



UNIVERSIDADE
CANDIDO
MENDES

UNIVERSIDADE CANDIDO MENDES - NITERÓI

ALEXANDRE SANTOS

11350011-2

BIANCA OLIVEIRA

11350013-2

ESTEFANIE QUINTAS

21200041-2

FABÍOLA FELIPE

21253008-2

MARCELLA FREIRE

115400122

THAMIRIS MARINHO

11300030-2

Click Beauty

Plano de Negócios
BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS

NITERÓI
NOVEMBRO DE 2016

**ALEXANDRE SANTOS
BIANCA OLIVEIRA
ESTEFANIE QUINTAS
FABÍOLA FELIPE
MARCELLA FREIRE
THAMIRIS MARINHO**

Click Beauty

Plano de Negócios apresentado à banca examinadora da Universidade Candido Mendes (UCAM) – Unidade: Niterói/RJ, como exigência parcial para a obtenção do grau de bacharel em Administração e Ciências Contábeis.

Orientadores: Prof. Vladimir Leite Gonçalves e Prof.^a Elza Calazans

**NITERÓI
NOVEMBRO DE 2016**

**ALEXANDRE SANTOS
BIANCA OLIVEIRA
ESTEFANIE QUINTAS
FABÍOLA FELIPE
MARCELLA FREIRE
THAMIRIS MARINHO**

Click Beauty

Plano de Negócios apresentado à banca examinadora da Universidade Candido Mendes (UCAM) – Unidade: Niterói/RJ, como exigência parcial para a obtenção do grau de bacharel em Administração e Ciências Contábeis.

Nota: _____

Aprovada ()

Aprovada com louvor ()

Aprovada com restrições ()

Reprovada ()

Data: ____/____/____

Prof. Ms. Vladimir Leite Gonçalves
Universidade Candido Mendes

Prof. Ms. José Raymundo Sobrinho
Universidade Candido Mendes

Prof. Ms. Marlice Mattos
Universidade Candido Mendes

Prof. Ms. Elza Calazans
Universidade Candido Mendes

AGRADECIMENTOS

A Deus por ter nos dado saúde e força para superarmos todas as dificuldades encontradas ao longo desta fase.

Aos nossos orientadores e professores Elza Maria Oliveira de Calazans e Vladimir Leite Gonçalves, pela dedicação, atenção, paciência e ensinamentos que possibilitaram que nós realizássemos este trabalho.

E a todos que direta ou indiretamente fizeram parte da nossa formação, o nosso muito obrigado.

Sumário

1 Capa	7
2 SUMÁRIO EXECUTIVO	8
2.1 Missão da Empresa	8
2.2 Visão da Empresa.....	9
2.3 Valores da Empresa.....	9
2.4 Resumo do empreendimento	9
3 Produtos e Serviços	10
3.1 Descrição dos produtos e serviços	10
3.1.1 O nosso produto/serviço	10
3.1.2 O nosso maior diferencial.....	11
3.1.3 Sobre a patenteação no INPI.....	11
4 Comparação com os concorrentes.....	12
4.1 Os concorrentes.....	12
5 Tecnologias.....	12
5.1 Construção e implantação do aplicativo.....	12
5.2 As tecnologias usadas.....	13
6 Evolução do produto/serviço	14
6.1 Possibilidades futuras para os nossos produtos e serviços	14
7 Documentação do Negócio.....	14
7.1 Os documentos necessários para a abertura do Negócio	14
7.2 Custos e Prazos	15
8 Análise de Mercado	16
8.1 Identificação do mercado.....	16
9 Processo de análise	19
9.1 Análise SWOT.....	19
9.1.2 Análise SWOT da concorrência.....	22
10 Estratégia do Negócio	23
10.1 Estratégia de Marketing.....	23
10.1.1 Atribuição de Preço ao Produto/Serviço.....	23
10.1.2 Divulgação da empresa e dos produtos e serviços	24
10.1.3 A obtenção da nossa imagem.....	25
10.1.4 As alianças e parcerias implementadas.....	25

10.1.5 O plano de marketing (4 P's)	26
PRODUTO	26
PRAÇA	26
PREÇO.....	26
PROMOÇÃO	27
10.1.6 As cinco forças de Porter	27
10.1.7 Os fatores críticos de sucesso.....	29
10.1.8 Os recursos necessários para implementação do plano de marketing	29
11 Organização e gerência do negócio.....	32
11.1 Equipe Gerencial.....	32
12 Fluxograma do produto/serviço principal.....	35
13 Layout do Negócio.....	36
13.1 Vantagens e Desvantagens do Home Office.....	37
14 Indicadores de desempenho.....	38
15. Plano de RH.....	39
16. Plano Financeiro	41
16.1 Investimento Inicial necessário	41
16.2 FOLHA DE PAGAMENTO.....	42
16.3 Despesas	43
16.4 Receitas Previstas.....	44
16.5 Fluxos de Caixa Anuais	46
16.6 Demonstrações dos resultados dos exercícios	49
16.7 Balanços Patrimoniais	50
16.8 Índices financeiros	51

1 Capa



Click Beauty Ltda

Av. Rio Branco, 1 / 12º andar – Centro- Rio de Janeiro RJ,
CEP: 20090-003
Tel.: (21) 2621-9465

Este Plano de Negócios foi elaborado em Novembro de 2016 por Alexandre Santos,
Bianca Oliveira, Estefanie Quintas, Fabíola Felipe, Marcella Freire e Thamiris Marinho.

2 SUMÁRIO EXECUTIVO

A Click Beauty é uma empresa que atuará no mercado de aplicativos, através de um e-commerce, oferecendo serviços de agendamento e entretenimento no segmento de estética para salões e clínicas em um ambiente totalmente tecnológico. Devido a carência desse segmento no mercado, optamos em criar algo que atendesse a necessidade dos salões e clientes levando agilidade e praticidade. Temos um público alvo muito grande na cidade, devido à pouca concorrência e nossa diferenciação. A empresa estará localizada na cidade do Rio de Janeiro na Av. Rio Branco, 1 / 12º andar – Centro- Rio de Janeiro RJ, CEP: 20090-003. O local foi escolhido por ser de fácil acesso à todos os nossos sócios e clientes para quando necessário realizar uma reunião presencial dos integrantes da empresa e clientes. Nossa estrutura também contará com o Home Office, que se tornou tendência em diversos modelos de negócio.

Dispomos de um capital de R\$100.000,00 que será necessário para o início das atividades, mas com foco de um investimento quase que total do retorno esperado, visando que nossa empresa tem que estar constantemente em melhoramento a atualização o que faz-se essencial para atingir a redução de ameaças e fraquezas da empresa.

Analisando o crescimento mundial do nosso segmento de mercado, a necessidade de gerenciar melhor o tempo, tem sido fundamental para se sobreviver meio às exigências de um mundo globalizado, onde temos uma geração totalmente tecnológica inserida no mercado, para os desafios que o mundo tem pela frente, e uma boa gestão é a base para o sucesso. Nosso foco é atingir toda região Sudeste em até 5 anos, com alta performance, e excelência oferecendo o melhor produto com menor custo do mercado.

2.1 Missão da Empresa

Disponibilizar serviços de agendamento online através de um aplicativo ou website, oferecendo praticidade, segurança e agilidade para os nossos usuários.

2.2 Visão da Empresa

Atingir as necessidades e superar as expectativas de todos os usuários com excelência no segmento, alta performance, confiabilidade e menor custo de mercado, buscando ser referência nos principais nichos de mercado – Região Sudeste - em cinco anos.

2.3 Valores da Empresa

- Responsabilidade e Ética;
- Inovação constante do produto;
- Transparência nas relações com os associados, parceiros e usuários;
- Confidencialidade;

2.4 Resumo do empreendimento

É quase impossível não perceber as mudanças tecnológicas nos últimos anos. Com crescentes inovações, a tecnologia vem trazendo consigo novas tendências, como por exemplos os aplicativos.

O crescimento é notório, tanto que o Brasil, segundo ranking da Flurry, está na 10^a colocação entre países que mais utilizam os sistemas operacionais, como iOS e Android. Isso quer dizer que temos milhões de aparelhos móveis espalhados e consequentemente milhares de aplicativos sendo usados a todo instante.

Por meio de pesquisas e planejamentos, foi desenvolvido um aplicativo com o objetivo de favorecer um melhor relacionamento entre as organizações e seus clientes. Agora você não precisa mais perder tempo ligando ou se deslocando até um salão de beleza em busca de um serviço de qualidade. A Click Beauty traz até você. Através de uma plataforma online é possível localizar e reservar os serviços de beleza que atendam às suas necessidades com bem-estar e segurança. O nosso objetivo é facilitar todo o processo, reduzindo o tempo de execução de uma tarefa e através do nosso aplicativo ou website conectamos os usuários aos salões de beleza e clínicas de estética.

O aplicativo traz uma diferente forma de atender as necessidades do usuário, com facilidades de uso, sem custo de acesso, melhor uso dos recursos disponíveis, acesso online, plataformas diferenciadas com serviços e produtos.

Por meio do aplicativo o usuário pode identificar novos serviços e salões, localizando-os pelo GPS, realizando o seu agendamento ganhando tempo com a praticidade do sistema. A Click Beauty disponibiliza um catálogo de serviços e preços dos salões cadastrados e principalmente o perfil de seus colaboradores, apresenta também facilidades na hora de escolher a forma de pagamento. Ao final do atendimento, o aplicativo libera um espaço para o cliente deixar suas sugestões e avaliar o profissional que lhe atendeu.

3 Produtos e Serviços

3.1 Descrição dos produtos e serviços

3.1.1 O nosso produto/serviço

De uns tempos pra cá foi possível acompanhar cada passo da evolução tecnológica, os dispositivos móveis antes como forma de comunicação por ligação, passou a ser uma forma de entretenimento e acessibilidade em tempo real via internet. As redes sociais tornaram-se meios de comunicação exigindo ainda mais evolução, a partir daí nasceram os aplicativos, meios pelos quais se tornou fácil acessar algum tipo de serviço de forma diferenciada.

Foi pensando nisso que desenvolvemos um aplicativo para os salões de cabeleireiro, clínicas de estética e profissional liberal. Com este novo sistema, poderão atrair novos clientes, obter relatório completo de profissionais e serviços, controle de horários e rateio dos profissionais, informações dos clientes e ampliação do contato com os clientes.

Trabalhamos com uma porcentagem de 6,99% por serviço prestado pelo estabelecimento cadastrado. Temos clube de benefícios exclusivos que levarão vantagens especiais com parceiros estratégicos como descontos em produtos.

Com a forma de pagamento online o serviço pode ser pago de forma antecipada, facilitando a vida do cliente e com isso acaba reduzindo a taxa de não comparecimento no estabelecimento.

3.1.2 O nosso maior diferencial

A eficiência e a praticidade são determinantes para a Click Beauty, sabemos que como a rotina da maioria da população é muito agitada e com o avanço da tecnologia e dos aplicativos, o nosso sistema disponibiliza de uma plataforma simples e ágil facilitando o agendamento e forma de pagamento com segurança. Não haverá mais necessidade de entrar em contato diretamente com vários salões para verificar a disponibilidade de horário dos profissionais desejados ou se preferir para uma maior comodidade levamos o profissional até você, com a necessidade apenas de uma conexão com a internet.

Além disso, contamos com a geolocalização que informa com maior precisão o salão ou profissional mais próximo que tenha o horário desejado disponível.

Nosso compromisso é garantir qualidade nos serviços prestados pelos nossos parceiros e levar praticidade e agilidade aos nossos clientes.

3.1.3. Sobre a patenteação no INPI

Não é possível patentear o empreendimento, pois a Lei de Propriedade Industrial (LPI) exclui de proteção como invenção e como modelo de utilidade uma série de ações, criações e ideias, que não possam ser industrializados. Nos termos do Art. 10, inciso III da Lei Nº 9.279/96, “não se considera invenção nem modelo de utilidade: esquemas, planos, princípios ou métodos comerciais, contábeis, financeiros, educativos, publicitários, de sorteio e de fiscalização.” Assim, a Click Beauty não se insere nos modais previstos para adquirir essa proteção.

4 Comparação com os concorrentes

4.1. Os concorrentes

A empresa Vaniday é o nosso maior concorrente, o aplicativo que permite encontrar e agendar serviços de beleza e bem-estar. Os clientes podem descobrir salões em suas regiões e novos serviços que surgem no mercado, além de consultar a disponibilidade de datas e horários, comparar preços, marcar os serviços desejados em alguns cliques e realizar pagamentos online. Após o agendamento, os clientes recebem confirmação imediata da reserva e podem contar com o suporte da equipe técnica. Oferecem experiências com reagendamentos ou dúvidas sobre a plataforma, além de terem uma equipe de tecnologia focado em realizar constantes otimizações e atualizar as várias funcionalidades do site e aplicativo, disponível para sistemas Android e iOS.

Os salões podem divulgar seu trabalho, impactar mais clientes, fidelizando antigos e conectando-se com novos, e marcar presença no ambiente digital, além de ocupar períodos livres na agenda, aumentando sua renda. Os salões podem inserir fotos e novos serviços em seus perfis, atualizar preços.

5 Tecnologias

5.1 Construção e implantação do aplicativo

Para a construção do nosso aplicativo, depois de pesquisar e analisar, escolhemos a Vitrine Pro (<http://vitrinapro.com.br>), uma plataforma onde teremos suporte dinâmico e constante, os assessores são solícitos e atenciosos, vão nos ajudar na criação de layouts e integração direta com nossas redes sociais.

Essa plataforma é referência no mercado e o suporte oferecido nos deixa mais seguro, pois qualquer mudança ou possível desconfiguração da plataforma possui vários programadores disponíveis para nos auxiliar e solucionar.

Passo a passo para implantação do App através da plataforma:

1- Desenvolvimento de um website

2 - Contratar os serviços de apps iOS e Android .

Na contratação estão inclusas:

2.1 - Setup App IOS e Android no valor R\$ 2.800,00 podendo ser pago em até 3x sendo a primeira no ato e demais nos próximos 30 e 60 dias.

- Identidade visual
- Wireframe
- Imagem no fundo da Click Beauty
- Paletas de cores
- Fontes
- Desenvolvimento de Funcionalidade
- Extra: incluso no valor do setup
- Integração com as redes sociais.

5.2 As tecnologias usadas

Uma das características marcantes da Click Beauty é a incessante busca pelas tendências tecnológicas. A constante atualização, tanto em termos de gestão como em simplicidade no processo de agendamento, são requisitos básicos para uma boa alavancagem dos resultados. Sendo assim, escolhemos o aplicativo para dispositivos móveis como produto principal, para proporcionar uma melhor gestão dos serviços de nossos clientes.

O agendamento online dos serviços será precedido por um login de usuário, no qual será possível realizar a consulta dos salões mais próximos, a disponibilidade de horário do profissional desejado, histórico dos serviços realizados, além das promoções e descontos disponíveis. Prezamos também por uma boa apresentação nas redes sociais. Serão utilizados o Facebook, Instagram e o Website. Na parte de gestão e sistemas operacionais, daremos preferência ao sistema online de gerenciamento de projetos (Whrike), bem como ao sistema online de gestão financeira (Conta Azul).

6 Evolução do produto/serviço

6.1 Possibilidades futuras para os nossos produtos e serviços

Com o avanço da tecnologia, a internet tornou-se um meio inovador de realizar transações de bens, serviços e informações entre as organizações e seus usuários.

O mercado de software é caracterizado por um frequente surgimento de novas empresas associadas a novas tecnologias. Atualmente, essas empresas estão nascendo principalmente associadas a aplicativos para dispositivos móveis.

Foi acompanhando essa tendência que nasceu a Click Beauty, com objetivo de lançar no mercado um produto diferenciado com características e benefícios não oferecidos pela concorrência. Diante do potencial do nosso produto, acreditamos na difusão e no seu crescimento, alcançando em um futuro breve um posicionamento estratégico, assumindo a liderança de custos e inovações tecnológicas, tornando-se capaz de antecipar os movimentos competitivos da concorrência através do monitoramento dos consumidores a fim de obter exclusividade no mercado.

7 Documentação do Negócio

7.1 Os documentos necessários para a abertura do Negócio

Inicialmente é necessário o registro de empresa nos seguintes órgãos e entidades:

1. N° da matrícula do IPTU do imóvel para consulta prévia (Busca de Local).
2. Pedido de viabilidade (Local, Atividade, Razão Social) no serviço eletrônico de consulta prévia integrado ao sistema Regin/Jucerja;
3. Pagamento das Taxas por meio de DARF requerido pela Junta Comercial;
4. Inscrição do CNPJ de Primeiro Estabelecimento (Matriz) por meio do programa gerador de CNPJ – Coleta Online;
5. Contrato Social com firma reconhecida dos sócios;
6. Confecção do DBE na RF;

-
7. Assinatura do sócio administrador no DBE da RF com firma reconhecida;
 8. Documento para levar na Jucerja:
Nº da matrícula do IPTU do imóvel para consulta prévia do Contrato social;
 9. Cópias das identidades dos sócios autenticadas.
 10. Inscrição estadual;
 11. Enquadramento Tributário R.F;
 12. Alvará de funcionamento na prefeitura do Rio de Janeiro;
Como simples Escritório (Escritório Virtual)

7.2 Custos e Prazos

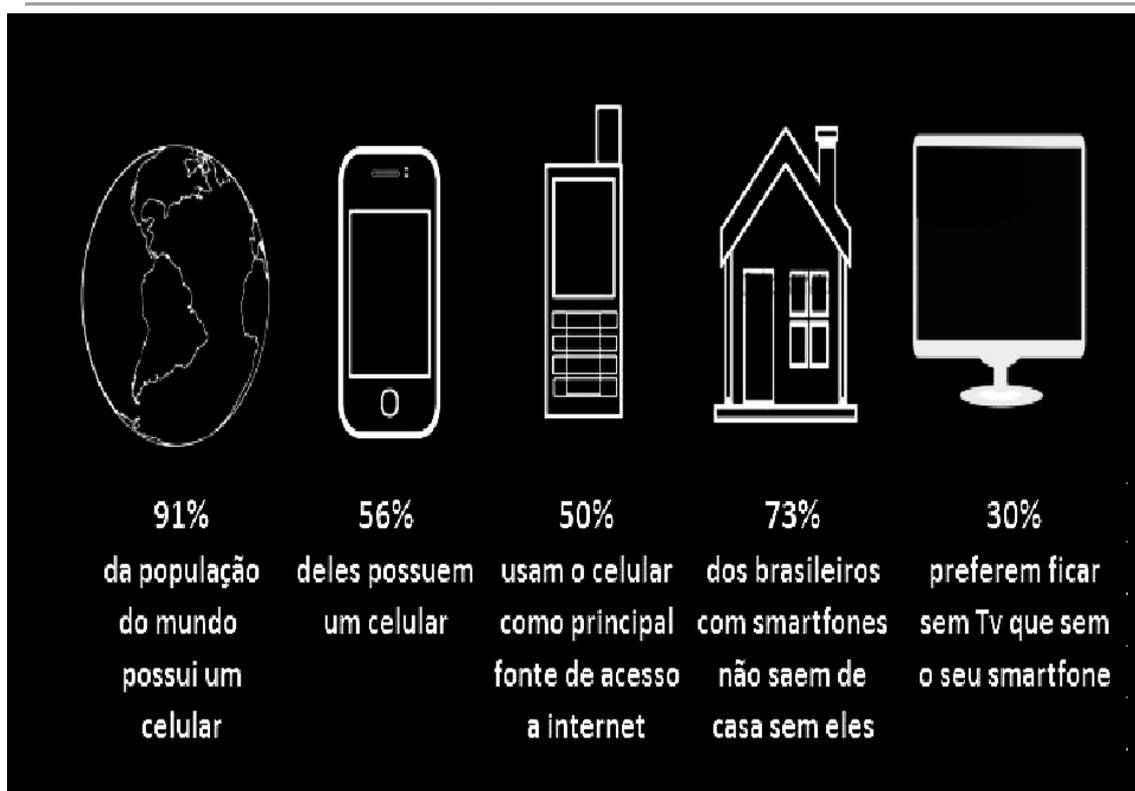
Descrição	Quantidade	Prazo (dias úteis)	Custo un. (R\$)	Custo total
Pedido de viabilidade (Local, Atividade, Razão Social) Via Regin / Jucerja - Online	1	1	0,00	R\$ 0,00
Abertura de Firma	6	1	27,59	R\$ 82,77
Reconhecimento de Firma	6	1	6,89	R\$ 41,34
Autenticações	6	1	7,00	R\$ 42,00
Taxas Jucerja – Emissão Online	2	1	351,00 + 21,00	R\$ 372,00
Inscrição CNPJ – Coleta Online	1	2	0,00	R\$ 0,00

Confecção DBE - Online	1	1	0,00	R\$ 0,00
Inscrição Estadual	1	5	0,00	R\$ 0,00
Alvará de funcionamento	1	7	753,00	R\$ 753,00
Deferimento do Contrato – Jucerja	1	15	0,00	R\$ 0,00

8 Análise de Mercado

8.1 Identificação do mercado

O mercado vem apresentando frequentes alterações devido à crise política e econômica que estamos enfrentando. Diante deste cenário, as organizações vêm buscando através da internet uma forma de captar clientes e por meio dos aplicativos vem realizando trabalhos a fim de impulsionar o seu negócio. Segundo as pesquisas realizadas, o tráfego de dados móveis deverá apresentar nos próximos anos um crescimento de 60% ao ano aproximadamente, levando em consideração o aumento nas vendas de smartphones.



O smartphone (palavra de origem inglesa que traduzida significa “telefone inteligente”) é um celular possui funcionalidades, cujas podem ser ampliadas por meio de programas executados pelo seu sistema operacional (OS), os aplicativos (ou apps – diminutivo de applications). O surgimento dos sistemas operacionais dos smartphones permitiu que desenvolvedores criassem programas adicionais, com uma ampla cadeia de utilidades, agregados nas lojas Online como o Google Play (Google), Windows Store (Microsoft) e a App Store (Apple).

Segundo a Consultoria Gartner, os smartphones superaram em vendas os celulares tradicionais, no segundo trimestre de 2013. Neste sentido, no Brasil são pouco mais de 283 milhões de pessoas com a tecnologia até o final de julho de 2015 de acordo com a ANATEL.

A mesma pesquisa feita pela empresa de consultoria norte americana Gartner revelou que dentro de todo universo tecnológico no segmento de telefonia móvel, 97%

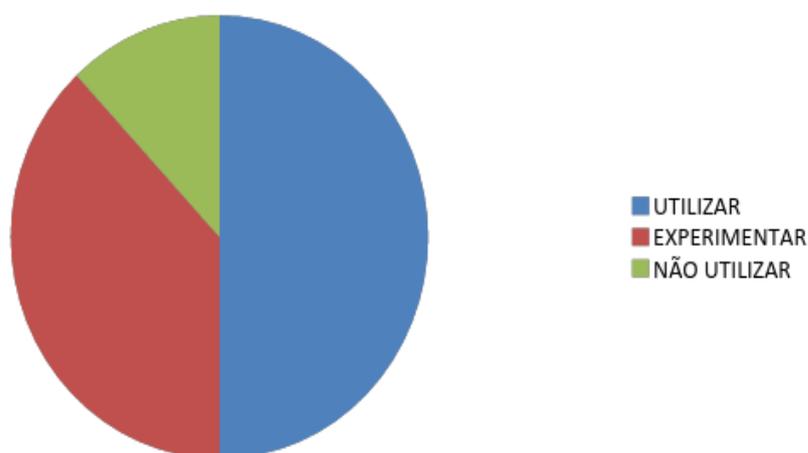
dos usuários de smartphones em todo mundo servem-se dos consagrados sistemas Android (Google) e o IOS (Apple). Como dados totais, somadas as plataformas Windows Phone e Blackberry juntas atingem 2,8% de usuários.

Como Pioneira, em 2007, a Apple lançou o iPhone, seu primeiro smartphone, que unia os recursos dos iPods aos celulares, além de implementarem novas funcionalidades. No ano seguinte, em 2008, o sistema operacional Android foi lançado pela Google, e é atualmente o mais usado nos smartphones. E a Microsoft, em 2010, lançou o sistema operacional Windows Phone, que substituiria o Windows Mobile.

Os aplicativos foram introduzidos e comercializados nas lojas online de seus respectivos sistemas operacionais, como exemplo a introdução da App Store da Apple, em 2008.

Apesar de toda a tecnologia, alguns apps não conseguem atender as necessidades de seus usuários, porém, há uma busca incessante no que diz respeito à inovação e é considerável o crescente número de aplicativos desenvolvidos visando atingir um público de forma geral. Identificamos por meio de informações as necessidades do mercado, e diante da rotina corriqueira de inúmeros brasileiros, decidimos desenvolver um software que ajudasse na redução de tempo na hora de realizar uma tarefa, levando em consideração o Custo x Benefício oferecido pelo nosso produto.

De acordo com as pesquisas realizadas, a Click Beauty atende uma gama de necessidades de nossos clientes, ou seja, as empresas necessitam de um suporte no que diz respeito a relacionamento virtual e prestação de seus serviços. Foi pensando nas empresas do segmento de estética e beleza que se tornou possível desenvolver um sistema integrado com as informações necessárias e que principalmente atingisse a meta da organização. Segundo os dados coletados, o maior interesse partiu das pequenas empresas, visto que é possível captar novos clientes e fidelizar antigos através do nosso aplicativo.



Conforme o quadro acima, 50% das empresas entrevistadas se interessou pelo app buscando fidelizar os clientes já existentes, visando também à retenção de novos clientes. 38% porém, disseram que experimentariam os serviços oferecidos pelo app e que somente após a análise de um determinado prazo, caso o seu resultado seja favorável faria a implementação do sistema em sua organização e 12% não demonstrou interesse.

Após toda a análise realizada e a identificação do mercado, chegamos à conclusão que existe uma necessidade de se atualizar e se adequar ao mundo digital, acompanhado as tendências mercadológicas a fim de evitar a perda do seu lugar no mercado.

9 Processo de análise

9.1 Análise SWOT

Nos dias atuais, o mercado está cada vez mais incerto, portanto possuir uma análise estratégica é algo de grande importância. Utilizamos então a análise de SWOT para nos basear e relacionar todos os critérios a serem analisados.

Os pontos fortes e fracos foram determinados pela posição atual, pois o mercado de apps mobile está altamente relacionado com o de e-commerce/ e-business, seu uso está cada vez mais popular e também, com base em fatores internos. Já as oportunidades

e ameaças foram baseadas em fatores externos, identificando o que poderá ocorrer como ameaças e também foram usadas as forças externas que influenciam positivamente nossa organização.

Os pontos fortes presentes, demonstram as vantagens que a empresa apresenta e o modo de utilizá-las a seu favor tendo em vista que, são em relação ao nosso concorrente.

Os pontos fracos presentes, também relacionados com nosso concorrente, especifica uma desvantagem no momento atual. Nossas oportunidades potencializam-se junto aos aspectos positivos, porquê trata-se de uma estratégia competitiva.

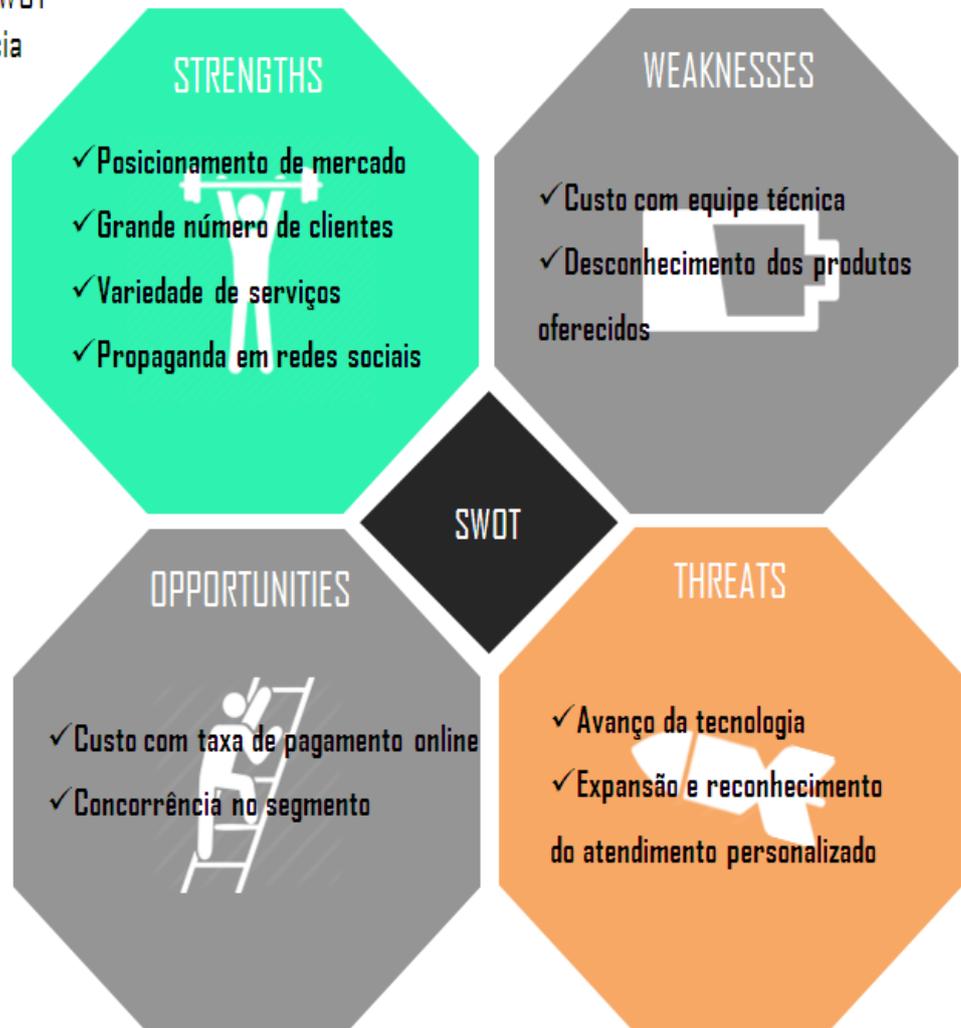


Plano de Ação

Vamos investir parte do capital - oriundo de uma reserva de lucro específica - a fim de amenizar os riscos das nossas Ameaças (threats), e aplicar soluções combatendo nossas fraquezas (weaknesses).

9.1.2 Análise SWOT da concorrência

 | Análise de SWOT
Concorrência



10 Estratégia do Negócio

10.1 Estratégia de Marketing

10.1.1 Atribuição de Preço ao Produto/Serviço

O preço agregado do nosso serviço é formado da seguinte maneira: comodidade, para os consumidores que podem ser atendidos com um serviço de alta qualidade no conforto de seu lar; facilidade para conseguir um horário no salão mais próximo sem ter que realizar várias ligações, ter acesso a agenda do profissional preferido, conseguir marcar um horário de qualquer lugar sendo necessário apenas ter acesso a internet. Apresentaremos um serviço de maior qualidade, confiança em relação aos outros aplicativos disponíveis no mercado.

Damos aos nossos clientes a praticidade do pagamento poder ser realizado pelo próprio aplicativo através de um sistema confiável como o Pagseguro, que possui ampla aceitação no mercado, parcelamento disponível e variedades de cartões de crédito, tudo para tornar o processo de compra o mais simples e prático possível. Além de passarmos segurança aos nossos clientes com esse sistema de pagamento, por ser consolidado no mercado virtual, conseguimos uma melhoria em nosso fluxo de caixa e assim ter um controle maior da receita. Tendo em vista que o Pagseguro faz o repasse das transações, no valor integral da compra, menos as taxas do serviço, em até 15 dias após a aprovação, isso torna o nosso ciclo financeiro mais ágil e ainda diminui riscos. O Pagseguro também é responsável pela análise da veracidade das informações eletrônicas, impedindo falsários de concluírem a compra, sem interferir na escolha da forma de pagamento do cliente.

Com isso os nossos clientes (salões, clínicas de estética e profissionais liberais de beleza) poderão identificar maior aderência dos consumidores ao aplicativo e ver através de pesquisas e relatórios extraídos do sistema as vantagens que app traria para o seu negócio. Identificada essas vantagens e com o número de parcerias fechadas traz credibilidade e confiança para o nosso negócio, se tornando referência no segmento de app de beleza e estética.

10.1.2 Divulgação da empresa e dos produtos e serviços

Como uma empresa é nova no mercado, as ações de marketing foram definidas de forma detalhada com objetivo de atingir o cliente. A relação entre agilidade, praticidade e beleza é o foco de todo nosso projeto.

A Click Beauty utilizará os tipos de marketing relacionados abaixo com intuito de promover, reter e fidelizar clientes e com isso levar lucro à empresa.

Marketing Direto - Será desenvolvido com intuito de atingir uma grande massa de clientes além de buscarmos retorno brevemente. Através do marketing direto faremos com que nosso público-alvo nos conheça, adquira o serviço e posteriormente torna-se fiel a nossa marca. Utilizaremos como ferramenta a mala direta, através da lista de clientes cativos dos salões cadastrados, para divulgar promoções semanais dos salões, seguido de explicação do nosso app incentivando a adesão.

Marketing Social – Temos como objetivo promover a nossa marca de forma positiva, ao ser associada com causas sociais, solidárias e em áreas de vulnerabilidade.

Será realizado a cada dois meses um evento de beleza em frente as barcas no Centro de Niterói em parceria com a Prefeitura Municipal de Niterói e os salões cadastrados para levar aos moradores de rua local, higiene pessoal, beleza e elevar a autoestima, além de divulgar a marca e os salões em um local de alto fluxo de pessoas.

Outbound Marketing – Toda forma direta de captação de clientes pode ser considerada como outbound marketing que será utilizado através dos flyers que serão distribuídos nos salões explicando os benefícios do nosso app.

Marketing Promocional – Vamos utilizar cupons de desconto para os salões nos primeiros meses após a adesão do app e cupons de desconto para os clientes que serão oferecidos pelos salões e divulgados no app.

Marketing Digital – Utilizaremos este tipo de marketing pois o número de pessoas conectadas à Internet cresce aceleradamente e cada vez o indivíduo está mais

conectado, temos também algumas das vantagens que o próprio meio digital oferece, como : site, facebook e email marketing.

10.1.3 A obtenção da nossa imagem

A Click Beauty, pensando em um dos principais pontos discutidos atualmente, a sustentabilidade, se posiciona no mercado com uma visão sistêmica, tendo valores éticos como identidade. Fazendo com que nossos parceiros, stakeholders, e clientes entendam a necessidade de empregar recursos intangíveis para executarem e administrar a responsabilidade social de forma voluntária e sustentável.

Estrategicamente, neste sentido, desenvolvemos um projeto de ação social que acontecerá de 2 em 2 meses em uma cidade de escolha aleatória nas nossas áreas de atuação.

10.1.4 As alianças e parcerias implementadas

O objetivo é conseguir atrair o maior número de usuários, atraindo clientes para os nossos parceiros, somente a Click Beauty oferece vantagens especiais com parceiros estratégicos como desconto em produtos de beleza.

A primeira parceria é com a A Mary Kay, uma empresa multinacional americana na área de produtos de cuidados com a pele que realçam a imagem e auto-estima das pessoas. Atua há 46 anos no mercado em 35 países ao redor do mundo, estando no Brasil há 13 anos.

A parceria com a Mary Kay permite que uma consultora da empresa divulgue os produtos da marca e também sobre os grandes descontos recebidos,(com valores abaixo do proposto para vendas, tanto para uso do salão quanto para seus clientes), devido a parceria firmada entre as partes.

Se for o caso de ainda não ser de conhecimento das pessoas a qualidade dos produtos e seu uso, uma visita pode ser agendada, intitulada como o "dia da beleza"onde se tem a oportunidade de se ter as demonstrações dos produtos em casa ou nos salões credenciados.

Uma outra parceria se firmará, com o Groupon um site de vendas, que fornece cupons para impressão ou digitais para as promoções diariamente oferecidas por empresas locais. O site permite que comerciantes de diversos mercados em todo o mundo abram uma loja online e postem suas ofertas diárias através do site. Essa parceria irá atrair mais clientes, promover nosso negócio, e incentivando a venda de produtos adicionais e até mesmo em um dia de baixo movimento.

10.1.5 O plano de marketing (4 P's)

PRODUTO

Na era digital encontramos aplicativos que atendam todas as nossas necessidades, mas um app que tenha todas as ferramentas que a Click Beauty oferece aos consumidores e as empresas existem muito poucos no mercado. Agiremos de forma a facilitar a rotina de agendamento de horários nos salões e clínicas de estética, faremos a divulgação das marcas cadastradas através de cupons de desconto e brindes semanais, além de levar comodidade e agilidade para os consumidores. Como este mercado ainda é pouco difundido no mundo digital, teremos vantagem, pois o nosso app conta com um forte serviço de atendimento ao cliente e uma equipe disponível 24h para dar suporte às empresas. Desta forma trabalharemos com um forte trabalho de marketing, para atingir a todos os nossos clientes em potencial.

PRAÇA

O bairro escolhido foi o Centro de São Gonçalo por estarmos localizados em um centro comercial de baixo custo e fácil acesso aos principais centros comerciais: Niterói e Rio de Janeiro.

PREÇO

Atuando com estratégia de diferenciação, os preços adotados serão a média do mercado, mesmo assim, no início das operações, poderemos praticar preços mais atrativos para conquistarmos um número significativo de clientes, elevando-o gradualmente até chegar ao patamar desejado.

PROMOÇÃO

Algumas ações foram promovidas para o desenvolvimento da comunicação, relacionamento e fidelização junto aos clientes:

- Criação e registro da logomarca;
- Criação de uma página no Facebook;
- Programa de fidelização, em parceria com os salões de beleza e clínicas de estética oferecendo cupons de desconto e brindes semanais;
- Programa social de beleza nas ruas em parceria com os 3 salões e clínicas de estética a cada dois meses para levar um pouco de bem estar, saúde higiene e beleza aos moradores de rua dos centros comerciais próximos. O evento será realizado pela Click Beauty com o apoio dos salões e clínicas, pois além de um trabalho social, a ação de marketing ajudará na divulgação do app e dos parceiros;
 - Ofertar sempre ótimos produtos e serviços para promover a divulgação boca a boca;
 - Folhetos explicativos sobre o app e os seus benefícios que ficarão disponíveis nos salões e clínicas cadastradas;
 - Treinamento mensal para os funcionários que utilizarão o app para ensinar como usar e mostrar a importância para que divulguem para as suas clientes baixarem o aplicativo.

10.1.6 As cinco forças de Porter

Rivalidade entre os concorrentes - Em nosso segmento de mercado existem poucos concorrentes. Em resumo, nessa pesquisa foram analisados os apps Super Agendador, Singu, e o Vaniday, mas apenas um deles – Vaniday, empresa do grupo Rocket Internet – oferece um médio grau de risco de entrada, pelo tempo de atuação no ramo, pelo seu posicionamento no mercado, atualmente como melhor aplicativo para agendamento em serviços de beleza, estética e bem-estar, pois opera em cidades do Rio de Janeiro e São Paulo. Não é possível mapear todas as áreas de atuação segmentadas por tipo de serviço deste aplicativo. Eles oferecem não só serviços para salões de beleza

e clínicas de estética, mas também para estúdios de tatuagem, centro de treinamento para Yoga, Pilates, Massoterapia, entre outros. Para contornar essa barreira, estudamos e avaliamos a possibilidade de formar parceiros dentro do segmento de atuação, sendo nosso ponto de partida, as cidades do Rio de Janeiro, Zona Sul do Rio, e Niterói. Pois acreditamos que os grandes salões são a melhor forma para captar novos clientes de outros níveis. Podendo assim, entrar no mercado em paralelo com nosso principal concorrente, e atingir outras áreas do estados, ganhando força e competitividade.

Poder de barganha dos fornecedores - Estudar a relação da empresa com os fornecedores é de suma importância para analisar esta força.

Nosso produto é apenas um projeto, somente são envolvidos os fornecedores nas etapas de levantamento de dados, desenvolvimento, criação, e programação de aplicativos. Sendo necessário além de materiais para escritório e informática, se torna indispensável a parceria com profissionais das áreas de Tecnologia e Sistema de Informação que possam, respectivamente, nos abastecer com os requisitos técnicos para desenvolvimento e manutenção do nosso aplicativo.

Poder de barganha dos clientes - o nosso sistema será desenvolvido com uma base funcional (plataforma) universal, porém o catálogo de serviço, será moldado de acordo com a necessidade dos clientes, logo, não existe a possibilidade de barganha.

Para cada cliente será desenvolvido um projeto único, mas com a mesma base dos outros clientes para facilitar a agilidade no processo de manutenção/ alteração dos serviços oferecidos pelo aplicativo, oferecendo um diferencial para cada empresa.

Visando, portanto, atender da melhor forma todos os nossos clientes, investimos em um forte relacionamento entre nosso serviço técnico e nossos clientes.

Ameaça dos produtos substitutos - o nosso serviço vai além da qualidade dos serviços, manutenção, implantação, cadastramento das empresas, catálogo de serviços, e atendimento, pois o nosso aplicativo e tipo de serviço juntos formam o conjunto necessário para redução de custo e do fator tempo para as empresas e seus clientes. Portanto, não existe um produto substituto necessariamente. Não há nenhuma empresa que influencie com poder de mercado suficiente em nossa praça de atuação com um produto que possa nos substituir, dessa forma, criamos vantagem competitiva para se lançar no mercado.

Ameaça de novos entrantes - Hoje, existe uma demanda crescente sobre o tipo de atividade proposta pela nossa e se estabelecem em relação à empresa. Neste segmento, trata-se de um campo ainda inexplorado, é esperado que novas empresas abram concorrência, análise feita em mercado e demanda, o nosso projeto apresenta médio grau de risco de novos entrantes.

Não existem dificuldades acerca desse negócio se não o investimento inicial em equipamentos de informática, e profissionais que possam desenvolver o nosso produto (aplicativo).

10.1.7 Os fatores críticos de sucesso

- ❑ A garantia da eficácia do aplicativo por meio do investimento em uma arquitetura robusta e confiável do Software registrado, tanto para o sistema Android quanto para IOS;
- ❑ O servidor que proporciona um ambiente seguro de pagamento;
- ❑ A precisão da Geolocalização que garante uma localização exata e permite que o usuário compartilhe nas redes sociais, aumentando a conscientização da marca, bem como permitindo o acesso aos seus amigos e contatos;
- ❑ Os selos de qualidade e procedência devidamente registrados nos órgãos competentes;
- ❑ A velocidade de conexão, que garante uma maior precisão e rapidez das funcionalidades do app;

10.1.8 Os recursos necessários para implementação do plano de marketing

Para a implementação do plano de marketing, é necessário colocar em prática um plano de ação, a partir das estratégias já definidas, por ordem de prioridade e orçamento.

- 1 – Ações (o que): quais as atividades que devem ser realizadas?
- 2 – Período (quando): qual será o prazo de execução de cada atividade a ser realizada?
- 3 – Como: como você irá executar as atividades necessárias para o plano de

marketing?

4 – Responsável (quem): quais as pessoas que serão responsáveis pela execução

5 – Custo previsto (quanto): orçamento dos custos de ações realizadas na fase de implementação.

AÇÕES	RESPONSÁVEL	CUSTO ESTIMADO
Pesquisa de Marketing	ALEXANDRE SANTOS	R\$ 700,00
Criação e registro da marca	ALEXANDRE SANTOS	R\$ 1.000,00
Divulgação: Outdoor	ALEXANDRE SANTOS	R\$ 1.500,00
Divulgação: ambiente externo, Internet, mala direta.	ALEXANDRE SANTOS	R\$ 1.000,00
Feiras e Eventos	ALEXANDRE SANTOS	R\$ 2.000,00
Elaboração de banco de dados dos Clientes	ALEXANDRE SANTOS	R\$ 2.000,00

SISTEMAS UTILIZADOS	VALORES	FUNÇÕES
Locaweb - Hospedagem e Domínio	R\$ 394,80 anuais	Registro e hospedagem do endereço eletrônico do APP.

Nuvem Shop - Plataforma de loja online	R\$ 358,80 anuais	Plataforma alugada para a criação de loja virtual.
Conta Azul- sistema de gerenciamento financeiro	R\$ 2.268,60 anuais	Integrado a loja virtual (nuvem shop) emissão de relatórios gerenciais, NF's, controle financeiro auxiliando o gestor nas contas a pagar e receber.
Vitrine Pro- desenvolvimento de aplicativos para plataformas de lojas online	Setup App IOS e Android valor único R\$ 3.000,00 R\$ 1.198,80 anuais	Sistema que transformará a Click Beauty em um aplicativo de vendas através do encapsulamento das informações das lojas online.
Wrike - sistema integrado de administração de tarefas	Plano Gratuito	Sistema de gerenciamento de tarefas que possuem gratuidade até 5 usuários (o que cabe a nossa equipe) para organização e controle diário.
Pagseguro- foi o intermediador de pagamento	Taxa de 3,99% do valor recebido + R\$ 0,40 por venda aprovada	Sistema que escolhemos para efetuar os recebimentos em nosso aplicativo, aceita todos os cartões, boletos bancários e depósitos, além de garantir segurança ao usuário e ao vendedor.

11 Organização e gerência do negócio

11.1 Equipe Gerencial

A equipe de gestão da Click Beauty é liderada por Thamiris Marinho, experiente executiva de negócios da web, que já criou outra empresa no ramo de e-commerce e trabalhou por alguns anos numa multinacional de telecomunicações. Além da Thamiris, a Click Beauty conta com outros sócios/gerentes: Marcella Freire (Gerente Administrativa); Alexandre Santos (Gerente de Marketing), Bianca Oliveira (Gerente de Operações), Estefanie Quintas (Gerente Comercial) e Fabíola Felipe(Contadora).

A seguir, apresentamos uma breve descrição curricular de cada um:



Thamiris Marinho, presidente: Graduada em administração de empresas pela UCAM, com cursos extracurriculares em marketing e vivência no empreendedorismo. Tem experiência em comércio físico e online que juntos equivalem a mais de uma década em campo, facilidade com cumprimento de metas e direção de equipes ecléticas. Possui inglês avançado, além de já ter passado sete anos da sua vida no ramo do comércio trabalhando na maior administradora de shoppings da América Latina.



Marcella Freire, Gerente Administrativa :Graduada em Administração de Empresas na UCAM. Possui experiência na área financeira de uma multinacional na área de telecomunicações. Em outro momento, teve a oportunidade de trabalhar em uma empresa familiar de contabilidade onde teve contato com todas as rotinas referentes à gestão fiscal, de ativos, cálculo de custo médio, análises diversas dos custos apurados e cálculo do transfer pricing e contato direto com o setor jurídico.



Alexandre Santos, Gerente de Marketing: Graduado em Administração pela Universidade Candido Mendes, Pós-Graduado em Marketing pela FGV. Inglês fluente. Cinco anos de experiência gerencial na gestão de marketing e mídia. Responsável por analisar, pesquisar, implantar e propor soluções de comunicação e marcas.



Bianca Oliveira, Gerente de Operações: Graduada em Administração de Empresas na Universidade Candido Mendes, MBA em Gestão de RH na UVA, atuou como Gerente de RH durante três anos em uma multinacional de

tecnologia da informação. Responsável pela criação do app juntamente com os desenvolvedores, gestora do analista de TI e acompanhamento direto da manutenção e projeto de melhorias no app.

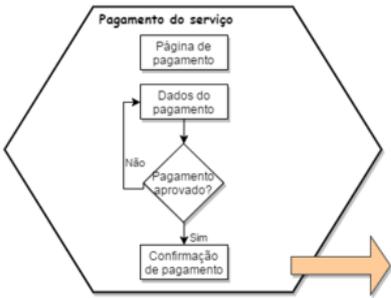
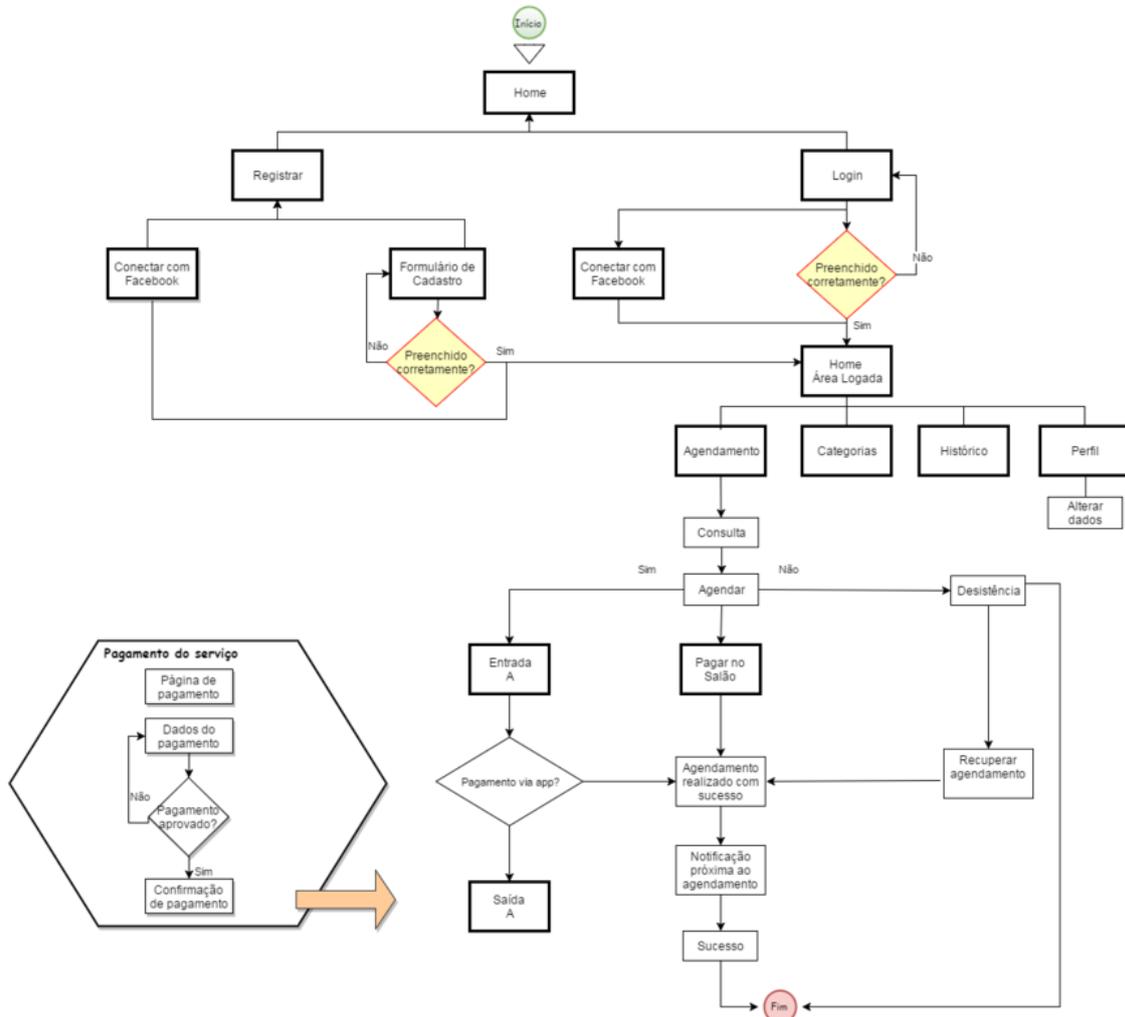


Estefanie Quintas, Gerente Comercial: Graduada em Administração de Empresas na Universidade Candido Mendes, pós graduada em em Especialização em Negócios para Executivos na FGV, trabalhou por quatro anos como Gerente Regional de uma grande empresa e estava trabalhando como Gerente Comercial de uma Megaloja. Responsável por conhecer a fundo todo o negócio, elaboração de relatórios para análise de vendas e programação do budget e prospecção, fidelização e satisfação de clientes, contribuindo para o contínuo crescimento da organização.



Fabíola Felipe, Contadora: graduada em Ciências Contábeis na Universidade Candido Mendes, MBA em em Finanças e Controladoria na FGV, Coordenador Contábil e Fiscal por três anos e Responsável pela implementação do departamento de contabilidade e escrita fiscal na empresa utilizando ERP, supervisão de todas as tarefas executadas no departamentos de contabilidade e administração de pessoal, coordenação da escrituração fiscal, apurando a entrada e saída de impostos ICMS, IPI, além de prestar suporte no que tange os impostos retidos tanto da parte dos clientes.

12 Fluxograma do produto/serviço principal



13 Layout do Negócio



Pensando em aperfeiçoar seus investimentos, a Click Beauty. optou por trabalhar de forma diferenciada, acompanhando as fortes tendências do ramo corporativo. O escritório virtual Plus, pela Regus do Brasil, é Ideal para empresas em fase inicial que desejam expandir seus negócios ou se fixar em um ambiente que proporcione as condições ideais de trabalho.

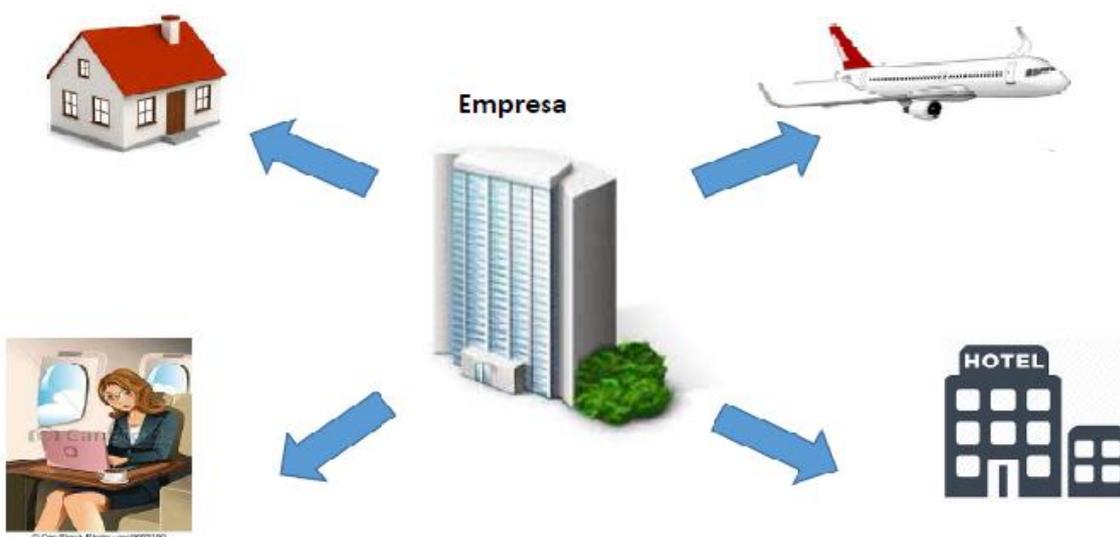
Preservar parte do capital inicial é uma estratégia por parte dos gestores que visam concentrar recursos nos pontos com maior necessidade de investimento.

O escritório virtual está localizado na Av. Rio Branco, 1 / 12º andar – Centro-Rio de Janeiro RJ, CEP: 20090-003. Disponibilizando os seguintes benefícios:

- Endereço Comercial;
- Recebimento de Correspondências;
- Recepcionista;
- Número de telefone;

- Acesso grátis aos 1800 business, lounges e cafés.
- 5 dias de acesso a um escritório privativo por mês.

Além do escritório virtual, a Click Beauty. conta também com o trabalho remoto do tipo Home Office, que pode ser realizado em espaços alternativos ao escritório da empresa, possibilitando aos gestores trabalhar em cafés, aeroportos, hotéis, táxis, parques ou em casa.



13.1 Vantagens e Desvantagens do Home Office.

Vantagens

- Maior liberdade profissional;
- Privacidade, desde que planejada;
- Redução dos custos;
- Autogerenciamento profissional;
- Economia com empregados e encargos sociais;
- Atendimento ao cliente 24hs por dia;

Desvantagens

- Falta de atualização profissional em processos gerenciais;
- Ambiente de trabalho confinado (anti-social);

Recursos Necessários

Escritório Virtual Plus

Contrato	12 Meses
Taxa Mensal	R\$ 789,00
Taxa de Instalação	R\$ 299,00
Depósito de Garantia reembolsável	R\$ 1.578,00
Pagamento Inicial	R\$ 2.666,00

Home Office

Quantidade	Descrição	Custo
06	Notebook Samsung	R\$ 8.639,94

14 Indicadores de desempenho

Os indicadores foram divididos em dois grupos principais: os indicadores de desempenho organizacional e os de satisfação.

- Os indicadores de Desempenho Organizacional:

- I. Otimização da quantidade de demanda gerada mensalmente. Almejamos um número médio de 79 /mês.
- II. Conversão de Leads - vendas - mensalmente. Desejamos realizar uma média de 64 vendas/mês.
- III. Porcentagem (%) de compra finalizada = Nosso foco é alcançar uma porcentagem mínima de 85% de contratos fechados baseados na quantidade de demanda.

IV.

- Os indicadores de satisfação:
- V. Opção de avaliação do próprio aplicativo. Variáveis como praticidade, formas de pagamento e possíveis bugs serão analisadas. A escala é sempre crescente, onde a maior pontuação significará a melhor satisfação. A escolha será de zero (0) a cinco (5) estrelas. Sendo assim, o processo será feito para alcançarmos no mínimo 4 estrelas.
- VI. Feedback do produto e do serviço. Vamos disponibilizar uma lista com os seguintes itens, sendo a pontuação concedida novamente em formato de estrelas, como no item b.1.:
- Atendimento (suporte a ferramenta);
 - Velocidade (navegação);
 - Acessibilidade (funcionalidades);
 - Qualidade de usabilidade (confiabilidade produto);

Se tratando da essência do nosso trabalho, almejamos ter uma pontuação mínima de 4,3 estrelas.

15. Plano de RH

O quadro de funcionários será composto por 7 pessoas. As definições de cada cargo serão listados a seguir:

O Diretor: superintender os negócios da Click Beauty; coordenar, através das ações dos gerentes as atuações da empresa, principalmente as de cunho estratégico, de planejamento, organizacional e comercial; analisar tendências macroeconômicas para o mercado.

Gerente Geral: subsidiar as ações do Presidente da empresa; Investimentos, custeio, submetidos à aprovação do Presidente, controlar as contas a pagar; controlar os recebimentos da empresa, esclarecer dúvidas sobre o financeiro; elaborar e apresentar relatório financeiro e analisar e aperfeiçoar aspectos microeconômicos do negócio.

Gerente de Marketing: responsável por promover a nossa marca de forma positiva, ao ser associada com causas sociais, solidárias e em áreas de vulnerabilidade.

atingir uma grande massa de clientes para buscarmos retorno brevemente. Além de cuidar da parte de promoção para os novos salões e novos clientes e a parte de digital que envolve a marca nas redes sociais e site.

Gerente Administrativo: Cuidará do processo de recrutamento e seleção, treinamento e desenvolvimento, departamento pessoal e recomendando a adoção de providências para correção e melhoramento de funções e falhas eventualmente detectadas no funcionamento do sistema, rotina e na gestão da equipe.

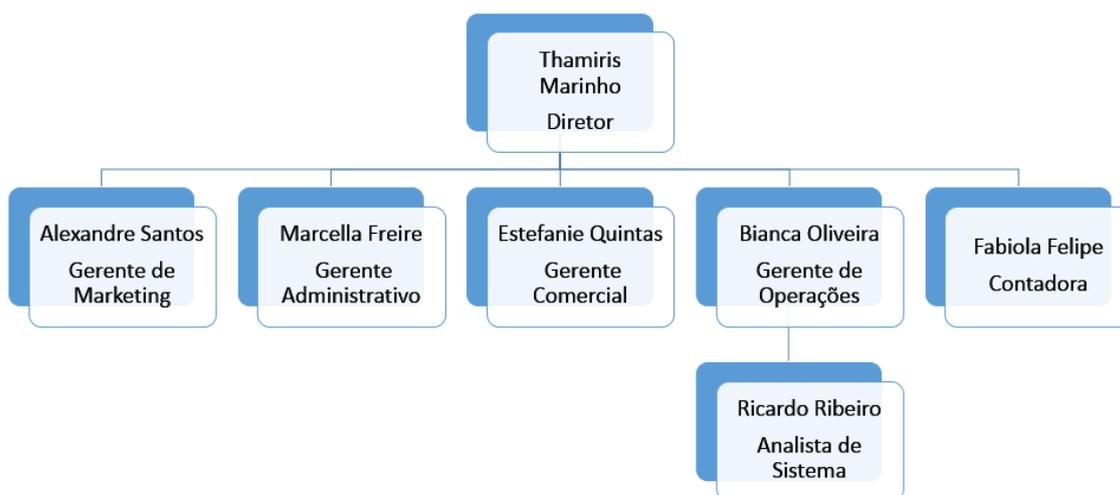
Controlar as contas à pagar, controlar os recebimentos da empresa, emitir notas
Contador: Responsável pela elaboração da ECD - Escrituração Contábil Digital dos livros contábeis: Diário e Razão anuais; Emissão das demonstrações financeiras: Balancetes, DRE e balanços anuais; Elaboração da DIRF, DACON, DCTF, SPED ECF e EFD Contribuições; Emissão do comprovante anual de rendimentos pagos ou creditados e imposto de renda na fonte. Apuração dos impostos municipais, estaduais e federais; Emissão das guias de recolhimento; Atendimento a fiscalização, tirar cópias, coordenar o trabalho do APP com o analista de sistema, atender telefonemas e esclarecer dúvidas sobre o financeiro, elaborar e apresentar relatório financeiro e sempre manter organizado os arquivos da empresa.

Gerente Comercial (Vendas): Responsável por organizar todas as etapas da comercialização de produtos e serviços, desde a concepção, passando pela fabricação, execução, promoção e finalização do projeto como forma de impressionar os clientes. Ficará ligado à venda e ao relacionamento com clientes.

; Planejamento e assessoria tributária; Credenciamento de notas fiscais eletrônicas.

Gerente de Operações: Coordenar os analistas de sistemas para garantir a qualidade e o Click Beauty funcionamento do app com seus clientes. Planejar as atividades operacionais da empresa, distribuição, transportes, comunicações e logística. Gerenciar recursos materiais e financeiros da área. Controlar o processo operacional e avaliar seus resultados.

Analista de sistema (Estagiário): Responsável por garantir o Click Beauty funcionamento do APP e soluções que serão aplicadas. São elas: criação de inovadores produtos e serviços; administração de projetos; suporte aos usuários; organização e planejamento do processamento, armazenamento, disponibilidade e recuperação das informações; gerenciamento do fluxo de informações geradas e espalhadas pelas redes; testes, implantação e acompanhamento dos sistemas pedidos pelos usuários.



16. Plano Financeiro

16.1 Investimento Inicial necessário

I.) INVESTIMENTOS FIXOS

	Descrição	Q*	Valor Unitário	Valor Total
1.	Imobilizado			
1.1	Máquinas e Equipamentos			
1.1.2	Computadores e Periféricos			
1.1.3	Notebook Samsung	6	R\$ 1.439,99	R\$ 8.639,94
1.2	Software			
1.2.1	Aplicativo Click Beauty	1	R\$ 42.900,00	R\$ 42.900,00

TOTAL	R\$ 51.539,94
--------------	----------------------

II.) DEPRECIAÇÃO

	Descrição	Q*	Vida útil	Valor Total
1.3	Computadores e Periféricos	1	5 anos	R\$ 2.326,21
TOTAL				R\$ 2.326,21

III.) DESPESAS

	Descrição	Q*	Valor unitário	Valor total
3	Despesas pré-operacionais			
3.1	Legalização da empresa	1	R\$ 1.291,11	R\$ 1.291,11
3.1.2	Pesquisa de Marketing	1	R\$ 700,00	R\$ 700,00
3.1.3	Feira e evento de lançamento	1	R\$ 2.500,00	R\$ 1.500,00
3.1.4	Elaboração do banco de dados	1	R\$ 2.000,00	R\$ 1.000,00
TOTAL				R\$ 4.491,11

16.2 FOLHA DE PAGAMENTO

IV.) FOLHA DE PAGAMENTO

	Descrição	Cargo	Proventos	Benefícios	Vr. Líquido
5	Colaborador				
5.1	Estagiário	Analista de sistemas Jr.	R\$ 1.500,00	R\$ 450,00	R\$ 1.950,00
TOTAL			R\$ 1.500,00	R\$ 450,00	R\$ 1.950,00

V) PRO-LABORE

	Descrição	Cargo	Proventos	Descontos	Vr. Líquido
6	Contribuintes	**	**	**	**
6.1	Thamiris Marinho		R\$ 1.200,00	R\$ 132,00	R\$ 1.068,00

Plano de Negócios

6.2	Bianca Oliveira		R\$ 1.200,00	R\$ 132,00	R\$ 1.068,00
6.3	Alexandre dos Santos		R\$ 1.200,00	R\$ 132,00	R\$ 1.068,00
6.4	Marcela Freire		R\$ 1.200,00	R\$ 132,00	R\$ 1.068,00
6.5	Estefanie Quintas		R\$ 1.200,00	R\$ 132,00	R\$ 1.068,00
6.6	Fabiola Felipe		R\$ 1.200,00	R\$ 132,00	R\$ 1.068,00
TOTAL			R\$7.200,00	R\$ 792,00	R\$ 6.408,00

VI) RESUMO DA FOLHA (mensal)

Descrição	Bruto	Encargos a Recolher	Total a Pagar
Colaborador	R\$ 1.950,00	***	R\$ 1.950,00
Pró -Labore	R\$ 7.200,00	R\$ 792,00	R\$ 6.408,00
TOTAL			R\$ 8.358,00

16.3 Despesas

VII.I) DESPESAS ADMINISTRATIVAS

DESCRIÇÃO	VALOR	
Pró-labore	R\$ 7.200,00	R\$ 76.896,00
Encargos s/ Pró-labore	R\$ 792,00	R\$ 9.504,00
Material de escritório	R\$ 50,00	R\$ 600,00
Serviços de Consultoria	R\$ 392,00	R\$ 4.704,00
TOTAL	R\$ 8.434,00	R\$ 91.704,00

VII.II) DESPESAS OPERACIONAIS

DESCRIÇÃO	VALOR
Aluguéis	R\$ 789,00
Encargos de aluguel (anual)	R\$ 1.877,00
Telefone + internet	R\$250,00
Colaborador	R\$ 1.950,00

TOTAL	R\$4.866,00
--------------	--------------------

VII.III) DESPESAS FINANCEIRAS

DESCRIÇÃO	VALOR
Tarifa bancária	R\$ 24,90 a.m
Juros s/ Empréstimos e (20,5 % a.a.)	R\$ 5.831,40 a.a

16.4 Receitas Previstas

VIII) RECEITAS PREVISTAS

Descrição	Valor médio	N* de agendamentos/mês	Valor Total	3,99%	3%
Unha de Porcelana	R\$165,00	24	R\$3.960,00	R\$158,00	R\$118,80
Unhas em gel	R\$129,00	24	R\$3.096,00	R\$123,53	R\$92,88
Manicure e Pedicure	R\$39,00	150	R\$5.850,00	R\$233,42	R\$175,50
Podologia	R\$60,20	28	R\$1.685,60	R\$67,26	R\$50,57
Corte Feminino	R\$62,50	32	R\$2.000,00	R\$79,80	R\$60,00
Escova modeladora	R\$57,25	48	R\$2.748,00	R\$109,65	R\$82,44
Escova Progressiva	R\$175,00	36	R\$6.300,00	R\$251,37	R\$189,00
Luzes	R\$170,00	20	R\$3.400,00	R\$135,66	R\$102,00
Hidratação	R\$105,00	32	R\$3.360,00	R\$134,06	R\$100,80
Penteados	R\$137,00	32	R\$4.384,00	R\$174,92	R\$131,52
Design de sobrancelhas	R\$49,97	36	R\$1.798,92	R\$71,78	R\$53,97
Foto depilação	R\$134,00	40	R\$5.360,00	R\$213,86	R\$160,80
Depilação Masculina	R\$50,00	16	R\$800,00	R\$31,92	R\$24,00
Depilação	R\$58,00	28	R\$1.624,00	R\$64,80	R\$48,72
Maquiagem	R\$146,00	20	R\$2.920,00	R\$116,51	R\$87,60
Barbearia	R\$33,25	32	R\$1.064,00	R\$42,45	R\$31,92
Corte Masculino	R\$56,25	40	R\$2.250,00	R\$89,78	R\$67,50
Nutrição Capilar	\$199,38	28	R\$5.582,64	R\$222,75	R\$167,48
Alongamento de Cílios	\$135,00	84	R\$11.340,00	R\$452,47	R\$340,20
Limpeza de pele	\$136,00	56	R\$7.616,00	R\$303,88	R\$228,48
Drenagem linfática	\$239,00	24	R\$5.736,00	R\$228,87	R\$172,08
Massagem modeladora	\$120,00	24	R\$2.880,00	R\$114,91	R\$86,40
Tratamento anticelulite	\$134,00	32	R\$4.288,00	R\$171,09	R\$128,64
Estética facial	\$87,00	32	R\$2.784,00	R\$111,08	R\$83,52
Total		666	R\$92.827,16	R\$3.703,80	R\$2.784,81

PERSPECTIVA DE FATURAMENTO PELO CENARIO PROVAVEL (BRL)									
DESCRIÇÃO	□ Clientes	Vr. por nº de agendamento	Receita de clientes por nº de agendamentos	% Comissão	Vr. Total a receber ano 1	Vr. Total a receber ano 2	Vr. Total a receber ano 3	Vr. Total a receber ano 4	Vr. Total a receber ano 5
Janeiro	3	92.827,16	278.481,48	3%	8.354,44	9.189,89	10.200,78	11.424,87	12.910,10
Fevereiro	5	92.827,16	464.135,80	3%	13.924,07	15.316,48	17.001,29	19.041,45	21.516,84
Março	8	92.827,16	742.617,28	3%	22.278,52	24.506,37	27.202,07	30.466,32	34.426,94
Abril	6	92.827,16	556.962,96	3%	16.708,89	18.379,78	20.401,55	22.849,74	25.820,21
Mai	10	92.827,16	928.271,60	3%	27.848,15	30.632,96	34.002,59	38.082,90	43.033,68
Junho	7	92.827,16	649.790,12	3%	19.493,70	21.443,07	23.801,81	26.658,03	30.123,57
Julho	6	92.827,16	556.962,96	3%	16.708,89	18.379,78	20.401,55	22.849,74	25.820,21
Agosto	5	92.827,16	464.135,80	3%	13.924,07	15.316,48	17.001,29	19.041,45	21.516,84
Setembro	8	92.827,16	742.617,28	3%	22.278,52	24.506,37	27.202,07	30.466,32	34.426,94
Outubro	10	92.827,16	928.271,60	3%	27.848,15	30.632,96	34.002,59	38.082,90	43.033,68
Novembro	12	92.827,16	1.113.925,92	3%	33.417,78	36.759,56	40.803,11	45.699,48	51.640,41
Dezembro	16	92.827,16	1.485.234,56	3%	44.557,04	49.012,74	54.404,14	60.932,64	68.853,88
Total	96		8.911.407,36		267.342,22	294.076,44	326.424,85	365.595,83	413.123,29

PERSPECTIVA DE DESPESA FINANCEIRA PARA O CLIENTE / VR. A PAGAR DIVIDIDO POR Nº DE CLIENTES					
DESCRIÇÃO	□ Clientes	Valor por nº de agendamento	Receita por nº de clientes	% Comissão	Vr. Total a pagar
Janeiro	3	92.827,16	278.481,48	3,99%	11.111,41
Fevereiro	5	92.827,16	464.135,80	3,99%	18.519,02
Março	8	92.827,16	742.617,28	3,99%	29.630,43
Abril	6	92.827,16	556.962,96	3,99%	22.222,82
Mai	10	92.827,16	928.271,60	3,99%	37.038,04
Junho	7	92.827,16	649.790,12	3,99%	25.926,63
Julho	6	92.827,16	556.962,96	3,99%	22.222,82
Agosto	5	92.827,16	464.135,80	3,99%	18.519,02
Setembro	8	92.827,16	742.617,28	3,99%	29.630,43
Outubro	10	92.827,16	928.271,60	3,99%	37.038,04
Novembro	12	92.827,16	1.113.925,92	3,99%	44.445,64
Dezembro	16	92.827,16	1.485.234,56	3,99%	59.260,86
Total	96		8.911.407,36		355.565,15

16.5 Fluxos de Caixa Anuais

IX) Fluxos de Caixa

FLUXO DE CAIXA PROVAVEL

Ítems		Ano 0	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
ENTRADAS							
Receitas Bruta			R\$ 267.342,22	R\$ 294.076,44	R\$ 326.424,85	R\$ 365.595,83	R\$ 413.123,29
Outros Recebimentos							
Capital de Giro	R\$ 50.000,00						
Reembolso de despesas				R\$ 2.064,70	R\$ 2.271,17	R\$ 2.498,29	R\$ 2.748,12
TOTAL DE RECEBIMENTOS	R\$ -	R\$ -	R\$ 267.342,22	R\$ 296.141,14	R\$ 328.696,02	R\$ 368.094,12	R\$ 415.871,41

SAÍDAS (Previsões)							
(-) Despesas							
Despesas Pré-operacionais		R\$ (4.491,11)					
Despesas Administrativas		R\$ -	R\$ (84.504,00)	R\$ (92.954,40)	R\$ (102.249,84)	R\$ (112.474,82)	R\$ (123.722,31)
Despesas Financeiras			R\$ (5.831,40)	R\$ (273,90)	R\$ (301,29)	R\$ (331,42)	R\$ (364,56)
Despesas Operacionais			R\$ (34.756,00)	R\$ (38.231,60)	R\$ (42.054,76)	R\$ (46.260,24)	R\$ (50.886,26)
Despesas apropriadas			R\$ -	R\$ (13.012,92)	R\$ (14.315,31)	R\$ (15.786,92)	R\$ (17.424,69)
Total Despesas Diversas		R\$ (4.491,11)	R\$ (125.091,40)	R\$ (144.472,82)	R\$ (158.921,20)	R\$ (174.853,40)	R\$ (192.397,81)

4.2 (-) Custos							
4.2.1. Custos Diretos (MOD)		R\$ -	R\$ -	R\$ -		R\$ -	
4.2.2 Custos Indiretos							
Custos Totais		R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
4.3 IMPOSTOS E TAXAS							
4.3.1 (-) Simples Nacional		R\$ -	R\$ (14.125,58)	R\$ (15.537,04)	R\$ (17.246,12)	R\$ (19.315,65)	R\$ (21.826,68)
4.3.2 (-) Investimentos							
4.3.2.1. Computadores e Periféricos		R\$ (8.639,94)					
4.3.2.2 Software		R\$ (42.900,00)					
Total		R\$ (51.539,94)	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
(+) Depreciação		R\$ -	R\$ 1.727,99	R\$ 1.727,99	R\$ 1.727,99	R\$ 1.727,99	R\$ 1.727,99
(+) Recursos de Terceiros	R\$ 50.000,00		R\$ -	R\$ (50.000,00)	R\$ (50.000,00)	R\$ (50.000,00)	

Plano de Negócios

(-) Amortização EMPRESTIMO			R\$ (50.000,00)	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
TOTAL GERAL DE SAÍDAS		R\$ (56.031,05)	R\$ (189.216,98)	R\$ (160.009,86)	R\$ (176.167,32)	R\$ (194.169,05)	R\$ (214.224,49)
RESULTADO							
(ENTRADAS-SAÍDAS)		R\$ (56.031,05)	R\$ 78.125,24	R\$ 136.131,29	R\$ 152.528,70	R\$ 173.925,07	R\$ 201.646,92
SALDO ANTERIOR		R\$ 100.000,00	R\$ 43.968,95	R\$ 122.094,19	R\$ 258.225,48	R\$ 410.754,18	R\$ 584.679,26
SALDO ACUMULADO		R\$ 43.968,95	R\$ 122.094,19	R\$ 258.225,48	R\$ 410.754,18	R\$ 584.679,26	R\$ 786.326,18

FLUXO DE CAIXA PESSIMISTA

Itens		Ano 0	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
ENTRADAS							
Receitas Bruta			R\$ 240.608,00	R\$ 264.668,80	R\$ 291.135,68	R\$ 320.249,25	R\$ 352.274,17
Outros Recebimentos							
Capital de Giro	R\$ 50.000,00		R\$ -				
TOTAL DE RECEBIMENTOS	R\$ -	R\$ -	R\$ 240.608,00	R\$ 264.668,80	R\$ 291.135,68	R\$ 320.249,25	R\$ 352.274,17
SAÍDAS (Previsões)							
Despesas							
Despesas Pré-operacionais		R\$ (4.491,11)					
Despesas Administrativas		R\$ -	R\$ (84.504,00)	R\$ (92.954,40)	R\$ (102.249,84)	R\$ (112.474,82)	R\$ (123.722,31)
Despesas Financeiras			R\$ (5.831,40)	R\$ (273,90)	R\$ (301,29)	R\$ (331,42)	R\$ (364,56)
Despesas Operacionais			R\$ (34.756,00)	R\$ (38.231,60)	R\$ (42.054,76)	R\$ (46.260,24)	R\$ (50.886,26)
Total Despesas Diversas		R\$ (4.491,11)	R\$ (125.091,40)	R\$ (131.459,90)	R\$ (144.605,89)	R\$ (159.066,48)	R\$ (174.973,13)
(-) Custos							
Custos Diretos (MOD)		R\$ -		R\$ -	R\$ -	R\$ -	
Custos Indiretos							
Custos Totais		R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
IMPOSTOS E TAXAS							
(-) Simples Nacional		R\$ -	R\$ (12.712,13)	R\$ (13.983,33)	R\$ (15.381,67)	R\$ (16.919,83)	R\$ (18.611,82)
(-) Investimentos							
Computadores e Periféricos		R\$ (8.639,94)					
Software		R\$ (42.900,00)					
Total		R\$ (51.539,94)	R\$ -				
(+) Depreciação		R\$ -	R\$ 1.727,99				
(+) Recursos de Terceiros	R\$ 50.000,00		R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	

Plano de Negócios

(-) Amortização EMPRESTIMO			R\$ (50.000,00)	R\$ -	R\$ -	R\$ -	
TOTAL GERAL DE SAÍDAS		R\$ (56.031,05)	R\$ (187.803,53)	R\$ (145.443,23)	R\$ (159.987,56)	R\$ (175.986,31)	R\$ (193.584,95)
RESULTADO							
(ENTRADAS-SAÍDAS)		R\$ (56.031,05)	R\$ 52.804,47	R\$ 119.225,57	R\$ 131.148,12	R\$ 144.262,94	R\$ 158.689,22
SALDO ANTERIOR		R\$ 100.000,00	R\$ 43.968,95	R\$ 96.773,42	R\$ 215.998,99	R\$ 347.147,11	R\$ 491.410,05
SALDO ACUMULADO		R\$ 43.968,95	R\$ 96.773,42	R\$ 215.998,99	R\$ 347.147,11	R\$ 491.410,05	R\$ 650.099,27

FLUXO DE CAIXA OTIMISTA

Itens		Ano 0	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
ENTRADAS							
Receitas Bruta			R\$ 307.443,55	R\$ 338.187,91	R\$ 372.006,70	R\$ 409.207,37	R\$ 450.128,10
Capital de Giro	R\$ 50.000,00		R\$ -				
TOTAL DE RECEBIMENTOS	R\$ -	R\$ -	R\$ 307.443,55	R\$ 338.187,91	R\$ 372.006,70	R\$ 409.207,37	R\$ 450.128,10
SAÍDAS (Previsões)							
(-) Despesas							
Despesas Pré-operacionais		R\$ (4.491,11)					
Despesas Administrativas		R\$ -	R\$ (84.504,00)	R\$ (92.954,40)	R\$ (102.249,84)	R\$ (112.474,82)	R\$ (123.722,31)
Despesas Financeiras			R\$ (5.831,40)	R\$ (273,90)	R\$ (301,29)	R\$ (331,42)	R\$ (364,56)
Despesas Operacionais			R\$ (34.756,00)	R\$ (38.231,60)	R\$ (42.054,76)	R\$ (46.260,24)	R\$ (50.886,26)
Total Despesas Diversas		R\$ (4.491,11)	R\$ (125.091,40)	R\$ (131.459,90)	R\$ (144.605,89)	R\$ (159.066,48)	R\$ (174.973,13)
(-) Custos							
Custos Diretos (MOD)		R\$ -	-		R\$ -	R\$ -	
Custos Indiretos							
Custos Totais		R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
IMPOSTOS E TAXAS							
(-) Simples Nacional		R\$ -	R\$ (16.243,27)	R\$ (17.867,59)	R\$ (19.654,35)	R\$ (21.619,79)	R\$ (23.781,77)
(-) Investimentos							
Computadores e Periféricos		R\$ (8.639,94)					
Software		R\$ (42.900,00)					
Total		R\$ (51.539,94)	R\$ -				
(+) Depreciação		R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -

Plano de Negócios

		-	1.727,99	1.727,99	1.727,99	1.727,99	1.727,99
(+) Recursos de Terceiros	R\$		R\$	R\$	R\$	R\$	R\$
	50.000,00		-	-	-	-	-
(-) Amortização EMPRESTIMO			R\$	R\$	R\$	R\$	
			(50.000,00)	-	-	-	
TOTAL GERAL DE SAÍDAS		R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$
		(56.031,05)	(191.334,67)	(149.327,49)	(164.260,24)	(180.686,27)	(198.754,90)
RESULTADO							
(ENTRADAS- SAIDAS)		R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$
		(56.031,05)	116.108,88	188.860,41	207.746,45	228.521,10	251.373,20
SALDO ANTERIOR		R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$
		100.000,00	43.968,95	160.077,83	348.938,24	556.684,69	785.205,79
SALDO ACUMULADO		R\$	R\$	R\$	R\$	R\$	R\$
		43.968,95	160.077,83	348.938,24	556.684,69	785.205,79	1.036.578,99

16.6 Demonstrações dos resultados dos exercícios

X) Demonstração dos Resultados dos Exercícios – Cenário Provável

DRE CENARIO PROVAVEL						
(+) RECEITA OPER. BRUTA	Ano 0	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
RECEITAS	R\$ -	R\$ 267.342,20	R\$ 294.076,44	R\$ 326.424,85	R\$ 365.596,83	R\$ 413.123,64
Outros			R\$ -	R\$ -	R\$ -	
(-) DEDUÇÕES						
SIMPLES NACIONAL	R\$ -	-R\$ 16.949,50	-R\$ 18.644,45	-R\$ 20.695,34	-R\$ 23.178,78	-R\$ 26.192,02
RECEITA LIQUIDA						
(-) CUSTOS		R\$ 250.392,70	R\$ 275.431,99	R\$ 305.729,51	R\$ 342.418,05	R\$ 386.931,62
CUSTOS TOTAIS	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
LUCRO BRUTO	R\$ -	R\$ 250.392,70	R\$ 275.431,99	R\$ 305.729,51	R\$ 342.418,05	R\$ 386.931,62
(-) DESPESAS						
Despesas pré operacionais	R\$ -	-R\$ 4.491,11				
Despesas administrativa		-R\$ 91.704,00	-R\$ 100.874,40	-R\$ 110.961,84	-R\$ 122.067,92	-R\$ 134.263,83
Despesas financeiras		-R\$ 5.831,40	-R\$ 273,90	-R\$ 301,29	-R\$ 331,42	-R\$ 364,56
Despesas operacionais		-R\$ 37.745,00	-R\$ 39.454,79	-R\$ 43.400,38	-R\$ 47.740,31	-R\$ 52.514,33
Resultado do Exercício	R\$ -	R\$ 110.621,19	R\$ 134.828,90	R\$ 151.066,00	R\$ 172.278,40	R\$ 199.788,90

16.7 Balanços Patrimoniais

XI) Balanço Patrimonial – Cenário Provável

BALANÇO PATRIMONIAL CENARIO PROVAVEL						
DESCRIÇÃO	ANO 0	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
ATIVO						
ATIVO CIRCULANTE						
DISPONIVEL						
Caixa e equivalentes de caixa	R\$ 36.868,95	R\$ 13.664,93	R\$ 11.325,25	R\$ 36.827,18	R\$ 64.330,22	R\$ 92.679,60
Banco	R\$ 7.100,00	R\$ 14.165,77	R\$ 126.064,62	R\$ 216.409,77	R\$ 320.055,96	R\$ 590.365,74
Duplicatas a receber		R\$ 94.263,47	R\$ 120.835,59	R\$ 157.517,21	R\$ 200.293,06	R\$ 103.280,82
OUTROS CREDITOS						
Despesas pré-operacionais	R\$ 4.491,11		R\$ -	R\$ -	R\$ -	R\$ -
ATIVO NÃO CIRCULANTE						
IMOBILIZADO						
Computadores e periféricos	R\$ 8.639,94	R\$ 6.911,95	R\$ 5.183,96	R\$ 3.455,97	R\$ 1.727,98	R\$ 0,00
(-) DEPRECIACÃO		R\$ 1.727,99	R\$ 3.455,98	R\$ 5.183,97	R\$ 6.911,96	R\$ 8.639,94
INTANGIVEL						
Software	R\$ 42.900,00					
TOTAL DO ATIVO	R\$ 100.000,00	R\$ 173.634,11	R\$ 309.765,40	R\$ 462.294,10	R\$ 636.219,18	R\$ 837.866,10
PASSIVO						
PASSIVO CIRCULANTE						
Pró-labore a pagar		R\$ 6.408,00	R\$ 7.048,80	R\$ 7.753,68	R\$ 8.529,05	R\$ 9.381,95
INSS a recolher		R\$ 792,00	R\$ 871,20	R\$ 958,32	R\$ 1.054,15	R\$ 1.159,57
Aluguel a pagar		R\$ 789,00	R\$ 867,90	R\$ 954,79	R\$ 1.050,16	R\$ 1.155,18
Fornecedores de serviços		R\$ 250,00	R\$ 275,00	R\$ 302,50	R\$ 332,75	R\$ 366,03
Simplex nacional a recolher		R\$ 2.823,92	R\$ 3.107,41	R\$ 3.449,22	R\$ 3.863,13	R\$ 4.365,34
Bolsa estagio a pagar		R\$ 1.950,00	R\$ 2.145,00	R\$ 2.359,50	R\$ 2.595,45	R\$ 2.854,99
Empréstimos	R\$ 50.000,00	R\$ -	R\$ -	R\$ -		
PATRIMONIO LIQUIDO						
Capital social	R\$ 50.000,00					
Reserva de capital	R\$ -	R\$ 110.621,19	R\$ 245.450,09	R\$ 396.516,09	R\$ 568.794,49	R\$ 768.583,04
TOTAL DO PASSIVO	R\$ 100.000,00	R\$ 173.634,11	R\$ 309.765,40	R\$ 462.294,10	R\$ 636.219,18	R\$ 837.866,10

16.8 Índices financeiros

XII) Índices Financeiros – Cenário Provável

INDICADORES DE RETORNO		0	VP	VP	VP	VP	VP
TAXA	17%	(R\$ 100.000,00)	R\$ 66.773,71	R\$ 99.445,75	R\$ 95.234,43	R\$ 92.815,12	91.973,41
VPL= \sum VP-Io	R\$ 346.242,43	***	***	***	***	***	***
IR (Índice de Rentabilidade)	6,18	***	***	***	***	***	***
TIR (Taxa Interna de Retorno)	108%	(R\$ 100.000,00)	R\$ 78.125,24	R\$ 136.131,29	R\$ 152.528,70	R\$ 173.925,07	R\$ 201.646,92
Payback simples	1,19	(R\$ 100.000,00)	R\$ (21.874,76)	R\$ 114.256,53			
Payback Descontado	1,33	(R\$ 100.000,00)	R\$ (33.226,29)	R\$ 66.219,46			
INVESTIMENTO INICIAL	R\$ 100.000,00						

XIII) Índices Financeiros – Cenário Pessimista

INDICADORES DE RETORNO		0	VP	VP	VP	VP	VP
Taxa	17%	(R\$ 100.000,00)	R\$ 45.132,03	R\$ 87.095,89	R\$ 81.885,02	R\$ 76.985,92	72.379,92
VPL= \sum VP-Io	R\$ 263.478,79	***	***	***	***	***	***
IR (Índice de Rentabilidade)	4,70	***	***	***	***	***	***
TIR (Taxa Interna de Retorno)	88%	(R\$ 100.000,00)	R\$ 52.804,47	R\$ 119.225,57	R\$ 131.148,12	R\$ 144.262,94	R\$ 158.689,22
Payback simples	1,40	(R\$ 100.000,00)	R\$ (47.195,53)	R\$ 72.030,04			
Payback Descontado	1,63	(R\$ 100.000,00)	R\$ (54.867,97)	R\$ 32.227,92			
INVESTIMENTO INICIAL	R\$ 100.000,00						

XIV) Índices Financeiros – Cenário Otimista

INDICADORES DE RETORNO		0	VP	VP	VP	VP	VP
Taxa	17%	(R\$ 100.000,00)	R\$ 99.238,36	R\$ 137.965,09	R\$ 129.710,77	R\$ 121.950,30	114.654,12
VPL= $\sum VP-I_0$	R\$ 503.518,63	***	***	***	***	***	***
IR (Índice de Rentabilidade)	8,99	***	***	***	***	***	***
TIR (Taxa Interna de Retorno)	148%	(R\$ 100.000,00)	R\$ 116.108,88	R\$ 188.860,41	R\$ 207.746,45	R\$ 228.521,10	R\$ 251.373,20
Payback simples	0,88	(R\$ 100.000,00)	R\$ 16.108,88	R\$ 204.969,29			
Payback Descontado	1,01	(R\$ 100.000,00)	R\$ (761,64)	R\$ 137.203,45			
INVESTIMENTO INICIAL	R\$ 100.000,00						

A Click Beauty nasceu de um conjunto de ideais de seus respectivos sócios. Ideias essas previamente alocadas para analisar sua viabilidade. A primeira tarefa do projeto foi traçar linhas gerais para identificar como deveria ser feito e como fazê-lo. Através pesquisas e da metodologia BSC – Balanced Scorecard, método que consiste em determinar a relação entre os 4 indicadores de avaliação de uma empresa: Financeiro, Clientes, Processos internos e Aprendizado e conhecimento, vimos que seria possível colocá-lo em prática.

A segunda etapa foi identificar e avaliar as opções do projeto.

- A viabilidade da opção de projeto – podemos fazê-la?
- A aceitabilidade da opção de projeto – queremos fazê-la?
- A vulnerabilidade de cada opção de projeto – queremos correr o risco?

Foi analisado pelos sócios a capacidade e habilidades necessárias para a realização do projeto, a estrutura organizacional para aplicá-lo e principalmente recursos financeiros para colocá-lo em prática. Um orçamento de Capital foi elaborado, identificando o custo do projeto e os recursos necessários para compor o ativo da empresa, iniciando-se pelo capital investido pelos sócios no valor de R\$ 50.000,00 reais mais recursos de terceiros no valor de R\$ 50.000,00 para cobrir custos de despesas decorrentes do projeto. Uma análise baseada nos 3 cenários (Pessimista, Provável,

Otimista) com expectativas futuras em 5 anos deu aos sócios, investidores do projeto, uma visão geral de como seria a relação de causa/efeito do processo. O que mais chamou atenção dos investidores foi o baixo custo do projeto, VPL considerável, um índice de rentabilidade de 6,18% e um retorno rápido do seu investimento inicial que acontece segundo a análise do Payback descontado em 1 ano e 3 meses aproximadamente de acordo com o cenário provável.

Foi estudado também quanto aos possíveis riscos do projeto. Uma análise no cenário pessimista identificou riscos teoricamente consideráveis, visto que o projeto permaneceria com o baixo custo, levando em conta uma redução considerável em seu retorno financeiro, modificando o VPL e seus demais índices de retorno.

Diante de todo o escopo do projeto, entendeu-se que seria viável colocá-lo em prática, levando em consideração a qualidade e criatividade do produto e principalmente o seu custo reduzido.