

**CENTRO PAULA SOUZA  
ETEC JÚLIO DE MESQUITA  
Administração**

**Beatriz Moura Silva  
Brenda da Costa Pereira  
Camila de Souza Marques  
Gustavo Nascimento  
Lorena de Campos Leitão  
Mel Romera Marques**

**SARANG ASIAN BEAUTY**

**Santo André  
2025**

**Beatriz Moura Silva**  
**Brenda da Costa Pereira**  
**Camila de Souza Marques**  
**Gustavo Nascimento**  
**Lorena de Campos Leitão**  
**Mel Romera Marques**

## **SARANG ASIAN BEAUTY**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado à ETEC Júlio de  
Mesquita, orientado pela Prof.  
Renata Improta, como requisito  
parcial para obtenção do título de  
Técnico em Administração.

**Santo André**  
**2025**

## **DEDICATÓRIA**

Dedicamos esse trabalho as nossas famílias que sempre nos apoiaram e estão ao nosso lado, ao corpo docente que disponibilizou sua assistência para desenvolvimento do projeto e por fim, dedicamos a todos aqueles que essa pesquisa possa ajudar de alguma forma.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradecemos à professora Renata Improta, pelo auxílio e disposição para que nos permitisse a realização deste trabalho.

Agradecemos aos demais professores do núcleo técnico, da ETEC Júlio de Mesquita, por terem contribuído para nossa formação profissional.

A quem, de alguma maneira, nos ajudou para a realização deste estudo.

Agradecemos, por fim, a nossas famílias que estiveram sempre ao nosso lado, entregando-nos suporte ao longo dos anos.

“Quando você cuida do seu corpo,  
você honra o templo onde vive sua  
alma”

(Autor desconhecido)

## RESUMO

Este trabalho de conclusão de curso (TCC) é centrado na criação, detalhamento e aperfeiçoamento acerca do “Sarang Beauty”, uma iniciativa estudantil de um salão de beleza com produtos da melhor qualidade e que possa oferecer tratamentos de origem asiática no país, mudando a atual condição de difícil acesso. Tem-se como objetivo principal multiplicar esse serviço a fim de que os amantes dessa brilhante e popular cultura possam se tornar clientes assíduos do salão, incluindo também os outros que ainda poderão ter a oportunidade de se encantar com ela. Por meio dos textos aqui escritos, pode-se observar a potencialidade de tal projeto bem como o fluir das informações de sua possível execução.

**Palavras-chave:** Beleza, Cultura Asiática, Tratamento capilar.

## RESUMO EM LÍNGUA ESTRANGEIRA

This senior project focuses on the creation, detailing, and refinement of the “Sarang Beauty,” a student initiative for a beauty salon offering the highest quality products and Asian treatments in the country, changing the current situation of difficult access. The main objective is to multiply this service so that lovers of this brilliant and popular culture can become regular customers of the salon, including others who may still have the opportunity to be enchanted by it. Through the texts written here, one can observe the potential of such a project as well as the flow of information regarding its possible execution.

**Keywords:** Beauty, Asian Culture, Hair Treatment.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>10</b>
<b>2 JUSTIFICATIVA.....</b>	<b>11</b>
<b>3 PROBLEMÁTICA.....</b>	<b>12</b>
<b>4 OBJETIVO.....</b>	<b>13</b>
<b>4.1 Objetivo Geral.....</b>	<b>13</b>
<b>4.2 Objetivo Específico.....</b>	<b>13</b>
<b>5 PESQUISA.....</b>	<b>14</b>
<b>5.1 Metodologia de Pesquisa.....</b>	<b>14</b>
<b>5.1.1 Tipos de Pesquisa.....</b>	<b>14</b>
<b>5.1.2 Abordagem.....</b>	<b>14</b>
<b>5.1.3 Procedimentos Metodológicos.....</b>	<b>14</b>
<b>5.1.3.1 Observações Indireta.....</b>	<b>14</b>
<b>5.1.3.2 Levantamento Documental.....</b>	<b>14</b>
<b>5.1.3.3 Justificativa da Metodologia.....</b>	<b>14</b>
<b>6 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....</b>	<b>16</b>
<b>6.1 Breve Histórico.....</b>	<b>16</b>
<b>6.2 Análise de Mercado.....</b>	<b>16</b>
<b>6.3 Variáveis Políticas/ Economicas.....</b>	<b>17</b>
<b>6.4 Variáveis Demográficas.....</b>	<b>17</b>
<b>6.5 Variáveis Sociais/Culturais.....</b>	<b>18</b>
<b>6.6 Estudo do Mercado Fornecedor.....</b>	<b>19</b>
<b>6.7 Estudo do Mercado Concorrente.....</b>	<b>20</b>
<b>6.7.1 Concorrência Direta.....</b>	<b>20</b>
<b>6.7.2 Concorrência Indireta.....</b>	<b>20</b>
<b>6.7.3 Concorrência de Preço e Trânsito.....</b>	<b>20</b>
<b>6.8 Cultura.....</b>	<b>21</b>
<b>7 FICHA TÉCNICA.....</b>	<b>23</b>
<b>7.1 Tipo de Negócio.....</b>	<b>23</b>
<b>7.2 Setor da Economia.....</b>	<b>23</b>
<b>7.3 Ramo de Atividade.....</b>	<b>23</b>
<b>7.4 Produtos.....</b>	<b>23</b>
<b>7.5 Contrato Social.....</b>	<b>24</b>
<b>8 PRÉ REQUISITOS.....</b>	<b>26</b>

<b>8.1 Localização.....</b>	<b>26</b>
<b>8.1.1 Região .....</b>	<b>26</b>
<b>8.1.2 Local.....</b>	<b>26</b>
<b>8.1.2 Aluguel.....</b>	<b>27</b>
<b>8.4 Legislação Específica.....</b>	<b>27</b>
<b>8.5 Simples Nacional.....</b>	<b>29</b>
<b>8.6 Área.....</b>	<b>29</b>
<b>8.6.1 Espaço.....</b>	<b>29</b>
<b>8.6.2 Layout.....</b>	<b>30</b>
<b>8.6.3 Armazenamento.....</b>	<b>30</b>
<b>9 MARKETING.....</b>	<b>31</b>
<b>9.1 Logo.....</b>	<b>31</b>
<b>9.2 4P's.....</b>	<b>31</b>
<b>9.2.1 Produto.....</b>	<b>31</b>
<b>9.2.2 Preço.....</b>	<b>32</b>
<b>9.2.3 Praça.....</b>	<b>32</b>
<b>9.2.4 Promoção.....</b>	<b>33</b>
<b>9.3 Análise SWOT.....</b>	<b>33</b>
<b>10 ORGANOGRAMA.....</b>	<b>35</b>
<b>11 CULTURA ORGANIZACIONAL.....</b>	<b>36</b>
<b>11.1 Missão.....</b>	<b>36</b>
<b>11.2 Visão.....</b>	<b>36</b>
<b>11.3 Valores.....</b>	<b>36</b>
<b>12 RELATÓRIO FINANCEIRO.....</b>	<b>37</b>
<b>12.1 Planilha 1: Gastos Iniciais.....</b>	<b>37</b>
<b>12.2 Planilha 2: Gastos Mensais.....</b>	<b>38</b>
<b>12.3 Planilha 3: Colaboradores.....</b>	<b>38</b>
<b>12.4 Planilha 4: Investimento Fixo.....</b>	<b>39</b>
<b>12.5 Planilha 5: Receita Operacional.....</b>	<b>41</b>
<b>12.6 Planilha 6: Resultado Operacional.....</b>	<b>41</b>
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>43</b>
<b>REFERÊNCIAS</b>	

## **1 INTRODUÇÃO**

O aumento da demanda por procedimentos estéticos tem sido notável nos últimos anos, impulsionando a constante inovação na indústria, comércio e prestação de serviços de beleza. Nesse cenário, a Ásia se destaca como um dos principais polos globais de desenvolvimento e aplicação de técnicas estéticas avançadas. No entanto, no Brasil, muitos desses procedimentos ainda não são realizados devido à escassez de materiais, ferramentas adequadas e mão de obra qualificada. Como consequência, parte do público de alta renda — principal consumidor desse setor — fica sempre dependente da importação dos produtos e de profissionais especializados. Diante desse contexto e da necessidade de modernizar o mercado nacional, surge a proposta da nossa empresa: trazer ao Brasil os procedimentos e técnicas estéticas asiáticas mais inovadoras, adaptando-os à realidade local.

## **2 JUSTIFICATIVA**

A criação do salão Sarang Asian Beauty justifica-se pela crescente demanda por experiências estéticas inovadoras e pelo interesse do público em técnicas asiáticas, impulsionado por tendências culturais como K-pop, doramas e cuidados com a pele. Ao oferecer um espaço temático, produtos específicos e profissionais capacitados, o empreendimento visa atender a um nicho ainda pouco explorado, agregando valor ao mercado de beleza com autenticidade e excelência.

### **3 PROBLEMÁTICA**

Embora a influência da cultura asiática tenha crescido significativamente no Brasil, observa-se uma escassez de salões de beleza que ofereçam serviços especializados com base em técnicas orientais. O público interessado nesse estilo encontra dificuldade em acessar procedimentos autênticos e qualificados, o que evidencia uma lacuna no mercado de estética. Além disso, a forte concorrência no setor exige inovação e diferenciação para garantir a fidelização do cliente.

## **4 OBJETIVO**

### **4.1 Objetivo Geral**

- A empresa Sarang Asian Beauty tem como objetivo geral trazer técnicas de salões de beleza asiáticos para o Brasil, assim expandindo e inovando o mercado brasileiro de estúdios de beleza, trazendo mais sofisticação e modernidade para a área.

### **4.2 Objetivo Específico**

Estabelecer a base de clientes que procuram utilizar técnicas de estética asiática para seu autocuidado.

## **5 PESQUISA**

### **5.1 Metodologia de Pesquisa**

A metodologia adotada neste trabalho é de natureza qualitativa e exploratória, com o objetivo de compreender os aspectos culturais, sociais e comerciais envolvidos na implantação de um salão de estética com inspiração asiática na região da Vila Mariana, em São Paulo.

#### **5.1.1 Tipos de Pesquisa**

Este projeto configura-se como uma pesquisa aplicada, pois busca gerar conhecimentos voltados à solução de problemas práticos relacionados ao mercado de estética e beleza. Utiliza-se também de um caráter exploratório, uma vez que investiga tendências culturais e comportamentais ainda em desenvolvimento no Brasil, como a influência da estética asiática.

#### **5.1.2 Abordagem**

A abordagem é qualitativa, permitindo uma compreensão mais profunda do comportamento do público-alvo, das referências culturais asiáticas, e das oportunidades e desafios para a inserção desse modelo de negócio no mercado local. A análise qualitativa proporciona informações relevantes sobre o perfil dos consumidores, preferências estéticas, e motivações de consumo.

#### **5.1.3 Procedimentos Metodológicos**

Para o desenvolvimento do projeto, foram utilizados os seguintes procedimentos:

##### **5.1.3.1 Observações Indireta**

Por meio da análise de redes sociais, perfis de influenciadores de beleza e marcas asiáticas, a fim de identificar padrões estéticos em alta e o grau de aceitação desses estilos pelo público brasileiro.

##### **5.1.3.2 Levantamento Documental**

Com base em artigos acadêmicos, sites especializados e relatórios de mercado sobre o setor de estética, tendências asiáticas e comportamento do consumidor.

##### **5.1.3.3 Justificativa da Metodologia**

A escolha pela metodologia qualitativa se justifica pela necessidade de interpretar as motivações culturais e comportamentais que influenciam o consumo de serviços estéticos. Além disso, por se tratar de um projeto de empreendimento, o enfoque exploratório permite identificar lacunas no mercado e propor soluções inovadoras, como a aplicação de técnicas asiáticas pouco difundidas no Brasil.

## **6 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

### **6.1 Breve Histórico**

A empresa Sarang Asian Beauty iniciou em fevereiro de 2025, fundada pelos estudantes da Etec Júlio de Mesquita, entre eles: Brenda Pereira, Beatriz Moura, Camila Marques, Gustavo Nascimento, Lorena Leitão e Mel Marques; O grupo almejava a inovação do mercado de beleza nacional trazendo uma outra perspectiva, atendimento e pontualidade de maneira asiática.

Com o conjunto de ideias do grupo, havia um interesse em se aprofundar no ramo de estética e conhecer outras culturas para adequá-las ao ambiente nacional, sustentando o crescimento significativo dos costumes asiáticos no mundo.

Atualmente, com o processo de criação, o foco é a expansão da empresa e de funcionários autônomos, priorizando os princípios sobre educação, higiene e ambiente reconfortante.

Sob esse viés, planeja-se que o salão de beleza Sarang Asian Beauty vá muito mais além de um simples ambiente para uma verdadeira experiência reconfortante e cultural.

### **6.2 Análise de Mercado**

A análise de mercado do setor de beleza é marcada pelo crescimento da demanda por serviços estéticos especializados e pela valorização da imagem pessoal como fator de autoestima e bem-estar. No Brasil, esse movimento tem sido fortalecido pela influência das culturas internacionais, em especial a asiática, que introduziu novas tendências de consumo por meio do K-pop, doramas, skincare e outros elementos que conquistaram o público jovem e adulto. Apesar disso, ainda há uma lacuna significativa no mercado nacional quanto à oferta de salões especializados em técnicas orientais, visto que a maioria dos estabelecimentos se concentra em procedimentos tradicionais. Esse cenário revela uma oportunidade de diferenciação competitiva, uma vez que a aplicação de métodos autênticos e modernos, pouco acessíveis no país, pode atrair clientes em busca de exclusividade e inovação.

A escolha da Vila Mariana, em São Paulo, reforça o potencial estratégico do negócio, já que a região concentra um público de classe média-alta, com renda acima da média municipal e perfil cosmopolita, aberto a novidades culturais e estéticas. Além disso, a alta circulação de estudantes, jovens profissionais e moradores interessados em bem-estar cria um ambiente propício para a implantação de um salão temático.

### **6.3 Variáveis Políticas/Economicas**

Do ponto de vista político, a abertura de um salão de beleza requer a observância de diversas regulamentações, incluindo registro de CNPJ, inscrição estadual e municipal, alvará de funcionamento, normas da Vigilância Sanitária e aprovação do Corpo de Bombeiros. Além disso, a utilização de produtos importados exige atenção especial à Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) e à obtenção de licenças de importação, já que nem todos os cosméticos asiáticos possuem registro nacional. Esse conjunto de normas garante segurança, transparência e conformidade legal, exigindo planejamento e adequação constante às exigências legais.

No aspecto econômico, o setor de beleza brasileiro é um dos que mais cresce, movimentando bilhões de reais anualmente e consolidando-se como uma área de grande relevância para a geração de empregos e renda. Mesmo em períodos de instabilidade econômica, a procura por serviços de estética costuma se manter estável, já que o cuidado pessoal é entendido como uma necessidade ligada à autoestima e à saúde. A região escolhida para a instalação do negócio, a Vila Mariana, apresenta indicadores econômicos favoráveis, com renda média acima da média municipal e um público disposto a investir em experiências diferenciadas.

### **6.4 Variáveis Demográficas**

As variáveis demográficas representam um fator decisivo para a implantação do salão Sarang Asian Beauty, uma vez que o perfil da população influencia diretamente a demanda pelos serviços oferecidos. A Vila Mariana, região escolhida para a abertura do empreendimento, indica a predominância de uma população de classe média-alta, com maior poder aquisitivo e disposta a investir em serviços estéticos diferenciados. Além disso, a área concentra estudantes universitários,

jovens profissionais e famílias de perfil cosmopolita, criando um público diversificado e conectado às tendências globais de beleza e bem-estar.

Outro ponto relevante é a mudança no comportamento de consumo de diferentes faixas etárias e gêneros. O público jovem, fortemente influenciado pelas redes sociais, tem buscado referências na cultura asiática, enquanto o público adulto se interessa cada vez mais por técnicas inovadoras que unem estética e saúde.

O mercado masculino também tem se expandido, com um número crescente de homens investindo em autocuidado, o que amplia ainda mais o potencial consumidor. Essa pluralidade de perfis favorece o negócio, pois permite trabalhar estratégias de segmentação e fidelização adaptadas às necessidades de diferentes grupos.

### **6.5 Variáveis Sociais/Culturais**

As variáveis sociais e culturais indicam não apenas a existência de demanda, mas também a oportunidade de diferenciação do empreendimento. Ao oferecer experiências que unem tradição asiática, inovação e um atendimento humanizado, a Sarang Asian Beauty pode atender às expectativas de um público em busca de exclusividade, identidade e conexão com tendências globais.

A crescente valorização do autocuidado e da autoestima tem impulsionado o consumo de serviços ligados à beleza, independentemente de idade ou gênero. Esse movimento está alinhado a uma mudança social mais ampla, em que cuidar da aparência deixou de ser considerado um luxo para se tornar parte da rotina de bem-estar físico e emocional. Além disso, observa-se o aumento da participação do público masculino nesse segmento, revelando uma quebra de estereótipos e a expansão do mercado para além do público feminino tradicional.

No aspecto cultural, a influência asiática tem se consolidado no Brasil de maneira expressiva. Com o crescimento da popularidade, tem aproximado os consumidores da estética oriental, que valoriza práticas como skincare avançado, maquiagens delicadas e penteados característicos, reforçado também pelo papel das redes sociais e dos influenciadores digitais, ampliou a aceitação e o desejo por

técnicas pouco comuns no país, tornando o público mais receptivo a novidades que remetem ao universo asiático.

## 6.6 Mercado Fornecedor

Ter uma grande variedade de fornecedores é de grande relevância, pois propicia a empresa a procurar os que se destacam com melhor custo, valor, garantia e desempenho.

- Fornecimento de Produtos de Cuidados para a Pele (Produtos Asiáticos)
  - Produtos: Máscaras faciais, cremes antienvhecimento, hidratantes e esfoliantes. Fornecimento de Produtos para Tintura de Sobrancelhas (Técnica Asiática)
  - Produtos: Tintas específicas para sobrancelhas, pincéis e produtos complementares (fixadores e removedores). Equipamentos para Massagem Facial Lifting Asiático
  - Equipamentos: Massageadores faciais de alta frequência, rolos de jade, aparelhos para lifting facial. Produtos para Cabelo (Corte e Tratamentos Orientais)
  - Produtos: Shampoos, condicionadores e máscaras de tratamento à base de chá verde, óleo de argan e ginseng. Fornecimento de Produtos para Manicure e Pedicure (Com Base em Técnicas Asiáticas)
  - Produtos: Esmaltes de alta durabilidade, removedores, tratamentos para unhas e cutículas, e acessórios para Nail Art. Fornecimento de Equipamentos para Estética Facial e Corporal
  - Equipamentos: Equipamentos de fototerapia, aparelhos de microagulhamento e estética de pele. Fornecimento de Produtos para Penteados Tradicionais Asiáticos
  - Produtos: Pentes de madeira, elásticos e acessórios para penteados tradicionais asiáticos como o estilo Geisha e Kimono. Fornecedor de Uniformes Profissionais para Funcionários
  - Produtos: Uniformes tradicionais e elegantes para as profissionais do salão, inspirados em estilos orientais.

## **6.7 Estudo do Mercado Concorrente**

Análise das concorrências que um salão de beleza com temática asiática pode enfrentar ao ser inaugurado no bairro Vila Mariana, em São Paulo:

### **6.7.1 Concorrência Direta**

Outros salões de beleza já estabelecidos. A Vila Mariana é um bairro de classe média-alta, com muitos salões já consolidados, que oferecem cortes de cabelo modernos, tratamentos capilares (hidratação, botox capilar, escova progressiva) Serviços estéticos completos (manicure, pedicure, design de sobrancelha).

### **6.7.2 Concorrência Indireta**

Clínicas de estética e spas e internet. A região da Vila Mariana tem muitos espaços de autocuidado. Muitos clientes podem optar por clínicas de estética e spas em vez de salões. Isso inclui: procedimentos faciais e corporais (limpeza de pele, drenagem linfática, etc.) tratamentos com aparelhos tecnológicos (como luz pulsada, ultrassom, radiofrequência). Ofertas de pacotes combinados, como massagem + skincare + cabelo. Esses locais oferecem uma experiência de autocuidado que pode ser vista como mais completa, dependendo do perfil do cliente, disputando o orçamento de beleza e bem-estar dos clientes.

Influenciadores, tutoriais de beleza coreana, japonesa ou chinesa. Isso gera: clientes que compram produtos asiáticos online e fazem o próprio cuidado em casa, substituindo visitas ao salão. O salão precisa se diferenciar oferecendo experiência e técnica, algo que o cliente não consiga reproduzir sozinho.

### **6.7.3 Concorrência de Preço e Transito**

A Vila Mariana é perto de bairros como: Aclimação (com forte presença asiática) , Paraíso e Vergueiro (regiões cheias de estudantes e jovens profissionais), existindo uma diversidade de preços. O salão pode enfrentar: Concorrência de salões populares com preços baixos, que atraem estudantes, trabalhadores da região e moradores de menor poder aquisitivo. Concorrência de salões premium, que oferecem experiências exclusivas, produtos importados e atendimento de alto

nível, exigindo que nosso salão se posicione com clareza: vai competir por preço ou por experiência para que a fidelização e relacionamento com o cliente sejam chaves para o sucesso.

## 6.8 Cultura

Atualmente, a cultura asiática tem se tornado cada vez mais popular. Por isso, apostar nesses costumes é uma boa tentativa para um novo negócio. Com a popularização do doramas, kpop e o estilo de vida coreano, por exemplo, o número de consumidores desse tipo de conteúdo tem crescido de maneira exponencial.

Dessa forma, o público consumista tem sido cada vez mais incentivado pela mídia a procurar lugares que os façam sentir dentro do continente e, assim, experimentem novas tradições, gastronomia e modelos estéticos.

Nos dias atuais, o público masculino também surge nesse meio, já que tem procurado com muito mais frequência o autocuidado, costume que vem ganhando muita força. Dentro desse cenário, pode-se citar o termo “metrossexual” que diz respeito aos homens excessivamente preocupados com a aparência, investindo tempo e dinheiro em produtos e cuidados. Por isso, são um público nascente para a ideia de negócio.

Até o marketing asiático é também focado nos produtos de skincare. Com um olhar atento, percebe-se que os outdoors nas ruas são sempre focados em seus rostos com peles viscosas e brilhantes.

Com a influência das redes sociais, as maquiagens, as roupas, e os cortes de cabelo foram se tornando mais comuns na questão de aceitação do público brasileiro. Por isso, as sombras mais rentes aos cílios, os batons aveludados, as franjas em formato “curtain bangs” e o estilo “fofinho” de se vestir estão na moda. Não sendo nada fácil encontrar pessoas que prestem esses serviços aqui no Brasil.

Por agora, as roupas no estilo asiático tem sido de mais fácil acesso devido aos sites de compra internacional, mas o estilo de maquiagem, e principalmente de tratamento de cabelo feminino são bem escassos.

No continente asiático, principalmente por fatores genéticos, é comum o cabelo liso e com fios grossos e escuros. Por isso, eles acabam por desenvolver as

melhores técnicas para esse cuidado, da mesma forma que o Brasil desenvolve para as cacheadas.

Além da estética, a Ásia influencia também o Brasil por sua música e animação característica: o anime; o que fortalece tal ideia posta em projeto.

Em resumo, trata-se de uma cultura extremamente rica, com muitos nichos para se explorar. Desde os rituais matrimoniais mais antigos, até às técnicas usadas pelas desingner de unhas para fazer as unhas com pérolas e outros detalhes em alto relevo. Tudo a respeito dessa vasta região pode ser aproveitado para uma boa intenção.

## **7 FICHA TÉCNICA**

### **7.1 Tipo de Negócio**

A empresa Sarang Asian Beauty se enquadra como um salão de beleza e estética com ênfase na área de cuidados pessoais. Esse tipo de negócio oferece serviços com o objetivo de satisfazer seus clientes através de atendimentos e procedimentos buscando o bem-estar com sua saúde e aparência.

### **7.2 Setor da Economia**

O salão de beleza e estética está inserido no setor terciário da economia, sendo relacionado à prestação de serviços para seu público e também gerando empregos para profissionais autônomos. Atualmente, esse mercado está ganhando uma demanda maior em razão da valorização da imagem pessoal entre diversos consumidores.

### **7.3 Ramo de Atividade**

O ramo da atividade integra a prestação de serviços e o comércio dos produtos utilizados a fim de atender todas as necessidades dos clientes que buscam tanto o procedimento quanto o fácil acesso aos cosméticos recomendados.

### **7.4 Produtos**

Os produtos que serão vendidos são em duas vertentes: serviços e cosméticos.

- **Serviços:** O salão atua diretamente com procedimentos especializados em técnicas asiáticas como cortes, coloração, escova, hidratação, terapia capilar, unhas, design de sobrancelhas, massagens, limpeza de pele, maquiagem entre outros.
- **Produtos:** No salão ocorre a comercialização dos produtos de beleza utilizados nos atendimentos como shampoos, condicionadores, máscaras de tratamento, óleos capilares, sabonetes e cremes faciais, esfoliantes e cosméticos diversos.
- Com essa combinação, o salão se sobressai no mercado e garante uma diversificação nas formas de faturamento, tornando-se uma atividade versátil e em constante crescimento.

## 7.5 Contrato Social

1. Beatriz Moura Silva, Brasileira, Solteira, nascida em 11 de Maio de 2008, Estudante, portadora do CPF: 549.\*.\*-75 e RG: 62.\*.\*-2 expedido em: SSP-SP, domicílio e residência: Rua Maragogipe Nº600, Parque João Ramalho, Santo André, São Paulo - 09290-030.

2. Brenda da Costa Pereira, Brasileira, Solteira, nascida em 14 de agosto de 2007, Estudante, portadora do CPF: 545.\*.\*-11 e RG: 52.\*.\*-8 expedido em: SSP-SP, domicílio e residência: Rua Tefé Nº116, Bairro Jaçatuba, Santo André, São Paulo - 09290-640.

3. Camila de Souza Marques, Brasileira, Solteira, nascida em 13 de setembro de 2007, Estudante, portadora do CPF: 484.\*.\*-30 e RG: 55.\*.\*-7 expedido em: SSP-SP, domicílio e residência: Av. Industrial Nº1600, Bairro Campestre, Santo André, São Paulo - 09080-501.

4. Gustavo Nascimento, Brasileiro, Solteiro, nascido em 18 de maio de 2008, Estudante, portador do CPF: 519.\*.\*-70 e RG: 60.\*.\*-5 expedido em: SSP-SP, domicílio e residência: Rua Booker Pittman Nº51, Centreville, Santo André, São Paulo - 09120 - 370.

5. Lorena de Campos Leitão Gonçalves, Brasileira, Solteira, nascida em 21 de fevereiro de 2008, Estudante, portadora do CPF: 500.\*.\*-60 e RG: 60.\*.\*-0, expedido em: SSP-SP, domicílio e residência: Rua Speers, Nº 41, Vila São Pedro, Santo André, São Paulo - 09210-200.

6. Mel Romera Marques, Brasileira, Solteira, nascida em 10 de agosto de 2007 Estudante, portadora do CPF: 419.\*.\*-36 e RG: 53.\*.\*-X, expedido em: SSP-SP, domicílio e residência: Av. Celso Garcia Nº 5885, Tatuapé, São Paulo - 03063000.

Cláusula Primeira - A sociedade adota o nome empresarial Sarang Asian Beauty e tem sede e domicílio na Rua Apeninos nº911, Vila Mariana, São Paulo, São Paulo CEP: 04104-02

Cláusula Segunda - A sociedade tem por objetivo exercer suas atividades no ramo estético oferecendo serviços correlacionados com técnicas asiáticas e vendendo produtos oferecidos nos procedimentos da empresa.

Cláusula Terceira - A sociedade iniciou suas atividades em 07 de fevereiro de 2025. e seu prazo de duração é indeterminado

Cláusula Quarta - O capital social é R\$ 42.000,00 dividido em quotas de valor nominal R\$ 7.000,00 integralizadas, neste ato, em moeda corrente do País, pelos sócios

Cláusula Quinta - As quotas são indivisíveis e não poderão ser cedidas ou transferidas a terceiros sem o consentimento do(s) outro(s) sócio(s), a quem fica assegurado, em igualdade de condições e preço direito de preferência para a sua aquisição se postas à venda.

Cláusula Sexta - Fica eleito o foro de para o exercício e o cumprimento dos direitos e obrigações resultantes deste contrato.

E, por estarem assim juntos e contratados, assinam este instrumento em via(s).

ETEC Júlio de Mesquita em 06/02/25

Beatriz Moura Silva

Brenda da Costa Pereira

Camila de Souza Marques

Gustavo Nascimento

Lorena de Campos Leitão Gonçalves

Mel Romera Marques

## **8 PRÉ REQUISITOS**

### **8.1 Localização**

#### **8.1.1 Região**

O salão de estética que está sendo projetado seria criado no bairro Vila Mariana localizado na cidade de São Paulo (região sudeste), reunindo alguns fatores para a escolha desse lugar.

De acordo com o site da Cidade de São Paulo Urbanismo e Licenciamento, a população da Vila Mariana no ano de 2024 foi de 127 mil habitantes. Segundo o site da subprefeitura do local, ela possui uma alta renda média, em torno de R\$3,6 mil mensais, o que é bem acima do índice do município, que é cerca de R\$1,3 mil. Sendo assim, a Vila Mariana é considerada um lugar de classe média alta e alta.

Em primeiro plano, é possível observar o fluxo de pessoas presente nessa região sendo majoritariamente um público de classe média e média-alta, sendo rondado por estabelecimentos como faculdades de alto padrão como ESPM e Belas Artes, hospitais e escritórios, gerando assim uma constante circulação da população. Considera-se também os fatores de segurança e infraestrutura pontos positivos para a escolha deste local, sendo um lugar de fácil acesso, servindo de transporte público (metrô e ônibus) e em comparação com outros bairros da cidade, a Vila Mariana se mostra ser um ambiente mais seguro e bonito esteticamente.

Em segundo plano, vem crescendo uma alta demanda de população preocupada e que anseia por procedimentos estéticos, aparência e saúde como tratamentos capilares, para a pele, maquiagem, massagem e unha, sendo os conhecimentos asiáticos referência para esse mercado, com técnicas modernas e eficazes. Além também de ser algo que está repercutindo em grande escala através de influenciadores de beleza, que instigam essas novidades para o seu público.

De outro modo, a possibilidade de parcerias com outros estabelecimentos como lojas de roupa e academias, por exemplo, reforça a escolha da localidade.

#### **8.1.2 Local**

O local que será sediada a empresa é na Rua Apeninos nº 911 (paralela da Rua Vergueiro) na Vila Mariana em São Paulo (SP) pois é uma região que é conhecida por ter um fluxo grande de pessoas, o que atrairia diversos clientes para o salão. O fluxo de pessoas se deve pelas duas estações que estão perto de sua localidade (a Estação Santos-Imigrantes e Estação Chácara Klabin) por ter um ponto

em frente ao local, ser próximo ao hospital Sepaco e ter estacionamentos (terceirizados) rotativos em seus arredores.

### **8.1.2 Aluguel**

O espaço comercial está disponível para locação no valor mensal de R\$3.500,00.

### **8.4 Legislação Específica**

Para criar um salão de beleza especializado em técnicas asiáticas, é preciso consultar órgãos e grupos reguladores e garantir que tudo atenda aos seus padrões para legalizar o salão. Nesse salão não só prestamos diversos serviços voltados para a beleza do nosso cliente como também vendemos produtos como cremes de cabelo, cremes de cuidados faciais, entre outros.

Para realizarmos essa legalização é necessário que a empresa se formalize, para isso será necessário:

- Cadastro na Receita Federal obtendo assim seu Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ);
- Inscrição Estadual, habilitando assim a empresa de fazer a cobrança do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS);
- Inscrição Municipal para que a empresa possa atuar em São Paulo (SP) na Prefeitura, permitindo assim o pagamento do Imposto Sobre Serviços (ISS);
- Alvará de Funcionamento que traz a autorização do local para prestar serviços, para fazê-lo é necessário ir na Prefeitura de SP (Secretaria Municipal de desenvolvimento econômico);
- Seguir as diretrizes exigidas pelas normas de manejo de resíduos colocadas pela Secretaria do Verde e Meio Ambiente ( Prefeitura de SP);
- Seguir as normas da vigilância sanitária, para adquirir o Licenciamento Sanitário (Vigilância Sanitária realizará vistorias para verificar se o local segue suas diretrizes);
- O Auto de Vistoria do Corpo de Bombeiros (AVCB) é exigido pela Defesa Civil de SP para a garantia de que o salão tem equipamentos e sinalização adequadas para a prevenção de incêndios.

Ademais, para utilização e comercialização dos produtos no salão é necessário consultar a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) e checar

quais produtos estão em sua lista, no caso específico da nosso salão é ainda mais importante, pois estaremos lidando com produtos estrangeiros e nem todos os produtos Asiáticos estão nessa lista, caso o produto não esteja podemos tentar solicitar a Licença de Importação (LI) desse produto e esperar que os órgão analisem e autorizam o uso deste produtos. Sem ser isso, é importante a verificação de registro de patentes de técnicas ou produtos, por se técnicas e produtos estrangeiros é de extrema importância checar essas patentes.

Outro assim, é importante que após a abertura do estabelecimento as normas jurídicas continuem sendo seguidas, normas como:

- Artigo 5 da Constituição (todos são iguais perante a lei);
- Código de Defesa do Consumidor (CDC);
- Leis da Acessibilidade ou Lei Brasileira da Inclusão (LBI) Lei nº 10.098/2000 e a Lei nº 13.146/2015.

Além disso é necessário que haja a regulamentação dos profissionais que estarão contratados e de nossa relação com eles, para os mesmos será exigido:

Estar registrado no Conselho Regional de Estética (CRE), dependendo de qual função exerce;

- Exigência de Formação Profissional;
- Seguir Consolidação das Leis Trabalhistas (CLT);
- Documentação necessária, de acordo com o Ministério do Trabalho e Emprego.
  - Carteira de Trabalho e Previdência Social (CTPS);
  - FGTS (Fundo de Garantia do Tempo de Serviço);
  - INSS (Instituto Nacional do Seguro Social).

Em suma, os principais órgãos reguladores e documentos: Receita Federal (CNPJ)., Secretaria da Fazenda do Estado de São Paulo (Inscrição Estadual), Prefeitura de São Paulo (Inscrição Municipal, Alvará de Funcionamento), Vigilância Sanitária (Licenciamento Sanitário), Corpo de Bombeiros (AVCB), ANVISA (Registro de produtos cosméticos e cuidados com a pele), Ministério do Trabalho e Emprego (Normas trabalhistas, contratação de funcionários) e a Secretaria do Verde e Meio Ambiente (Resíduos sólidos).

## 8.5 Simples Nacional

De acordo com ramo da empresa Sarang's Beauty, o encaixe no Simples Nacional é referente à tais tabelas do Anexo III:

### Anexo 3 Simples Nacional – Tabela 2025

Confira a seguir a [Tabela Simples Nacional](#) Anexo III, que ajudará você a descobrir como calcular o Simples Nacional 2025:

Faixa	Alíquota	Valor a Deduzir (em R\$)	Receita Bruta em 12 Meses (em R\$)
1ª Faixa	6,00%	-	Até 180.000,00
2ª Faixa	11,20%	9.360,00	De 180.000,01 a 360.000,00
3ª Faixa	13,50%	17.640,00	De 360.000,01 a 720.000,00
4ª Faixa	16,00%	35.640,00	De 720.000,01 a 1.800.000,00
5ª Faixa	21,00%	125.640,00	De 1.800.000,01 a 3.600.000,00
6ª Faixa	33,00%	648.000,00	De 3.600.000,01 a 4.800.000,00

### Anexo 3 Simples Nacional – Tabela 2025

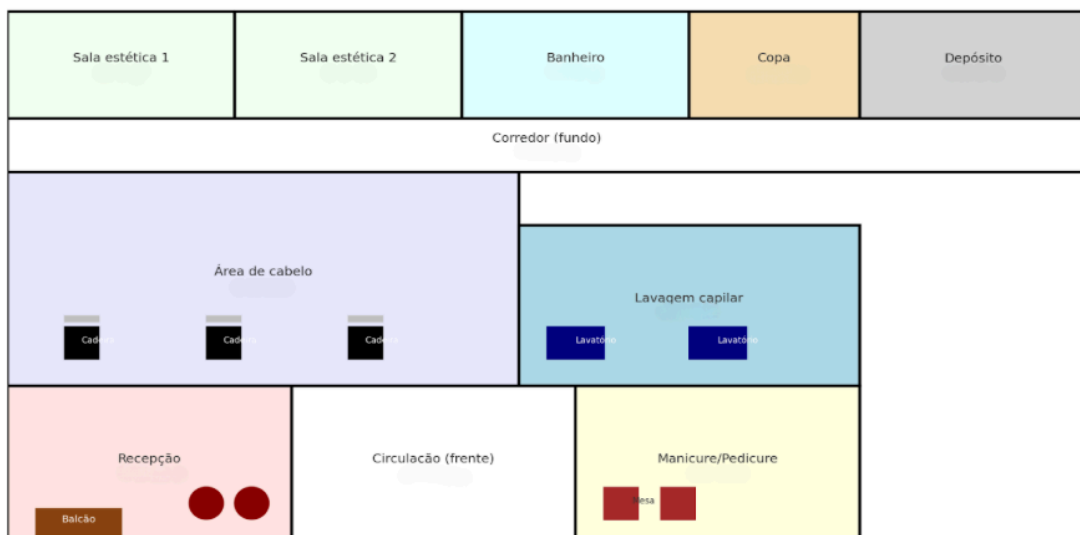
Confira a seguir a [Tabela Simples Nacional](#) Anexo III, que ajudará você a descobrir como calcular o Simples Nacional 2025:

Faixa	Alíquota	Valor a Deduzir (em R\$)	Receita Bruta em 12 Meses (em R\$)
1ª Faixa	6,00%	-	Até 180.000,00
2ª Faixa	11,20%	9.360,00	De 180.000,01 a 360.000,00
3ª Faixa	13,50%	17.640,00	De 360.000,01 a 720.000,00
4ª Faixa	16,00%	35.640,00	De 720.000,01 a 1.800.000,00
5ª Faixa	21,00%	125.640,00	De 1.800.000,01 a 3.600.000,00
6ª Faixa	33,00%	648.000,00	De 3.600.000,01 a 4.800.000,00

## 8.6 Área

### 8.6.1 Espaço

A imagem representa uma planta do salão, podendo ter uma percepção geral de todos os espaços:



### 8.6.2 Layout

- A recepção é a porta de entrada para o salão, onde possui um balcão de atendimento para marcar os procedimentos e realizar os pagamentos.;
- 1. Um espaço de circulação foi adicionado para servir como uma sala de espera para os clientes, além de contribuir para deixar o lugar mais arejado e interligado;
- Em conjunto, foi reservada uma área de manicure e pedicure perto dos lavatórios e das poltronas de procedimentos capilares, todas com móveis e materiais de qualidade para o melhor conforto.;
- A segunda parte do salão é dividida por um corredor que dá acesso às duas salas de estética, o banheiro, a copa e o depósito dos produtos;
- As duas salas ficam em lugares mais reservados em razão de serem procedimentos que requerem privacidade e mais calma;
- Na copa se encontra um espaço para os funcionários realizarem suas refeições, equipado com eletrodomésticos e mesas;
- Todos os produtos utilizados pela empresa são armazenados no depósito, sendo uma área de acesso exclusivo dos funcionários;

### 8.6.3 Armazenamento

O depósito se faz um lugar de grande importância dentro de um salão pois é onde todos os produtos são armazenados de forma organizada por marcas, utilidade, além também se seguir todas as regras de segurança por alguns deles se tratarem de produtos químicos que precisam de um cuidado a mais para que não haja acidentes dentro do local de trabalho.

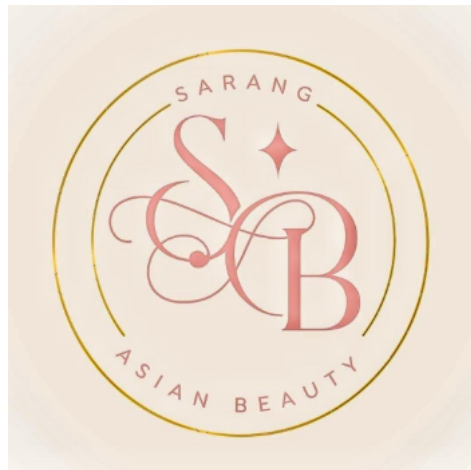
## 9 MARKETING

### 9.1 Logo

A logo foi feita em cores mais claras para passar a imagem mais calma e "clean" que queremos transmitir para a marca.

Para isso, cada cor tem uma simbologia e uma ideia importante. A cor rosa traz a ideia de delicadeza, ternura e inocência; o dourado traz a ideia de sabedoria interior (cuidado de dentro); enquanto o creme no fundo traz tranquilidade e pureza.

Cada elemento foi pensado para transmitir uma sensação e deixar a marca sempre presente na mente das pessoas quando o assunto é autocuidado.



### 9.2 4P's

#### 9.2.1 Produto

O'Que oferece:

- A Sarang Asian Beauty oferece serviços de massagem (capilar e facial), maquiagem, manicure, pedicure, sobrancelha e cabeleireiro/penteados;
- Produtos utilizados pela empresa são tanto nacionais quanto internacionais que estão disponíveis no mercado brasileiro. Além disso, os produtos utilizados contém ativos naturais usados nos tratamentos, como chá verde, ginseng, arroz, argila vulcânica, entre outros;
- Oferecemos cortesias para os clientes café, chá e bolachas.

Diferencial:

- Técnicas pouco comuns no território brasileiro, que aliam saúde, beleza e bem-estar com inspiração na tradição asiática;
- Profissionais altamente qualificados;
- Forte presença de tecnologia.

### 9.2.2 Preço

A estratégia de precificação da Sarang Asian Beauty é pautada no modelo de valor percebido, onde o cliente não paga apenas pelo serviço em si, mas pela experiência estética, cultural e sensorial dada a originalidade da proposta, que introduz técnicas orientais autênticas em um mercado nacional ainda pouco explorado nesse segmento, os preços serão alinhados ao posicionamento premium acessível, com foco na classe média e média-alta da Vila Mariana e arredores.

- Custos operacionais: decorrentes do uso de produtos importados de origem asiática, da qualificação técnica especializada dos profissionais e da ambientação temática do espaço.
- Concorrência local: varia entre salões populares e salões de luxo, a Sarang se posiciona no meio-termo, oferecendo exclusividade sem elitismo.
- Elasticidade da demanda: clientes desse perfil tendem a pagar mais por diferenciais como atendimento personalizado, conforto e estética refinada.

Além disso, será adotada uma política de descontos progressivos para clientes frequentes e um programa de fidelidade com vantagens e brindes, promovendo o relacionamento de longo prazo com o público.

### 9.2.3 Praça

A Sarang Asian Beauty será instalada na Rua Vergueiro, no bairro da Vila Mariana, um dos mais promissores da cidade de São Paulo. A escolha estratégica da localização parte de uma análise demográfica, econômica e comportamental da região, que apresenta:

- Alta densidade populacional (127 mil habitantes em 2024),
- Renda média elevada (R\$ 3.600/mês),
- Público diversificado e cosmopolita, com estudantes, profissionais liberais, artistas e jovens adultos conectados às tendências internacionais

Além do espaço físico, a estratégia de “praça” será ampliada com presença online ativa, essa combinação proporciona à Sarang uma abrangência multicanal que atende tanto o público físico quanto o digital, promovendo conveniência, proximidade e conexão com os clientes.

#### **9.2.4 Promoção**

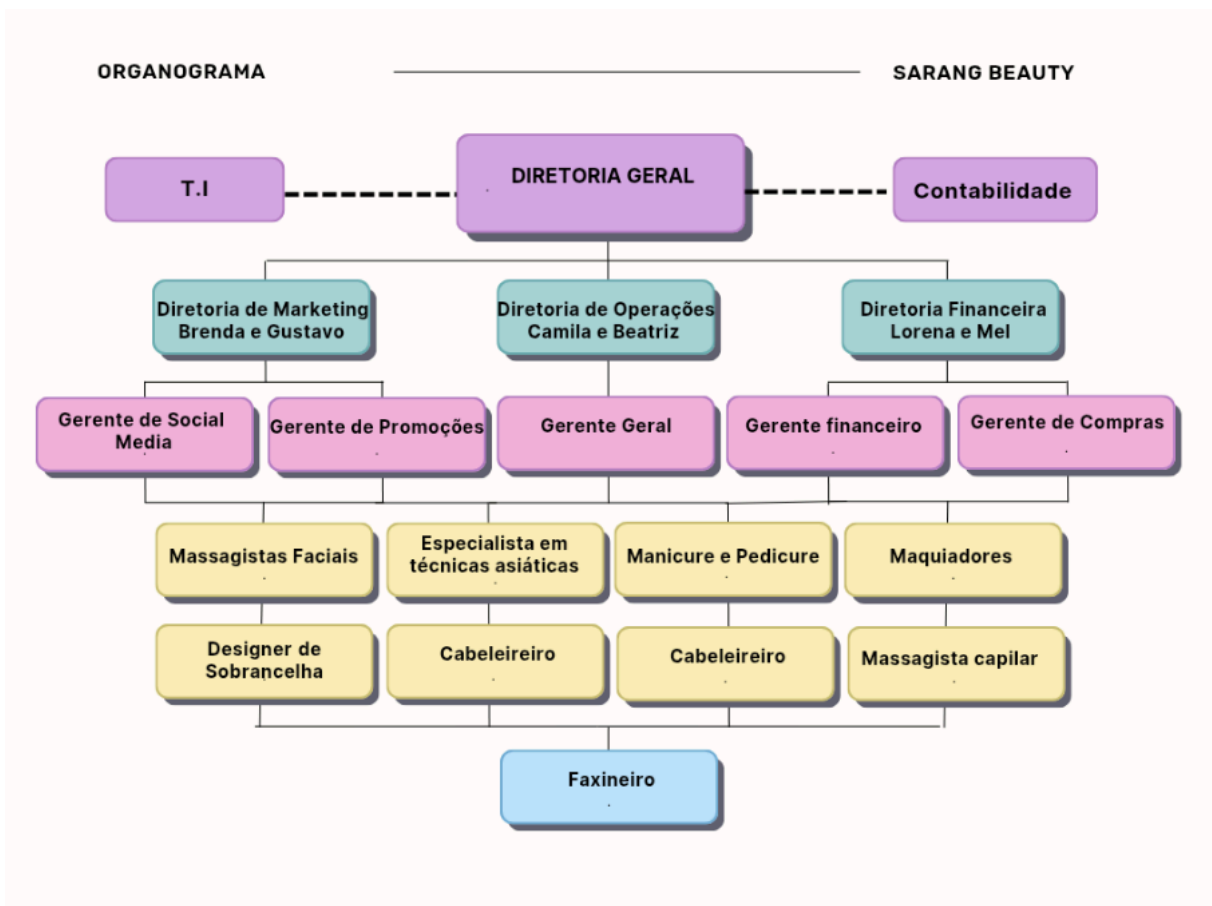
A empresa Sarang Asian Beauty utilizará vários meios para proporcionar a atração do consumidor pela marca, sendo esses meios:

- Mídias sociais: Para divulgar a marca por meio de vídeos e fotos que mostram os tratamentos, técnicas utilizadas, depoimento de clientes anteriores e produtos comercializados. As mídias utilizadas seriam o Instagram e o Tik Tok;
- Campanhas mensais: Mensalmente teremos campanhas de dias com temáticas principais envolvendo técnicas específicas, como por exemplo “Mês da massagem chinesa” e “Mês da Beleza Coreana”, na qual cada um dos meses terão técnicas especiais para o mês;
- Publicitários: Convidar pessoas famosas, como influencers, para testar e divulgar o trabalho realizado na empresa, além de convidar algumas modelos para podermos realizar as divulgações por meio delas e nas redes midiáticas da empresa;
- Programa de indicação: Caso uma cliente indique a marca, ambas as pessoas ganham um desconto ou cortesia, para dessa forma os clientes falem e indiquem o salão de estética;
- Eventos: Organizamos eventos especiais podendo ser um dia com as amigas, workshop sobre cuidado asiático, dia para noiva e as madrinhas, entre outros.

#### **9.3 Análise SWOT**



## 10. ORGANOGRAMA



## **11 CULTURA ORGANIZACIONAL**

A cultura organizacional da Sarang Asian Beauty fundamenta-se na valorização da estética, do bem-estar e do respeito à diversidade cultural, promovendo um ambiente que reflete os princípios orientais de harmonia, cuidado e excelência. Inspirada em técnicas asiáticas de beleza e nos valores tradicionais desse continente, a empresa se compromete em oferecer experiências estéticas autênticas, inovadoras e acolhedoras, respeitando as individualidades e promovendo um atendimento humanizado.

O atendimento é uma extensão da cultura da nossa empresa: gentil, atencioso, personalizado e detalhista. Cada cliente é acolhido como alguém especial, recebendo orientação sobre produtos e serviços com base em suas necessidades.

### **11.1 Missão**

Nossa missão é ajudar a aumentar a auto-estima e o autocuidado de nossos clientes, tendo como oferecer o melhor atendimento dentro do segmento de técnicas asiáticas para a estética, envolvendo tratamentos capilares, faciais e serviços de manicure e pedicure. Assim, contribuindo de maneira positiva e competitiva no mercado deste ramo.

### **11.2 Visão**

Consolidar uma base forte de clientes fiéis para conseguir uma boa rentabilidade e retorno financeiro. Além disso, também aumenta a freguesia enquanto mantém o padrão de qualidade e atendimento para expandir e ser referência nesse segmento de mercado. Posteriormente, queremos a consolidação no mercado junto a abertura para potencial expansão para mais lugares.

### **11.3 Valores**

- Transparência;
- Ética;
- Respeito;
- Empatia.

## 12 RELATÓRIO FINANCEIRO

### 12.1 Planilha 1: Gastos Iniciais

ITEM	Óleo para massagem (2	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	TOTAL
1	Sulfite (100 fl)	1	R\$ 10,27	R\$ 10,27
2	Café (500g)	4	R\$ 30,00	R\$ 120,00
3	Shampoo (500ml)	10	R\$ 206,41	R\$ 2.064,10
4	Condicionador (500ml)	4	R\$ 149,90	R\$ 599,60
5	Máscara de tratamento (1kg)	4	R\$ 150,00	R\$ 600,00
6	Esmaltes (8ml)	100	R\$ 5,98	R\$ 598,00
7	Acetona (500 ml)	6	R\$ 20,46	R\$ 122,76
8	Algodão (500g)	1	R\$ 15,00	R\$ 15,00
9	Palito (100 unid.)	2	R\$ 19,99	R\$ 39,98
10	Acessórios para unhas (30 pçs)	5	R\$ 15,95	R\$ 79,75
11	Lixa (1 un)	300	R\$ 0,25	R\$ 75,00
12	Álcool em gel (420g)	4	R\$ 12,90	R\$ 51,60
13	Sabonete (500ml)	3	R\$ 99,00	R\$ 297,00
14	Luvras descartáveis (100 un)	2	R\$ 36,90	R\$ 73,80
15	Spray fixador para penteados (400ml)	10	R\$ 40,19	R\$ 401,90
16	Prohtetor térmico (150ml)	4	R\$ 74,60	R\$ 298,40
17	Toalhas de papel descartável (4000 un)	1	R\$ 18,95	R\$ 18,95
18	Removedor de cutícula (100ml)	2	R\$ 13,45	R\$ 26,90
19	Desifetante para ambiente(1L)	1	R\$ 12,00	R\$ 12,00
20	Sombras (48 cores)	2	R\$ 52,00	R\$ 104,00
21	Blush(62g)	8	R\$ 9,00	R\$ 72,00
22	Máscara de cílios (un)	5	R\$ 12,00	R\$ 60,00
23	Pincéis (un)	24	R\$ 6,50	R\$ 156,00
24	Cartuchos p/ impressora	2	R\$ 68,90	R\$ 137,80
25	Laquê	6	R\$ 28,00	R\$ 168,00
26	Grampo de cabelo(12 un)	8	R\$ 4,50	R\$ 36,00
27	Pontos de Luz (14un)	7	R\$ 7,83	R\$ 54,81

28	Óleo para massagem (430ml)	3	R\$ 25,00	R\$ 75,00
29	Chá (12 sachês)	3	R\$ 4,99	R\$ 14,97
30	Açúcar (500g)	2	R\$ 13,00	R\$ 26,00
31	Bolachas (pct)	5	R\$ 8,25	R\$ 41,25
				R\$ 0,00
				R\$ 0,00
	<b>TOTAL</b>	<b>539</b>		<b>R\$ 6.450,84</b>

### 12.2 Planilha 2: Gastos Mensais

ITEM	DESCRIÇÃO	VALOR
1	Serviços de limpeza	R\$ 3.100,00
2	Depreciação total	R\$ 309,49
3	Pró-labore	R\$ 18.000,00
4	Publicidade	R\$ 1.250,00
5	Tarifa bancária	R\$ 163,00
6	Seguro do lugar	R\$ 300,00
7	Aluguel	R\$ 3.500,00
8	IPTU	R\$ 214,00
9	Conta de luz	R\$ 428,00
10	Conta de água	R\$ 502,00
11	Conta de internet/telefone	R\$ 150,00
12		
13		
	<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 27.916,49</b>

### 12.3 Planilha 3: Colaboradores

ITEM,	DESCRIÇÃO	QUANTID ADE	SALÁRIO	TOTAL	ENCARGOS SOCIAIS (70%)	TOTAL A PAGAR
1	Cabeleireiros	3	R\$ 1.640,00	R\$ 4.920,00	R\$ 3.444,00	R\$ 8.364,00
2	Maquiadores	1	R\$ 1.640,00	R\$ 1.640,00	R\$ 1.148,00	R\$ 2.788,00



11	pia	2	R\$ 150,00	R\$ 300,00	4%	R\$ 12,00	R\$ 1,00
12	vaso sanitário	2	R\$ 800,00	R\$ 1.600,00	4%	R\$ 64,00	R\$ 5,33
13	suporte para toalha	2	R\$ 142,00	R\$ 284,00	4%	R\$ 11,36	R\$ 0,95
14	escova	10	R\$ 85,00	R\$ 850,00	10%	R\$ 85,00	R\$ 7,08
15	secadores	6	R\$ 128,00	R\$ 768,00	10%	R\$ 76,80	R\$ 6,40
16	pente	6	R\$ 16,00	R\$ 96,00	10%	R\$ 9,60	R\$ 0,80
17	tesoura	6	R\$ 17,00	R\$ 102,00	10%	R\$ 10,20	R\$ 0,85
18	presilhas	15	R\$ 5,00	R\$ 75,00	10%	R\$ 7,50	R\$ 0,63
19	computador	2	R\$ 1.000,00	R\$ 2.000,00	20%	R\$ 400,00	R\$ 33,33
20	tv	2	R\$ 2.500,00	R\$ 5.000,00	10%	R\$ 500,00	R\$ 41,67
21	aparelho celular	1	R\$ 1.000,00	R\$ 1.000,00	10%	R\$ 100,00	R\$ 8,33
22	Secadores de cabelo	5	R\$ 224,90	R\$ 1.124,50	10%	R\$ 112,45	R\$ 9,37
23	Modelador de cachos profissional	5	R\$ 307,90	R\$ 1.539,50	10%	R\$ 153,95	R\$ 12,83
24	Prancha profissional	5	R\$ 312,00	R\$ 1.560,00	10%	R\$ 156,00	R\$ 13,00
25	carrinho para produtos	5	R\$ 189,00	R\$ 945,00	10%	R\$ 94,50	R\$ 7,88
26	Cadeira de pedicure	6	R\$ 636,48	R\$ 3.818,88	10%	R\$ 381,89	R\$ 31,82
27	Máquina para esterilizar alicate	1	R\$ 118,25	R\$ 118,25	10%	R\$ 11,83	R\$ 0,99
28	máquina de café	1	R\$ 247,00	R\$ 247,00	10%	R\$ 24,70	R\$ 2,06
29	microondas	1	R\$ 445,00	R\$ 445,00	10%	R\$ 44,50	R\$ 3,71
30	Geladeira	1	R\$ 1.710,00	R\$ 1.710,00	10%	R\$ 171,00	R\$ 14,25
31	Pratos	12					

32	Talheres	12	R\$ 4,50	R\$ 54,00	10%	R\$ 5,40	R\$ 0,45
33	Jogo de porcelana	3	R\$ 17,90	R\$ 53,70	10%	R\$ 5,37	R\$ 0,45
34	Balcão vitrine de vidro	2	R\$ 589,00	R\$ 1.178,00	10%	R\$ 117,80	R\$ 9,82
35	Impressora	1	R\$ 301,18	R\$ 301,18	20%	R\$ 60,24	R\$ 5,02
35	Massageador laser para cabelos	3	R\$ 249,99	R\$ 749,97	10%	R\$ 75,00	R\$ 6,25
	<b>TOTAL</b>	<b>164</b>		<b>R\$ 36.363,98</b>		<b>R\$ 3.713,88</b>	<b>R\$ 309,49</b>

Depreciação	
ITEM	TAXA
móveis, utensílios, máquinas, ferramentas...	10,00%
computador e periféricos	20,00%
obras e reformas	4,00%
veículos passageiros	20,00%
fora estrada	25,00%

### 12.5 Planilha 5: Receita Operacional

MARK-UP	ESTOQUE INICIAL	RECEITA OPERACIONAL
$(100 - (13,38 + 40)) / 100$	25% * Custo de Aquisição de Materiais / IF35	(CMD + MO + DF + ET) / MARK-UP
0,4662	R\$ 1.612,71	R\$ 130.999,66

### 12.6 Planilha 6: Resultado Operacional

Descrição	Valor	Lucratividade	%
Receita Operacional	R\$ 130.999,66	Lucratividade	19,32%
Custos Variáveis	R\$ 73.305,53		
Mão de Obra	R\$ 25.092,00		
Material Direto	R\$ 6.450,84		

Comercialização	R\$ 41.107,69		
Comissões	R\$ 655,00		
Despesas Fixas	R\$ 27.916,49		
Custos Totais	R\$ 101.222,02		
Lucro Operacional	R\$ 29.777,64		
Impostos	R\$ 4.466,65		
Lucro Líquido	R\$ 25.310,99		
Margem Contribuição	R\$ 57.694,13		
Ponto de Equilíbrio	R\$ 63.386,88		

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O Salão de beleza Sarang Beauty tem como objetivo ampliar o alcance da cultura estética asiática no Brasil, cuja popularidade tem aumentado muito nos últimos anos. Sob esse viés, fizemos várias escolhas a fim de definir detalhes a respeito de diversos aspectos logísticos, estéticos e financeiros. É importante salientar que pudemos obter nossas respostas a partir de pesquisas realizadas na internet além de métodos investigativos que envolveram a busca de respostas por intermédio de pessoas orientadoras.

A fim de conclusão, cabe a menção da amplitude de nossos serviços, que não só incluem tratamentos capilares, mas também de manicure, pedicure, massagem capilar e facial, além de maquiagens dentro da estética. Além disso, em acordo com nossa proposta, nosso espaço também possuirá ambientes direcionados a cada tipo de serviço, incluindo locais para a refeição e descanso de nossos funcionários. Quanto à localidade, o salão Sarang estará localizado na rua Apeninos, número 911; uma região que julgamos adequada e propícia para atrair sempre novos clientes.

Dessa forma, por meio do trabalho aqui apresentado, concluímos que nosso estabelecimentos tem muito potencial criativo, entretanto, por meio das análises observadas nas tabelas financeiras, compreendemos que falta viabilidade orçamentária. Assim, entendemos que não poderíamos arcar com todos os investimentos iniciais previstos para a abertura de nosso projeto.

## REFERÊNCIAS

**KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. *Marketing 4.0*: do tradicional ao digital.** Tradução de Pedro Elói Duarte (ou o nome do tradutor da sua edição). Rio de Janeiro: Sextante, 2017 (ou o ano da sua edição).

**KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. *Marketing 6.0*: o futuro é imersivo.** Tradução de Carla Pedro (ou o nome do tradutor da sua edição). Rio de Janeiro: Sextante, 2024 (ou o ano da sua edição).

**RACKHAM, Neil. *Alcançando excelência em vendas: Spin selling*.** Tradução de Bazán Tecnologia e Linguística. São Paulo: M.Books, 200

**ARTE DE PROJETAR EM ARQUITETURA.** 18. ed. São Paulo: Gustavo Gili, 2013.  
Disponível em:  
<https://www.amazon.com/Arte-de-Projetar-em-Arquitetura/dp/8565985083>. Acesso em: 1 maio 2025.

**BRASIL.** Lei nº 10.098, de 19 de dezembro de 2000. *Acessibilidade*. Disponível em:  
<https://www.gov.br/governodigital/pt-br/legislacao/acessibilidade#:~:text=Lei%20N%C2%BA%2010.098%2C%20de%2019,reduzida%2C%20e%20d%C3%A1%20outras%20provid%C3%AAs>. Acesso em: 8 abr. 2025.

**BRASIL.** Obter licença de importação. Disponível em:  
<https://www.gov.br/pt-br/servicos/obter-licenca-de-importacao>. Acesso em: 8 abr. 2025.

**CASA VOGUE.** *Liberdade: a história por trás do bairro turístico de São Paulo*. Disponível em:  
<https://casavogue.globo.com/Arquitetura/Cidade/noticia/2020/10/liberdade-historia-por-tras-do-bairro-turistico-de-sao-paulo.html>. Acesso em: 8 abr. 2025.

**CONSULTORAS DE BELEZA.** *O crescimento do mercado da beleza em 2024 no Brasil*. Disponível em:  
<https://consultorasdebeleza.com/o-crescimento-do-mercado-da-beleza-2024/>. Acesso em: 25 abr. 2025.

**DESIGN DE INTERIORES PARA SALÕES DE BELEZA: planejamento e funcionalidade.** Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2017. Disponível em: [https://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/12735/DIS\\_PPGEC\\_2017\\_VIEIRA\\_VALESCA.pdf?isAllowed=y&sequence=1](https://repositorio.ufsm.br/bitstream/handle/1/12735/DIS_PPGEC_2017_VIEIRA_VALESCA.pdf?isAllowed=y&sequence=1). Acesso em: 1 maio 2025.

**HISTÓRICO.** Disponível em: [https://capital.sp.gov.br/web/vila\\_mariana/w/historico/416](https://capital.sp.gov.br/web/vila_mariana/w/historico/416). Acesso em: 28 abr. 2025.

**IMÓVEIS NA VILA.** *Transformações econômicas e sociais da Vila Mariana: um bairro em evolução.* Disponível em: <https://www.imeisnavila.com.br/conteudo/transformacoes-economicas-e-sociais-da-vila-mariana-um-bairro-em-evolucao/74>. Acesso em: 25 abr. 2025.

**MAIA.** *Como legalizar o meu salão de beleza?* Graces. Disponível em: <https://graces.com.br/blog/gestao/como-legalizar-o-meu-salao-de-beleza/?src=search>. Acesso em: 8 abr. 2025.

**PLANEJE.** *Como abrir um CNPJ para salão de beleza: guia completo.* Disponível em: <https://contabilidadeplaneje.com.br/como-abrir-um-cnpj-para-salao-de-beleza/>. Acesso em: 8 abr. 2025.

**S QUATRO.** *Liberdade: uma viagem pela cultura oriental em São Paulo.* Disponível em: <https://squatro.com.br/guia-de-bairros/liberdade-uma-viagem-pela-cultura-oriental-em-sao-paulo/>. Acesso em: 27 abr. 2025.

**SEBRAE.** *O que é preciso para montar um salão de beleza.* Disponível em: [https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-e-preciso-para-montar-um-salao-de-beleza,0d4e1ab384336810VgnVCM1000001b00320aRCRD#:~:text=Formaliz e%20seu%20neg%C3%B3cio%2C%20mesmo%20se,Defesa%20do%20Consumidor%20\(CDC\)](https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-que-e-preciso-para-montar-um-salao-de-beleza,0d4e1ab384336810VgnVCM1000001b00320aRCRD#:~:text=Formaliz e%20seu%20neg%C3%B3cio%2C%20mesmo%20se,Defesa%20do%20Consumidor%20(CDC).). Acesso em: 8 abr. 2025.

**SEBRAE.** *Tendências de consumo no setor de beleza: conheça 6 tendências para o setor de beleza em 2023.* Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/conheca-6-tendencias-para-o-setor-de-beleza-em-2023>. Acesso em: 25 abr. 2025.

**VISITE SÃO PAULO.** *Bairro da Liberdade: história e curiosidades do lugar.*

Disponível

em:

<https://visitesaopaulo.com/bairro-da-liberdade-historia-e-curiosidades-do-lugar/>.

Acesso em: 8 abr. 2025.

**VILA ANDRADE.** *Com mais de 40 mil novos moradores em 12 anos, a população da Vila Andrade, na zona sul, é a que mais cresceu na cidade.* Disponível em:

<https://capital.sp.gov.br/web/licenciamento/w/noticias/366736>. Acesso em: 28 abr.

2025.