

# PLANO DE NEGÓCIO PARA ABERTURA DE UM SALÃO DE BELEZA CONJUGADO COM UM BAR E CAFETERIA NA CIDADE DE PATOS DE MINAS<sup>1</sup>

Karoline Silvério Maximiano<sup>2</sup>

Eliphás Levi Pereira<sup>3</sup>

**RESUMO:** O objetivo geral do relatório foi elaborar um plano de negócio para a abertura de um salão de beleza na cidade de Patos de Minas verificando ou não a viabilidade do empreendimento. Neste sentido os objetivos específicos são: Pesquisar na literatura sobre o tema em estudo, levantar o orçamento por meio de pesquisa de campo com fornecedores de bens e serviços, custos e despesas, elaborar planilhas orçamentárias de acordo com a natureza dos gastos, analisar a viabilidade para abertura da empresa. Com tal propósito foi calculado o investimento inicial, as mercadorias a serem comercializadas que serão utilizadas para o funcionamento do negócio, definiu-se estoques, fornecedores, clientes, o preço a ser praticado foi feito com base na concorrência, projetando o faturamento do negócio, DRE, margem de contribuição, ponto de equilíbrio, entre outras planilhas e gráficos. Metodologicamente o relatório se encaixa como pesquisa bibliográfica, descritiva, pesquisa de campo, quantitativa. Através dos dados coletados foi possível chegar ao objetivo desse trabalho de verificar a viabilidade do negócio mostrando que mesmo em tempos de crise pode ser viável abrir um novo negócio diante das condições, índices e valores apresentados na análise de sua viabilidade.

**PALAVRAS-CHAVE:** Plano de negócios; Viabilidade; Investimento.

**ABSTRACT:** The general objective of the report was to elaborate a business plan for the opening of a beauty salon in the city of Patos de Minas, checking whether or not the viability of the enterprise. In this sense, the specific objectives are: Search the literature on the topic under study, raise the budget through field research with suppliers of goods and services, costs and expenses, prepare budget spreadsheets according to the nature of the expenses, analyze the feasibility for opening the company. For this purpose, the initial investment was calculated, the goods to be traded that will be used for the operation of the business, inventories, suppliers, customers were defined, the price to be practiced was based on competition, projecting the sales of the business, Income statement, contribution margin, break even point, among other spreadsheets and graphs. Methodologically the report fits as bibliographic, descriptive, field research, quantitative research. Through the data collected it was possible to reach the objective of this work of verifying the viability of the business showing that even in times of crisis it may be feasible to open a new business in the face of the conditions, indices and values presented in the analysis of its viability.

**KEYWORDS:** Business plan; Viability; Investment.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na área temática 1 - Novas tecnologias e ferramentas para gestão empreendedora do Fórum Gerencial, realizado de 17 a 19 nov. 2020.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 8º período do Curso de Administração do UNIPAM. E-mail: karolinesm@unipam.edu.br.

<sup>3</sup> Docente do UNIPAM. E-mail: eliphas@unipam.edu.br.

## 1 INTRODUÇÃO

Em uma economia extremamente competitiva, as pessoas estão cada vez mais dispostas a investirem em novos negócios em busca de oportunidades para suprir as necessidades do mercado através de novos métodos, produtos e inovações. Nesse sentido, o ramo de prestação de serviços no segmento de estética e beleza tem sido um dos mercados mais promissores do Brasil.

Com isso, a ideia desse trabalho é elaborar um plano de negócios inovando o ramo beleza, contando não somente com os serviços estéticos mais agregar valor com um espaço aconchegante que oferecerá serviços de bar e cafeteria. Para isso é muito importante focarmos nas ferramentas gerenciais, no marketing e no controle de custos, para que assim a empresa consiga visualizar o mercado.

Por outro lado, existem grandes desafios para ser um bom empreendedor no Brasil, considerando a alta taxa de mortalidade das empresas nos seus primeiros dois anos de nascimento, observa-se que grande parte desses novos empreendedores atuam sem o conhecimento necessário e não investem em um bom planejamento para construir o seu negócio. Sendo assim, se faz necessário a elaboração de um plano de negócios.

Neste sentido o estudo se justifica para analisar como é a abertura de um novo empreendimento no ramo de beleza, bar e cafeteria, através de ambientes bem decorados e aconchegantes, agregando valor ao bem-estar dos clientes e não deixando a qualidade dos serviços para trás, pois a satisfação do cliente é o que impulsiona o negócio.

Perante o exposto, o presente estudo teve como objetivo geral elaborar um plano de negócio para apurar a viabilidade do empreendimento que oferecerá serviços de beleza, por meio de um salão com requintes feminino com ambiente de bar e cafeteria na cidade de Patos de Minas – MG.

Apresenta-se em seguida os objetivos específicos: Pesquisar a literatura sobre o tema em estudo, levantar o orçamento do estudo através de uma pesquisa de campo com fornecedores de bens e serviços compreendendo investimento, custos e despesas, elaborar planilhas orçamentárias de acordo com a natureza dos gastos, analisar a viabilidade econômico-financeira para abertura da empresa.

Desta forma, este estudo respondeu o seguinte problema de pesquisa: É viável a abertura de um empreendimento no ramo de beleza tendo como diferencial um bar e cafeteria na cidade de Patos de Minas-MG para atender o público feminino?

## 2 CARACTERIZAÇÃO DA IDEIA

As ideias podem surgir de forma espontânea ou da capacidade de criação que o indivíduo tem de enxergar as oportunidades em objetos existentes. Neste sentido, a ideia de desenvolver esse plano de negócios partiu do princípio do histórico familiar da autora, onde sua família atua há mais de 10 anos no ramo de beleza na cidade de Patos de Minas – MG.

Para abertura de um novo empreendimento é necessário conhecer os aspectos jurídicos na qual a organização está inserida, para que a empresa dê início às suas

atividades. Assim, devido o faturamento bruto anual o novo empreendimento se enquadra na modalidade de Microempresa – ME que possui um limite de faturamento anual de R\$360.000,00 enquadrado no simples nacional.

### **3 REFERENCIAL TEÓRICO**

Nesta seção apresenta-se a conceituação teórica dos assuntos abordados no trabalho, tais como empreendedorismo, plano de negócios, marketing e finanças.

#### **3.1 EMPREENDEDORISMO**

Para MAXIMIANO (2011) a ideia de empreendedorismo está ligada com a realização, onde empreendedores se utilizam de recursos e investem em ideias transformadoras e se permitem correr riscos para que encontre soluções. Sendo assim, uma pessoa empreendedora é aquela que foca em resultados e inovações.

#### **3.2 PLANO DE NEGÓCIOS**

A abertura de um novo empreendimento não significa somente se tornar um empreendedor. É necessário a elaboração de um planejamento para que a ideia seja montada e analisada, por meio de dados básicos será possível ver a viabilidade de um novo negócio.

Segundo SEBRAE (2020) plano de negócios é um planejamento que tem como objetivo analisar a viabilidade e as possibilidades de inserção no mercado de um empreendimento, formulando estratégia de atuação avaliando o negócio do ponto de vista mercadológico, técnico, financeiro, jurídico e organizacional. Além de estabelecer o planejamento das atividades que serão desenvolvidas, a definição de tarefas, os responsáveis e os resultados almejados.

#### **3.3 PLANEJAMENTO**

Segundo MAXIMIANO (2011) o planejamento estratégico é formado por uma escolha de ações e meios utilizados para alcançar objetivos a longo prazo. Nesse sentido, o planejamento é uma estratégia corporativa, que identifica oportunidades do ambiente externo, e os pontos fortes e fracos do ambiente interno da empresa.

#### **3.4 ANÁLISE DO AMBIENTE**

Segundo Dornelas (2014) análise estratégica é um processo muito importante para elaboração de um plano de negócios pois mostrará os desafios e os riscos que a empresa poderá enfrentar, assim como também o mercado em que será inserida e através dessa análise será possível estipular metas e objetivos para a organização.

### 3.5 ANÁLISE DE SWOT

Segundo Maximiano (2011) a análise de Swot é uma ferramenta simples que leva em consideração o micro e macro ambiente. Como a aplicabilidade desta ferramenta é baseada nos resultados obtidos, o empreendedor será capaz de trabalhar com informações concretas sobre seu negócio e focar no crescimento da organização e na elaboração de novas estratégias.

### 3.6 AMBIENTE EXTERNO

Para CHIAVENATO (2009) o ambiente externo influencia diretamente e indiretamente na organização sendo dividido em duas partes. A primeira em oportunidades uma interferência positiva para a empresa desde que a organização consiga captar as constantes mudanças do mercado visando o potencial. A segunda em ameaças é uma interferência negativa para a empresa comprometendo a vantagem competitiva, o planejamento estratégico e os resultados.

### 3.7 AMBIENTE INTERNO

Segundo DORNELAS (2014) a análise do ambiente interno deve ser feita de forma clara expondo recursos e as capacidades que a empresa possui, sendo dividido em dois pontos.

### 3.8 PLANO DE MARKETING

Kotler e Keller (2006 p.58) conceitualizam que “Um plano de marketing é um documento escrito que resume o que o profissional de marketing sabe sobre o mercado e que indica como a empresa planeja alcançar seus objetivos”.

#### 3.8.1 Marketing

Segundo Chiavenato (2009) o marketing é o que liga a empresa ao cliente seguindo um planejamento, podendo ser demonstrado através de um veículo de comunicação, rádio, redes sociais, outdoors, entre diversas outras artes que atraem atenção dos consumidores potenciais. Visando alcançar um maior resultado a curto prazo, e reverter em vendas e posteriormente em lucro para a empresa.

### 3.9 PLANO FINANCEIRO

GITMAN (2002, p. 588) explicita que o planejamento financeiro é um processo importantíssimo para o desempenho e a sustentação da empresa, pois através dele se tem a possibilidade administrar, coordenar e monitorar suas atividades na obtenção de seus objetivos.

### **3.9.1 Cálculo do Investimento Inicial**

Segundo Gitman (2002) o cálculo do investimento inicial depois da elaboração do planejamento da abertura de uma empresa é fundamental, pois é através dele que o empreendedor terá uma visão da viabilidade de seu novo empreendimento considerando o capital investido associado às suas entradas de caixa após o imposto de renda.

### **3.9.2 Capital de Giro**

Para Gitman o capital de giro é a fonte de liquidez de uma empresa, representando uma porção de movimentações entre o ativo circulante e o passivo circulante, sendo que quando o primeiro supera o segundo temos um capital de giro positivo, se caso ocorrer ao contrário o capital de giro fica negativo.

### **3.9.3 Demonstração de resultado de exercício**

Conhecida como DRE, a demonstração de resultado do exercício é uma declaração contábil de demonstração que tem por objetivo especificar a composição do resultado líquido de uma atividade pela defrontação das receitas, despesas e os custos da organização. (SEBRAE, 2020).

### **3.9.4 Ponto de Equilíbrio**

O ponto de equilíbrio é uma medida para assegurar o seu empreendimento. Ele tem a capacidade de demonstrar a necessidade da quantidade a ser vendida para que as receitas se equiparem aos custos, sendo nesse momento receitas e custos se igualam. (SEBRAE, 2020)

### **3.9.5 Análise de Investimentos**

De acordo com Lunelli (2015) a análise de investimentos engloba a tomada de decisões de aplicabilidade de recursos a longo prazo, geralmente acima de um ano, tendo o objetivo de proporcionar retorno conveniente para os proprietários destes recursos. Os métodos mais comuns de investimento são: Payback, payback descontado, valor presente líquido – VPL e taxa interna de retorno – TIR.

## **4 METODOLOGIA**

Nessa sessão foram abordados os tipos de pesquisa metodológicas compatíveis com as especificidades dos objetivos propostos neste trabalho sendo justificadores dos meios de pesquisa.

#### 4.1 QUANTO AOS MEIOS

O presente estudo descritivo foi realizado através de pesquisas e revisões bibliográficas, e teve como objetivo explicar as hipóteses acerca do tema evidenciado, fundamentando o assunto abordado na pesquisa.

A pesquisa bibliográfica busca esclarecer e pleitear um tema fundamentado em referências teóricas publicadas em revistas, livros, internet, periódicos, dentre outros. Procura também, entender e examinar conteúdos científicos sobre determinado tema (MARTINS, 2001).

Além da pesquisa bibliográfica o estudo requer uma pesquisa de campo informar, não dependendo de estabelecer estrutura prévia de perguntas e nem meios de se comunicar com os fornecedores de bens e serviços para obter valores e informar quantidades para posterior análises podendo obter dados através da internet, orçamentos, consultas telefônicas ou cotações locais.

#### 4.2 FORMAS DE ABORDAGEM

Segundo Prodonav (2013) a pesquisa científica quantitativa é capaz de mensurar e quantificar dados de questionários elaborados pelo autor que serão responsáveis por confirmar as hipóteses que foram levantadas.

### 5 ANÁLISE E DISCUSSÕES DOS RESULTADOS

A análise e discussão dos resultados é o momento em que os objetivos que foram traçados, o referencial teórico e a metodologia sejam esclarecidos.

#### 5.1 SUMÁRIO EXECUTIVO

O negócio refere-se à "BBC (Bem-estar, beleza e café)", projeto que pretende atuar no ramo de beleza e alimentação em Patos de Minas. Buscando a diferenciação perante a concorrência e a garantia de satisfação dos clientes, a organização em estudo visa a estratégia de crescimento e diversificação do mercado, a fim de oferecer serviços completos ao seu público-alvo, como cabelo, depilação e unhas, além de contar com produtos de bar e cafeteria disponíveis para a clientele.

##### 5.1.2 Dados dos Empreendedores

Sócio único: Karoline Silvério Maximiano.

Graduanda no curso de Administração no Centro Universitário de Patos de Minas.

Dinâmica, pró-ativa, responsável e criativa.

Avenida Afonso Queiroz, 295, Patos de Minas – MG.

**5.1.3 Missão**

Oferecer serviços de beleza da melhor qualidade aos nossos clientes bem como conforto em um ambiente aconchegante, descontraído e para propiciar melhor autoestima feminina.

**5.1.4 Visão**

Ser no mercado referência e superar as expectativas dos nossos clientes e parceiros, oferecendo serviços de beleza, além de um diferencial em cafés e drinks de qualidade.

**5.1.5 Valores**

Ética, respeito, lealdade, dedicação, clareza e honestidade.

**5.1.6 Setores da atividade**

(x) Comércio (x) Serviços

**5.1.7 Forma jurídica**

(x) Outros: Micro Empresa – ME

**5.1.8 Enquadramento tributário**

Simples Nacional

**5.1.9 Capital social**

N.	Sócio	Total (R\$)	Participação (%)
1	Karoline Silvério Maximiano	48.797,17	100

Fonte: Elaborado pelos autores.

**5.1.10 Fonte de recursos**

100% própria

**5.2 ANÁLISE DE MERCADO****5.2.1 Estudo de clientes**

Público-alvo: o empreendimento tem como público-alvo mulheres de todas as idades que buscam formas de aumentar sua autoestima através de serviços oferecidos no espaço de beleza.

Comportamento dos clientes: as mulheres em geral são mais vaidosas nesse sentido sempre buscam os serviços de beleza para sua autoestima e apresentar o melhor visual possível, pois estão acostumadas a passarem horas em salões de beleza.

Área de abrangência: a área de abrangência compreenderá os clientes que se encontram no centro de Patos de Minas, bairros, comunidades e distritos de nossa zona rural e residentes em outras cidades em um raio de 200 km aproximadamente

### 5.2.2 Estudo dos concorrentes

Empresa	Qualidade	Preço	Pagamento	Localização	Atendimento	Serviços
Salão Lara Marins	Excelente	Acima da média	Dinheiro, cartão de crédito e débito em conta	Rua José Eustáquio de Araújo, Cidade Jardim	Ótimo	Cabelo, maquiagem, sobrancelhas
Gil Cabeleireiros	Ótima	Na média do mercado	Dinheiro, cartão de crédito e débito em conta	Rua Teófilo Otoni, Antônio Caixeta	Excelente	Cabelo, unhas, maquiagem, sobrancelhas

Fonte: Elaborada pelos autores.

Conclusões: Na cidade de Patos de Minas – MG há muitos salões de beleza que prestam os mesmos serviços que serão ofertados pela “BBC (Bem-estar, beleza e café)” porém, não dispõem de um espaço único que contenha os dois serviços juntos em requintes para o público feminino, visto que existe na cidade ambientes similares ao plano de negócio mais voltado para o público masculino. Sendo assim, apresenta-se concorrentes no ramo de salões de beleza que não possuem esse diferencial. Nesse sentido, a abertura do negócio na cidade será um grande diferencial para os dois ramos

### 5.2.3 Estudo dos Fornecedores

N.	Descrição dos itens a serem adquiridos	Nome do Fornecedor	Condições de pagamento	Prazo de entrega	Localização
1	Produtos para cabelo, unhas e depilação	Cristal Perfumaria	Dinheiro, cartão de crédito e débito em conta	No mesmo dia	Patos de Minas - MG
2	Produtos para cafeteria e bar	Mart Minas	Dinheiro, cartão de crédito e débito em conta	No mesmo dia	Patos de Minas - MG

Fonte: Elaborada pelos autores.



### 5.3 PLANO DE MARKETING

#### 5.3.1 Produtos e Serviços

Produtos		Serviços	
Café	Água	Selagem	Hidratação
Sucos	Refrigerante	Escova simples	Manicure
Cappuccino	Salgados	Escova progressiva	Pedicure
Drinks	Pão de Queijo	Coloração	Depilação completa
Bombons	Cerveja long neck	Corte Feminino	Luzes/Reflexo
Salada de Fruta	Gin Tônica		

Fonte: Elaborado pelos autores.

#### 5.3.2 Preço

Os preços de venda dos produtos e da prestação dos serviços serão com base nos preços de mercado, isto é: com base na concorrência.

#### 5.3.3 Estratégias Promocionais

De início serão feitos anúncios e divulgação através das redes sociais como Instagram, Facebook, WhatsApp, podendo contar também com anúncios em rádio e jornais com objetivo de utilizarem mecanismos de impulsionar publicações para atrair o público-alvo. Promoções e sorteios na página.

#### 5.3.4 Estrutura de Comercialização

A comercialização de produtos tais como venda de cafés, sucos, alimentos e os serviços a serem prestados ocorrerão no próprio estabelecimento, contando com amplo espaço equipados com balcão, freezer, utensílios para o bar, bem como poltronas, macas, lavatórios, mesas e demais objetos necessários à prestação dos serviços.

#### 5.3.5 Localização do Negócio

Endereço: Avenida Afonso Queiroz, 287, Patos de Minas – MG

Telefone: (34) 99896-0585

Considerações sobre a localização: O negócio se localizará no endereço mencionado, onde se desenvolverá a gestão administrativa, a prestação de serviços, e a venda e produtos

### 5.4 LAYOUT

O layout é a representação do arranjo físico da empresa.

**Figura 1:** Ilustração do layout



Fonte: Elaborada pelos autores.

#### 5.4.1 Capacidade Instalada

A estrutura de comercialização mencionada no item 5.3.4 acima embora cada cliente tenha uma demanda específica, ela está preparada para atender uma média mensal instalada no salão, bar e cafeteria. A capacidade de serviços previstos para o salão de beleza será de 387 serviços mensais incluindo cabelos, depilação e unhas, sendo uma média de 20 serviços diários. Já os produtos comercializados no bar e cafeteria terão uma capacidade de 495 vendas mensais, com uma média de 25 produtos diários. Levando em consideração o funcionamento de cinco dias por semana e oito horas diárias.

#### 5.4.2 Necessidade Pessoal

N.	Cargo/Função	Qualificações necessárias
1	Atendente Bar/café	Simpática, educada, atenciosa, ágil, com conhecimentos em preparação de drinks e sucos.

Fonte: Elaborado pelos autores.

De acordo com a Lei n. 13.352/2016 os salões podem realizar contratos de parceria com os profissionais responsáveis por serviços de cabeleireiro, depilação e manicure, sem que haja vínculo empregatício, mas respeitando a segurança jurídica das relações. Sendo assim, a empresa irá optar por contratos de parceria com os profissionais de depilação, manicure e cabeleireiros.

#### 5.5 PLANO FINANCEIRO

Com o intuito de compreender a previsão de receitas e despesas futuras, o plano financeiro foi pautado pelo sistema orçamentário do programa e de cotações informais com fornecedores de bens e serviços e outras fontes de onde se levantou todo o conjunto de gastos necessários ao empreendimento.

## 5.5.1 Investimentos

Os investimentos fixos são representados por bens do ativo com diversos prazos de vida úteis que serão adquiridos para a abertura da empresa compondo sua estrutura operacional como a seguir:

**Tabela 1:** Investimentos e outras informações

MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS	5.279,77
MÓVEIS E UTENSÍLIOS	8.889,00
COMPUTADORES	2.000,00
<b>TOTAL DOS INVESTIMENTOS FIXOS</b>	<b>16.168,77</b>
<b>ESTOQUE INICIAL</b>	<b>7.006,39</b>
<b>CAIXA MÍNIMO:</b> Contas a receber prazo médio	<b>0</b>
Cálculo da necessidade líquida	<b>0</b>
Cálculo da necessidade média de estoque	<b>30</b>
Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias	<b>30</b>
<b>INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS</b>	<b>2.970,00</b>
<b>INVESTIMENTO TOTAL</b>	<b>48.797,17</b>
Faturamento mensal	28.205,00
<b>FATURAMENTO TOTAL ANUAL</b>	<b>338.460,00</b>
Custos de comercialização mensal	2.905,12
<b>CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO ANUAL</b>	<b>34.861,44</b>
Apuração do custo mensal	7.004,86
<b>APURAÇÃO DO CUSTO ANUAL</b>	<b>84.058,32</b>
<b>CUSTO DE MÃO-DE-OBRA</b>	<b>1.604,40</b>
Depreciação mensal	173,63
<b>DEPRECIÇÃO ANUAL</b>	<b>2.083,55</b>
Custos fixos operacionais mensal	12.742,03
<b>CUSTOS FIXOS OPERACIONAIS ANUAL</b>	<b>152.904,36</b>

Fonte: Elaborado pelos autores.

## 5.5.2 Demonstrativo dos resultados

Descrição	Valor (R\$)	Valor Anual (R\$)	(%)
1. Receita Total com Vendas	R\$28.205,00	R\$338.460,00	100
2. Custos Variáveis Totais			
2.1 (-) Custos com materiais diretos e/ou CMV(*)	7.004,86	84.058,32	24,84
2.2 (-) Impostos sobre vendas	1.692,30	20.307,60	6
2.3 (-) Gastos com vendas	1.212,82	14.553,84	4,3
Total de custos Variáveis	9.909,98	118.919,76	35,14
3. Margem de Contribuição	18.295,02	219.540,24	64,86
4. (-) Custos Fixos Totais	12.742,03	152.904,36	45,18
5. Resultado Operacional: LUCRO	R\$5.552,99	R\$66.635,88	19,69%

Fonte: Elaborado pelos autores.

### 5.5.3 Indicadores de Viabilidade

Indicadores	Ano 1
Ponto de equilíbrio (R\$)	235.729,24
Lucratividade (%)	19,69
Rentabilidade (%)	136,56
<b>Prazo de retorno do investimento</b>	<b>9 meses</b>

Fonte: Elaborado pelos autores.

## 5.6 AVALIAÇÃO DO PLANO

### 5.6.1 Análise do Plano

O presente Plano de negócios se realizou com base em informações coletadas pelos autores deste projeto cuja análise de dados demonstrou um investimento inicial no valor de R\$48.797,17 que pode ser considerado um investimento moderado. Há de se considerar também que o retorno do investimento é de nove meses considerado de curto prazo.

A rentabilidade é boa em relação ao rendimento da caderneta de poupança, que hoje gira em torno de 0,03% ao mês sendo que a taxa de retorno do capital investido de 19,69% ao mês é muito superior a uma aplicação na própria caderneta de poupança ou em outras aplicações financeiras no mercado bancário, como CDB e RDB. Há de se considerar influências governamentais macroeconômicas no mercado e os próprios riscos do mesmo. Diante dos índices e valores levantados se conclui que o negócio é viável.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho se realizou com uma pesquisa bibliográfica, descritiva, quantitativa, cujos autores pesquisaram informações mercadológicas, levantamentos orçamentários, custos e despesas de acordo com a atividade. Foi realizado cálculos de índices e valores que indicaram a viabilidade. Após todo o estudo através de levantamentos literários e o investimento inicial com os custos e despesas do empreendimento os autores conseguiram atingir o objetivo do estudo que foi verificar a viabilidade da abertura do salão de beleza conjugado com bar e cafeteria na cidade de Patos de Minas, mostrando sim que é viável, como visto na análise e discussão dos resultados.

Para se atingir os objetivos deste estudo foram feitos através de pesquisas informais de preços de produtos e serviços, e orçamentos de investimento em máquinas e equipamentos através do auxílio da internet e do site do SEBRAE.

Por fim, com todo o relatório concluído, os autores entendem que é viável a abertura do salão de beleza na cidade de Patos de Minas.

Limitações: Este estudo não tem pretensão de se dar por concluído, como o mercado movimenta todos os dias, preço sobe e desce, os autores continuarão seus

estudos para se obter conhecimento real da situação mercadológica e de seus futuros concorrentes para que possa tomar decisões assertivas.

Por último espera-se que o relatório de conclusão de curso seja útil ao meio acadêmico, auxiliando outros alunos que estarão formando, ou interessados que queiram abrir um empreendimento no ramo de beleza ou alimentício que busque a pesquisa através do Centro Universitário de Patos de Minas.

## REFERÊNCIAS

CHIAVENATO, Adalberto; VERGANA, Sylvia Constant. **Recursos Humanos: o capital humano das organizações**. 9. ed. Rio de Janeiro: Elsevier Editora Ltda, 2009.

DORNELAS, José. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 5. ed. Rio de Janeiro: Empreende/LTC, 2014.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de marketing**. 12. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2011

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Introdução a administração**. São Paulo: Saraiva, 8. ed., 2011.

SEBRAE. **Como elaborar um plano de negócio**. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-elaborar-um-plano-de-negocio>. Acesso em: 02 abr. 2020.

SEBRAE. **Como fazer um demonstrativo de resultados**. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ap/artigos/como-fazer-um-demonstrativo-de-resultados>. Acesso em: 07 maio 2020.