise, por sua dedicação, paciência e apoio ao longo deste trabalho. Sua orientação foi fundamental para o desenvolvimento deste TCC e para o nosso crescimento acadêmico.

(Nicole) Expresso a minha profunda gratidão à minha mãe, Vanessa, que sempre me encorajou a permanecer firme, acreditar em meu potencial e seguir em direção aos meus sonhos. Sua força e incentivo constante foram essenciais para que eu nunca desistisse, mesmo diante dos desafios.

A todos que, de alguma forma, contribuíram para este momento: o nosso muito obrigada. Cada gesto, palavra e apoio fizeram diferença na construção desta conquista.

## RESUMO

A Supreme Beauty Studio é um empreendimento projetado para atuar no crescente e dinâmico setor de beleza e estética, com ênfase especial na valorização da beleza afro-brasileira. O negócio propõe a criação de um espaço que combine representatividade, identidade e acolhimento, destinado principalmente a mulheres negras e periféricas que buscam serviços de qualidade, atendimento humanizado e valorização cultural. A proposta integra técnicas tradicionais da estética afro, como diferentes estilos de tranças e cuidados capilares, com práticas modernas e populares no mercado de beleza, como alongamentos de unhas e atendimentos especializados. O presente trabalho tem como objetivo geral demonstrar a viabilidade econômica do empreendimento e analisar o impacto social e cultural que a Supreme Beauty Studio pode promover em seu público e na comunidade local. Por meio de estudo de mercado, análise financeira e compreensão das demandas do público-alvo, busca-se comprovar que um espaço voltado à identidade afro, oferecendo serviços especializados, pode se mostrar sustentável financeiramente, competitivo e capaz de gerar transformações sociais, como fortalecimento da autoestima, criação de oportunidades e ampliação da representatividade no setor de beleza. A hipótese central do estudo é que um estabelecimento que valoriza a estética afro e oferece serviços de qualidade, acessíveis e acolhedores para mulheres negras, tende a ser não apenas economicamente viável, mas também culturalmente significativo e socialmente relevante. Dessa forma, o Supreme Beauty Studio se apresenta como um projeto com potencial para unir empreendedorismo, cultura e inclusão, promovendo impacto positivo tanto no mercado quanto na comunidade.

**Palavras-chave:** Supreme, Afro, Alongamento, Representatividade, Inclusão Social e Beleza.

## **ABSTRACT**

Supreme Beauty Studio is a business designed to operate in the growing and dynamic beauty and aesthetics sector, with a special emphasis on valuing Afro-Brazilian beauty. The enterprise proposes the creation of a space that combines representation, identity, and a welcoming environment, aimed primarily at Black and underserved women who seek high-quality services, humanized care, and cultural appreciation. The proposal integrates traditional Afro-aesthetic techniques, such as different styles of braids and hair care, with modern and popular practices in the beauty market, such as nail extensions and specialized services. The objective of this study is to demonstrate the economic feasibility of the business and analyze the social and cultural impact that Supreme Beauty Studio can promote among its clients and within the local community. Through market research, financial analysis, and an understanding of the target audience's needs, the study seeks to prove that a space centered on Afro identity, offering specialized services, can be financially sustainable, competitive, and capable of generating social transformation—such as strengthening self-esteem, creating opportunities, and increasing representation in the beauty sector. The central hypothesis of the study is that an establishment that values Afro aesthetics and provides high-quality, accessible, and welcoming services for Black women tends to be not only economically viable, but also culturally significant and socially relevant. In this sense, Supreme Beauty Studio presents itself as a project with the potential to unite entrepreneurship, culture, and inclusion, generating positive impact both in the market and in the community.

**Keywords:** Supreme, Afro, Extensions, Representation, Social Inclusion, Beauty.

## SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO .....	7
1.1	Justificativa .....	7
1.2	Problematização .....	8
1.3	Hipótese .....	8
1.4	Objetivos .....	8
1.5	Metodologia .....	9
2	SUMÁRIO EXECUTIVO .....	10
2.1	Resumo dos principais pontos do plano de negócio .....	10
2.2	Dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições .....	10
2.3	Dados do empreendimento .....	10
2.4	Missão .....	11
2.5	Visão .....	11
2.6	Valores .....	11
2.7	Setores de atividades .....	12
2.8	Forma jurídica .....	12
2.9	Enquadramento Tributário .....	12
2.10	Capital social .....	12
2.11	Fontes de Recurso .....	12
3	ANÁLISE DE MERCADO .....	13
3.1	Reconhecimento de trancistas, manicures entre outras profissionais da beleza perante a Lei. ....	13
3.2	Estudo dos Clientes .....	14
3.3	Estudo dos Concorrentes .....	24
3.4	Estudo dos Fornecedores .....	27
4	PLANO DE MARKETING .....	28
4.1	Descrição dos principais produtos e serviços .....	28
4.2	Preço .....	29
4.3	Estratégias promocionais .....	29
4.4	Estrutura de Comercialização .....	30
4.5	Localização do negócio .....	31
4.6	Marca (Descritivo) .....	33
4.7	Logotipo .....	33
4.8	Cores da Logo .....	34
5	ANÁLISE ESTRATÉGICA .....	35
5.1	Análise da matriz F.O.F.A .....	35
5.2	Matriz BCG .....	36
5.3	Canvas .....	37
6	PLANO OPERACIONAL .....	38



6.1	Layout ou arranjo físico .....	38
6.2	Capacidade produtiva, comercial, e de prestação de serviços .....	38
6.3	Processos operacionais .....	41
6.4	Necessidade de pessoal .....	43
7	PLANO FINANCEIRO .....	45
7.1	Investimento Fixo .....	45
7.2	Capital de Giro .....	46
7.3	Investimentos Pré-Operacionais .....	46
7.4	Investimento Total .....	47
7.5	Faturamento Mensal .....	47
7.6	Custo de Matéria-Prima .....	47
7.7	Custo de Matéria-Prima e Mercadorias Vendidas .....	48
7.8	Custos de comercialização .....	48
7.9	Estimativa de custo com Mão de Obra .....	49
7.10	Estimativa de custo com Depreciação .....	49
7.11	Custos fixos Operacionais Mensais .....	49
7.12	Demonstrativo de Resultado .....	50
7.13	Ponto de Equilíbrio .....	50
7.14	Lucratividade .....	50
7.15	Rentabilidade .....	50
7.16	Prazo de retorno do investimento .....	51
8	CONCLUSÃO .....	52
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	53
	ANEXO I – CONTRATO SOCIAL .....	55

# 1 INTRODUÇÃO

O setor de beleza e estética tem demonstrado expressivo crescimento nos últimos anos, impulsionado pela valorização da autoestima, identidade cultural e cuidados pessoais. Com base nesse cenário promissor, surge a proposta do salão Supreme Beauty Studio, um espaço voltado à valorização da beleza afro-brasileira por meio da especialização em tranças afros e serviços de alongamento de unhas. A proposta do empreendimento é atender às necessidades de um público que busca não apenas cuidados estéticos, mas também representatividade, qualidade e praticidade em um só lugar.

Este trabalho tem como objetivo geral apresentar a estrutura e a viabilidade do salão Supreme Beauty Studio, oferecendo um serviço diferenciado que una estética, identidade e funcionalidade. Tendo em vista o dinamismo do cotidiano moderno, o negócio busca proporcionar economia de tempo e um atendimento personalizado, promovendo conforto, autoestima e praticidade às suas clientes. Entre os objetivos específicos, destacam-se: oferecer um portfólio de serviços voltados à cultura afro e estética feminina, garantir um ambiente acolhedor e acessível, além de analisar a viabilidade econômica do empreendimento.

Ao final deste estudo, será realizada uma análise dos resultados alcançados, considerando fatores como investimento inicial, tempo de retorno, lucratividade e ponto de equilíbrio, a fim de comprovar a sustentabilidade e o potencial de crescimento do negócio. A conclusão trará as considerações finais e as possibilidades de expansão do Supreme Beauty Studio dentro do mercado atual.

## 1.1 Justificativa

O setor de beleza é um dos mais promissores da economia brasileira, com constante demanda por serviços especializados e personalizados. No entanto, ainda há lacunas significativas na oferta de espaços voltados especificamente à valorização da estética afro-brasileira e à representatividade das mulheres negras e periféricas. O Studio Supreme Beauty Studio surge como uma resposta a essa demanda, com a proposta de ser um ambiente acolhedor e representativo, oferecendo serviços voltados à estética negra e ao empoderamento feminino. O empreendimento também visa resgatar e valorizar práticas culturais afrodescendentes, como as

tranças, enquanto alia tendências modernas como o alongamento de unhas e outros procedimentos estéticos.

## **1.2 Problematização**

Apesar do crescimento do setor de beleza no Brasil, ainda é evidente a escassez de espaços que valorizem a estética afro-brasileira e atendam, de forma especializada, às demandas de mulheres negras e periféricas. Muitos salões de beleza adotam padrões estéticos eurocêntricos, negligenciando a diversidade de tipos de cabelos, estilos e referências culturais. Além disso, a falta de representatividade e acolhimento nesses espaços contribui para a invisibilidade de identidades e para a baixa autoestima de pessoas que não se enquadram nos padrões convencionais de beleza.

## **1.3 Hipótese**

A hipótese que fundamenta este estudo é que, ao oferecer um espaço de beleza com identidade, representatividade e serviços de qualidade voltados ao público feminino, especialmente mulheres negras e periféricas, será possível construir um negócio economicamente viável, culturalmente relevante e socialmente transformador. A expectativa é que a especialização do Studio gere fidelização de clientes, diferencial competitivo no mercado e fortalecimento da autoestima das pessoas atendidas.

## **1.4 Objetivos**

### **1.4.1 Objetivos Gerais**

Apresentar a proposta de criação do Studio Supreme Beauty Studio, avaliando sua viabilidade econômica e seu impacto social e cultural, com foco na valorização da estética afro e no empoderamento de mulheres e pessoas que se identificam com o gênero feminino.

### **1.4.2 Objetivos Específicos**

- Oferecer serviços especializados em tranças afro e alongamento de unhas com qualidade e profissionalismo;
- Disponibilizar espaço para locação de cadeiras a profissionais parceiros, diversificando os serviços oferecidos (designer de sobrancelhas, extensão de cílios, limpeza de pele, entre outros);

- Criar um ambiente acolhedor, seguro e representativo, voltado principalmente à autoestima e identidade da mulher negra;
- Promover a cultura afro-brasileira por meio da estética e do atendimento;
- Analisar a viabilidade financeira do empreendimento, considerando custos, lucros e tempo de retorno do investimento.

#### **1.4.3 Objetivos Futuros**

- Tornar a Supreme Beauty Studio uma referência nacional em beleza afro e estética inclusiva;
- Expandir o negócio para outras regiões, por meio de franquias ou filiais;
- Criar parcerias com marcas de cosméticos e produtos voltados à cabelos e unhas;
- Desenvolver ações sociais e oficinas para formação de profissionais da beleza com foco em estética afro.

#### **1.5 Metodologia**

A metodologia deste estudo baseia-se em pesquisa bibliográfica e de mercado, análise de dados secundários do setor da beleza e empreendedorismo, levantamento de custos e projeções financeiras. Serão utilizadas fontes como artigos acadêmicos, relatórios de mercado, entrevistas com profissionais do ramo e benchmarking com salões de beleza especializados, inclusive internacionais. Também será aplicado um plano de negócios com estimativas de faturamento, despesas e estratégias de marketing, a fim de avaliar a viabilidade e sustentabilidade da Supreme Beauty Studio.

## **2 SUMÁRIO EXECUTIVO**

O Sumário Executivo é a parte inicial do plano de negócio, sendo um resumo dos principais pontos sendo a visão geral de um documento, tendo a função de informar os itens de modelo de um novo projeto, sendo assim, simples e objetivo, destacando os pontos fortes do novo negócio.

### **2.1 Resumo dos principais pontos do plano de negócio**

O Empreendimento Supreme Beauty Studio será um estúdio de beleza com foco principal nos serviços de alongamento de unhas e tranças. Além disso, o estúdio oferecerá a opção de aluguel de cadeiras para a realização de outros serviços estéticos, tais como: designer de sobrancelhas, extensão de cílios, limpeza de pele, entre outros. Os principais serviços prestados incluirão alongamento de unhas, manicure tradicional, pedicure tradicional, tranças afro e penteados. O empreendimento tem como objetivo promover a autoestima de mulheres cisgênero e pessoas que se identificam com o gênero feminino, além de contribuir para a ampliação da visibilidade da cultura negra. Ademais, busca-se trazer para o contexto nacional referências de salões internacionais que estão em crescimento constante. A empresa estará localizada no centro de Santo André, e o capital inicial investido é de R\$ 50.000,00, sendo que cada sócia contribuirá com 50% do valor total.

### **2.2 Dados dos empreendedores, experiência profissional e atribuições**

O salão Supreme Beauty Studio, é formado por dois sócios, sendo eles Ana Beatriz Lourenço de Almeida Silva, sendo uma *Nail Designer* e administradora da empresa; e Nicole Silva dos Santos, sendo Trancista e administradora da empresa.

### **2.3 Dados do empreendimento**

- Nome empresarial: Supreme Beauty Studio Ltda.
- Nome Fantasia: Supreme Beauty Studio
- CNPJ: 18.234.501/0001-25

## **2.4 Missão**

Nossa missão é oferecer uma experiência de beleza única, feita especialmente para cada pessoa. Trabalhamos com tranças afro e unhas de gel, sempre com muita qualidade, conforto e atenção aos detalhes. Nosso objetivo é valorizar a beleza individual de cada cliente, ajudando a fortalecer sua autoestima e confiança a cada visita.

## **2.5 Visão**

Nossa visão é ser um salão de beleza de referência em serviços especializados, com foco em tranças afro e unhas de gel, sendo reconhecido pela excelência no atendimento, inovação e cuidado personalizado. Buscamos criar um ambiente acolhedor e único, onde cada cliente se sinta valorizada e especial. Nosso compromisso vai além da estética: queremos proporcionar momentos de beleza, autoestima e bem-estar, garantindo que cada atendimento seja uma experiência transformadora. Acreditamos que cada cliente merece um serviço exclusivo, adaptado às suas necessidades e desejos, o que nos impulsiona a oferecer sempre o melhor em qualidade e atenção. Além disso, temos a ambição de nos destacar no mercado como um salão inovador, buscando constantemente novos recursos e técnicas para surpreender e atender de forma única. Estamos também abertos e motivados a estabelecer parcerias estratégicas no futuro, visando o crescimento mútuo e a troca de experiências que nos permitam expandir nossos serviços e fortalecer ainda mais nossa marca no mercado de beleza.

## **2.6 Valores**

- Qualidade e Excelência
- Conforto e Bem-Estar
- Inovação
- Atendimentos humanizados
- Respeito e Inclusão
- Cuidado Personalizado

## 2.7 Setores de atividades

A CNAE 9602-5/01 – Cabeleireiros, Manicure e Pedicure, pode ser MEI de acordo com as leis atuais.

A CNAE 9602-5/02 - Atividades de estética e outros serviços de cuidados com a beleza, pode ser MEI de acordo com as leis atuais.

## 2.8 Forma jurídica

Sendo a empresa a união de dois sócios, trabalhamos dentro da forma jurídica no modelo de sociedade limitada, onde a sua caracterização é devido à divisão do investimento de cada um ao capital social.

## 2.9 Enquadramento Tributário

A nossa empresa é optante pelo Simples Nacional, por se encaixar em suas exigências, sabendo das facilidades como guia única para pagamento de impostos, a facilidade da contabilização, e a facilidade nos processos de regularização.

## 2.10 Capital social

**Quadro 1 – Capital Social**

<b>NOME DOS SÓCIOS</b>	<b>VALOR</b>	<b>% DE PARTICIPAÇÃO</b>
Ana Beatriz	R\$50.000,00	50%
Nicole	R\$50.000,00	50%

Fonte: As autoras (2025)

## 2.11 Fontes de Recurso

A fonte de recursos será o capital integralizado por todos os sócios da empresa, ou seja, recursos próprios. O montante de R\$100.000,00 será utilizado para a aquisição de materiais e utensílios necessários para o estabelecimento. Além disso, o aluguel das cadeiras, que será contabilizado como fonte de receita, permitirá que profissionais que desejam iniciar o seu próprio negócio no salão possam utilizá-las.

### **3 ANÁLISE DE MERCADO**

A análise de mercado é o processo de estudo e avaliação do ambiente de negócios em que uma empresa está inserida, com o objetivo de entender as condições de mercado, o comportamento do consumidor, as tendências, os concorrentes e os fatores econômicos que podem influenciar o sucesso de um produto ou serviço.

#### **3.1 Reconhecimento de trancistas, manicures entre outras profissionais da beleza perante a Lei.**

O Ministério do Trabalho e Emprego (MTE) deu um passo importante ao criar uma Classificação Brasileira de Ocupações (CBO) específica para as trancistas, reconhecendo a relevância cultural, social e econômica dessa profissão, tradicionalmente exercida por mulheres negras nas periferias. A formalização da ocupação, sob o código CBO 5161-65, assegura direitos trabalhistas, acesso à previdência social e apoio ao empreendedorismo (BRASIL, MTE, 2025).

A medida, resultado das demandas de trancistas em Salvador e impulsionada por lideranças do movimento negro, como o coletivo Transando Artes, valoriza o papel dessas profissionais não apenas na estética, mas também na saúde capilar e no fortalecimento da identidade cultural. Termos como “trançadeira capilar” e “artesã capilar” reforçam o reconhecimento da diversidade e da ancestralidade presentes nessa prática. Integrada às ações do Plano Juventude Negra Viva, a iniciativa busca combater o racismo estrutural e promover a inclusão produtiva. As tranças representam resistência, cuidado e autoestima, e as trancistas desempenham papel fundamental na ressignificação da estética afro-brasileira, bem como na criação de espaços de acolhimento e valorização do cabelo natural.

Assim como as trancistas, outras profissões ligadas ao setor da beleza também foram reconhecidas por lei, como manicures, cabeleireiros, barbeiros, esteticistas e depiladores, regulamentados pela Lei nº 12.592/2012. Essa legislação marcou o reconhecimento profissional e social de atividades historicamente informais, garantindo direitos trabalhistas e acesso à qualificação e ao crédito. Tanto a Lei nº 12.592/2012 quanto a inclusão das trancistas na CBO 5161-65 representam avanços na valorização de profissões que unem arte, cultura e sustento,



fortalecendo o papel social e econômico dessas trabalhadoras na sociedade brasileira. (BRASIL, MTE, 2012).

### 3.2 Estudo dos Clientes

O estudo do cliente é uma análise voltada para compreender o perfil, comportamento, necessidades e preferências do público que consome determinado produto ou serviço. Seu principal objetivo é identificar quem é o cliente, o que ele busca, como ele consome e quais fatores influenciam suas decisões de compra. Essa análise permite que as empresas ofereçam experiências mais personalizadas, melhorem o atendimento e desenvolvam estratégias eficazes de marketing e fidelização.

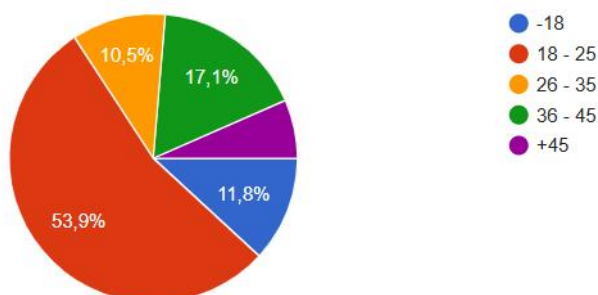
#### 3.2.1 Pergunta 1

Observamos que predominância de participantes está na faixa de 18 a 25 anos, seguida pelas faixas de 26 a 35 anos e 36 a 45 anos. Também foram registradas algumas respostas de pessoas com menos de 18 anos e um número reduzido de respondentes com mais de 45 anos.

**Gráfico 1 – Faixa etária**

1. Qual a sua idade?

76 respostas



Fonte: As autoras (2025)

- 18 Foram obtidas 9 respostas;

18 – 25 Foram obtidas 41 respostas;

26 – 35 Foram obtidas 8 respostas;

36 – 45 Foram obtidas 13 respostas;

+ 45 Foram obtidas 5 respostas.

### 3.2.2 Pergunta 2

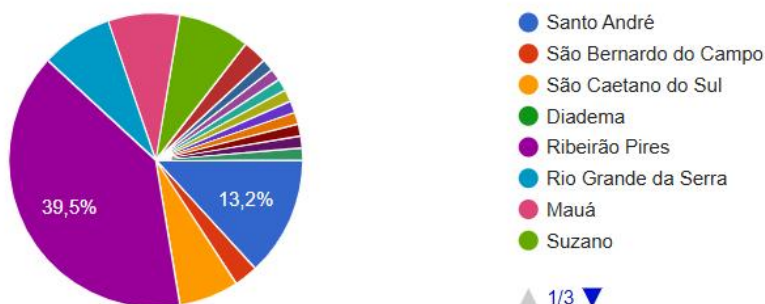
A maioria das respondentes residem na Região do Grande ABC Paulista, com destaque para os municípios de Ribeirão Pires, Mauá, Santo André, Suzano, São Caetano do Sul e Rio Grande da Serra, além de algumas respostas provenientes da cidade de São Paulo e Rio de Janeiro.

**Gráfico 2 – Município de Residência**

2. Qual município você reside?

 Copiar gráfico

76 respostas



Fonte: As autoras (2025)

Santo André - Foram obtidas 10 respostas;

São Bernardo do Campo - Foram obtidas 2 respostas;

São Caetano do Sul - Foram obtidas 5 respostas;

Diadema - Foram obtidas 1 respostas;

Ribeirão Pires - Foram obtidas 30 respostas;

Rio Grande da Serra - Foram obtidas 6 respostas;

Mauá - Foram obtidas 8 respostas;

Suzano - Foram obtidas 6 respostas;

São Paulo - Foram obtidas 3 respostas;

Grajaú - Foram obtidas 2 respostas;

Rio de Janeiro - Foram obtidas 2 respostas;

Itapevi – Foram obtidas 1 respostas;

Nova Lima – MG - Foram obtidas 1 respostas.

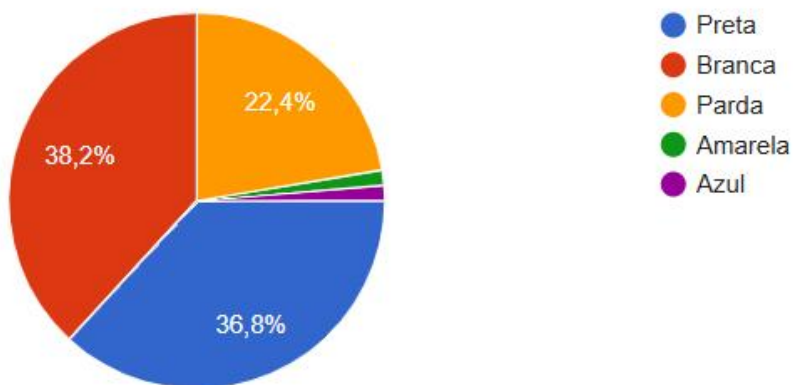
### 3.2.3 Pergunta 3

As cores mais mencionadas foram preta, branca e parda, representando a diversidade racial do público atendido. Houve ainda ocorrências isoladas de respostas “amarela” e “azul” (esta última, possivelmente simbólica).

**Gráfico 3 – Identificação racial ou de cor**

#### 3. Com qual cor você se identifica?

76 respostas



Fonte: As autoras (2025)

Preta- Foram obtidas 28 respostas;

Branca - Foram obtidas 29 respostas;

Parda - Foram obtidas 17 respostas;

Amarela - Foram obtidas 1 respostas;

Azul - Foram obtidas 1 respostas.

### 3.2.4 Pergunta 4

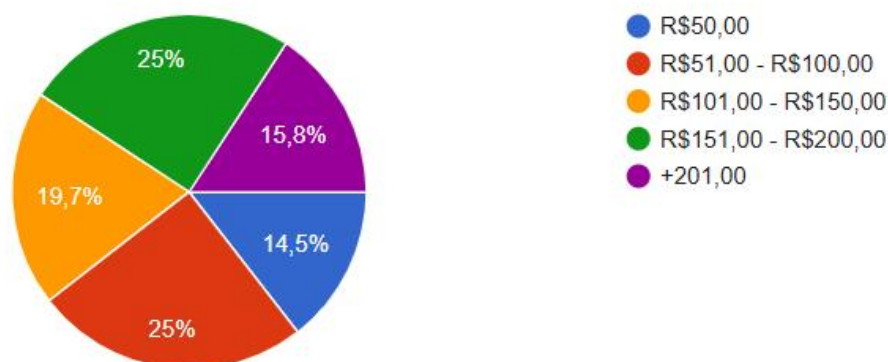
A faixa de gasto mais recorrente situa-se entre R\$51,00 e R\$150,00 por atendimento. Em menor proporção, observou-se um grupo que investe entre R\$151,00 e R\$200,00, e um número reduzido de participantes que relatou gastos superiores a R\$201,00.

**Gráfico 4 – Média de gastos em salões de beleza**

4. Qual a sua média de gastos em um salão de beleza?



76 respostas



Fonte: As autoras (2025)

R\$50,00 - Foram obtidas 11 respostas;

R\$51,00 - R\$100,00 - Foram obtidas 19 respostas;

R\$101,00 - R\$150,00 - Foram obtidas 15 respostas;

R\$151,00 - R\$200,00 - Foram obtidas 19 respostas;

+201,00 - Foram obtidas 12 respostas.

### 3.2.5 Pergunta 5

Os principais fatores apontados como determinantes na escolha de um salão foram:

- Qualidade do atendimento e profissionalismo das colaboradoras;
- Qualidade dos produtos e dos serviços prestados;
- Higiene, conforto e organização do ambiente;
- Confiança, empatia e atenção às necessidades das clientes;
- Beleza e estética do espaço físico.

#### **Gráfico 5 – Aspectos mais valorizados em um salão de beleza**

5. O que você mais aprecia em um salão de beleza?

76 respostas

Atendimento
O atendimento
Organização
Serviço
Atendimento, limpeza e cortesia
A vista
A profissional escutar a minha opinião e entender sobre meu tipo de cabelo
Ambiente, educação, profissionalismo e como sou tratada
Unhas e cabelo

Fonte: As autoras (2025)

### 3.2.6 Pergunta 6

A maioria das participantes frequenta salões de beleza de forma mensal, seguida de uma parcela que realiza visitas trimestrais. Em menor número, registraram-se

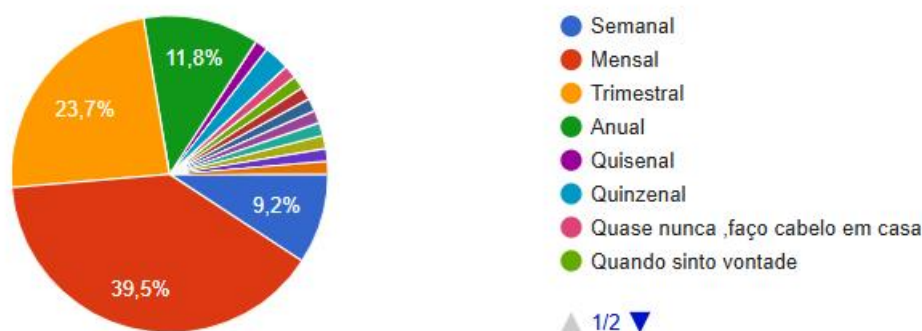
respostas semanais e anuais, geralmente associadas à disponibilidade financeira ou necessidade específica.

### Gráfico 6 – Frequência de visita ao Salão

6. Com que frequência você vai a um salão de beleza?

 Copiar g

76 respostas



Fonte: As autoras (2025)

Semanal - Foram obtidas 7 respostas;

Mensal - Foram obtidas 30 respostas;

Trimestral - Foram obtidas 18 respostas;

Anual - Foram obtidas 9 respostas;

Quinzenal - Foram obtidas 3 respostas;

Quase nunca, faço cabelo em casa - Foram obtidas 1respostas;

Quando sinto vontade - Foram obtidas 1 respostas;

15 em 15 - Foram obtidas 1 respostas;

Varia de acordo com o orçamento - Foram obtidas 1 respostas;

Eu mesmo faço - Foram obtidas 1 respostas;

Dependendo mês sim e mês não - foram obtidas 1 respostas;

Algum evento - Foram obtidas 1 respostas;

Raramente - Foram obtidas 1 respostas;

Quando o cabelo já não está legal - Foram obtidas 1 respostas.

### 3.2.7 Pergunta 7

Os serviços com maior relevância para as respondentes foram:

- Tranças e penteados;
- Manicure e pedicure;
- Design de sobrancelhas e cílios;
- Alongamento de unhas.

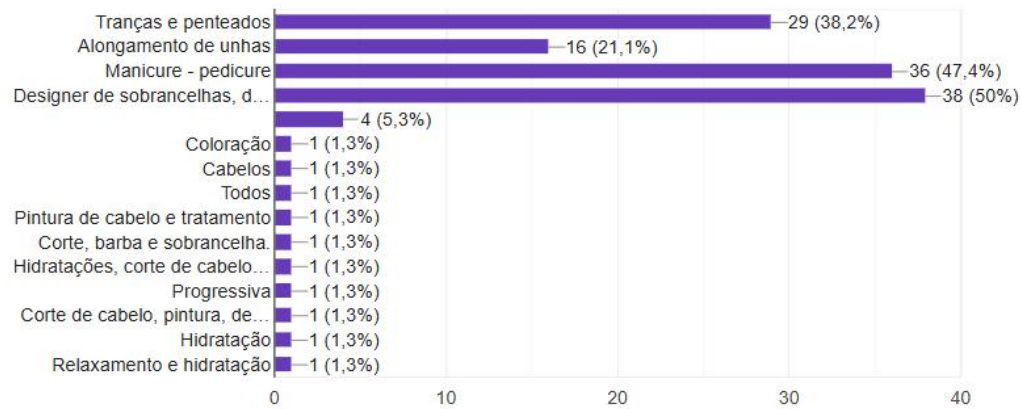
Outros serviços, como hidratação capilar, progressiva e coloração, também foram mencionados, embora com menor frequência.

### Gráfico 7 – Serviços considerados mais importantes

7. Quais serviços de beleza tem mais importância em sua concepção?

[Copiar gráfico](#)

76 respostas



Fonte: As autoras (2025)

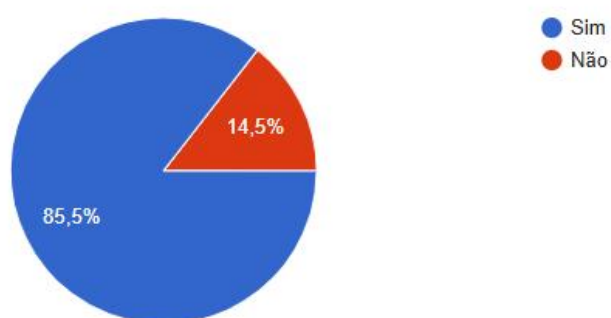
### 3.2.8 Pergunta 8

A grande maioria das respondentes afirmou buscar inspirações de beleza nas redes sociais, evidenciando a influência digital sobre suas decisões estéticas e de consumo.

**Gráfico 8 – Busca por inspirações em redes sociais**

8. Você costuma buscar inspirações de beleza nas redes sociais?

76 respostas



Fonte: As autoras (2025)

SIM - Foram obtidas 65 respostas;

NÃO - Foram obtidas 11 respostas.



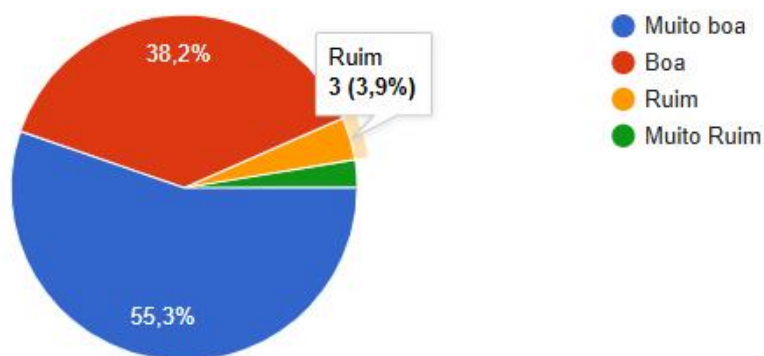
### 3.2.9 Pergunta 9

A maior parte das participantes avaliou sua última experiência como boa ou muito boa, demonstrando um nível satisfatório de contentamento com os serviços recebidos. Apenas uma pequena parcela classificou a experiência como ruim ou muito ruim, normalmente por motivos relacionados à execução do serviço ou à falta de atenção da profissional.

**Gráfico 9 – Avaliação da última experiência em um salão de beleza**

9. Como você avalia sua última experiência em um salão ou clínica de beleza?

76 respostas



Fonte: As autoras (2025)

Muito boa - Foram obtidas 42 respostas;

Boa - Foram obtidas 29 respostas;

Ruim - Foram obtidas 3 respostas;

Muito Ruim - Foram obtidas 2 respostas.

### 3.2.10 Pergunta 10

Os principais diferenciais identificados pelas respondentes foram:

- Atendimento personalizado e cordialidade;
- Profissionalismo e domínio técnico das profissionais;
- Qualidade dos materiais e produtos utilizados;
- Ambiente acolhedor e organizado;
- Pequenos gestos de atenção, como brindes ou conforto oferecido durante o atendimento.

Em contraponto, os relatos negativos envolveram erros na execução do serviço, falta de comunicação e ausência de empatia no atendimento.

#### **Gráfico 10 – Diferencial percebidos no último atendimento**

10. Qual foi o maior diferencial do último serviço de beleza que você contratou?

58 respostas

Atendimento
Atendimento
Fiz as unhas
A qualidade do material que a profissional usou com certeza foi um grande diferencial
Agilidade
Qualidade
A amizade que criei
Atendimento.
O último que eu fui, foi bem ruim, a mulher estragou meu cabelo, fez um corte que eu não queria, muito ruim mesmo.

Fonte: As autoras (2025)

### 3.3 Estudo dos Concorrentes

As nossas principais concorrentes são Urbi Afro, Spl Braids, Studio Clarezza e Mahounonails.

- A Urbi Afro caracteriza-se como um empreendimento voltado ao setor de beleza étnica e cuidados capilares afrodescendentes, com ênfase na valorização da identidade cultural e na promoção da saúde dos fios. Entre os serviços prestados, destacam-se as tranças afro, box *Braids* e *knotless Braids*, estas últimas reconhecidas por reduzirem a tração no couro cabeludo e, conseqüentemente, diminuírem os riscos de alopecia tracional. Além das práticas de trançado, a empresa oferece tratamentos capilares integrativos, como massagens relaxantes, aromaterapia e aplicação de produtos veganos e *cruelty-free*, alinhando-se às diretrizes contemporâneas de sustentabilidade e consumo consciente. A atuação da empresa, portanto, transcende a estética, assumindo um caráter sociocultural e educativo, na medida em que busca reafirmar a ancestralidade e fomentar o empreendedorismo negro no setor de beleza.
- A Spl *Braids* oferece uma ampla variedade de técnicas de trançado, destacando-se principalmente pela durabilidade, variedade de estilos e o uso de materiais específicos. No site oficial da empresa, foram listados diversos formatos de tranças, cada um com tempo estimado de execução, durabilidade e materiais utilizados, como por exemplo: *Medium Boho*, *French Curls*, *Big Gypsy*, *Knotless Man*, *Goddess Braids*, *Boho Curls*, *Gypsy Braids*, Nagô Personalizada, Fulani Lisa, Nagô Simples.
- O Studio Clarezza, sob a direção da arquiteta paisagista Clariça Lima, insere-se no campo do paisagismo arquitetônico contemporâneo, com foco na integração entre espaço construído e natureza. Seus serviços compreendem a elaboração e execução de projetos paisagísticos residenciais, corporativos e culturais, com destaque para propostas que conciliam estética, funcionalidade e sustentabilidade. O estúdio é responsável por concepções reconhecidas em eventos de prestígio, como a Casa Cor São Paulo, nas quais emprega uma abordagem que privilegia a experiência sensorial e a valorização da identidade cultural no espaço urbano. A metodologia aplicada articula conhecimentos interdisciplinares de arquitetura, design e ecologia, o que permite desenvolver ambientes de convívio social, áreas verdes funcionais e soluções criativas para

integração homem-natureza. Assim, o Studio Clarezza contribui para a construção de uma arquitetura paisagística que alia inovação técnica e responsabilidade ambiental.

- A Mahounonails atua no segmento de estética e design de unhas, oferecendo serviços especializados de manicure, pedicure e *nail art*. Localizada em São Paulo, a empresa se insere em um mercado altamente competitivo e caracteriza-se pelo atendimento personalizado, voltado à criação artística de designs exclusivos que acompanham tendências contemporâneas de moda e estética. Entre seus serviços, incluem-se a aplicação de técnicas de alongamento, esmaltação em gel e decoração detalhada, voltadas tanto à durabilidade quanto à valorização estética das mãos e pés. A Mahounonails, ao articular técnica e criatividade, destaca-se como um espaço que promove bem-estar, identidade pessoal e expressão artística por meio da estética corporal, evidenciando a crescente relevância do segmento de *nail design* no contexto das indústrias criativas e de beleza.

Abaixo segue o Quadro comparativo obtendo os pontos Fortes e Fracos nosso e de nossos concorrentes:

**Quadro 2 - Análise dos Concorrentes**

<b>Empresa</b>	<b>Pontos Fortes</b>	<b>Pontos Fracos</b>
Supreme Beauty Studio	Ambiente confortável, localização estratégica, atendimento personalizado.	Início de operação com carteira de clientes ainda em formação, dependência de divulgação e marketing.
Urbi Afro	Inovação técnica, sustentabilidade, forte impacto social e variedade de serviço	Limitação de espaço
Spl Braids	Variedade significativa de estilo, transparência com o cliente, uso de materiais orgânicos e sustentáveis.	Informações limitadas sobre atendimento, ausência de avaliação e seu portfólio
Studio Clareza	Paisagismo e design com identidade	Limitação de escolha de serviço, localização ruim
Mahounonails	Unhas com estilo único, localização central em São Paulo	Por seu carro chefe ser unhas com decorações específicas não atendem uma variedade de clientes para modelos de unhas distintos.

Fonte: As autoras (2025)

### **3.4 Estudo dos Fornecedores**

Contamos com uma rede de fornecedores de confiança que nos permitem oferecer os melhores produtos e acessórios para atender às necessidades de nossos clientes, especialmente nas áreas de beleza, cuidados pessoais e bem-estar. A seguir, detalhamos os itens que cada fornecedor nos fornecerá:

#### **Mercado Livre**

O Mercado Livre será responsável por fornecer uma grande variedade de itens essenciais para o nosso estoque. Entre os produtos, destacam-se acessórios e materiais como Jumbo, Marlei, missangas e outros itens usados na confecção de unhas e cabelos. Além disso, o Mercado Livre também nos fornecerá produtos como escovas secadoras, cadeiras de salão, secadores de cabelo, entre outros equipamentos e ferramentas profissionais para a estética. Com sua ampla rede de fornecedores e entrega eficiente, podemos garantir que temos sempre os melhores materiais disponíveis.

#### **Vólia Cosméticos**

A Vólia Cosméticos nos fornecerá matérias-primas especializadas para cuidados com cabelos e unhas, como géis, esmaltes, cremes, óleos e tratamentos capilares. Além disso, a Vólia também oferece produtos para a hidratação e nutrição da pele, garantindo uma linha completa de cosméticos de alta qualidade. Esses itens são essenciais para o cuidado diário e para oferecer resultados profissionais no atendimento aos nossos clientes.

#### **Real Love**

A Real Love é uma marca brasileira de cosméticos especializada em cuidados com as unhas. Oferece uma ampla gama de produtos, incluindo esmaltes de longa duração, bases fortalecedoras, top coats, removedores de esmalte e cremes hidratantes para cutículas. Também fornece kits completos de manicure, ferramentas precisas e produtos para alongamento de unhas, como géis e kits para unhas artificiais. Além disso, disponibiliza itens para decoração de unhas, como adesivos e pedras decorativas. Com esses produtos, a Real Love visa garantir serviços de alta qualidade, focando na saúde e estética das unhas.

## 4 PLANO DE MARKETING

“O conceito de satisfação é o sentimento de prazer ou de desapontamento resultante da comparação do desempenho esperado pelo produto ou resultado em relação às expectativas da pessoa”. KOTLER (1998, p.53)

### 4.1 Descrição dos principais produtos e serviços

Os serviços estéticos relacionados a cuidados com os cabelos e unhas são essenciais para manter a aparência saudável e estilo, atendendo tanto às necessidades diárias quanto a ocasiões especiais. Entre os principais serviços oferecidos estão as tranças afro, penteados, alongamento de unhas, manicure tradicional e pedicure tradicional, que proporcionam benefícios específicos em termos de beleza, praticidade e autoestima.

As tranças afro são uma técnica tradicional que envolve a “entrelaçação” dos fios, podendo ser feitas com cabelo natural ou extensões sintéticas. Esse estilo é popular nas culturas afro-brasileira e africana, oferecendo praticidade e durabilidade, pois podem ser usadas por semanas. As tranças protegem os fios naturais contra danos causados por calor e produtos químicos. O processo de aplicação pode levar de 3 a 6 horas, dependendo do estilo escolhido, como box Braids e tranças nagô. Os fios sintéticos e jumbo são comumente usados para dar volume e comprimento. Os benefícios incluem a proteção capilar, a durabilidade e o estilo único proporcionado pelas tranças.

Os penteados envolvem a estilização do cabelo de diversas maneiras para criar visuais sofisticados ou despojados. Eles são ideais para eventos como casamentos, formaturas e festas, mas também podem ser usados no dia a dia. Os tipos de penteados incluem coques, tranças, cachos e ondas, adaptáveis a diferentes tipos de cabelo. A duração varia de 30 minutos a 2 horas, dependendo da complexidade do penteado. São utilizados produtos como géis, mousses, sprays fixadores e acessórios. Os benefícios dos penteados incluem a versatilidade para diversas ocasiões e o aumento da autoestima, destacando a beleza e sofisticação.

O alongamento de unhas é um procedimento que aumenta o comprimento e a resistência das unhas naturais, utilizando materiais como gel, acrílico ou porcelana. Esse serviço é especialmente procurado por quem deseja unhas mais longas ou

possui unhas frágeis. O processo pode durar de 1 a 2 horas e oferece a possibilidade de personalização, com decorações e formatos variados. Os materiais utilizados são gel, acrílico, porcelana, esmaltes e ferramentas para modelagem. Os benefícios incluem unhas mais longas e resistentes, aparência sofisticada e personalização.

A manicure tradicional consiste no cuidado das unhas das mãos, incluindo a limpeza das cutículas, corte, modelagem e aplicação de esmalte. A duração média desse serviço é de 30 a 40 minutos. São utilizados esmaltes de diferentes cores, cremes hidratantes e ferramentas de cuidado. Esse serviço proporciona unhas bem cuidadas e saudáveis, melhora a estética das mãos e contribui para a sensação de bem-estar e autoestima. A pedicure tradicional cuida das unhas dos pés, incluindo o corte, modelagem, remoção das cutículas e aplicação de esmalte. Assim como a manicure, a pedicure também previne problemas como unhas encravadas e fungos. A duração varia de 40 minutos a 1 hora. Para esse serviço, são usados esmaltes, cremes hidratantes e esfoliantes. Os benefícios incluem pés mais bonitos e saudáveis, prevenção de problemas nas unhas e uma sensação de relaxamento.

#### **4.2 Preço**

O preço do nosso serviço será estrategicamente definido, levando em consideração fatores como a qualidade dos produtos, os custos de produção e a competitividade do mercado, de forma a garantir um equilíbrio entre acessibilidade e exclusividade, sem comprometer a qualidade dos serviços oferecidos. Aceitamos como forma de pagamento: Pix, Dinheiro, Cartão de Crédito e Débito. Teremos descontos nos valores, promovendo principalmente nos meses temáticos, de acordo com a festividade do mês, podendo ser divulgadas através de plataformas digitais.

#### **4.3 Estratégias promocionais**

A promoção de nossos serviços será realizada por meio de ações em nossas plataformas digitais. Entre as estratégias de marketing, destacam-se a implementação de programas de fidelidade, como cartões e sistemas de pontos, com o objetivo de premiar a lealdade dos clientes e incentivá-los a participar de promoções exclusivas. Nosso pós-venda será um diferencial importante, com



acompanhamento personalizado para garantir a satisfação dos clientes e resolver eventuais dúvidas ou problemas de forma ágil e eficiente.

Outro ponto relevante será a realização de pesquisas de satisfação para obter feedback direto dos consumidores, ajustando constantemente nossa operação e serviços conforme suas expectativas.

Essas iniciativas têm como foco estimular o engajamento contínuo, a retenção dos clientes e promover a fidelização, contribuindo para o crescimento sustentável e o fortalecimento da nossa marca no mercado.

#### **4.4 Estrutura de Comercialização**

A estrutura de comercialização é essencial para garantir que os serviços oferecidos no nosso salão, cheguem de forma eficaz e conveniente aos nossos clientes. Considerando o perfil do público e os tipos de serviços oferecidos, é necessário pensar em uma combinação de canais presenciais e digitais para atender às necessidades e comportamentos dos nossos clientes.

O atendimento direto no salão será o principal canal de comercialização, uma vez que os serviços de tranças e alongamento de unhas exigem interação pessoal e um atendimento detalhado. As clientes terão a oportunidade de discutir seus estilos, ver fotos de exemplos e escolher o tipo de serviço que desejam. A personalização e o atendimento ao cliente são fundamentais nesse processo. Para facilitar o acesso dos clientes ao nosso serviço, utilizaremos uma plataforma de agendamento online. Essa ferramenta permitirá que as clientes marquem seus horários de forma prática, escolha os tipos de tranças ou alongamento de unhas desejados, e escolham o horário mais conveniente. A opção de agendamento digital ajuda a otimizar o tempo tanto do cliente quanto do salão, além de atender à demanda de praticidade. Considerando que muitos clientes buscam informações e realizam comunicações através de canais como WhatsApp e redes sociais, utilizaremos essas plataformas para interagir com nosso público. Através dessas ferramentas, as clientes poderão tirar dúvidas sobre os serviços, visualizar portfólios de tranças e unhas, e agendar atendimentos. As redes sociais também serão um canal importante para exibir o trabalho do salão, compartilhar fotos de clientes e divulgar promoções.

Investir em campanhas pagas nas redes sociais será uma estratégia eficaz para atrair novos clientes. Com o uso de Facebook Ads e Instagram Ads, podemos segmentar o público com base em interesses relacionados à beleza e cuidados com os cabelos e unhas, atingindo diretamente as pessoas que mais se identificam com os serviços que oferecemos. O marketing digital também ajudará a manter o salão visível para clientes potenciais, além de impulsionar a fidelização através de promoções exclusivas.

Estabelecer parcerias com influenciadoras locais, cabeleireiros e estúdios de beleza pode ser uma estratégia eficaz para alcançar um público maior. Representantes ou influenciadoras de beleza poderão ajudar a divulgar o salão e oferecer cupons de desconto ou pacotes promocionais. Essa forma de divulgação ajuda a aumentar a visibilidade da marca e atrair novos clientes, especialmente aqueles que confiam em recomendações pessoais.

#### **4.5 Localização do negócio**

A escolha da localização para o nosso salão de beleza foi cuidadosamente planejada, levando em consideração diversos fatores que impactam diretamente no sucesso e no crescimento do negócio.

O imóvel escolhido está localizado na Rua Itambé, 159 - Centro, Santo André - SP, 09015-300. O contrato de locação oferece condições favoráveis, com prazos de pagamento flexíveis e um valor de aluguel compatível com o nosso orçamento. O imóvel está bem estruturado e atende às exigências legais, o que facilita nossa operação e garante um bom custo-benefício no longo prazo.

A segurança do local foi uma das nossas maiores preocupações. A região do Centro de Santo André, onde o imóvel está situado, é conhecida por ter policiamento regular e uma infraestrutura de segurança bem desenvolvida. Além disso, a proximidade com pontos de grande circulação de pessoas contribui para a sensação de segurança e tranquilidade para os nossos clientes.

O imóvel está localizado em uma área central de fácil acesso, o que é crucial para atrair clientes de diversas regiões. O salão fica em frente a uma estação de trem e a um terminal de ônibus, facilitando o deslocamento de clientes sem carro. Além disso,

o local é acessível para pessoas com deficiência (PCDs) e cadeirantes, garantindo inclusão e atendendo a um público diversificado.

A região e o próprio imóvel atendem a todos os requisitos de higiene e limpeza. A limpeza do espaço e da vizinhança é bem mantida, e há a presença de equipes responsáveis pela manutenção das ruas e calçadas, proporcionando um ambiente agradável e seguro para nossos clientes.

Embora o local não disponha de estacionamento próprio, a proximidade com pontos de ônibus e estação de trem garante um fluxo constante de pessoas. Além disso, a região conta com estacionamentos públicos e áreas de estacionamento nas proximidades, permitindo que os clientes possam estacionar com facilidade. O ambiente será climatizado para garantir conforto térmico, independentemente das condições externas.

A escolha do ponto também leva em conta o alto fluxo de pessoas na região, o que é fundamental para gerar vendas e atrair novos clientes. O Centro de Santo André é um local de grande circulação, tanto de trabalhadores quanto de pessoas que frequentam lojas, bancos e estabelecimentos comerciais. Isso aumenta a visibilidade do salão e a probabilidade de captar novos clientes.

Embora existam outros salões de beleza na região, a demanda por serviços de beleza continua crescendo. O nosso diferencial de acessibilidade, conforto, e o ambiente acolhedor e climatizado, junto com a proximidade dos meios de transporte, nos posiciona de forma estratégica no mercado. A concorrência na área também garante que o público da região já tenha familiaridade com o tipo de serviço, facilitando a aceitação do nosso negócio.

A proximidade de fornecedores é outro ponto positivo. A região central de Santo André conta com várias opções de fornecedores de cosméticos e equipamentos para salões de beleza. Isso facilita a reposição de produtos e a redução de custos de frete, além de garantir um tempo de entrega mais rápido, essencial para a operação do salão.

#### 4.6 Marca (Descritivo)

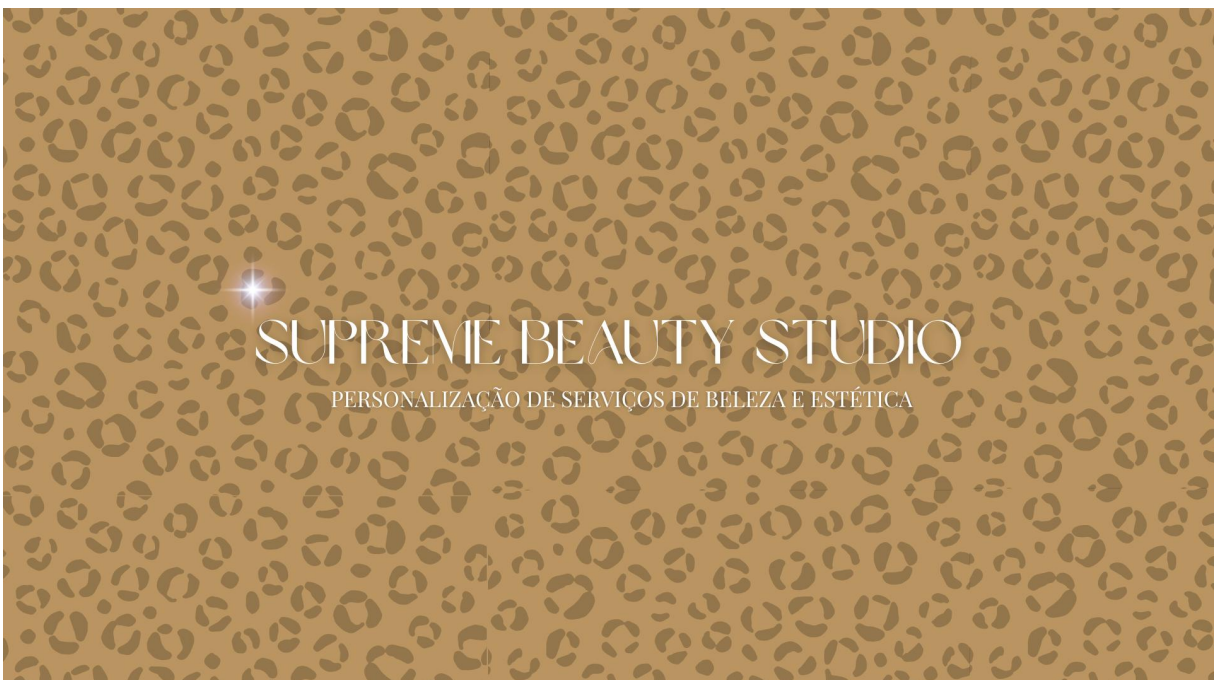
*Imagem 1 - Logotipo Personalizada*



Fonte: As autoras (2025)

#### 4.7 Logotipo

*Imagem 2 - Logotipo Personalizada*



Fonte: As autoras (2025)

#### **4.8 Cores da Logo**

A paleta de cores da Supreme Beauty Studio foi cuidadosamente escolhida para transmitir a identidade, essência e propósito do espaço. Cada tonalidade carrega um significado que reforça os valores estéticos, culturais e profissionais da marca.

O tom dourado representa elegância, sofisticação e valorização da beleza. Ele transmite a sensação de cuidado premium, reforçando a ideia de que cada cliente recebe um atendimento exclusivo e diferenciado.

A cor bege claro cria equilíbrio e suavidade dentro da composição visual. Ela remete ao acolhimento, conforto e delicadeza, atributos essenciais para um ambiente de beleza que busca proporcionar bem-estar e segurança.

O branco simboliza pureza, limpeza e profissionalismo. Em uma marca do ramo da estética, essa cor reforça a organização, a clareza e a confiança, além de ajudar a destacar todos os outros elementos visuais.

Juntas, essas cores formam uma identidade visual harmoniosa, marcante e alinhada à proposta da Supreme Beauty Studio, reforçando o compromisso com beleza, estilo e representatividade.

## 5 ANÁLISE ESTRATÉGICA

A análise estratégica é um processo utilizado pelas organizações para compreender seu ambiente interno e externo, identificando fatores que influenciam sua atuação e sua capacidade de alcançar objetivos. Por meio dessa análise, a empresa avalia seus recursos, capacidades e limitações, além de observar ameaças e oportunidades do mercado. Ferramentas como SWOT, Matriz BCG, Análise das Cinco Forças de Porter e estudo de concorrência ajudam a direcionar decisões, definir metas e escolher estratégias mais adequadas. Dessa forma, a análise estratégica orienta o planejamento, fortalece a competitividade e reduz riscos, permitindo que a organização aja de forma mais eficiente e alinhada às mudanças do ambiente.

### 5.1 Análise da matriz F.O.F.A

A ferramenta SWOT ou (FOFA) é utilizado no marketing, sendo o planejamento estratégico das organizações onde é feita a análise de um cenário para identificar os principais aspectos da empresa, pois é responsável pela identificação em relação ao seu posicionamento no mercado de trabalho.

**Imagem 3 - Análise SWOT**




Fonte: As autoras (2025)

## 5.2 Matriz BCG

A Matriz BCG (Boston Consulting Group) é uma ferramenta usada para analisar o portfólio de produtos ou serviços de uma empresa. Ela ajuda a entender quais produtos dão mais lucro, que precisam de investimento e quais talvez não valham mais a pena manter. A matriz é dividida em quatro quadrantes, de acordo com a participação no mercado (quanto o produto vende em relação aos concorrentes) e o crescimento do mercado (se o setor está em alta ou parado): **Estrela, Vaca leiteira, Interrogação e Abacaxi.**

Abaixo segue a classificação de nossos serviços:

*Imagem 4 - Matriz BCG*

		Participação relativa de mercado	
		Alta	Baixa
Crescimento do mercado	Alta	 <b>Produto estrela:</b> Alongamento de unhas e Tranças desenhadas	 <b>Produto Interrogação:</b> Tratamento Capilar
	Baixa	 <b>Produto Vaca Leiteira:</b> Pé e Mão	 <b>Produto Abacaxi:</b> Penteados

Fonte: As autoras (2025)

### 5.3 Canvas

A ferramenta Canvas é um modelo visual utilizado para planejar, estruturar e analisar um modelo de negócios de forma simples e objetiva. Ela permite organizar, em um único quadro, os principais elementos que compõem um empreendimento como proposta de valor, segmentos de clientes, canais, fontes de receita, atividades-chave, recursos essenciais e parcerias. Seu objetivo é facilitar a compreensão do funcionamento do negócio, apoiar a tomada de decisões e tornar o planejamento mais claro e estratégico.

**Imagem 5 - Canvas**



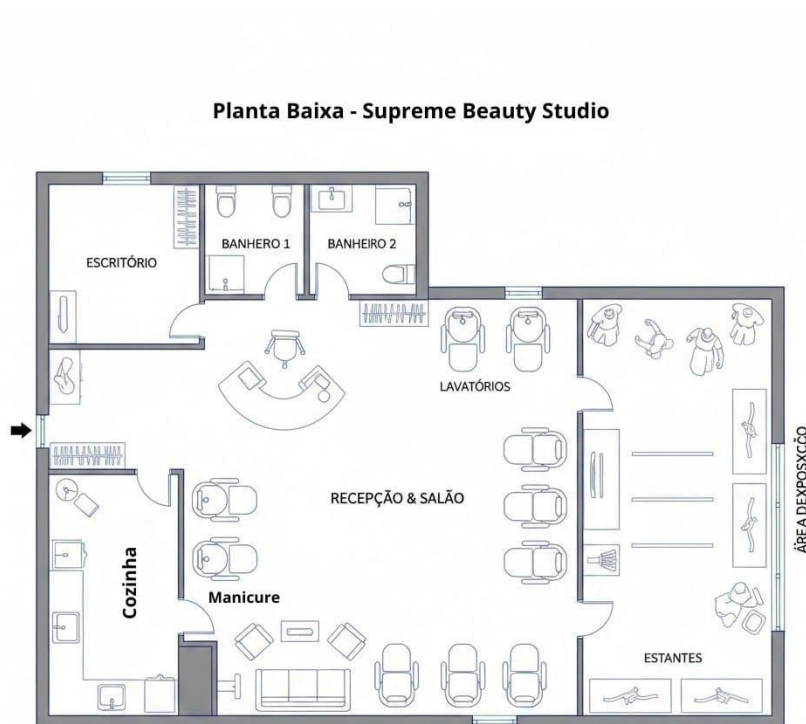
Fonte: As autoras (2025)



## 6 PLANO OPERACIONAL

### 6.1 Layout ou arranjo físico

**Imagem 6 - Planta Baixa**



Fonte: As autoras (2025)

### 6.2 Capacidade produtiva, comercial, e de prestação de serviços

Além de oferecer serviços especializados em alongamento de unhas, tranças e aluguel de cadeiras para profissionais autônomos, A Supreme Beauty Studio também disponibiliza uma parte de seu espaço para aluguel voltado à exposição de roupas e artes. Este novo serviço visa diversificar a utilização do salão, proporcionando aos artistas e designers um ambiente moderno e atrativo para promover suas criações.

#### 6.2.1 Objetivo do aluguel de Cadeiras e exposição de Roupas e Artes

O principal objetivo do aluguel de cadeiras é otimizar o uso de espaço da Supreme Beauty Studio para gerar renda extra. O salão já possui infraestrutura estabelecida,

como cadeiras, bancadas e iluminação adequadas para os serviços de beleza, e, ao permitir que profissionais autônomos utilizem esses recursos, o salão pode otimizar sua capacidade sem aumentar a carga de trabalho interna. O aluguel do espaço específico para exposições de roupas e arte oferece uma oportunidade para artistas e estilistas divulgarem e comercializarem suas peças, enquanto o salão atrai novos públicos e adiciona um toque artístico ao ambiente.

### **6.2.2 Funcionamento do Aluguel de Cadeiras e exposição de Roupas e Artes**

- **Espaço Disponível:** O salão oferece quatro cadeiras para aluguel. Essas cadeiras podem ser alugadas por profissionais independentes, como tatuadores, designers de sobrancelhas, profissionais de extensão de cílios, entre outros. Uma área específica do salão será destinada para a exposição de roupas e artes. O espaço contará com vitrines, prateleiras, iluminação adequada e ambiente climatizado para proporcionar uma experiência de compra agradável.
- **Modalidade de Aluguel:** O aluguel pode ser diário ou mensal, dependendo da necessidade do profissional. Profissionais que trabalham de forma esporádica podem optar pelo aluguel diário, enquanto aqueles que buscam mais estabilidade podem escolher a modalidade mensal.
- **Preço do aluguel:** O valor do aluguel do espaço será definido conforme o tamanho da área ocupada, o tempo de utilização e a demanda local. A tabela de preços será acessível para garantir que o espaço seja uma opção viável tanto para pequenos artistas quanto para marcas estabelecidas. O valor deve ser calculado de forma a garantir que o salão cubra os custos operacionais e ainda gere lucro, levando em conta a concorrência local.
- **Infraestrutura Incluída:** O profissional que alugar a cadeira terá acesso à infraestrutura do salão, como cadeira confortável, bancada, iluminação adequada e área de atendimento assim como os expositores. Caso o profissional precise de outros materiais específicos (por exemplo, tintas para tatuagem, produtos de estética para sobrancelhas), será responsabilidade do próprio profissional providenciar esses itens.
- **Horário de Funcionamento:** Os profissionais podem trabalhar dentro do horário comercial do salão, que é de 8 horas diárias. Caso o profissional

precise de horários adicionais, isso pode ser negociado com o salão, mediante disponibilidade.

### 6.2.3 Vantagens para o Profissional Autônomo

- **Redução de Custos Fixos:** Ao alugar uma cadeira no salão, o profissional evita os custos elevados de montar um espaço próprio e de arcar com todos os custos de operação, como aluguel de imóvel, contas de água, luz e internet. O aluguel de cadeira oferece flexibilidade financeira, pois o profissional paga apenas pelo espaço utilizado.
- **Estrutura de Qualidade:** O salão oferece uma infraestrutura pronta e de qualidade para o atendimento de clientes, sem a necessidade de o profissional gastar tempo e recursos montando um ambiente adequado.
- **Acesso a Clientela do Salão:** Para profissionais que são novos ou estão começando no mercado, o aluguel de cadeira em um salão já estabelecido pode facilitar a captura de novos clientes. Eles têm acesso à clientela fixa do salão, podendo aumentar sua visibilidade.
- **Maior Flexibilidade Profissional:** O profissional tem maior controle sobre seu horário de trabalho. Ele pode escolher os dias e horários em que deseja trabalhar, desde que respeite a disponibilidade do salão.

### 6.2.4 Vantagens para o Salão

- **Fonte de Renda Extra:** O aluguel de cadeira gera uma renda passiva para o salão, sem a necessidade de contratação adicional de funcionários. Isso proporciona uma diminuição dos custos fixos e aumenta a rentabilidade do salão.
- **Maior Utilização do Espaço:** Ao alugar cadeiras para profissionais autônomos, o salão maximiza o uso de sua infraestrutura, garantindo que as cadeiras não fiquem ociosas durante o expediente.
- **Atração de Diversidade de Serviços:** O aluguel de cadeira pode atrair profissionais com diversas especialidades, o que pode trazer uma variedade de serviços para os clientes do salão. Isso pode resultar em novos públicos e aumentar o fluxo de clientes.

### 6.2.5 Responsabilidades do Salão e do Profissional

- **Responsabilidades do Salão:**

**Manutenção da Estrutura:** O salão é responsável pela manutenção das cadeiras, iluminação, bancos e demais equipamentos de infraestrutura.

- **Ambiente Limpo e Organizado:** O salão deve garantir que o ambiente esteja sempre limpo e organizado, criando uma experiência positiva para os clientes e para os profissionais.

- **Recebimento de Pagamentos:** O salão deve estabelecer claramente a forma de recebimento do aluguel (mensal ou diário) e garantir que o valor esteja sendo pago pontualmente.

### 6.2.6 Responsabilidades do Profissional:

- **Responsabilidade pelo Atendimento ao Cliente:** O profissional é responsável por seu próprio atendimento e pelos materiais específicos que utilizará (como tintas para tatuagem ou produtos para design de sobrancelhas).

- **Cumprimento do Horário de Trabalho:** O profissional deve cumprir os horários estabelecidos com o salão, respeitando as regras de funcionamento.

- **Autonomia na Gestão do Seu Negócio:** O profissional é autônomo e, portanto, cuida de sua própria clientela e agenda, além de gerenciar seus custos de operação (materiais e produtos).

## 6.3 Processos operacionais

A Supreme Beauty Studio é um salão de beleza especializado em serviços de tranças e alongamento de unhas. A seguir, será descrito de forma detalhada o funcionamento das atividades da empresa, desde o primeiro contato com o cliente até as rotinas administrativas internas. O objetivo desta estrutura é demonstrar a organização dos processos e a divisão de responsabilidades, bem como os recursos materiais utilizados.

**Recepção e Atendimento Inicial:** O primeiro contato com o cliente ocorre por meio de canais digitais, como WhatsApp ou Instagram (*Direct*). As responsáveis pelo atendimento, Ana Beatriz e Nicole, realizam o acolhimento do cliente, coletando

informações essenciais e efetuando o agendamento do serviço. Utiliza-se um sistema de gestão de agenda para organizar os horários e otimizar a rotina de atendimento. Também são utilizados equipamentos como celular e Notebook. Quando necessário, são preenchidos formulários de cadastro com dados pessoais e preferências dos clientes. O processo inicia-se com o recebimento do cliente no salão, seguido da identificação do serviço desejado (trança ou alongamento de unha). Em seguida, o horário é agendado conforme a disponibilidade do profissional responsável, e são registradas eventuais observações como alergias, preferências de estilo ou cuidados prévios.

**Preparação do Ambiente:** A preparação do ambiente é uma etapa essencial para garantir um atendimento de qualidade, conforto e segurança. Ana Beatriz e Nicole são também responsáveis por essa fase, que consiste na organização e higienização dos espaços e materiais. Os itens utilizados incluem cadeiras confortáveis, espelhos de grande porte, materiais para unhas (*tips*, gel, lâmpadas UV, etc.) e para tranças (jumbo, agulhas, pomadas, entre outros). Além disso, são utilizadas toalhas, capas protetoras, e produtos de limpeza e desinfecção para garantir a assepsia do local. O ambiente é ajustado previamente com a disposição adequada dos espelhos e cadeiras. Todos os materiais são conferidos e higienizados antes do uso, e a área de recepção é organizada para oferecer conforto aos clientes enquanto aguardam.

### **Execução dos Serviços**

**Serviço de Trança:** O serviço de trança é executado por Nicole, conforme o estilo e técnica escolhidos pelo cliente, como box Braids, tranças nagô, entre outras. O processo começa com a preparação do cabelo, que pode incluir lavagem, hidratação e desembaraço. São utilizados fios sintéticos (jumbo), agulhas de crochê, pomadas ou cremes para acabamento, além de acessórios como tesouras e, eventualmente, secadores. Após a definição do estilo, o procedimento é realizado com técnica e precisão, finalizando com os devidos cuidados estéticos para garantir um acabamento impecável.

**Serviço de Unhas:** Já o serviço de alongamento de unhas é realizado por Ana Beatriz, utilizando técnicas como gel ou fibra. Inicialmente, as unhas da cliente são preparadas com a limpeza, lixamento e retirada das cutículas. Em seguida, é aplicado o primer e o gel de construção, sendo este curado na lâmpada UV/LED. Os

materiais utilizados incluem fibras, gel, formas de alongamento, lixas, buffers, óleo para cutículas e cremes de hidratação. O processo é finalizado com o acabamento desejado, que pode incluir esmaltação, decoração ou aplicação de strass.

**Finalização e Entrega do Serviço:** Após a conclusão dos serviços, as profissionais realizam os ajustes finais no cabelo ou nas unhas da cliente, garantindo que o resultado esteja em conformidade com as expectativas. São utilizados produtos de acabamento, como óleos, hidratantes e toalhas, além de aparelhos como secadores, se necessário. Também é neste momento que são fornecidas orientações ao cliente sobre os cuidados pós-serviço, visando a durabilidade e manutenção adequada do procedimento realizado. A satisfação do cliente é priorizada em cada atendimento.

**Pagamento e Despedida:** A etapa de pagamento é conduzida por Ana Beatriz ou Nicole. Após a realização do serviço, o valor correspondente é apresentado ao cliente, e o pagamento pode ser feito por cartão, dinheiro ou Pix. Utiliza-se uma máquina de POS para pagamentos eletrônicos, além de sistema de emissão de recibos ou notas fiscais. O atendimento é encerrado com cordialidade e, sempre que possível, é feito o agendamento do próximo serviço. Essa abordagem fortalece o relacionamento com os clientes e contribui para a fidelização.

**Rotinas Administrativas:** As rotinas administrativas englobam a gestão dos agendamentos, controle de caixa, compras de insumos e controle de estoque. São utilizados softwares de gestão para organizar as finanças e o cronograma de atendimentos. Além disso, são realizadas compras periódicas de materiais, controle das contas a pagar e a receber, e fechamento financeiro semanal ou mensal. Esse conjunto de tarefas garante o funcionamento eficiente do Supreme Beauty Studio e a sustentabilidade do negócio.

#### **6.4 Necessidade de pessoal**

Para o funcionamento do Supreme Beauty Studio, será necessária uma equipe enxuta e bem organizada, composta por duas sócias que também atuam diretamente na prestação de serviços e por uma assistente administrativa contratada. As sócias, Ana Beatriz e Nicole, serão responsáveis tanto pelas atividades operacionais quanto pela gestão do salão. Ana Beatriz atuará principalmente com alongamento de unhas, atendimento ao cliente, finalização dos serviços e

organização administrativa. Nicole ficará encarregada dos serviços de tranças, organização do ambiente, recepção e também do acompanhamento do atendimento e organização administrativa. Além das sócias, será contratada uma assistente administrativa, cuja função será auxiliar nas rotinas internas da empresa, como controle de agendamentos, atualização do estoque, organização financeira, atendimento digital (WhatsApp e redes sociais), emissão de comprovantes de pagamento e suporte geral à administração do negócio. Essa colaboradora atuará em regime de 40 horas semanais, com uma média salarial mensal de R\$ 1.800,00, valor compatível com a média de mercado para essa função em pequenas empresas do setor de beleza e estética. Portanto, a equipe inicial do Supreme Beauty Studio será composta por três pessoas: duas sócias operacionais e uma assistente administrativa. Esse número é considerado suficiente para atender à demanda projetada na fase inicial do negócio. Caso haja crescimento significativo, poderá ser avaliada a contratação de novos profissionais para apoio nas áreas técnicas e administrativas.

## 7 PLANO FINANCEIRO

### 7.1 Investimento Fixo

**Quadro 1 – Máquinas e Equipamentos**

<b>1- Máquinas e Equipamentos</b>			
<b>Descrição</b>	<b>Qtde</b>	<b>Valor Unit.</b>	<b>Total</b>
Frigobar	1	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00
Televisão 43"	1	R\$ 3.180,60	R\$ 3.180,60
Autoclave	1	R\$ 1.889,00	R\$ 1.889,00
Ar-condicionado	1	R\$ 1.997,00	R\$ 1.997,00
<b>Total</b>			<b>R\$ 8.266,60</b>

Fonte: As autoras (2025)

**Quadro 2 – Equipamentos de Informática**

<b>2- Equipamentos de Informatica</b>			
<b>Descrição</b>	<b>Qtde</b>	<b>Valor Unit.</b>	<b>Total</b>
Notebook	2	R\$ 2.690,00	R\$ 5.380,00
Celular	1	R\$ 1.394,10	R\$ 1.394,10
Impressora	1	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00
<b>Total</b>			<b>R\$ 7.974,10</b>

Fonte: As autoras (2025)

**Quadro 3 – Móveis e Utensílios**

<b>3- Móveis e Utensílios</b>			
<b>Descrição</b>	<b>Qtde</b>	<b>Valor Unit.</b>	<b>Total</b>
Espelho quadrado 120x120	2	R\$ 788,80	R\$ 1.577,60
Cadeira de atendimento	1	R\$ 1.280,00	R\$ 1.280,00
Kit Poltrona	2	R\$ 714,39	R\$ 1.428,78
Cadeira de salão aluguel	2	R\$ 1.279,43	R\$ 2.558,86
<b>Total</b>			<b>R\$ 6.845,24</b>
<b>TOTAL DE INVESTIMENTOS FIXOS</b>			<b>R\$ 23.085,94</b>

Fonte: As autoras (2025)



## 7.2 Capital de Giro

**Quadro 4 – Capital de Giro**

5- Capital de Giro (suficiente para 90 dias)			
Descrição	Custo	Tempo (mês)	Total R\$
Planilha 10 - Apuração do custo de Matéria-Prima e Mercadorias Vendidas	R\$ 15.457,86	3	R\$ 46.373,59
Planilha 11 - Estimativa dos custos de comercialização	R\$ 3.307,95	3	R\$ 9.923,86
Planilha 14 - Estimativa de custos fixos operacionais mensais	R\$ 10.394,47	3	R\$ 31.183,42
<b>Total</b>			<b>R\$ 87.480,86</b>

Fonte: As autoras (2025)

## 7.3 Investimentos Pré-Operacionais

**Quadro 5 – Investimento Pré-Operacionais**

6- Investimentos Pré-Operacionais	
Descrição	R\$
Ekaza Painele Led Inteligente Wifi 4	R\$ 409,32
Escova Secadora 2	R\$ 332,42
Carrinho auxiliar 2	R\$ 277,02
Mesa Manicure	R\$ 253,99
Secador de cabelo	R\$ 205,82
Cadeira de Escritório 2	R\$ 406,64
Cadeira Gamer	R\$ 749,55
Armario Multiuso 2	R\$ 934,32
Balcão Buffet	R\$ 299,00
Gabinete	R\$ 454,93
Lavatório	R\$ 999,00
Decoração	R\$ 1.000,00
Documentos para abertura de empresa	R\$ 1.000,00
Banqueta	R\$ 189,14
Araras 3	R\$ 479,70
Nichos 2	R\$ 301,98
Maca	R\$ 428,08
Drywall ou Reforma	R\$ 3.000,00
Mesa	R\$ 189,00
Cadeira de Jantar	R\$ 255,99
Sachê de Gel 3	R\$ 119,70
Sugador de pó para unhas	R\$ 150,48
Cabine	R\$ 37,12
<b>Total</b>	<b>R\$ 12.473,20</b>
<b>Total de Investimentos Pré Operacionais</b>	<b>R\$ 12.473,20</b>

Fonte: As autoras (2025)

## 7.4 Investimento Total

**Quadro 6 – Investimento Total**

<b>7 - Investimento Total</b>		
<b>Descrição dos Investimentos</b>	<b>Valor</b>	<b>%</b>
Ativos Fixos	R\$ 23.085,94	19%
Capital de Giro	R\$ 87.480,86	71%
Investimentos Pré-Operacionais	R\$ 12.473,20	10%
<b>Total</b>	<b>R\$ 123.040,00</b>	

Fonte: As autoras (2025)

## 7.5 Faturamento Mensal

**Quadro 7 – Estimativa de Faturamento Mensal**

<b>8- Estimativa de Faturamento Mensal</b>			
<b>Produto/Serviço</b>	<b>Qtde (estimativa de vendas)</b>	<b>Preço Unitário da Venda</b>	<b>Faturamento Total</b>
Produto 1: Tranças	80	R\$ 300,00	R\$ 24.000,00
Produto 2: Unhas	65	R\$ 170,00	R\$ 11.050,00
Serviço 1: Aluguel das Cadeiras (Mens)	15	R\$ 86,70	R\$ 1.300,50
Serviço 2: Cessão de Espaço (Expositores) (Mensal)	15	R\$ 333,26	R\$ 4.998,90
<b>Total</b>			<b>R\$ 41.349,40</b>

Fonte: As autoras (2025)

## 7.6 Custo de Matéria-Prima

**Quadro 8 – Estimativa dos de Custos de Matéria-Prima**

<b>9- Estimativa dos Custos de Matéria-Prima</b>			
<b>Produto 1: Tranças</b>			
<b>Matéria-Prima</b>	<b>Quant por produto</b>	<b>Preço por produto</b>	<b>Preço Total por produto</b>
Escova de pentear	1	R\$ 39,90	R\$ 39,90
Pente de ponta fina	1	R\$ 15,00	R\$ 15,00
Pomada	10	R\$ 0,06	R\$ 0,60
Jumbo/Fibra	1	R\$ 30,00	R\$ 30,00
Lenço/Durag	1	R\$ 20,00	R\$ 20,00
Mousse Modelador	3	R\$ 0,26	R\$ 0,78
Acessórios	10	R\$ 0,38	R\$ 3,80
Escova de Baby Hair	1	R\$ 8,00	R\$ 8,00
Lastex	2	R\$ 0,062	R\$ 0,12
Tesoura	1	R\$ 35,51	R\$ 35,51
<b>Total</b>			<b>R\$ 153,71</b>

Fonte: As autoras (2025)

**Quadro 9 – Estimativa dos de Custos de Matéria-Prima**

Produto 2: Unhas				
Matéria-Prima	Quant por produto	Preço por produto	Preço Total por produto	
Gel de unha	2	R\$ 2,66	R\$	5,32
Desidratador	0,5	R\$ 3,99	R\$	2,00
Primer	0,5	R\$ 4,99	R\$	2,50
Capa base	0,5	R\$ 4,99	R\$	2,50
Higienizador de unha	2	R\$ 0,42	R\$	0,84
Amolecedor de cutícula	2	R\$ 0,10	R\$	0,19
Esmalte em gel	1	R\$ 1,60	R\$	1,60
Esmaltes (comum)	1	R\$ 1,20	R\$	1,20
Lixa	1	R\$ 0,23	R\$	0,23
Lixa Polidora	1	R\$ 2,90	R\$	2,90
Tina Escalda pé	1	R\$ 0,19	R\$	0,19
Presilha curvada	10	R\$ 1,60	R\$	16,00
Alicate de cuticula	1	R\$ 0,30	R\$	0,30
Espátula Palito	1	R\$ 6,59	R\$	6,59
Lixadeira Motor	1	R\$ 0,52	R\$	0,52
Algodão	5	R\$ 0,19	R\$	0,95
Acetona	10	R\$ 0,05	R\$	0,48
Esfoliante para os pés	15	R\$ 0,11	R\$	1,59
Verniz	0,5	R\$ 2,15	R\$	1,08
Base	0,5	R\$ 2,53	R\$	1,27
Fibra de vidro	0,10	R\$ 3,98	R\$	0,40
<b>Total</b>			R\$	<b>48,63</b>

Fonte: As autoras (2025)

## 7.7 Custo de Matéria-Prima e Mercadorias Vendidas

**Quadro 10 – Apuração do custo de Matéria-Prima e Mercadorias Vendidas**

10 - Apuração do custo de Matéria-Prima e Mercadorias Vendidas			
Produto/Serviço	Estimativa de vendas	Custo Unit de Mat. Prima	Custo Mensal de Mat. Prima
Produto 1: Tranças	80	R\$ 153,71	R\$ 12.297,12
Produto 2: Unhas	65	R\$ 48,63	R\$ 3.160,74
Serviço 1: Aluguel das Cadeiras (Mensal)	15	R\$ 0,00	R\$ -
Serviço 2: Cessão de Espaço (Expositores) (Mensal)	15	R\$ 0,00	R\$ -
<b>Total</b>			<b>R\$ 15.457,86</b>

Fonte: As autoras (2025)

## 7.8 Custos de comercialização

**Quadro 11 – Estimativa dos custos de comercialização**

11 - Estimativa dos custos de comercialização			
Descrição	%	Faturamento Estimado	Custo Total
Imposto Simples	4,0%	R\$ 41.349,40	R\$ 1.653,98
Propaganda	4,0%	R\$ 41.349,40	R\$ 1.653,98
<b>Total</b>			<b>R\$ 3.307,95</b>

Fonte: As autoras (2025)

## 7.9 Estimativa de custo com Mão de Obra

**Quadro 12 – Estimativa dos custos com Mão-de-Obra**

12 - Estimativa dos custos com Mão-de-Obra					
Nº de Empregados	Salário Mensal	Subtotal	% de Encargos Sociais	Encargos Sociais	Total
1	R\$ 1.600,00	R\$ 1.600,00	100%	R\$ 1.600,00	R\$ 3.200,00
<b>Encargos com mão de obra (mensal) - Levando em consideração o Simples Nacional</b>					<b>R\$ 3.200,00</b>

Fonte: As autoras (2025)

## 7.10 Estimativa de custo com Depreciação

**Quadro 13 – Estimativa de custo com Depreciação**

13 - Estimativa de custo com Depreciação						
Ativos Fixos	Quant.	Valor do Bem	Total em	Vida útil em anos	Depreciação Anual	Depreciação Mensal
Frigobar	1	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00	5	R\$ 240,00	R\$ 20,00
Televisão 43"	1	R\$ 3.180,60	R\$ 3.180,60	5	R\$ 636,12	R\$ 53,01
Ar-condicionado	1	R\$ 1.997,00	R\$ 1.997,00	5	R\$ 399,40	R\$ 33,28
Autoclave	1	R\$ 1.889,00	R\$ 1.889,00	5	R\$ 377,80	R\$ 31,48
Notebook	2	R\$ 2.690,00	R\$ 5.380,00	5	R\$ 1.076,00	R\$ 89,67
Impressora	1	R\$ 1.200,00	R\$ 1.200,00	5	R\$ 240,00	R\$ 20,00
Celular	1	R\$ 1.394,10	R\$ 1.280,00	5	R\$ 256,00	R\$ 21,33
Cadeira de atendimento	1	R\$ 1.280,00	R\$ 2.558,86	5	R\$ 511,77	R\$ 42,65
Cadeira de Aluguel	2	R\$ 1.279,43	R\$ 1.428,78	5	R\$ 285,76	R\$ 23,81
Kit poltrona	2	R\$ 714,39	R\$ 1.394,10	5	R\$ 278,82	R\$ 23,24
<b>Total de custos com depreciação (mensal)</b>						<b>R\$ 358,47</b>

Fonte: As autoras (2025)

## 7.11 Custos fixos Operacionais Mensais

**Quadro 14 – Estimativa de custos fixos operacionais mensais**

14 - Estimativa de custos fixos operacionais mensais	
Descrição	Custo Total Mensal
Aluguel	R\$ 5.000,00
Internet	R\$ 200,00
Telefone	R\$ 100,00
Água/Esgoto	R\$ 250,00
Energia Elétrica	R\$ 500,00
Contador	R\$ 350,00
Pró-Labore	R\$ 3.036,00
Materiais Descartáveis	R\$ 250,00
Material de Limpeza	R\$ 250,00
Material de escritório	R\$ 100,00
<b>Depreciação (planilha 13)</b>	<b>R\$ 358,47</b>
<b>Total</b>	<b>R\$ 10.394,47</b>

Fonte: As autoras (2025)

## 7.12 Demonstrativo de Resultado

**Quadro 15 – Demonstrativo de Resultado**

Demonstrativo de Resultados			
Planilhas	Descrição	R\$	%
Planilha 8	1. Estimativa de Faturamento Mensal	R\$ 41.349,40	100%
	2. Custos Variáveis Totais		
Planilha 10	Apuração do custo de Matéria-Prima e Mercadorias Vendidas	R\$ 15.457,86	
Planilha 11	Estimativas de custo de Comercialização (impostos, cartão crédito, etc)	R\$ 3.307,95	
	Subtotal	R\$ 18.765,82	45%
	3. Margem de Contribuição (1-2)	R\$ 22.583,58	
Planilha 14	4. Custos Fixos Totais	R\$ 10.394,47	25%
	5. Resultado Operacional (Lucro ou Prejuízo) (3-4)	R\$ 12.189,11	29%

Fonte: As autoras (2025)

## 7.13 Ponto de Equilíbrio

**Quadro 16 – Ponto de Equilíbrio**

Ponto de Equilíbrio		
Ponto de Equilíbrio = Custo Fixo total / Índice da margem de Contribuição		
Índice da margem de Contribuição = Margem de Contribuição / Receita (estimativa de faturamento)		
APLICAÇÃO DAS FÓRMULAS ACIMA E RESULTADO DO PONTO DE EQUILÍBRIO (PE)		
Índice da Margem de Contribuição	0,55	Célula C8 /célula C3
Ponto de Equilíbrio	R\$ 19.031,75	célula C9/célula B17
Isso quer dizer que quando a empresa chegar ao faturamento de informado no Ponto de Equilíbrio, estará cobrindo todos os custos do quiosque e daí por diante não terá mais Prejuízo, somente Lucro.		

Fonte: As autoras (2025)

## 7.14 Lucratividade

**Quadro 17 – Lucratividade**

Lucratividade		
Lucratividade = Lucro Líquido/Receita Total x 100		
APLICAÇÃO DAS FÓRMULAS ACIMA E RESULTADO DO PERCENTUAL DE LUCRATIVIDADE		
Lucratividade	29%	célula C10/célula C3 (percentual x100)
Isso quer dizer que a empresa tem a Lucratividade informada acima!		

Fonte: As autoras (2025)

## 7.15 Rentabilidade

**Quadro 18 – Rentabilidade**

Rentabilidade		
Rentabilidade = Lucro Líquido/Investimento Total (para chegar ao percentual multiplica o result. por 100)		
APLICAÇÃO DA FÓRMULA ACIMA E RESULTADO DO PERCENTUAL DE LUCRATIVIDADE		
Rentabilidade	10%	
Isso quer dizer que a cada mês, o empresário recupera o perentual acima em relação ao valor investido através dos lucros obtidos no negócio!		

Fonte: As autoras (2025)

## 7.16 Prazo de retorno do investimento

### **Quadro 19 – Prazo de Retorno do Investimento**

Prazo de Retorno do Investimento	
Prazo do Retorno no Investimento = Investimento Total / Lucro Líquido	
<b>APLICAÇÃO DA FÓRMULA ACIMA E RESULTADO DO PERCENTUAL DE LUCRATIVIDADE</b>	
Prazo de Retorno do Investimento	10
Isso quer dizer que após 10 meses no início de atividade da empresa, o empreendedor terá recuperado, sob a forma de lucro, tudo o que gastou com a montagem da empresa!	

Fonte: As autoras (2025)

## 8 CONCLUSÃO

O plano de negócios da Supreme Beauty Studio evidencia que o empreendimento apresenta um elevado potencial de viabilidade econômica, ao mesmo tempo em que se destaca por sua relevante contribuição sociocultural. O negócio foi idealizado para atuar em um nicho específico do setor de beleza a estética afro-brasileira que, embora tenha crescido de forma expressiva nos últimos anos, ainda carece de espaços especializados que ofereçam serviços qualificados, representatividade e atendimento adequado às necessidades desse público. O posicionamento estratégico do empreendimento se mostra particularmente favorável, pois busca preencher uma lacuna evidente no mercado: a escassez de salões que valorizam a identidade afro e proporcionam um ambiente seguro, acolhedor e culturalmente conectado às mulheres negras e periféricas. Esse diferencial não apenas fortalece a proposta de valor da Supreme Beauty Studio, como também contribui para a construção de um espaço de autoestima, pertencimento e afirmação cultural. Os resultados da pesquisa de mercado reforçam a viabilidade da proposta ao confirmar a existência de um público-alvo fiel, disposto a consumir regularmente os serviços oferecidos, especialmente tranças e alongamento de unhas. A frequência média mensal e o ticket de consumo identificado mostram que o empreendimento se alinha ao comportamento de compra dessa clientela. Além disso, os atributos mais valorizados pelo público profissionalismo, confiança, qualidade dos serviços e ambiente acolhedor estão diretamente integrados às diretrizes operacionais e culturais da Supreme Beauty Studio. Do ponto de vista estrutural e financeiro, o negócio foi planejado com base em um modelo enxuto, utilizando majoritariamente recursos próprios, o que reduz riscos e amplia a autonomia do empreendimento. A diversificação das fontes de receita, especialmente por meio do aluguel de cadeiras para profissionais autônomos, contribui para fortalecer o fluxo financeiro e garantir maior estabilidade. Outro ponto favorável é o reconhecimento legal da profissão de trancista, que valida o exercício da atividade e amplia as possibilidades de formalização, regulamentação e crescimento profissional. Diante desses fatores, a Supreme Beauty Studio apresenta condições sólidas para se consolidar como referência no segmento de beleza afro, destacando-se não apenas pelo potencial econômico, mas também pela capacidade de promover transformações sociais significativas.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDRADE, Luana. Ela fazia tranças como renda extra e hoje tem estúdio focado em cabelos crespos que deve faturar R\$ 1,5 milhão. Revista PEGN, 16 jan. 2025. Disponível em: <https://revistapegn.globo.com/mulheres-empendedoras/noticia/2025/01/ela-fazia-trancas-como-renda-extra-e-hoje-tem-estudio-focado-em-cabelos-crespos-que-deve-faturar-r-15-milhao.ghtml>. Acesso em: 28 nov. 2025.

BRASIL. Lei nº 12.592, de 18 de janeiro de 2012. Dispõe sobre o exercício das atividades profissionais de cabeleireiro, barbeiro, esteticista, manicure, pedicure, depilador e maquiador. Brasília: Presidência da República, 2012. Disponível em: [https://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2012/lei/l12592.htm](https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/lei/l12592.htm). Acesso em: 28 nov. 2025.

BRASIL. Ministério do Trabalho e Emprego. Reconhecimento da profissão de trancista valoriza tradição afro e impulsiona inclusão produtiva. Brasília: MTE, 09 jul. 2025. Disponível em: <https://www.gov.br/trabalho-e-emprego/pt-br/noticias-e-conteudo/2025/julho/reconhecimento-da-profissao-de-trancista-valoriza-tradicao-afro-e-impulsiona-inclusao-produtiva>. Acesso em: 28 nov. 2025.

CENTRO PAULA SOUZA. Manual de Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) nas ETECs – DGUI. São Paulo: CPS, 2022. Disponível em: <https://dgui.cps.sp.gov.br/dguidocumentos/manual-de-trabalho-de-conclusao-de-curso-tcc-nas-etecs/>. Acesso em: 28 nov. 2025.

CUT-SP. Trancistas agora são profissionais reconhecidas por lei. São Paulo: Central Única dos Trabalhadores, 06 jun. 2025. Disponível em: <https://sp.cut.org.br/noticias/trancistas-agora-sao-profissionais-reconhecidas-por-lei-1cd7>. Acesso em: 28 nov. 2025.

JUSBRASIL. Modelo de contrato de trabalho. Disponível em: <https://www.jusbrasil.com.br/modelos-pecas/modelo-contrato-de-trabalho/775660727>. Acesso em: 28 nov. 2025.

QUIKER. Matriz BCG: o que é, como aplicar na prática e exemplos completos por setor. Disponível em: <https://quiker.com.br/matriz-bcg-o-que-e-como-aplicar-exemplos/>. Acesso em: 28 nov. 2025.

SEBRAE. Business Model Canvas: o que é e como construir. Disponível em: <https://blog.rn.sebrae.com.br/business-model-canvas/>. Acesso em: 28 nov. 2025.

SEBRAE. Canvas: como estruturar seu modelo de negócio. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pr/artigos/canvas-como-estruturar-seu>



modelo-de-negocio,6dab288acc58d510VgnVCM1000004c00210aRCRD. Acesso em: 28 nov. 2025.

SIGNIFICADOS. Logomarca, logotipo, logo ou marca: o que são e quais as diferenças. Disponível em: <https://www.significados.com.br/logo-logotipo-marca-e-logomarca/>. Acesso em: 28 nov. 2025.

SITEWARE. 5 Exemplos de Matriz BCG + passo a passo de como fazer. Disponível em: <https://www.siteware.com.br/blog/gestao-estrategica/exemplos-de-matriz-bcg/>. Acesso em: 28 nov. 2025.

SOLUTUDO. Mahou No Nails Design LTDA – Manicures e Pedicures em São Paulo. Disponível em: <https://www.solutudo.com.br/empresas/sp/s-paulo/manicures-e-pedicures/mahou-no-nails-design-ltda-25996237>. Acesso em: 28 nov. 2025.

STUDIO CLARIÇA LIMA. Página oficial. Disponível em: <https://www.studioclaricalima.com.br/>. Acesso em: 28 nov. 2025.

URBI AFRO. Sobre nós. Disponível em: <https://urbiafro.com.br/sobre-nos/>. Acesso em: 28 nov. 2025.

## **ANEXO I – CONTRATO SOCIAL**

### **INSTRUMENTO**

#### **PARTICULAR DE CONSTITUIÇÃO DE SOCIEDADE EMPRESÁRIA**

##### **Supreme Beauty Studio**

Pelo presente instrumento e na melhor forma de direito, as partes:

Ana Beatriz Lourenço de Almeida Silva, Brasileira, Solteira, Empresária, nascido(a) em 24/05/2006, portador(a) da cédula de identidade RG nº. 68.863.981-8 SSP/SP, inscrito(a) no CPF/MF sob o nº.766.988.968-22, e no CRC SP sob o nº. 1SP000000/O-0, residente e domiciliado no município de Ribeirão Pires, Estado de São Paulo, à Rua São Paulo nº222, Parque das Fontes, Ribeirão Pires - SP – CEP 09430-450;

E

Nicole Silva dos Santos, Brasileira, Solteira, Empresária, nascido(a) em 18/07/2004, portador(a) da cédula de identidade RG nº. 70.690.981-8 SSP/SP, inscrito(a) no CPF/MF sob o nº. 766.100.968-19, e no CRC SP sob o nº. 1SP000000/O-0, residente e domiciliado no município de Suzano, Estado de São Paulo, à Rua Haidee Teixeira Bisoli, nº308, Recanto São José, Suzano - SP– CEP 08630-640; resolvem, neste ato, constituir, como de fato constituído têm, uma sociedade empresária limitada, que será regida pela Lei nº 10.406/02, combinado com o Decreto-Lei nº 9.295/46, bem como, pelas seguintes cláusulas e condições:

#### **DENOMINAÇÃO, SEDE, OBJETO E DURAÇÃO**

**CLÁUSULA PRIMEIRA** - A sociedade tem a denominação social de Supreme Beauty Studio.

**CLÁUSULA SEGUNDA** - A sociedade tem sede e domicílio Rua Itambé, nº60 – Centro, Santo André – SP CEP 09015-300, podendo, mediante deliberação dos sócios, representando no mínimo 75% do capital social, manter e encerrar filiais e escritórios em qualquer localidade do país.

**CLÁUSULA TERCEIRA:** Os sócios declaram expressamente que exploram atividade econômica empresarial organizada, sendo, portanto, uma sociedade empresária, nos termos do artigo 966 caput e parágrafo único e artigo 982 do código civil.

**CLÁUSULA QUARTA** - O prazo de duração da sociedade é indeterminado.

#### **CAPITAL SOCIAL**

**CLÁUSULA QUINTA** - O capital social da sociedade, totalmente subscrito e integralizado pelos sócios neste ato em moeda corrente nacional, é de R\$100.000,00 (cem mil reais), dividido em 25.000 (vinte e cinco mil) quotas, no valor

nominal de R\$10,00 (dez reais) cada uma, assim distribuído entre os sócios quotistas:

a) Nicole é possuidor(a) de 50.000 (cinquenta mil) quotas, no valor unitário de R\$10,00 (dez reais) cada uma, totalizando R\$50.000,00 (cinquenta mil reais);

b) Ana Beatriz é possuidor(a) de 50.000 (cinquenta mil) quotas, no valor unitário de R\$10,00 (dez reais) cada uma, totalizando R\$50.000,00 (cinquenta mil reais);

Parágrafo Primeiro - Cada quota é indivisível e confere a seu titular o direito a um voto nas deliberações sociais.

Parágrafo Segundo - A responsabilidade dos sócios é restrita ao valor de suas quotas, mas todos respondem solidariamente pela integralização do capital social, na forma do artigo 1052 da Lei 10.406/02.

## ADMINISTRAÇÃO

CLÁUSULA SEXTA - A administração da sociedade incumbe a(os) sócio(os) Ana Beatriz Lourenço de Almeida Silva e Nicole Silva dos Santos , o(s) qual(is) recebera(ão) a denominação de administrador(es), cabendo a ele(s), em conjunto, a fixação do valor da retirada mensal, assim como, a forma de distribuição dos resultados.

CLÁUSULA SÉTIMA - Caberá ao(s) administrador(es), assinando isoladamente, a prática dos atos necessários ou convenientes à administração desta, dispondo eles, dentre outros poderes, dos necessários para:

a) representar a sociedade em juízo e/ou fora dele, ativa ou passivamente, perante terceiros, quaisquer repartições públicas, autoridades federais, estaduais ou municipais, bem como, autarquias, sociedades de economia mista e entidades paraestatais;

b) assinar quaisquer documentos que importem em responsabilidade ou obrigação da sociedade, inclusive cheques, escrituras, títulos de dívidas, cambiais, ordens de pagamento e outros.

Parágrafo Primeiro - As procurações outorgadas pela sociedade deverão ser assinadas pelo(s) administrador(es) e, além de mencionarem expressamente os poderes conferidos, deverão, com exceção daquelas para fins judiciais, conter um período de validade limitado.

Parágrafo Segundo - A alienação ou oneração de bens imóveis somente poderá efetivar-se mediante a aprovação dos sócios, representando a totalidade do capital social.

Parágrafo Terceiro - São expressamente vedados, sendo nulos e inoperantes com relação à sociedade, os atos de qualquer um dos sócios, procuradores ou funcionários que a envolvam em obrigações relativas a negócios ou operações estranhas ao objeto social, tais como, fianças, avais, endossos ou quaisquer outras

garantias em favor de terceiros, exceto quando previamente aprovado pelos sócios, representando a totalidade do capital social.

CLÁUSULA OITAVA - A entrada de novos sócios dependerá da aprovação unânime de todos os sócios, sendo que, nenhum sócio poderá ceder ou transferir qualquer de suas quotas a terceiros sem previamente oferecer ao outro sócio o direito de adquiri-las.

Parágrafo Primeiro - O sócio que pretender ceder e transferir suas quotas, total ou parcialmente, a outro sócio ou a terceiros, deverá notificar, por escrito e com antecedência mínima de 60 (sessenta) dias, o outro sócio, o qual terá direito de preferência para adquiri-las, nas mesmas condições, devendo o sócio alienante informar o nome do interessado adquirente e todas as condições do negócio, sendo que o direito de preferência deverá ser exercido no prazo máximo de 30 (trinta) dias contados do recebimento da notificação.

Parágrafo Segundo - Se as quotas forem alienadas a terceiros, cuja condição profissional não for idêntica à do sócio alienante, o Contrato Social deverá ser alterado para cumprimento das restrições previstas pelo artigo 25, do Decreto-Lei nº 9.295/46, assim como, a modificação do objetivo social e da responsabilidade técnica.

Parágrafo Terceiro - O não-exercício, por parte do outro sócio, quanto ao direito de preferência no prazo fixado no parágrafo primeiro, permitirá que o sócio alienante efetue a transferência das quotas oferecidas, observando-se, contudo, que o adquirente terá que ser obrigatoriamente contabilista ou profissional de outra profissão regulamentada, com registro no seu respectivo órgão de fiscalização.

## DELIBERAÇÕES SOCIAIS

CLÁUSULA NONA - As modificações do contrato social, mediante deliberações dos sócios, deverão observar as disposições contidas nos artigos 1071/1080 do Código Civil.

## DA RESPONSABILIDADE TÉCNICA

CLÁUSULA DÉCIMA - A responsabilidade técnica pela execução dos serviços profissionais prestados pela sociedade, de acordo com os objetivos sociais, estará assim distribuída entre os sócios:

a) Ana Beatriz Lourenço de Almeida Silva, Nails Design , CRC SP 987654/O-9, responderá pelos serviços contábeis previstos no artigo 25 do Dec.-Lei nº 9.295/46. exceto os previstos na alínea “c”

b) Nicole Silva dos Santos, Trancista, CRC SP 458921/O-3, responderá pelos serviços contábeis previstos no artigo 25 do Dec.-Lei nº 9.295/46. exceto os previstos na alínea “c”

Parágrafo único - Constituído procurador, conforme previsão da cláusula sétima deste instrumento, este poderá exercer a responsabilidade técnica pela sociedade,

desde que atendido os preceitos do artigo 25 do Decreto-Lei nº 9.295/46, bem como, após comunicação imediata ao Conselho Regional de Contabilidade do Estado de São Paulo.

## EXERCÍCIO SOCIAL

CLÁUSULA DÉCIMA PRIMEIRA - O exercício social terá início em 1º de janeiro e terminará em 31 de dezembro. Ao fim de cada exercício, será levantado o balanço patrimonial correspondente ao mesmo período, bem como, preparadas as demais demonstrações financeiras exigidas por lei. A sociedade poderá levantar balanços intermediários ou intercalares e distribuir os lucros evidenciados nos mesmos.

CLÁUSULA DÉCIMA SEGUNDA - Os lucros líquidos ou prejuízos apurados serão distribuídos aos sócios proporcionalmente à participação de cada um no capital social.

## DISPOSIÇÕES GERAIS

CLÁUSULA DÉCIMA TERCEIRA – A sociedade se dissolverá nos casos previstos em lei e em caso de dissolução e liquidação da sociedade, será o liquidante escolhido pelos sócios, representando a maioria do capital social. Nessa hipótese, os haveres da sociedade serão empregados na liquidação das obrigações e o remanescente, se houver, será rateado entre os sócios em proporção ao número de quotas que cada um possuir.

CLÁUSULA DÉCIMA QUARTA - A retirada, exclusão, falecimento ou interdição de um dos sócios, não dissolverá a sociedade, que prosseguirá com o remanescente, pelo prazo previsto em lei, a menos que este resolva liquidá-la. Em caso de falecimento ou incapacidade judicialmente declarada de qualquer dos sócios, os herdeiros ou sucessores do sócio falecido ou incapacitado poderão ingressar na sociedade em sua substituição.

Parágrafo Primeiro - Nos casos previstos pelo “caput” desta cláusula, somente poderão ingressar na sociedade, profissionais que atendam as exigências previstas na legislação pertinente às organizações contábeis.

Parágrafo Segundo - Em tendo ocorrido o falecimento ou interdição de um dos sócios, o inventariante ou o curador, respectivamente, não terão poderes de administração, a menos que sejam da mesma categoria profissional do falecido ou interdito.

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

CLÁUSULA DÉCIMA SEXTA - Todo e qualquer litígio oriundo deste contrato, seja entre os sócios, seja entre o sócio e a sociedade, mesmo durante a fase de liquidação, poderá ser submetido ao Juízo Arbitral, conforme os dispositivos da Lei 9.307/96, vedado o recurso à equidade.

Parágrafo único - Para as controvérsias que forem incompatíveis de serem solucionadas pelo procedimento arbitral, por não versarem sobre direitos patrimoniais disponíveis, fica eleito o foro do Município de São Paulo, Estado de São Paulo, renunciando expressamente a qualquer outro, por mais privilegiado que seja. O foro ora eleito também será competente para o processamento e a execução da sentença arbitral.

E, por estarem assim justos e contratados, assinam o presente instrumento em 3 (TRES) vias de igual forma e teor, juntamente com as duas testemunhas abaixo identificadas, devendo a primeira delas ser arquivada na Junta Comercial do Estado de São Paulo, com posterior envio pela sociedade de uma cópia autenticada ao Conselho Regional de Contabilidade do Estado de São Paulo, ficando as demais vias na sede da sociedade.

Ribeirão Pires. 03/12/2025

---

Ana Beatriz Lourenço de Almeida Silva

---

Nicole Silva dos Santos

Testemunhas:

---

XXXXXXXXXXXXXXXXXX

RG:XXXXXXXXXX

CPF: XXXXXXXXXXX

---

XXXXXXXXXXXXXXXXXX

RG: XXXXXXXXXXXXX

CPF: XXXXXXXXXXXXXXX