

OPORTUNIDADE DE NEGÓCIO CLÍNICA DE ESTÉTICA



FEIRA DO EMPREENDEDOR

Bons ventos para o seu negócio

SEBRAE

0800 570 0800 | www.df.sebrae.com.br

© 2009 SEBRAE-DF – Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Distrito Federal.

Todos os direitos reservados. Nenhuma parte desta publicação pode ser fotocopiada, gravada, reproduzida ou transmitida sob qualquer meio eletrônico ou mecânico sem o prévio consentimento do autor.

Estudo realizado por

SEBRAE – DF
S I A Trecho 3, lote 1.580 – CEP 71.200-030 – Brasília-DF
Central de Relacionamento Sebrae - 0800 570 0800
Internet: <http://www.df.sebrae.com.br>
E-mail: webmaster@df.sebrae.com.br

Coordenação: Unidade de Orientação Empresarial
Projeto de Apoio ao Desenvolvimento Empresarial - Atendimento
Gestora do Projeto: Lara Cristina de Lima da Costa e Silva Garcia
Analista: Maria Auxiliadora Umbelino de Souza

Revisão: Helena Jansen
Projeto gráfico: Marcio Marques Brito
Diagramação: Carlos Magno do Amaral

OPORTUNIDADE DE NEGÓCIO – FICHA BÁSICA

SEGMENTO

Prestação de Serviços - Clínica de Estética

DESCRIÇÃO

Prestação de serviços pessoais na área de beleza e estética

PÚBLICO-ALVO

Pessoas físicas em geral, especialmente, e na sua maioria, o público feminino, com faixa etária de 18 a 60 anos

ESTIMATIVA DE INVESTIMENTO INICIAL

R\$ 66.500,00

FATURAMENTO ANUAL ESTIMADO

R\$ 220.000,00

LUCRO LÍQUIDO ANUAL ESTIMADO

15%

PRAZO DE RETORNO ESTIMADO

De 20 a 24 meses

QUANTIDADE DE EMPREGADOS

4

OBS.: A presente ficha é de caráter meramente informativo e, caso exista interesse pela atividade, aconselha-se ao empreendedor buscar o desenvolvimento de estudos que permitam o aprofundamento das condições de mercado e demais aspectos da atividade, conforme orientação do item II, Considerações Gerais, da ficha Resumo da Atividade. Os diversos valores são estimados e não consideram o Ponto Comercial.

FICHA RESUMO DA ATIVIDADE

1. Breve Relato da Atividade

A Clínica de Estética e Beleza é uma prestadora de serviços que oferece tratamentos rápidos ou terapêuticos, externos, que objetivam a reabilitação ou melhora estética e da saúde dos clientes, através da aplicação de cosméticos e de terapias diversas. No primeiro atendimento os clientes passam por avaliações feitas por profissionais habilitados, como esteticistas ou dermatologistas.

Os produtos oferecidos pela clínica vão desde a massagem convencional até a utilização de equipamentos para tratamento de pele, como remoção de manchas e pequenas cicatrizes.

É fundamental que haja qualidade nos produtos utilizados, na água utilizada, no funcionamento dos equipamentos, no asseio do pessoal e das instalações. Alternativamente a empresa poderá comercializar os produtos utilizados, e/ou os que, eventualmente, venha a representar.

2. Investimentos – Quadro de Usos

Descrição	Total
Adaptações e Reformas	15.000,00
Máquinas e Equipamentos	25.000,00
Móveis e Utensílios	10.000,00
Sistemas de Informática	1.500,00
Outros	5.000,00
Investimento Fixo Total	56.500,00
Capital de giro	10.000,00
TOTAL DOS USOS	66.500,00

3. Empregados

Função	Quantidade	Salário Médio
Atendente	1	500,00
Esteticistas	2	900,00
Dermatologista	1	1.800,00

4. Produtos

Consultas, terapia corporal, terapia capilar e estética facial.

5. Principais Receitas e Despesas

RECEITAS		DESPESAS	
Item	%	Item	%
Consultas	25	Mão-de-Obra	40
Terapia Corporal	40	Materiais e insumos	20
Terapia Capilar	15	Administrativas	10
Estética Facial	15	Outros	30
Outros	5	Aluguel	
		Manutenção e seguros	
		Energia	
		Conservação e limpeza	
		Serviço de terceiros	

6. Aspectos Legais

A aplicação de produto de finalidade terapêutica e o comércio de cosméticos e produtos similares estão sujeitos à legislação da vigilância sanitária. Desta forma, o empreendedor deve buscar, junto aos órgãos competentes, federais e estaduais, a legislação que regula o segmento.

7. Fornecedores

- Existem vários fornecedores no mercado (ver fontes de pesquisa).

8. Concorrentes

- Fitcorpus - (61) 3363-7570
- Nuova Clínica Depilação a Laser - (61) 3244-7966
- Arte Corpo Estética Médica - (61) 3248-5918
- Clínica do Corpo - (61) 3447-7015
- Clínica da Pele - (61) 3351-9840

9. Público-Alvo

Pessoas físicas em geral, especialmente, e na sua maioria, o público feminino, com faixa etária de 18 a 60 anos.

10. Fontes de Pesquisa

- www.espacoestetica.com.br – tecnologia e tipos de tratamento
- www.modelle.com.br – informações gerais do segmento
- www.belezainteligente.com.br – informações gerais do segmento
- www.abevd.org.br – mercado, estatísticas, etc.
- www.freedom.inf.br – mercado, produtos, tendências

11. Considerações Gerais

De forma a orientar o empreendedor quanto ao aprofundamento e avaliação da oportunidade de negócio, apresenta-se, a seguir, um roteiro com os principais passos para o desenvolvimento do estudo, vez que as informações constantes do presente resumo são meramente indicativas e, portanto, não garantem a certeza da oportunidade.

11.1 Estudo de Mercado

A análise de mercado é a etapa de maior importância do estudo sobre o empreendimento a realizar, pois sinaliza se as demais etapas devem ser realizadas ou não.

Tem o poder de verificar se existe, de fato, uma demanda potencial e indica como atingi-la; proporciona maior conhecimento sobre o consumidor e suas necessidades; identifica a concorrência e seu posicionamento no mercado; reconhece os fornecedores e suas políticas comerciais e orienta a localização do empreendimento e seu tamanho.

1º Passo: Determinação do mercado-alvo

A técnica de segmentar o mercado permite que os dados coletados representem, com maior fidedignidade, a demanda potencial. Um empreendimento não consegue atender a todos os consumidores. São inúmeros e diversificados demandantes em suas exigências de compra.

Então, o mercado pode ser subdividido em segmentos com base nas características geográficas, demográficas, psicológicas e comportamentais.

2º Passo: Dimensionamento e caracterização do mercado consumidor

O mercado consumidor pode ser entendido como o conjunto de pessoas e entidades, públicas ou privadas, dispostas a adquirir um bem ou serviço que satisfaça suas necessidades. Deve-se levar em consideração a renda e o nível potencial de dispêndio do consumidor.

3º Passo: Dimensionamento e caracterização da concorrência

Concorrentes são todos aqueles que satisfazem as mesmas necessidades dos consumidores, através da oferta de serviços ou produtos (ou uma categoria de produtos) iguais, semelhantes ou substitutos uns dos outros.

4º Passo: Caracterização dos fornecedores

Os fornecedores são todos aqueles, dotados de capacidade e idoneidade, que podem suprir o empreendimento com bens ou serviços.

Nesse momento, o futuro empreendedor deve pesquisar somente os fornecedores de bens ou serviços que serão consumidos ao longo da vida operativa do empreendimento.

11.2 Estratégia de Marketing

As estratégias de marketing são os meios e metas que o empreendimento deverá utilizar para alcançar seus objetivos. As estratégias, em geral, se referem ao mix de marketing – produto, preço, praça (canais de comercialização) e comunicação (propaganda). O empreendimento poderá adotar estratégias específicas, atuando sobre o composto de marketing, de forma a possuir vantagens competitivas em relação aos concorrentes.

11.3 Seleção da localização

A localidade ideal é aquela que gera o maior benefício econômico e financeiro para o empreendimento, dado um nível de investimento possível.

11.4 Dimensionamento do tamanho do empreendimento

O empreendedor deverá saber quanto ofertar para o mercado demandante, limitando a oferta à capacidade de absorção do mercado, determinando a capacidade de produção e/ou comercialização de bens e/ou serviços.

11.5 Determinação dos recursos humanos, da estrutura organizacional e da gestão administrativa

Deve-se definir a quantidade necessária de pessoas, por tipo de função requerida, bem como o conhecimento específico para a função a ser desempenhada. Além disso, é importante deixar claro, por meio de organograma, as interdependências funcionais e as relações hierárquicas. O êxito do empreendimento passa também pela determinação de processos de atuação que permitam pontos de controle, sejam industriais, administrativos ou comerciais.

11.6 Identificação dos custos operacionais fixos e variáveis

Preliminarmente deverão ser identificados todos os possíveis custos fixos e variáveis. Os custos fixos são aqueles que independem do volume de produção ou atendimento. Existem mesmo que não se produzem. Já os custos variáveis dependem do nível de produção ou atendimento e mudam de acordo com este nível. Quanto à gestão dos custos, sugere-se a estruturação de um plano de contas detalhado, pois permitirá a plena identificação dos custos e o seu controle. O empreendedor, de posse dos gastos classificados por tipo de custo, poderá realizar, por meio da comparação entre períodos e pesquisas de mercado, ações de melhoria, como minimização ou até mesmo eliminação de despesas.

11.7 Previsão das receitas

Para determinação da receita, importa determinar os níveis de produção de cada produto e/ou serviço e os respectivos preços. Os preços dos produtos e/ou serviços se formam a partir do custo unitário de produção ou atendimento de cada produto e/ou serviço, acrescido de impostos, despesas comerciais e margem de lucro. Determinados os preços, deve-se realizar uma pesquisa de mercado no sentido de compará-los a produtos e/ou serviços semelhantes, objetivando verificar o poder de penetração dos produtos e/ou serviços ofertados ao mercado, via preço, levando em consideração os diferenciais de mercado oferecidos pelo empreendimento.

11.8 Determinação dos investimentos fixos e variáveis (capital de giro)

O estudo do investimento objetiva estimar o total de recursos financeiros necessários para colocar em funcionamento o empreendimento. Em geral o investimento divide-se em fixo e variável:

Investimentos fixos: são os gastos em terrenos, obras civis, máquinas e equipamentos, montagem de máquinas e supervisão, informática, veículos, móveis e utensílios, fretes e seguros, treinamento de pessoal, estudos e projetos e demais gastos pré-operacionais.

Investimentos variáveis: são os recursos financeiros que permitirão operar o empreendimento. Refere-se à aquisição de matéria-prima, caixa mínimo, despesas operacionais, entre outros.

11.9 Projeção dos Resultados

A projeção dos números do empreendimento – volume de produção e/ou atendimento, receitas e custos – na forma de fluxo de caixa e demonstrativo de resultado possibilitará previamente ao empreendedor tomar a decisão de investir ou não no negócio, evitando maiores gastos.