

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO SOCIOECONÔMICO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA ADMINISTRAÇÃO

Willyan Santos

PLANO DE NEGÓCIOS: análise de viabilidade de um Estúdio de Tatuagem

Florianópolis

2023

Willyan Santos

PLANO DE NEGÓCIOS: análise de viabilidade de um Estúdio de Tatuagem

Trabalho de Curso apresentado à disciplina CAD
7305-0931 como requisito parcial para a obtenção
do grau de Bacharel em Administração pela
Universidade Federal de Santa Catarina.
Enfoque: Plano de Negócios.
Área de concentração: Empreendedorismo.
Orientador(a): Prof^a. Dr^a. Gabriela Gonçalves
Silveira Fiates.

Florianópolis

2023

Santos, Willyan

PLANO DE NEGÓCIOS: análise de viabilidade de um Estúdio de Tatuagem / Willyan Santos ; orientadora, Gabriela Fiates, 2023.

62 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) -
Universidade Federal de Santa Catarina, Centro
Socioeconômico, Graduação em Administração, Florianópolis,
2023.

Inclui referências.

1. Administração. 2. Empreendedorismo. I. Fiates,
Gabriela. II. Universidade Federal de Santa Catarina.
Graduação em Administração. III. Título.

PLANO DE NEGÓCIOS: análise de viabilidade de um Estúdio de Tatuagem

Este Trabalho de Curso foi julgado adequado e aprovado na sua forma final pela Coordenadoria Trabalho de Curso do Departamento de Ciências da Administração da Universidade Federal de Santa Catarina.

Florianópolis, 27 de novembro de 2023

Prof. Ana Luiza Paraboni
Coordenador de Trabalho de Curso

Avaliadores:

Prof^ª. Gabriela Gonçalves Silveira Fiates, Dr^ª.
Orientadora
Universidade Federal de Santa Catarina.

Prof^ª. Gabriela Mattei, Dra.
Universidade Federal de Santa Catarina.

Prof. Maurício Fernandes Pereira, Dr.
Universidade Federal de Santa Catarina.

Inserir dedicatória.

AGRADECIMENTOS

Queria deixar registrado minha sincera gratidão a todos aqueles que contribuíram e auxiliaram para a realização deste trabalho.

Primeiramente gostaria de agradecer aos meus pais Claudia Santos e Ronaldo Luiz que sempre me inspiraram e me incentivaram a seguir firme em busca dos meus objetivos.

Também gostaria de agradecer à minha orientadora Professora Gabriela Gonçalves S. Fiates, sua orientação, dedicação e conhecimento profundo no assunto foram fundamentais para a conclusão deste trabalho, bem como as suas valiosas sugestões, feedback que foram cruciais para alcançar os altos padrões acadêmicos.

Minha gratidão também aos professores(as) Gabriela Mattei e Maurício Fernandes, que foram membros da banca avaliadora, na qual agradeço a disponibilidade em dedicar o seu tempo para avaliação deste trabalho, suas aulas enriqueceram o conteúdo deste estudo.

Também deixo meus agradecimentos aos professores e demais profissionais que de alguma forma contribuíram até o presente momento, seja por ajuda no desenvolvimento do trabalho, ou debates construtivos que me fizeram chegar até aqui

Por fim, expresso minha gratidão a todos os amigos e familiares que, com paciência e compreensão, me apoiaram ao longo dessa jornada acadêmica.

O presente trabalho é resultado de um conjunto de pessoas que ao longo do tempo colaboraram para minha evolução acadêmica e pessoal, no qual foram primordiais.

A todos, meus mais sinceros, obrigado.

SUMÁRIO

RESUMO	10
1. INTRODUÇÃO	11
1. Objetivos	14
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	16
2.1 4 Principais razões para o fechamento de negócios segundo a forbes:	20
Segundo a pesquisa SEBRAE (2022), É preciso se atentar a os seguintes erros comuns:	21
2.1.1 Planejamento do negócio deficiente	21
2.1.2 Gestão do negócio deficiente	21
2.1.3 Problemas no ambiente (pandemia)	21
2.2 Plano de negócios	22
2.2.1 Definição dos objetivos e estratégias:	22
2.2.2 Identificação de oportunidades e ameaças:	23
2.2.3 Viabilidade financeira:	23
2.2.4 Planejamento operacional e organizacional:	23
2.2.5 Comunicação interna:	23
2.2.6 Financiamentos e parcerias:	23
2.3 Como montar um plano de negócios SEBRAE em 5 passos:	24
3 PROCEDIMENTOS DE PESQUISA	29
4 AVALIAÇÃO DO SETOR	
4.1 Análise de clientes	31
4.2 Fatores críticos de sucesso:	33
4.3 Análise de concorrentes	34
4.3.1 Realismo:	34
4.3.2 Aquarela:	34
4.3.3 Tatuagens geométricas:	35
4.3.4 Tatuagens tradicionais ou Old School:	35
4.3.5 Tatuagens japonesas:	35
4.3.6 Blackwork:	35
4.4 Análise dos fornecedores	37
5. Plano de negócios	40
5.1 Definição do negócio	40
5.1.1 Próprio Negócio:	40
5.1.2 Nicho:	40
5.1.3 Nome:	40
5.1.4 Missão:	40

5.1.5 Visão:	41
5.1.6 Valores:	41
5.1.7 Natureza Jurídica:	41
5.2 PLANO DE MARKETING	41
5.2.1 Definição de Objetivos de Marketing	41
5.2.2 Estratégia de Marketing	42
5.2.2.1 Desenvolver a identidade da marca:	43
5.2.2.2 Definição da Mensagem de marca:	43
5.2.2.3 Desenvolvimento de um Plano de Conteúdo:	43
5.2.2.4 Presença Online:	44
5.2.2.5 Marketing de Conteúdo:	44
5.2.2.6 Promoções e Eventos:	44
5.2.2.7 Parcerias Locais:	44
5.2.2.8 Acompanhamento de Métricas:	44
5.2.2.9 Orçamento de Marketing	45
5.2.3. Política de Preços	45
5.2.3.1 O tamanho da tatuagem:	46
5.2.3.2 Complexidade do Desenho:	46
5.2.3.3. Localização no corpo:	46
5.2.3.4 Custo do material:	46
5.2.3.5. Localização geográfica:	46
5.3.Plano Operacional	46
5.3.1 Móveis e eletroeletrônicos necessários:	49
5.3.2 Maquinário necessário:	50
5.4. AVALIAÇÃO DA VIABILIDADE DO NEGÓCIO:	53
5.5 AVALIAÇÃO DA VIABILIDADE DO NEGÓCIO:	53
5.5.1 Investimento inicial	53
5.5.3 Capital de Giro	54
5.5.4 Previsão de cenários	55
5.5.4.1 Cenário 1: Poucas Tatuagens (Pouca Demanda)	55
5.5.4.2 Cenário 2: Demanda Mediana	55
5.5.4.3 Cenário 3: Ótima Demanda	55
5.5.5 Retorno contábil sobre o investimento (ROI)	57
6 CONCLUSÃO	57

RESUMO

O seguinte trabalho apresenta uma análise ampla no que diz respeito a viabilidade da abertura de um estúdio de tatuagem em Florianópolis. Como se trata de um trabalho acadêmico aborda-se desde a fundamentação teórica até a aplicação na prática dos conceitos apresentados. Inicialmente foi explorado os fundamentos do empreendedorismo, bem como, modelos de planos de negócios, trazendo as etapas essenciais de reflexão e planejamento para uma tomada de decisões mais acertada conferindo maior probabilidade de sucesso de uma empresa. Foi realizada uma pesquisa, na qual dados foram coletados a respeito do mercado das tatuagens, considerando as tendências, demandas e padrões de consumo. Além da seleção de um local estratégico para a abertura do estúdio, que foi criteriosamente analisado levando em consideração fatores como visibilidade, acessibilidade e potencial de clientela. A análise dos concorrentes permitiu uma melhor compreensão do nicho de mercado, identificando oportunidades para almejar uma diferenciação e inovação. A pesquisa foi importante para uma melhor compreensão das preferências dos potenciais clientes, a fim de desenvolver uma proposta de valor para os futuros clientes. Foram elaboradas estratégias de marketing e identificadas possibilidades de criação de parcerias que de fato fossem eficientes para aumentar a visibilidade e a fidelização dos clientes. A viabilidade financeira do empreendimento foi analisada com base em projeções de receitas, custos operacionais e retorno do investimento, além.

1. INTRODUÇÃO

Empreender é a capacidade de identificar oportunidades de negócios e criar, desenvolver e gerenciar um empreendimento para aproveitar essas oportunidades. É um processo que envolve a criação de algo novo, seja um produto, serviço ou processo, que atenda às necessidades do mercado e gere valor para os clientes e para a sociedade. O empreendedorismo pode ser visto como uma forma de inovação, já que envolve a criação de algo novo ou a aplicação de uma ideia de forma diferente para resolver um problema ou atender a uma necessidade específica. O empreendedorismo é importante para a economia, pois estimula a inovação, cria empregos, gera receitas e contribui para o desenvolvimento econômico (DORNELAS, 2008).

Ser um empreendedor requer habilidades como criatividade, liderança, capacidade de tomar decisões, visão estratégica e capacidade de assumir riscos. Além disso, é importante ter conhecimentos nas áreas de marketing, finanças, gestão de pessoas e operações empresariais (BARROS, 2008).

O empreendedorismo pode ser encontrado em diversos setores da economia, desde pequenos negócios locais até grandes empresas multinacionais a partir de ações intraempreendedoras. O importante é identificar uma oportunidade de negócio, desenvolver um plano de negócios e implementá-lo de forma eficiente para criar valor econômico e social. Portanto, o empreendedorismo é importante tanto para a sociedade em geral quanto para os indivíduos que decidem empreender, dentre as principais razões para a sua importância, pode-se destacar:

- Criação de empregos: empreendedores normalmente criam novas empresas, o que gera empregos e pode ajudar a reduzir o desemprego em uma determinada região ou país.
- Estimulação da inovação: empreendedores podem desenvolver novas tecnologias e métodos de produção que aumentam a eficiência e a produtividade das empresas, permitindo que elas cresçam e se tornem mais competitivas (DORNELAS, 2008).
- Geração de riqueza: os empreendedores que criam empresas de sucesso no mercado, podem gerar riqueza significativa para si mesmos e para outras pessoas, o que consequentemente melhora a qualidade de vida da sociedade em geral (DORNELAS, 2008).

- Desenvolvimento de novos mercados: empreendedores costumam explorar oportunidades de negócios em áreas que outras pessoas não notam, o que pode levar ao desenvolvimento de novos mercados (DORNELAS, 2008).
- Contribuição para a economia: quem empreende cria empresas que geraram receitas e pagaram impostos, o que pode contribuir significativamente para o crescimento econômico de um país (DORNELAS, 2008).
- Autonomia e liberdade: quem empreende têm a liberdade de criar e gerenciar suas próprias empresas, o que pode ser prazeroso em termos pessoais e profissionais (DORNELAS, 2008).
- Desenvolvimento pessoal: o empreendedorismo tende a ajudar as pessoas a desenvolver habilidades importantes, como liderança, tomada de decisão e resolução de problemas, que podem ser úteis em outras áreas de suas vidas (DORNELAS, 2008).

Em resumo, o empreendedorismo é de suma importância, por sua capacidade de gerar empregos, estimular a inovação, contribuir para a economia, criar riqueza e desenvolver novos mercados. Além disso, o empreendedorismo também pode ser prazeroso para os indivíduos que decidem empreender, oferecendo autonomia, liberdade e oportunidades de desenvolvimento pessoal (DORNELAS, 2008).

Os pequenos empreendedores e pequenas empresas desempenham um papel vital na economia de um país. Eles representam a maioria das empresas em muitos países e influenciam significativamente o Produto Interno Bruto (PIB) do país (BARROS, 2008).

Uma das principais razões pelas quais as pequenas empresas são importantes para o PIB é pela geração de empregos, já que as micro e pequenas empresas são responsáveis por 27% do PIB, 52% dos empregos com carteira assinada e totalizam 8,9 milhões de micro e pequenas empresas no Brasil. Em dez anos, os valores da produção gerada pelos pequenos negócios saltaram de R\$ 144 bilhões para R\$ 599 bilhões (SEBRAE, 2023).

Essas empresas muitas vezes empregam pessoas em áreas onde as grandes empresas não possuem muito interesse ou onde não são economicamente viáveis (DORNELAS, 2008).

Além disso, as pequenas empresas são normalmente importantes agentes de inovação em muitos setores, elas possuem a capacidade de se adaptar rapidamente às mudanças do mercado e desenvolver novos produtos e serviços para atender às necessidades do mercado, como resultado ajudam a sustentar o crescimento econômico e aumentar a competitividade em muitos setores. As pequenas empresas também desempenham um papel importante na

promoção da diversidade econômica, onde muitas vezes operam em nichos de mercado específicos, o que pode ajudar a reduzir a dependência de uma única indústria ou setor. Isso poderá ajudar a proteger a economia de flutuações em uma indústria específica ou choques psicológicos externos (BARROS, 2008). Dessa forma, as pequenas empresas são essenciais para a saúde e o crescimento da economia de um país, elas criam empregos, promovem a inovação, aumentam a competitividade e ajudam a diversificar a economia, por isso é importante apoiar e promover o empreendedorismo e o crescimento das pequenas empresas (BARROS, 2008).

No entanto, embora as pequenas empresas sejam tão importantes para a economia, nem todas sobrevivem aos desafios envolvidos no empreendedorismo, nesse sentido, é importante refletir sobre como empreender de maneira mais segura.

Diante da insegurança existente na atividade empreendedora, empreender em algo que você gosta pode ser importante por muitas razões, desde a motivação e satisfação, portanto é importante considerar seus interesses e paixões quando for escolher um negócio para empreender, pois isso pode ajudar a alcançar o sucesso e a realização pessoal e profissional (LEITE, 2012).

A história da tatuagem remonta a milhares de anos, com evidências arqueológicas encontradas em múmias e restos humanos de diversas culturas antigas, incluindo a egípcia, a grega, a romana, a maia e a polinésia (LISE, 2013). Já no Ocidente, a tatuagem foi popularizada no século XVIII pelos marinheiros, que tatuam símbolos de suas viagens como forma de identificação e proteção, durante a Segunda Guerra Mundial, a tatuagem se popularizou ainda mais entre os soldados e se tornou um símbolo de rebeldia e contracultura nas décadas seguintes (LISE, 2013).

Atualmente, a tatuagem é uma forma de arte e expressão corporal cada vez mais aceita na sociedade, com um crescente número de pessoas se tatuando em todo o mundo, além disso, a tatuagem é um importante mercado da indústria da moda e beleza, com muitos artistas tatuadores se destacando por suas habilidades e estilo único (LISE, 2013).

A história da tatuagem no Brasil está ligada às tribos indígenas brasileiras, como os índios Tapajós, Xavantes, Kayapó, entre outros, que utilizavam a técnica como forma de identificação social e cultural, após a chegada dos colonizadores europeus, a tatuagem foi vista como algo exótico e primitivo, e que muitas vezes era associada a práticas criminosas e marginalizadas, durante o século XX, a tatuagem se popularizou no Brasil com a vinda de tatuadores europeus e americanos que realizavam suas atividades em circos e parques de diversão, a partir dos anos 80, a tatuagem se tornou mais aceita e passou a ser vista como

uma forma de expressão artística e pessoal, com a abertura de estúdios especializados e a disseminação da técnica em diferentes camadas sociais (SOUZA, 2014).

Hoje, a tatuagem é uma arte respeitada e valorizada no Brasil, com diversos tatuadores renomados e estúdios de alta qualidade em todo o país, a técnica evoluiu bastante, com o uso de novos materiais e técnicas, e a tatuagem se tornou um meio de expressão e identificação cultural para muitas pessoas (SOUZA, 2014).

Atualmente, a tatuagem se tornou uma forma de expressão e arte cada vez mais comum e aceita em muitas culturas ao redor do mundo, ela é vista como uma maneira de se expressar e marcar a pele com símbolos e desenhos significativos para cada pessoa, além de ser uma forma de autenticidade e de se destacar em uma sociedade que muitas vezes valoriza a aparência e a imagem pessoal, para algumas pessoas, a tatuagem pode ser uma forma de se conectar com suas raízes culturais ou espirituais, enquanto para outras é simplesmente uma forma de se sentir mais confiante e segura em sua própria pele (SOUZA, 2014).

No mundo profissional, ainda existem algumas restrições em relação às tatuagens em determinadas empresas e setores, mas essa visão vem mudando aos poucos, e muitos profissionais bem sucedidos hoje em dia possuem tatuagens, inclusive visíveis em áreas como pescoço, braços e mãos (SOUZA, 2014). Dito isto, a tatuagem se tornou uma forma de expressão e arte importante na sociedade atual, permitindo que cada indivíduo possa marcar sua pele com símbolos e desenhos significativos (SOUZA, 2014).

Segundo a Associação Nacional dos Tatuadores, o Brasil ocupa a nona posição entre as nações mais tatuadas, e segundo a associação o mercado cresceu 50% em 2020 no período da pandemia (SEBRAE, 2022). Um levantamento feito pelo Sebrae a partir de dados do Cadastro Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), mostra que 97% das empresas abertas em 2022 nesse segmento estavam na categoria do MEI, foram criados no ano passado 6.763 pequenos negócios especializados em piercing e tatuagem no país, segundo a última pesquisa feita pelo SEBRAE em 2019 o número de estúdios registrados era de 150 mil, e atualmente aproximadamente 250 mil (SEBRAE, 2022).

Com base nesse contexto, será viável a abertura de um estúdio de tatuagem como negócio na região de Florianópolis?

1. Objetivos

Portanto, diante do exposto, o objetivo deste TCC é apresentar um plano de negócios completo para a abertura de um estúdio de tatuagem.

1.1 Objetivos específicos

- Realizar uma análise do mercado no qual o estúdio será empreendido;
- Desenvolver estratégias de marketing que vão ao encontro do mercado analisado;
- Planejar a operação do negócio;
- Desenvolver um plano financeiro para analisar a viabilidade do negócio.

1.2 Justificativa

A análise de mercado é essencial para entender o perfil do público-alvo e as tendências do mercado no qual se empreenderá. Especificamente nesse trabalho serão buscadas informações acerca do setor de tatuagem, nesse contexto será importante avaliar os concorrentes, as possíveis localizações para o estúdio e o potencial de demanda pelos serviços oferecidos (DORNELAS, 2008).

Baseado na análise de mercado será possível desenvolver estratégias de marketing, que serão fundamentais para atrair e fidelizar clientes, é preciso definir as ações de divulgação do estúdio, incluindo a criação de um site, perfis nas redes sociais, campanhas de anúncios e parcerias com outros negócios, também será importante criar uma identidade visual para o estúdio e garantir que a experiência do cliente seja positiva desde o primeiro contato até a finalização da tatuagem. Essas ações são fundamentais para aumentar as chances de sucesso do futuro negócio, tendo em vista o número significativo de empresas que fecham suas portas nos primeiros anos de vida.

Os dados coletados permitirão ainda definir a estrutura do estúdio, incluindo a localização, tamanho e layout do espaço, também será necessário avaliar os equipamentos e materiais necessários para realizar as tatuagens, bem como a contratação de profissionais capacitados e a definição dos serviços oferecidos (LEITE, 2012).

O plano financeiro será uma das partes mais importantes do TCC, pois apresentará as projeções de receitas e despesas do estúdio ao longo dos primeiros anos de operação, é

necessário calcular os custos de aluguel, equipamentos, materiais, folha de pagamento, impostos e outras despesas, além de definir os preços dos serviços e estimar as vendas mensais (LEITE, 2012).

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O empreendedorismo é um motor de criação de empregos que impulsiona o crescimento econômico, quando inicia novos negócios e expande empresas existentes. Os empreendedores geram oportunidades de trabalho para a população. Esses empregos ajudam a combater o desemprego e aumentam a renda disponível, estimulando o consumo e fortalecendo a economia (DORNELAS, 2008).

Os empreendedores são fontes de inovação, pois identificam oportunidades de mercado, desenvolvem serviços ou produtos inovadores e introduzem novas tendências comerciais. A inovação impulsionada pelo empreendedorismo é um fator-chave para a competitividade das empresas e das nações, assim permitindo que elas ganhem no mercado global e alcancem vantagens estratégicas (DORNELAS, 2008). Pode-se dizer também que o empreendedorismo tem um impacto significativo no desenvolvimento regional, pois ao abrir um negócio em uma área economicamente desfavorecida, o empreendedor contribui para a revitalização econômica e expansão econômica daquele território, fornecendo empregos e estimulando o crescimento. Além disso, o empreendedorismo social tem um papel importante na resolução de desafios sociais e ambientais, melhorando a qualidade de vida das comunidades e contribuindo para a inclusão social (BARROS, 2008).

Uma cultura empreendedora forte é crucial para o desenvolvimento e o sucesso de todo e qualquer empreendedor, tanto no Brasil quanto no mundo. É importante promover uma mentalidade empreendedora, incentivando a criatividade, a iniciativa, além disso é importante ter um ecossistema de apoio bem desenvolvido, com acesso a financiamento, mentoria, educação empreendedora e networking, pois isso é fundamental para fornecer suporte adequado e recursos aos empreendedores, aumentando significativamente suas chances de sucesso (LEITE, 2012).

O empreendedorismo pode ser um veículo poderoso para as mais diversas mudanças sociais, os empreendedores possuem a capacidade de identificar e resolver problemas sociais, elaborando soluções inovadoras e sustentáveis impulsionando o desenvolvimento social, promovendo a inclusão e contribuindo para a construção de uma sociedade cada vez melhor (DORNELAS, 2008). Todos esses conceitos destacam a importância do

empreendedorismo seja no Brasil ou no mundo, pois o empreendedorismo não apenas impulsiona o crescimento da economia em si, mas também promove a inovação, cria empregos, ajuda a desenvolver determinadas regiões, estimula a cultura empreendedora e a mudança social. Compreender esses conceitos é essencial para desenvolver políticas e estratégias que apoiem o empreendedorismo a criarem um ambiente favorável para o surgimento e o crescimento de novos negócios (DORNELAS, 2008).

Segundo a *Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2022*, em pesquisa realizada pelo Sebrae e pela Associação Nacional de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas (Anegepe), foi detectado que 67% da população brasileira adulta está envolvida direta ou indiretamente com o empreendedorismo (SEBRAE, 2022).

Segundo o SEBRAE (2022), essa porcentagem representa aproximadamente 93 milhões de brasileiros na faixa etária de 18 a 64 anos. Esse número equivale a 42 milhões de empreendedores e os outros 51 milhões para possíveis empreendedores (SEBRAE, 2022).

Figura 1 - 93 milhões de brasileiros estão envolvidos com empreendedorismo



Fonte: Pesquisa GEM, 2022.

Na figura anterior os empreendedores são aqueles que já possuíam um negócio, seja ele formal ou informal em 2022, já os possíveis empreendedores representam uma estimativa de pessoas que não possuem um empreendimento, mas que gostariam e pretendiam abrir um negócio nos 3 anos seguintes.

Em 2017 apenas 15% da população se considerava potencial empreendedora, já em 2019 chegou a 30,2% e no ano da pandemia, 2020, houve um crescimento de 22,5% pontos percentuais e a taxa de potenciais empreendedores atingiu o patamar equivalente de 52,7% da população se considerando potencial empreendedora (GEM, 2022).

Figura 2 - Brasil é o 2º do mundo com mais interessados em ter o próprio negócio



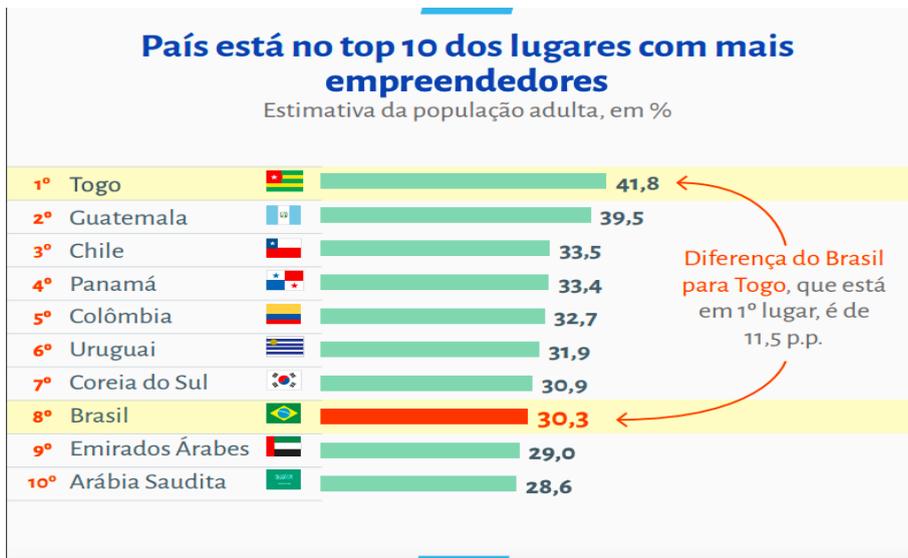
Fonte: Pesquisa GEM, 2022.

Esse número representa o universo de 52 milhões de brasileiros que são potenciais empreendedores em 2022 e fez com que o Brasil ocupasse o segundo lugar com maior população absoluta de possíveis empreendedores, ficando atrás somente da Índia, onde 115 milhões de pessoas se veem como potenciais empreendedores.

Uma observação importante feita por Décio Lima, presidente do SEBRAE, é que a Índia possui 1,4 bilhão de habitantes, enquanto o Brasil possui 214,3 milhões, segundo o Banco mundial, departamento de censo dos Estados Unidos em 2021 (SEBRAE, 2022).

Ainda segundo a pesquisa GEM 2022, o Brasil está no top 10 dos lugares com mais empreendedores, ocupando a 8ª posição ficando atrás somente de, Togo, Guatemala, Chile, Panamá, Colômbia, Uruguai e Coreia do Sul, conforme Figura 3.

Figura 3 - País está no top 10 dos lugares com mais empreendedores



Fonte: Pesquisa GEM, 2022.

De acordo com o SEBRAE 2022, a pesquisa GEM é a principal pesquisa que trata de empreendedorismo no mundo, há 23 anos a pesquisa é realizada anualmente e já participaram mais de 110 países (SEBRAE, 2022).

Na pesquisa em questão foram entrevistados 2 mil adultos e 52 especialistas, os dados foram coletados entre junho e agosto de 2022, e o Brasil é um dos países que participou de todas as edições (SEBRAE, 2022).

Empreender é algo desafiador e ao longo do caminho o empreendedor pode enfrentar diversas dificuldades, como por exemplo, a falta de recursos financeiros, pois começar um negócio requer investimentos significativos e a falta de capital inicial pode ser uma grande barreira para diversos empreendedores, tornando difícil obter os recursos necessários para iniciar ou expandir um negócio (DORNELAS, 2008).

As habilidades requeridas de um empreendedor podem ser classificadas em três áreas: Técnicas: envolve saber escrever, ouvir as pessoas e captar informações, ser organizado, saber liderar e trabalhar em equipe. Gerenciais: incluem as áreas envolvidas na criação e gerenciamento da empresa (marketing, administração, finanças, operacional, produção, tomada de decisão, planejamento e controle). Características pessoais: ser disciplinado, assumir riscos, ser inovador, ter ousadia,

ser persistente e visionário, ter iniciativa, coragem, humildade e, principalmente, ter paixão pelo que faz. (REIS; ARMOND, 2012, p. 30)

Além da incerteza e risco, os empreendedores precisam estar preparados para lidar com os mais variados desafios, fracassos e reviravoltas ao longo do caminho (DORNELAS, 2008).

Além das inúmeras incertezas do macroambiente ainda há a concorrência acirrada nos mais diversos setores, dessa forma, empreender envolve o desafio de se destacar e oferecer algo único e inovador ao mercado, o que exigirá estratégias eficazes de marketing e diferenciação (BARROS, 2008). Além de tudo, empreender requer habilidades de gerenciamento de tempo eficientes, pois envolve frequentemente múltiplas tarefas e responsabilidades. Portanto, equilibrar o tempo entre a estratégia para o negócio, metas diárias e vida pessoal pode ser um desafio. Portanto, ter a capacidade de adaptação alinhando-se ao ambiente de negócios que está em constante mudança será mais um dos requisitos para empreendedores, pois é necessário ter flexibilidade e capacidade de se adaptar rapidamente às novas tendências e demandas do mercado. Resistir às mudanças pode ser difícil para alguns empreendedores, por isso é importante que se construa uma rede de contatos sólida pode ser fundamental para o sucesso de um empreendedor, isso tudo equilibrando vida pessoal e vida profissional (BARROS, 2008).

A falta de adaptação, até mesmo resistência às mudanças e a falta de uma rede de contatos sólida, podem ser fatores contribuintes para o fracasso de um negócio. Portanto, a compreensão e aplicação desses princípios podem ser fundamentais para superar barreiras e garantir a sustentabilidade do empreendimento. O próximo tópico abordará as principais razões que dificultam a atividade empreendedora no Brasil.

2.1 4 Principais razões para o fechamento de negócios segundo a forbes:

1- Não satisfazer as necessidades do mercado

Segunda a pesquisa forbes 2022 42% dos negócios quebram pois o produto não atende as demandas e parece ser genial apenas para o empreendedor por isso a importância de não se apaixonar pelo produto a ponto de fechar os olhos ao mercado (FORBES 2022).

2- Ficar sem dinheiro:

No começo de qualquer empreendimento é preciso arcar com diversos custos, o que pode se tornar um problema, portanto é importante planejar que os custos irão ser o dobro do estimado, para que depois não haja surpresas negativas (FORBES 2022).

3- Trabalhar com a equipe errada

Ter a confiança de uma equipe é importante para toda empresa, entretanto ter a equipe certa para cada negócio é crucial, por isso a importância de avaliar a competência dos profissionais que estarão dentro da organização. (FORBES 2022).

4- Perder para a concorrência

É importante não ficar obcecado pela concorrência, entretanto não se pode fechar os olhos para as empresas que são seus concorrentes diretos, entretanto é preciso cuidar para não modificar o produto da empresa a fim de acompanhar as mudanças do concorrente (FORBES 2022).

Segundo a pesquisa SEBRAE (2022), É preciso se atentar a os seguintes erros comuns:

2.1.1 Planejamento do negócio deficiente

Segundo a pesquisa, 17% dizem não ter feito nenhum tipo de planejamento, e 59% fizeram por no máximo 6 meses, e muitos não levantaram informações importantes e relevantes antes da abertura do negócio (SEBRAE, 2022).

2.1.2 Gestão do negócio deficiente

Na “gestão do negócio” as empresas que sobreviveram se mostraram mais ativas; a diferenciação/adaptação de produtos/serviços foi estratégia relevante para a sobrevivência. As empresas que conseguiram passar pela pandemia conseguiram se destacar devido a sua rápida adaptação e diferenciação em um novo ambiente (SEBRAE, 2022).

2.1.3 Problemas no ambiente (pandemia)

Segundo os resultados obtidos com a pesquisa, 40% dos entrevistados dizem que o principal motivo pelo fechamento de suas empresas foi por conta do Covid-19 (SEBRAE, 2022).

Das empresas que fecharam a porta, poucas tentaram empréstimos e menos ainda foram os que conseguiram (SEBRAE, 2022).

Segundo a pesquisa, o setor que mais sofreu e fechou portas na epidemia foi o comércio com 30,2% em 5 anos, em segundo fica a indústria da transformação com 27,3% e serviços com 26,6% (SEBRAE, 2022). As menores taxas de falência ficaram na indústria extrativa com 14,3% e agropecuária com 18% (SEBRAE, 2022).

A pandemia causou um cenário atípico na economia mundial, entretanto empresas que tinham suas finanças organizadas e que se adaptaram a rápida mudança no comércio, conseguiram se manter firmes e fortes e em alguns casos crescerem, essas estratégias às vezes precisam ser rápidas, entretanto muitas podem ser planejadas através de um plano de negócios (SEBRAE, 2022).

Um plano de negócios não é apenas uma ferramenta para orientar o crescimento normal da empresa, mas também desempenha um papel crucial na preparação e resposta eficaz a crises. Ele oferece uma base sólida para a tomada de decisões informadas e a gestão eficiente dos recursos, elementos essenciais para a sobrevivência de uma empresa em períodos desafiadores (SEBRAE, 2022).

2.2 Plano de negócios

O plano de negócios é uma ferramenta indispensável toda e qualquer empresa seja qual for o seu tamanho, desde microempreendimentos até grandes companhias, pois o plano de negócios é um documento que descreve com detalhes todos os aspectos do negócio, como sua visão, objetivos, estratégias, análise de mercado, estrutura organizacional, finanças e projeções futuras (DORNELAS, 2008).

Um plano de negócios bem estruturado auxilia o empreendedor da seguinte maneira:

2.2.1 Definição dos objetivos e estratégias:

Pois, com um plano bem estruturado a organização conseguirá definir seus objetivos de curto e longo prazo, além de traçar o caminho de como alcançá-los, além de estabelecer uma direção estratégica, com um roteiro claro de como ela planeja crescer, expandir-se e se manter crescente no mercado (DORNELAS, 2008).

2.2.2 Identificação de oportunidades e ameaças:

Ao fazer uma análise mercadológica, um plano bem feito irá permitir identificar oportunidades e ameaças que podem afetar a empresa, para compreender o mercado, seus concorrentes, as possíveis tendências e as demandas dos clientes. Com tais informações, a organização irá poder tomar decisões mais assertivas e ajustar sua estratégia se for necessário (DORNELAS, 2008).

2.2.3 Viabilidade financeira:

O plano de negócio inclui projeções financeiras detalhadas, com demonstrações de resultados, fluxo de caixa e balanços patrimoniais, essas projeções ajudaram a empresa a avaliar a viabilidade financeira do negócio, identificando problemas de fluxo de caixa e tomar decisões corretas sobre investimentos (DORNELAS, 2008).

2.2.4 Planejamento operacional e organizacional:

Com um plano de negócios é possível observar as operações da empresa, bem como, a sua estrutura organizacional, responsabilidades de cada equipe e os processos que neles ocorrem, além de auxiliar a definir as principais funções e tarefas, constatar os recursos necessários e trazer uma gestão eficaz para a empresa (BARROS, 2008).

2.2.5 Comunicação interna:

É uma ferramenta de comunicação interna essencial, pois ajuda a alinhar a equipe quanto aos objetivos e estratégias organizacionais, destacando a importância de todos estarem alinhados, e engajados no mesmo propósito (BARROS, 2008).

2.2.6 Financiamentos e parcerias:

Investidores e potenciais parceiros exigem um plano de negócio para analisar e avaliar se o negócio é viável ou não e seu potencial de retorno do investimento, portanto quando se tem um plano de negócio bem elaborado a empresa tenderá a aumentar suas chances de conseguir investimentos, financiamentos ou parcerias (BARROS, 2008).

Portanto, montar um plano de negócios detalhado é um fator determinante para captação de investidores além de ser crucial para o sucesso do negócio a longo prazo, as empresas podem montar um plano através de diversos modelos, porém um dos mais populares no Brasil é o de negócios do SEBRAE (SEBRAE, 2022).

2.3 Como montar um plano de negócios SEBRAE em 5 passos:

1º passo – Sumário executivo

Montar o sumário executivo requer constatar os pontos mais relevantes da empresa, pois o sumário será um guia para o empreendedor sobre o empreendimento, que irá apresentar uma visão norteadora além de que com essa formalização será mais fácil para as pessoas entenderem a proposta do negócio. O sumário executivo funciona como uma porta de entrada para um plano de negócios pois apresenta de maneira concisa uma visão geral e rápida do negócio, rápida tomada de decisão, comunicação clara dos objetivos e apresentação de proposta de valor (DORNELAS, 2022).

Um sumário executivo é constituído de: Uma descrição detalhada do que o negócio faz, seus produtos e serviços, identificando seu público alvo e potenciais clientes, bem como uma análise dos principais concorrentes e indicadores de viabilidade do negócio. Apesar de ser o primeiro passo do plano, o sumário executivo deve ser a última etapa a ser concluída do plano de negócios (SEBRAE, 2022).

2º passo – Análise de mercado

Após o sumário executivo estar pronto, é horar de analisar o mercado, identificando as características dos seus clientes (faixa etária, gênero, renda, etc.) Comportamento e interesses do seu público (Como pagam, frequência de compra, onde preferem comprar etc.); Onde seus clientes estão localizados; É importante também conhecer seu cliente, isso pode ser feito através de entrevistas, pesquisas e atenção nos concorrentes (SEBRAE, 2022). O Segundo passo da Análise de mercado é conhecer os concorrentes, destacando seus pontos fortes e fracos para buscar uma diferenciação (SEBRAE, 2022). Já o Terceiro Passo da Análise é identificar seus fornecedores, criando uma tabela e cadastro de cada um deles, bem como preços, qualidade e condições de pagamento que cada um oferece, isso será importante já que os fornecedores estarão diretamente ligados ao seu negócio (KOTLER, KELLER, 2012).

A pesquisa de mercado de maneira geral tem como objetivo conectar o consumidor e a organização, através de informações valiosas que precisam ser devidamente coletadas, entretanto, somente a realização da pesquisa não é garantia de sucesso pois irá depender do uso correto e de uma análise correta (KOTLER, KELLER, 2012).

Uma das principais funções do próprio marketing é satisfazer todas aquelas necessidades que os clientes anseiam, porém a identificação desses clientes não é tarefa fácil (KOTLER, KELLER, 2012).

3º passo – Plano de marketing

Um plano de marketing bem estruturado deve conter no mínimo os 4 princípios que os principais estudiosos destacam, os "4Ps", produto, preço, praça e promoção.

- Produto – o que você está ofertando; Produtos que atendem as necessidades e desejos dos consumidores é crucial, entretanto isso inclui diferenciar os produtos seja através de design, características ou qualidade, o que por consequência irá gerar valor perante os olhos do consumidor (KOTLER, KELLER, 2012).
- Preço – quanto custa o que está sendo ofertado por você; Estabelecer um preço apropriado está relacionado com a percepção de valor que o cliente irá ter sobre aquele determinado produto, portanto é importante ter um equilíbrio pois o mercado está repleto de concorrentes (KOTLER, KELLER, 2012).
- Praça – onde e quando você oferta; Comercializar o produto ou serviço em um local apropriado é essencial, portanto é importante pensar em canais adequados para esses produtos ou serviços conseguirem alcançar o público alvo na hora e lugar certo (KOTLER, KELLER, 2012).
- Promoção – quais as condições você oferece para seu público; A promoção engloba todas as ações que o marketing realiza para mostrar ou chamar atenção do cliente sobre um determinado produto, por isso é importante manter uma comunicação contínua e consistente com o cliente através da promoção de vendas, relações públicas e marketing digital (KOTLER, KELLER, 2012).

Dolabela (2008, p. 163) estabelece as seguintes condições para o plano de marketing:

O plano de marketing é constituído pela análise de mercado, voltada para o conhecimento de clientes, concorrentes, fornecedores e ambiente em que a empresa vai atuar, para saber se o negócio é realmente viável, e pela estratégia de marketing, em que se faz o planejamento da forma como a empresa oferecerá seus produtos ao mercado, visando otimizar suas potencialidade de sucesso.

Esses itens são fundamentais para que você consiga ter um posicionamento no mercado, além disso será necessário pensar nos canais de divulgação do seus produtos e as estratégias a serem adotadas em cada um desses canais (SEBRAE, 2022).

Um plano de marketing bem definido irá proporcionar à empresa uma base estratégica que impulse suas atividades e assim garantir que a empresa esteja posicionada de maneira competitiva para enfrentar o mercado (DOLABELA, 2008).

4º passo – Plano operacional

Essa etapa consiste em definir como a empresa irá operar, bem como a estruturação do espaço físico, e fazer um layout de maneira estratégica, o que é de suma importância visto que pode facilitar e agilizar as atividades além de reduzir custos (SEBRAE, 2022).

É necessário também que se tenha claro a capacidade de produção bem como a quantidade de clientes que o local irá conseguir atender (SEBRAE, 2022). Os processos operacionais irão definir como a empresa irá funcionar, mapeando cada uma das atividades a serem realizadas e os responsáveis por elas, assim se pode ter embasamento para quantificar a quantidade de funcionários necessários para que a empresa comece a funcionar (SEBRAE, 2022).

5º passo – Plano financeiro

Nessa etapa é importante ser realista, pois isso será determinante para o sucesso ou fracasso das empresas nos seus primeiros meses (SEBRAE, 2022).

Os 6 pontos importantes a serem considerados em um plano financeiro são: 1º Estimativa de investimentos necessários; 2º Capital de giro; 3º Estimativa de faturamento mensal; 4º Custos fixos e variáveis; 5º Custos de mão-de-obra; 6º Indicadores de viabilidade (SEBRAE, 2022).

Estimativa de Investimentos Necessários:

O primeiro passo é fazer uma análise minuciosa sobre em quais pontos é necessário fazer investimento, abrangendo ativos físico até investimentos em marketing e tecnologia, ou seja, sabendo disso será possível mensurar a saúde financeira inicial da empresa (ASSAF NETO, 2001).

Capital de Giro:

O segundo passo é crucial ter capital de giro, o valor necessário para manter as operações da empresa no dia a dia, garantindo que a empresa consiga cumprir suas

responsabilidades financeiras, tendo essa estimativa clara do valor será possível evitar problemas com liquidez (ASSAF NETO, 2001).

Estimativa de Faturamento Mensal:

O terceiro passo envolve projeções de faturamento mensal, fazendo uma análise minuciosa no mercado, demanda e concorrentes, assim será possível estabelecer metas alcançáveis (ASSAF NETO, 2001).

Custos Fixos e Variáveis:

Quarto passo é importante identificar e quantificar os custos fixos e variáveis, os custos fixos são despesas constantes, independente da produção ou número de vendas, por outro lado as variáveis estão ligadas a produção ou volume de vendas, assim uma boa gestão desses custos dará uma estabilidade financeira para a empresa (ASSAF NETO, 2001).

Custos de Mão-de-Obra:

O quinto passo abrange os custos de mão de obra, pois entendendo esses custos que incluem salário, benefícios e encargos trabalhistas garante uma alocação eficiente de recursos humanos e maximizar a produtividade (ASSAF NETO, 2001).

Indicadores de Viabilidade:

E por fim o sexto passo é importante avaliar os indicadores de viabilidade, ordem que incluem métricas financeiras que avaliam a eficácia do plano financeiro, pois a monitoração contínua irá permitir estratégias para a empresa se manter no caminho certo (ASSAF NETO, 2001).

Pode-se dizer que empreender é uma jornada repleta de desafios, com inúmeros obstáculos, onde será necessário haver resiliência e adaptação, para que seja possível aprender com as adversidades e amadurecer para em um cenário futuro antecipar mudanças, e sempre ajustar estratégias diante dos ambientes dinâmicos.

3 PROCEDIMENTOS DE PESQUISA

O desenvolvimento desse plano de negócios consiste em uma pesquisa aplicada, com objetivo descritivo e com abordagem qualitativa e quantitativa.

Para o desenvolvimento do plano, primeiramente foi realizada uma coleta de dados na fase de análise de mercado na qual foram coletadas informações dos clientes, concorrentes e fornecedores. Em relação aos clientes, foi enviada uma pesquisa para os clientes que já tatuei em outros estúdios, potenciais clientes e público em geral do instagram, essa pesquisa foi realizada via google forms. O objetivo da pesquisa foi conhecer o perfil dos clientes e potenciais clientes, bem como características e fatores que levariam o cliente a escolher determinado estúdio de tatuagem, suas preferências de estilo de tatuagem, localização de preferência para abertura de um estúdio e etc.

Na análise dos concorrentes, foi realizada uma pesquisa dos 3 maiores estúdios de Florianópolis, levando em consideração o número de seguidores e clientes e buscando entender como eles atuam, seus preços, localização e tipo de tatuagem que desenvolvem.

No que diz respeito aos fornecedores foi feito um comparativo de preço entre os maiores distribuidores e revendedores de materiais de tatuagem do Brasil por meio de pesquisa via site ou ligações telefônicas, permitindo fazer um comparativo de preços, prazos de entrega e marcas dos produtos a vendas, visto que o ramo de tatuagem conta com infinitas marcas de tintas e de agulhas e demais materiais.

A partir dos dados coletados foi possível obter informações valiosas que ajudaram a embasar as decisões estratégicas e operacionais do negócio compreendendo o mercado e o público-alvo, os potenciais clientes e permitiu conhecer em profundidade o perfil comportamental das pessoas interessadas em fazer tatuagens, identificando assim suas necessidades, preferências e motivações.

Foi possível ainda identificar os principais concorrentes conhecendo seus pontos fortes e fracos, bem como evidenciar as oportunidades para se diferenciar.

Finalmente identificou-se os potenciais fornecedores e possíveis parceiros estratégicos o que será de suma importância para a sustentabilidade do estúdio. Além disso, a pesquisa ajudou diretamente a avaliar a qualidade, confiabilidade e preços dos fornecedores de materiais de tatuagem, equipamentos e demais itens para o funcionamento do negócio.

Portanto, essa etapa de coleta de dados junto ao mercado foi fundamental para obter *insights* relevantes sobre o mercado-alvo, identificar oportunidades de diferenciação, conhecer

possibilidades de estabelecer parcerias estratégicas e embasar as decisões do plano de negócios.

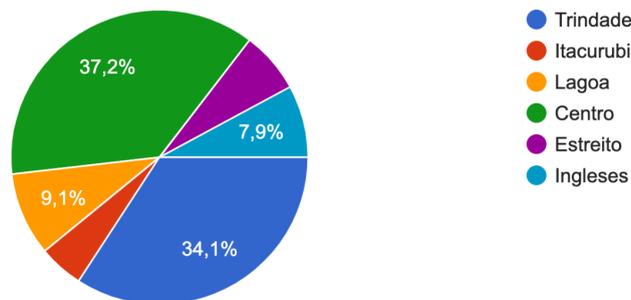
Após a análise dos dados coletados, utilizou-se da análise realizada para o desenvolvimento do plano que será apresentado nos próximos capítulos.

4.1 Análise de clientes

Na pesquisa realizada com 164 respondentes a faixa etária que mais apareceu que representa 70,1% de pessoas com 18 a 25 anos, Das 164 pessoas 113 ou seja 68,9% já possuem alguma tatuagem, o estilo de tatuagem preferido pelos respondentes e Flashes Tattoos 33,5% em segundo Old school com 21,1%.

Em relação ao local para abertura de um futuro estúdio, 37,2% dos respondentes preferem no centro de Florianópolis, enquanto 34,1% preferem Trindade.

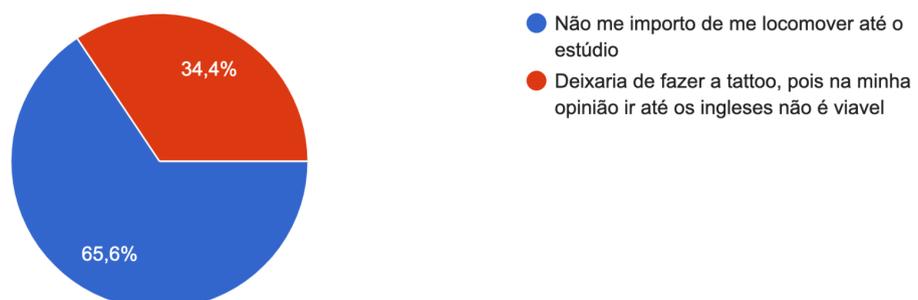
Figura 4: Local para abertura de um estúdio de tatuagem.



Fonte: Elaborada pelo autor.

Em relação à localidade do estúdio de tatuagem, 65,6 pessoas não se importam em se locomover-se até o estúdio de tatuagem e que isso faz parte da experiência, enquanto 34,4% deixaria de fazer a tatuagem se fosse necessário locomover-se 30 Km.

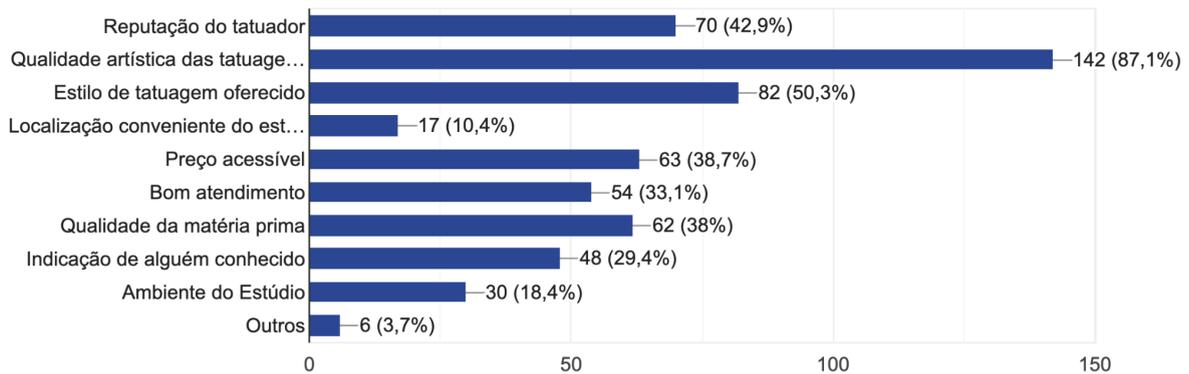
Figura 5: Deslocar-se até o estúdio de tatuagem



Fonte: Elaborada pelo autor.

Em relação aos fatores determinantes para escolha de um tatuador, em primeiro lugar se destaca a qualidade artística das tatuagens com 87,1%, em seguida estilos de tatuagens que o tatuador oferece, e em terceiro lugar a reputação do tatuador.

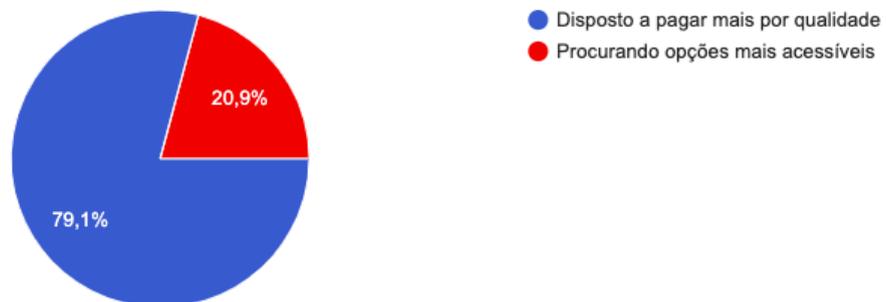
Figura 6: Fatores importantes na hora de escolher um tatuador.



Fonte: Elaborada pelo autor.

Pode-se comprovar isso com base nos resultados da pesquisa, pois quando perguntado os fatores determinantes na escolha de um tatuador, em primeiro lugar vem qualidade artística com 87,1%, em segundo estilo da tatuagem oferecida com 50,3% e em terceiro lugar reputação do tatuador com 42,9%.

Figura 8: Pagar mais por qualidade ou opções mais acessíveis



Fonte: Elaborada pelo autor.

Além disso, 79,1% dos entrevistados se dizem dispostos a pagar mais caro para ter uma melhor qualidade da tatuagem, enquanto os demais, 20,9% buscam opções mais acessíveis, o que justifica o preço mais alto de estúdios com tatuadores mais capacitados.

4.2 Fatores críticos de sucesso:

A partir da pesquisa e do feedback dos clientes foi possível identificar os pilares que definem a jornada de sucesso para um estúdio de tatuagem segundo a perspectiva do cliente:

Higienização e Cuidados:

Os clientes valorizam um ambiente seguro, onde não se tenha riscos de infecções ou contaminações, portanto a higienização adequada bem como o uso dos materiais (luvas, máscaras e álcool) transmitem uma maior confiança ao cliente, mostrando que o estúdio se preocupa com a saúde e bem estar dos clientes.

Atendimento de Qualidade:

O Atendimento é um dos elementos cruciais em qualquer negócio, e em um estúdio de tatuagem não seria diferente, o atendimento de qualidade vai além da transação comercial, pois contribui diretamente para a experiência do cliente, onde um atendimento cordial, atencioso traz uma atmosfera positiva o que torna a visita ao estúdio muito mais agradável, assim construindo relacionamentos sólidos onde o mesmo irá recomendar o estudo e o profissional para seus amigos e familiares.

Fidelização por meio de Promoções:

As promoções atraem novos clientes e o que traz também um incentivo a o mesmo a experimentar os serviços do estúdio, ofertas e descontos tendem a ser um incentivo poderoso para aqueles que estão considerando fazer uma tatuagem, entretanto as promoções nao sao apenas para novos clientes, elas também são uma forma de solidificar a fidelidade dos clientes que já foram clientes, assim incentivando ao retorno ao estúdio.

Afinal, em um mercado competitivo, diferenciar-se dos concorrentes irá destacar a boa imagem do estúdio na mente do cliente.

4.3 Análise de concorrentes

Atualmente Florianópolis possui diversos estúdios de tatuagens, com diversos tatuadores sólidos no mercado, para análise de concorrentes foram selecionados 3 estúdios com boa reputação e destaque na cidade de Florianópolis.

Os Estúdios selecionados foram o Café Preto Tattoo, Other Side Tattoo e Milk Ink Tattoo, todos esses estúdios já estão sólidos no mercado há mais de 4 anos com milhares de seguidores em suas páginas do Instagram, e com diversos tatuadores especializados nos mais diversos estilos de tatuagem.

Tabela 1: Concorrentes em destaque.

Estúdios concorrentes	Quantidade seguidores Instagram	Local
Café Preto Tatttoo	90.000	Estreito
Other Side Tattoo	22.200	Centro
Milk Ink	31.500	Trindade

Fonte: Elaborada pelo autor.

Vale ressaltar que existe uma diversidade de estilos de tatuagem e cada um desses estilos de tatuagem representa uma forma única de expressão artística e permite que as pessoas escolham designs que reflitam sua personalidade, história, cultura e gostos pessoais, os estilos mais praticados são:

4.3.1 Realismo:

Esse estilo de tatuagens busca reproduzir imagens com detalhes precisos, imitando a aparência de fotografias, portanto essa técnica exige um alto nível de habilidade, pois os artistas devem ser capazes de criar sombras, texturas e cores de maneira extremamente realista.

4.3.2 Aquarela:

As tatuagens aquarelas são conhecidas por sua aparência fluida e abstrata, para esse estilo os artistas usam cores vibrantes e técnicas de pintura que lembram a aquarela tradicional.

4.3.3 Tatuagens geométricas:

Já os desenhos geométricos são caracterizados por linhas retas e precisas, formas geométricas e padrões simétricos, esse estilo vem crescendo bastante nos últimos tempos e tem bastante demanda para tatuadores que realizam esse estilo de trabalho bem feito.

4.3.4 Tatuagens tradicionais ou Old School:

É um dos estilos mais antigos e reconhecíveis, com cores sólidas, contornos nítidos e temas clássicos, como âncoras, corações e águias e etc.

4.3.5 Tatuagens japonesas:

A tatuagem japonesa, também conhecida como irezumi, possui uma rica tradição cultural e é caracterizada por dragões, carpas e flores de cerejeira, os tatuadores especializados nesse estilo devem entender a simbologia e a estética japonesa.

4.3.6 Blackwork:

É um estilo onde o tatuador usa apenas a cor de tinta preta, com sombras leves e granuladas nos mais diversos designs seja abstratos, mandalas ou padrões tribais, os tatuadores especializados em *blackwork* dominam técnicas de sombreamento e desenhos que se encaixem anatomicamente na região a ser tatuada.

Portanto, estúdios de tatuagem que possuem profissionais especializados em cada um desses estilos, têm a capacidade de atender às variadas necessidades do mercado da tatuagem. Isso proporciona aos clientes uma ampla opção de desenhos e de profissionais capacitados para entregar o resultado que o cliente busca, portanto ter uma equipe de tatuadores especializados em diversos estilos é essencial para o sucesso de um estúdio de tatuagem.

Os 3 estúdios mencionados estão atualmente localizados na região de Florianópolis e possuem artistas especializados nos mais diversos estilos e com trabalhos impecáveis. Entretanto, o preço cobrado por cada tatuagem é muito mais elevado do que os demais estúdios da região, isso porque quanto maior e melhor for a reputação do tatuador e do estúdio, maior será a demanda e a qualidade de entrega da tatuagem. Na sequência passa-se a analisar cada um dos concorrentes identificados.

Milk Ink Tattoo

Qualidade Artística do Tatuador:

A Milk Ink Tattoo é reconhecida pela excepcional qualidade artística e criteriosa seleção de seus tatuadores, os membros da equipe possuem habilidades técnicas variadas, demonstrando precisão nas linhas e detalhes, sempre enfatizando artes personalizadas e na atenção aos detalhes contribui para a reputação de alta qualidade do estúdio.

Estilo de Tatuagem Oferecido:

Este estúdio é conhecido por oferecer uma ampla variedade de estilos de tatuagem, desde trabalhos delicados e minimalistas até peças mais elaboradas e coloridas, a Milk Ink Tattoo atende às diversas preferências dos clientes seu diferencial também é a flexibilidade artística.

Reputação do Tatuador:

A Milk Ink Tattoo construiu uma sólida reputação na região de Florianópolis pela satisfação de seus clientes, nas redes sociais e nas avaliações online sempre há comentários positivos seja sobre a experiência e o profissionalismo da equipe.

Café Preto Tattoo:

Qualidade Artística do Tatuador:

Café Preto Tattoo destaca-se pela qualidade artística e pela originalidade de seus tatuadores, a equipe cria artes únicas, criativas e inovadores em cada tatuagem além de possuir na expressão artística individual é nítida em cada trabalho.

Estilo de Tatuagem Oferecido:

O estúdio tem um estilo distintivo que combina elementos de arte contemporânea, realismo e geométrico, Café Preto Tattoo atrai clientes que buscam designs únicos e inovadores, refletindo a visão artística única que cada um de seus tatuadores oferece.

Reputação do Tatuador:

A reputação do Café Preto Tattoo é construída sobre a originalidade e autenticidade de suas tatuagens, A equipe também é elogiada por sua capacidade de transformar as ideias dos

clientes em obras de arte corporal significativas, estabelecendo um forte vínculo emocional com a clientela.

Other Side Tattoo:

Qualidade Artística do Tatuador:

Other Side Tattoo é reconhecido pela habilidade técnica avançada de seus tatuadores, assim como o milk ink e o café preto, a precisão nas linhas e sombras é uma característica distintiva, garantindo tatuagens duradouras e visualmente impressionantes além da equipe estar sempre atualizada com as tendências.

Estilo de Tatuagem Oferecido:

Este estúdio tem um foco especial em estilos tradicionais, mas também oferece uma variedade de opções, desde trabalhos em preto e cinza até peças mais vibrantes e coloridas, essa versatilidade permite ao estúdio atender a todos os públicos.

Reputação do Tatuador:A reputação do Other Side Tattoo é construída sobre a confiabilidade e a consistência, os clientes elogiam a abordagem profissional da equipe, a atenção ao cliente e a capacidade de traduzir as ideias dos clientes em tatuagens incríveis, inclusive sempre fui muito bem recebido lá.

4.4 Análise dos fornecedores

Um estúdio de tatuagem é um local onde a qualidade dos produtos e a confiança que os mesmos oferecem são cruciais. E uma das maiores vantagens de operar um estúdio de tatuagem é a diversidade de fornecedores disponíveis para escolher, com diversas marcas e qualidades de produtos os principais fornecedores incluem:

1. Fornecedores de Tintas e Agulhas: A escolha da tinta e das agulhas é crucial para criar tatuagens duradouras atualmente possuem inúmeras marcas e tipos no mercado, permitindo que os estúdios escolham os produtos que melhor atendam às necessidades artísticas.
2. Equipamentos de Estúdio: Cadeiras de tatuagem, fontes de energia, máquinas de tatuagem e outros equipamentos são essenciais e a variedade de fornecedores garante que os estúdios possam personalizar seus equipamentos.

3. Suprimentos de Higiene: A esterilização e higiene são fundamentais em um estúdio de tatuagem, portanto, fornecedores de luvas, lençóis descartáveis, produtos de limpeza e materiais de proteção pessoal garantem que os estúdios possam manter os mais altos padrões de segurança.

Portanto a não dependência de fornecedores específicos garante a todo e qualquer estúdio de tatuagem:

1. Flexibilidade de Escolha: Ao não depender de um único fornecedor, os estúdios têm a liberdade de explorar diferentes marcas e produtos, permitindo então diferentes escolhas de acordo com as necessidades de cada projeto e cliente.

2. Competitividade de Preços: Como existem diversos fornecedores no mercado, competindo entre si, os estúdios podem negociar preços e condições mais favoráveis, o que trará economia e ajudará a controlar os custos operacionais e a manter a rentabilidade.

3. Adaptação às Mudanças: O gigantesco mercado da tatuagem está em constante mudança, e evolução, com inúmeras tecnologias e tendências surgindo a todo instante, e não depender de um único fornecedor facilita essa adaptação às mudanças, pois é possível escolher novos produtos e diferentes tecnologias conforme necessário.

4. Promoções e Descontos: A diversidade de fornecedores mostra que os estúdios podem e devem aproveitar promoções e descontos sazonais, economizando muito em suas compras.

Em resumo, a gestão de fornecedores em um estúdio de tatuagem é uma parte essencial para manter a qualidade, a flexibilidade e a competitividade.

A não dependência de fornecedores específicos permite que os estúdios explorem todas as opções disponíveis no mercado, escolhendo aquelas que melhor atendam às suas necessidades e orçamentos. Isso garante que os artistas de tatuagem possam continuar a criar obras-primas únicas e os estúdios prosperem no mundo em constante evolução da tatuagem. Ou seja, a não dependência de fornecedores específicos permite que os estúdios explorem todas as opções disponíveis no mercado Brasileiro e internacional. No caso do estúdio planejado será possível operar com diferentes fornecedores, garantindo qualidade e preços competitivos.

A partir dos dados coletados e analisados do mercado, foi desenvolvido o Plano de Negócios que passa a ser apresentado a seguir.

5. Plano de negócios

Transformando visões e ideias em arte, esse será nosso plano enquanto estúdio para tornar um ambiente de expressão pessoal e corporal através da arte.

5.1 Definição do negócio

No estúdio arte na pele, oferecemos não apenas tatuagens, mas experiências únicas, onde cada tattoo irá contar uma história e cada detalhe se torna uma obra prima no corpo de cada cliente.

5.1.1 Próprio Negócio:

O negócio consiste em um estúdio de tatuagem criativo e dinâmico chamado "**Arte na Pele**". A proposta do estúdio se destaca pela excelência artística, profissionalismo e compromisso em proporcionar aos clientes uma experiência única por meio da tattoo.

Cada tatuagem é uma obra de arte única que a pessoa vai carregar na pele, portanto o objetivo é transformar as ideias do cliente em realidade, criando tatuagens significativas com uma estética única.

5.1.2 Nicho:

O nicho se concentra em oferecer ao cliente serviços de tatuagem personalizadas, atendendo a clientes que buscam não apenas a marca na pele, mas também toda experiência artística que nossos profissionais oferecem. O estúdio irá se destacar por sua especialização em diversos estilos de tatuagem, desde minimalistas até grandes projetos.

5.1.3 Nome:

O nome pensado "**Arte na Pele**" traz a ideia da fusão entre habilidade artística da arte como expressão corporal que os clientes buscam, o nome também destaca a ideia de transformar a pele em uma tela artística pois cada tattoo é uma obra-prima.

5.1.4 Missão:

A missão do estúdio "Arte na Pele" é fornecer serviços de tatuagem memoráveis, elevando a expressão pessoal. Buscamos criar experiências significativas para nossos clientes, dando vida às suas ideias e histórias por meio de tatuagens que são verdadeiramente únicas.

5.1.5 Visão:

Nossa visão é ser reconhecido como o principal estúdio de tatuagem da região de Florianópolis, não só pela qualidade artística, mas pelo ambiente acolhedor e profissional.

Queremos ser uma referência no setor, inovando e nos atualizando, inspirando a criatividade tanto de nossos artistas quanto de nossos clientes.

5.1.6 Valores:

- Criatividade: Incentivamos a expressão artística e encorajam a criatividade em todas as formas.
- Profissionalismo: Comprometidos em manter os mais altos padrões éticos e profissionais em todos os aspectos do nosso negócio.
- Respeito: Respeitamos a história pessoal de cada cliente.
- Inovação: Buscamos sempre melhorar e inovar, seja em técnicas artísticas ou em experiências para o cliente.
- Comunidade: Estamos empenhados em construir uma comunidade positiva, seja dentro do estúdio ou em colaboração com a comunidade local.
- Segurança: Visando sempre seguir as normas pré estabelecidas pela vigilância sanitária a fim de trazer maior segurança a saúde para nossos profissionais e para nossos clientes

5.1.7 Natureza Jurídica:

O estúdio "Arte na Pele" será registrado como uma Sociedade Limitada (Ltda), agindo assim de maneira legal em suas operações comerciais.

5.2 PLANO DE MARKETING

5.2.1 Definição de Objetivos de Marketing

- Aumentar a visibilidade online e offline do estúdio.
- Promover artes e estilos de tattoo exclusivos, e personalizados de acordo com a necessidade do cliente, pois como visto na pesquisa feita os estilos de tatuagem variam, e todos esses estilos possuem demanda.

5.2.2 Estratégia de Marketing

Tabela 2: Tabela estratégica de mkt

Dimensão	Estratégias	Objetivo	Meta	Indicadores de acompanhamento
Produto	Expandir a variedade de serviços de tatuagem, incluindo estilos e técnicas.	Diversificar a oferta de serviços de tatuagem.	Introduzir 5 novos estilos de tatuagem.	Número de novos estilos oferecidos, aumento na variedade de serviços solicitados pelos clientes.
Preço	Implementar uma estratégia de preços competitivos, oferecendo pacotes e descontos sazonais.	Aumentar a atratividade financeira para os clientes.	Aumentar a receita em 15% no próximo trimestre.	Volume de vendas, receita total, taxa de utilização de pacotes e descontos.
Praça	Estabelecer parcerias com lojas de moda e estabelecimentos relacionados.	Ampliar os pontos de venda indiretos.	Fechar acordos de parceria com 3 lojas locais.	Número de acordos de parceria, aumento nas vendas provenientes de pontos de venda indiretos.

Publicidade e Propaganda	Lançar campanhas publicitárias destacando a expertise dos tatuadores e participar em eventos relevantes.	Reforçar a imagem de marca e atrair novos clientes.	Aumentar o reconhecimento de marca em 20% no próximo ano.	Número de impressões de campanhas publicitárias, participação em eventos, feedback do cliente.
--------------------------	--	---	---	--

Fonte: Elaborada pelo autor.

5.2.2.1 Desenvolver a identidade da marca:

- Criar um logotipo único e uma identidade visual que transmita a essência do estúdio.

Figura 8: Logo do Estúdio



Fonte: Elaborada pelo autor.

5.2.2.2 Definição da Mensagem de marca:

- Destacar os valores e a exclusividade que o estúdio tem, como qualidade, criatividade e atendimento personalizado.

5.2.2.3 Desenvolvimento de um Plano de Conteúdo:

- No perfil do instagram @Arte na pele Tattoo compartilhar artigos sobre cuidados com tatuagens, inspirações de design e perfis de artistas no mínimo 3 posts semanais no feed e 4 em storys.

- Produzir conteúdo visual atraente, como fotos de tatuagens concluídas, vídeos de tatuagens e realizar lives com perguntas e dúvidas a respeito de cuidados com a tattoo, dicas e demais dúvidas do público.

5.2.2.4 Presença Online:

- Criar um site informativo e visualmente atraente, com um portfólio de trabalhos anteriores e informações de contato claras.

- Manter perfis ativos e envolventes nas principais redes sociais, como Instagram e Facebook, compartilhando fotos de tatuagens e histórias dos clientes, com a devida permissão conforme a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD).

5.2.2.5 Marketing de Conteúdo:

- Realizar 1 vez por semana interação com o público, seja através de sessões de perguntas e respostas ao vivo, ou nos stories.

5.2.2.6 Promoções e Eventos:

- Oferecer promoções, como descontos em tatuagens, em datas comemorativas como por exemplo dia dos namorados e etc, pois como constatado através da pesquisa 92% dos respondentes se sente motivado a tatuar quando constatadas promoções.

- Organizar eventos temáticos, como "Flash tattoo day" que são tatuagens rápidas e práticas de serem concluídas, ou até mesmo eventos no estúdio para maior divulgação.

5.2.2.7 Parcerias Locais:

- Estabelecer parcerias com lojas de roupas, lojas de skate ou barbearias locais para promoções cruzadas, por exemplo: parceria com as barbearias locais, que são estabelecimentos com grande rotatividade de pessoas, e a divulgação será em massa, onde para cada cliente realizando uma tatuagem, vindo por indicação do barbeiro, o mesmo ganhará 20% de desconto na sua próxima tatuagem. Vale ressaltar que o barbeiro em questão já é cliente e que campanhas desse tipo já foram realizadas antes.

5.2.2.8 Acompanhamento de Métricas:

- Serão feitas análises nas plataformas para identificar se as campanhas promocionais estão gerando engajamento e se estão trazendo o efeito esperado, bem como avaliar se o público e a base de seguidores vem crescendo, os indicadores que serão utilizados são os próprios

relatórios que as mídias sociais disponibilizam, e demonstram se as métricas e campanhas estão atingindo o público esperado, esse acompanhamento será realizado semanalmente.

5.2.2.9 Orçamento de Marketing

- Será estipulado um orçamento de R\$300,00 mensais para os planos de marketing, para impulsionar as promoções, eventos e publicações para atingir um maior público.

5.2.3. Política de Preços

A tabela a seguir inclui 3 tipos de tamanhos diferentes de tatuagens sendo (Pequeno, Médio e Grande), bem como 3 níveis de complexidade (Simples, Médio e Complexo), os preços podem ser utilizados como base, mas podendo ser ajustado conforme necessário em cada tatuagem, desenho, e local do corpo.

Quadro 1 : Precificação das tatuagens

Tamanho	Complexidade	Preço base
Pequeno (até 10 cm)	Simples	R\$ 100 - R\$ 200
Pequeno (até 10 cm)	Médio	R\$ 150 - R\$ 250
Pequeno (até 10 cm)	Complexo	R\$ 200 - R\$ 350
Médio (11 a 20 cm)	Simples	R\$ 250 - R\$ 400
Médio (11 a 20 cm)	Médio	R\$ 350 - R\$ 600
Médio (11 a 20 cm)	Complexo	R\$ 450 - R\$ 800
Grande (20 cm ou +)	Simples	R\$ 400 - R\$ 800
Grande (20 cm ou +)	Médio	R\$ 600 - R\$ 1.200
Grande (20 cm ou +)	Complexo	R\$ 800 - R\$ 1.500

Fonte: Elaborada pelo autor.

5.2.3.1 O tamanho da tatuagem:

É um dos fatores mais óbvios para determinar o preço, portanto foi estabelecido faixas de tamanho (pequeno, médio, grande), conforme detalhado no **Quadro 1**.

5.2.3.2 Complexidade do Desenho:

Tatuagens simples, como linhas simples ou desenhos minimalistas, terão preço menor do que tatuagens mais detalhadas, com sombreamento e detalhes internos.

5.2.3.3. Localização no corpo:

Algumas regiões do corpo são mais sensíveis e difíceis de tatuar quando comparadas a outras, portanto os valores podem e irão variar conforme cada região, por exemplo: Pescoço e costelas são regiões onde a pele muitas vezes é mais flácida, o que dificulta o processo de tatuar, portanto será cobra 30% a mais do valor que seria cobrado em uma tatuagem convencional.

5.2.3.4 Custo do material:

Outro fator é o custo dos materiais, algumas tatuagens podem ser feitas com apenas 1 agulha, todavia outras podem variar de 5 agulhas ou mais, ou que implicará em maior custo de material por essa tatuagem, consequentemente tornando a tatuagem mais cara.

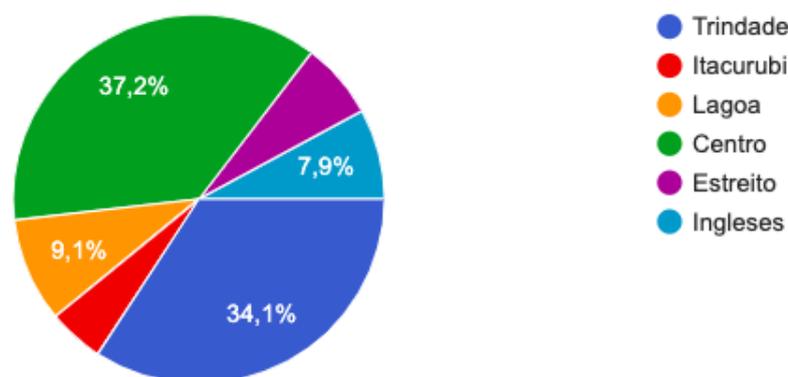
5.2.3.5. Localização geográfica:

A localização do estúdio de tatuagem pode impactar nos preços também, pois em regiões urbanas caras, os preços de aluguéis de imóveis tendem a ser mais altos do que em áreas mais afastadas do Centro da cidade. Além disso, os valores podem sofrer alterações conforme a experiência do tatuador e reputação, ou seja, assim como em qualquer outro setor do comércio, quanto maior for a credibilidade e qualidade de entrega do tatuador, mais será valorizado seu trabalho, consequentemente pode ser cobrado um valor mais alto por cada tatuagem.

5.3.Plano Operacional

Quando perguntado qual o local seria o ideal para abertura de um novo estúdio de tatuagem a pesquisa ficou bastante dividida.

Figura 9: Qual o local ideal para abertura de um estúdio de tatuagem?



Fonte: Elaborada pelo autor.

Segundo a pesquisa 37% preferem o Centro de Florianópolis, 34% Trindade, 9% Lagoa e apenas 7,9% preferiram ou preferem que o estúdio seja na região dos ingleses, entretanto, quando comparado os valores de aluguéis de salas comerciais, a região do Centro e Trindade são umas das regiões mais caras por metro quadrado, enquanto na região dos ingleses os aluguéis são mais acessíveis e com mais espaço e conforto para proporcionar ao cliente.

Tabela 3: Valor dos aluguéis em cada região

LOCAL	QUAN	ALUGUEL MÊS	CAUÇÃO	IPTU	CONDOMÍNIO	TOTAL MENS	ALUGUEL ANUA
CENTRO	Salas:2	R\$ 1.300,00	3x	R\$ 72,00	R\$ 400,00	R\$ 1.700,00	R\$ 20.400,00
ESTREITO	Salas:1	R\$ 550,00	3x	R\$ 0,00	R\$ 331,00	R\$ 881,00	R\$ 10.572,00
INGLESES	Salas:3	R\$ 2.000,00	3x	R\$ 200,00	R\$ 0,00	R\$ 2.000,00	R\$ 24.200,00
TRINDADE	Salas:1	R\$ 1.900,00	3x	R\$ 0,00	R\$ 0,00	R\$ 1.905,00	R\$ 22.860,00

Fonte: Elaborada pelo autor.

Além dos aluguéis mais baixos, como mencionado, a região dos ingleses possui salas comerciais maiores e com valores mais baixo, o que por consequência, tendo mais espaço, possibilita trazer maior conforto e uma melhor experiência ao cliente. Além disso, tendo um espaço maior será possível alocar outros profissionais de piercing ou tatuagem o que aumentará o faturamento. E por fim para essa tomada de decisão foi levado em conta que quando perguntado ao cliente na pesquisa "locomover-se até um estúdio mais distante não é um problema para você?" 65,6% dos entrevistados responderam que não se importariam de locomover-se 30km até o estúdio e que isso fará parte da experiência.

Dito isso, o local escolhido para abertura do estúdio foi os Ingleses, e as razões para essa tomada de decisão foram: conveniência para o empreendedor, já que atualmente o empreendedor já reside nos ingleses, o que irá facilitar a locomoção de casa para o estúdio, e proporciona mais tempo para a tatuagem e menos preocupação com locomoção.

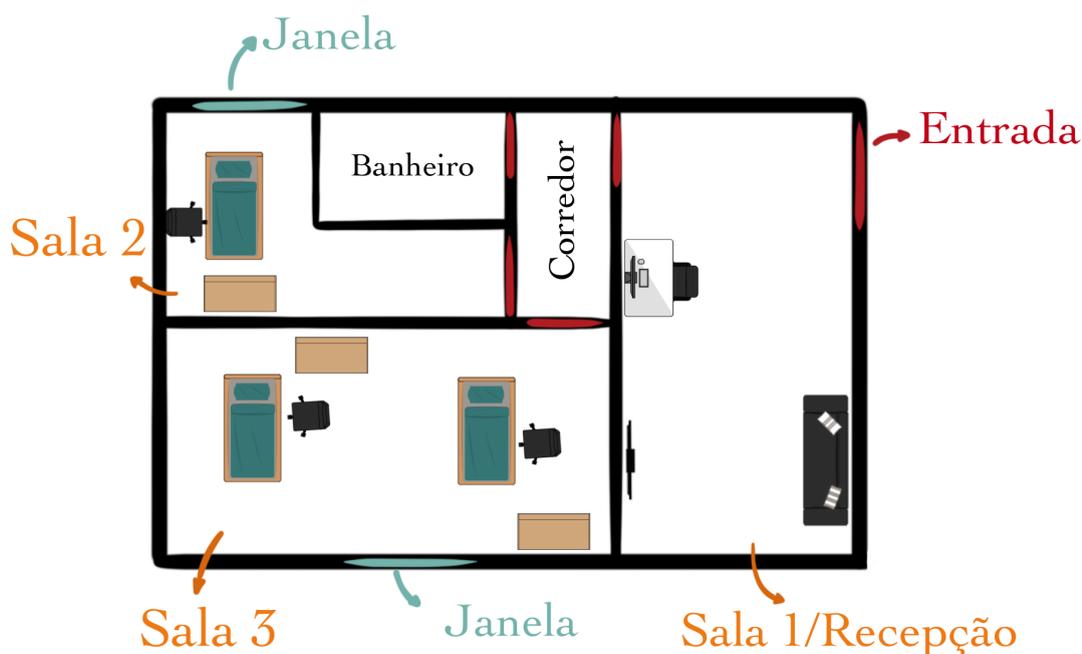
Portanto o estúdio terá uma mensalidade de R\$2.000,00 com 3 salas amplas com boa localização e fácil acesso na avenida principal dos ingleses, com base na somatória dos custos do espaço (apenas referente a aluguel), anualmente terá um custo de R\$24.200,00.

O horário de atendimento do estúdio será de segunda a sexta das 9:00 horas até as 17:00 horas e aos sábados das 9 horas às 12:00 horas. Lembrando que esse é o horário que o empreendedor estará disponível no estúdio, entretanto, quando houver agendamentos em que o cliente só possa chegar mais cedo ou até mesmo mais tarde do horário de funcionamento, o horário de atendimento será adaptado à necessidade do cliente.

Visto que o mercado da tatuagem é bastante volátil e muitas vezes os clientes trabalham em horário comercial, a flexibilidade do tatuador em se adaptar aos horários do cliente pode ser um diferencial competitivo.

Quanto ao layout do Estúdio, a Figura 10 mostra a estrutura planejada para melhor aproveitamento da área a ser alugada.

Figura 10: Estrutura e organização do estúdio



Fonte: Elaborada pelo autor.

Como mostra a figura, o estúdio terá espaço para receber outros 2 tatuadores para fazerem *guest*, o que significa que o tatuador vem até o estúdio realizar a sua tatuagem com o seu cliente, e paga uma porcentagem ao estúdio, como o aluguel do espaço por tempo de utilização.

Também ocorrerá o mesmo com *body piercer*, que também poderá usar o espaço para fazer seus atendimentos mediante uma porcentagem paga ao estúdio.

As porcentagens pagas pelos tatuadores para uso do estúdio variarão de 30% a 40% para o estúdio e o restante para o tatuador, onde o estúdio arca apenas com os materiais básicos, papel toalha, plástico filme e álcool, os demais materiais ficam por conta do tatuador, o mesmo se aplicará para o *Body piercer*, onde as porcentagens também variarão de 30 a 50% dependendo da negociação.

5.3.1 Móveis e eletroeletrônicos necessários:

Para início das atividades do estúdio segue abaixo a lista completa de móveis e eletroeletrônicos necessários para atender os clientes.

Tabela 4: Lista de Moveis e eletroeletronicos

Móveis/Eletroeletronicos	
Apoio Braço	R\$ 280,00
Bancada tattoo	R\$ 1.179,00
Bancada tattoo	R\$ 1.179,00
Bancada tattoo	R\$ 1.179,00
Bebedouro	R\$ 289,00
Cadeira	R\$ 149,00
Cadeira tattoo	R\$ 149,00
Cadeira tattoo	R\$ 149,00

Cadeira tattoo	R\$ 149,00
frigobar	R\$ 1.205,00
Impressora decalque	R\$ 1.124,00
Ipad	R\$ 2.000,00
Lixo Geral	R\$ 46,00
Lixo Tattoo	R\$ 46,00
Maca	R\$ 679,00
Maca	R\$ 679,00
Maca	R\$ 679,00
Notebook	R\$ 1.552,00
Sofá	R\$ 1.200,00
Suporte papel toalha banheiro	R\$ 44,00
Suporte sabão banheiro	R\$ 44,00
TV 42	R\$ 1.394,00
Mesa PC	R\$ 350,00
Total	R\$ 15.911,00

Fonte: Elaborada pelo autor.

5.3.2 Maquinário necessário:

Equipamentos para tatuar: Os equipamentos para tatuar, ou seja as máquinas serão duas, a Bobina que é uma máquina de tatuar mais destinada a estilos de tatuagem *old school*, e a Máquina pen, que é uma máquina utilizada para todos os estilos de tatuagem.

Tabela 5: Lista de Maquinário para abertura do estúdio

Equipamentos tatuar	
Máquina Tattoo Bobina	R\$ 500,00
Máquina Tattoo Pen	R\$ 1.600,00

Total	R\$ 2.100,00
-------	--------------

Fonte: Elaborada pelo autor.

5.3.3 Materiais descartáveis necessários:

Os materiais descartáveis necessários para o início do estudo são os listados na tabela 6, o tempo que os mesmos podem durar é incerto visto que cada tatuagem pode usar uma ou mais dos variados tipos de agulhas.

Tabela 6: Lista de Materiais descartáveis

Materiais	
Caixa Agulha 13 RL /Caixa 50u	R\$ 77,00
Caixa Agulha 15 RL /Caixa 50u	R\$ 77,00
Caixa Biqueira p/ agulha 13 RL 20u	R\$ 70,00
Caixa Biqueira p/ agulha 15 RL 20n	R\$ 70,00
Caixa Cartucho 11 MG /Caixa 20u	R\$ 169,00
Caixa Cartucho 11 RL /Caixa 20u	R\$ 169,00
Caixa Cartucho 11 RS /Caixa 20u	R\$ 169,00
Caixa Cartucho 13 RL /Caixa 20u	R\$ 169,00
Caixa Cartucho 13 RS /Caixa 20u	R\$ 169,00
Caixa Cartucho 14 RL /Caixa 20u	R\$ 169,00
Caixa Cartucho 15 MG /Caixa 20u	R\$ 169,00
Caixa Cartucho 15 RS /Caixa 20u	R\$ 169,00
Caixa Cartucho 21 MG /Caixa 20u	R\$ 169,00
Caixa Cartucho 23 MG /Caixa 20u	R\$ 169,00
Caixa Cartucho 3 RL /Caixa 20u	R\$ 169,00
Caixa Cartucho 5 RS /Caixa 20u	R\$ 169,00

Caixa Cartucho 7 RL /Caixa 20u	R\$ 169,00
Caixa Cartucho 7 RS /Caixa 20u	R\$ 169,00
Caixa Cartucho 9 MG /Caixa 20u	R\$ 169,00
Caixa Cartucho 9 RL /Caixa 20u	R\$ 169,00
Caixa Cartucho 9 RS /Caixa 20u	R\$ 169,00
Luvax 50 pares	R\$ 21,00
Tinta	R\$ 237,41
Tinta decalque	R\$ 350,00
Total	R\$ 4.402,31

Fonte: Elaborada pelo autor

5.4. AVALIAÇÃO DA VIABILIDADE DO NEGÓCIO:

A pesquisa de mercado indica uma demanda crescente por serviços de tatuagem personalizados, estratégias de marketing focadas na promoção da qualidade artística, parcerias locais e presença online podem aumentar a visibilidade do estúdio.

O investimento inicial é de R\$22.413,31, este valor envolve a compra de equipamentos de qualidade, materiais esterilizados e despesas relacionadas à estética do estúdio.

Também foi realizada uma projeção de 3 anos do valor do aluguel, a taxa utilizada foi de 9,24% Baseada no IGP-M.

Tabela 7: Projeção de 3 anos do aluguel

Local	Projeção 2 ano	Projeção 2 ano	Projeção 2 ano	Taxa de projeção ano
Inglese	R\$ 2.184,80	R\$ 2.386,68	R\$ 2.607,20	9,24

Fonte: Elaborada pelo autor.

O local escolhido para abertura do estúdio foi o da localidade dos ingleses onde o aluguel será de R\$2.184,80 mensal e R\$ R\$26.217,60 anual.

5.5 AVALIAÇÃO DA VIABILIDADE DO NEGÓCIO:

Após a realização de uma análise de mercado completa, será necessário levantar os custos para que haja uma definição prévia no que diz respeito à viabilidade financeira para implantação do negócio.

5.5.1 Investimento inicial

O investimento fixo detém todos os gastos que o negócio irá precisar para funcionar corretamente, incluindo, equipamentos, eletrodomésticos, eletroeletrônicos, materiais e demais utensílios.

Tabela 8: Investimento fixo

Móveis/Eletroeletronicos	R\$ 15.911,00
--------------------------	---------------

Equipamentos	R\$ 2.100,00
Materiais descartáveis	R\$ 4.402,31
Total	R\$ 22.413,31

Fonte: Elaborada pelo autor

5.5.3 Capital de Giro

O capital são os recursos financeiros que a empresa precisa ter a disposição para cobrir as despesas operacionais do dia, como pagamento de fornecedor, salários, contas de luz e demais custos relacionados às operações do empreendimento.

Tabela 9: Capital de Giro

Item	Valor R\$
Estoque inicial	R\$ 4.402,31
Aluguel	R\$ 2.184,80
Marketing	R\$ 300,00
Água	R\$ 0,00
Luz	R\$ 0,00
Internet	R\$ 100,00
Total	R\$ 6.987,11

Fonte: Elaborada pelo autor

Feito o cálculo dos investimentos, fixos e financeiro (capital de giro) é possível obter o investimento inicial total para abrir o estúdio de tatuagem

Tabela 10: Investimento inicial total

Investimento inicial total	Valor (R\$)
Investimento Fixo	R\$ 17.911,00

Capital de Giro	R\$ 17.911,00
Total investimento inicial	R\$ 35.822,00

Fonte: Elaborada pelo autor

Deste modo, o investimento inicial será de aproximadamente R\$24.598,11 podendo variar para mais ou para menos.

5.5.4 Previsão de cenários

Foram realizados 3 cenários no que diz respeito a demanda de faturamento, o primeiro cenário será um um ano com pouca demanda, o segundo cenário com demanda mediana e o terceiro cenário com ótima demanda.

5.5.4.1 Cenário 1: Poucas Tatuagens (Pouca Demanda)

Número estimado de tatuagens por mês: 5

Tamanho médio das tatuagens: Médio

Complexidade média das tatuagens: Simples

Faturamento mensal aproximado: R\$ 2.500 - R\$ 4.000

Faturamento anual aproximado: R\$ 30.000 - R\$ 48.000

5.5.4.2 Cenário 2: Demanda Mediana

Número estimado de tatuagens por mês: 15

Tamanho médio das tatuagens: Médio

Complexidade média das tatuagens: Médio

Faturamento mensal aproximado: R\$ 7.500 - R\$ 12.000

Faturamento anual aproximado: R\$ 90.000 - R\$ 144.000

5.5.4.3 Cenário 3: Ótima Demanda

Número estimado de tatuagens por mês: 30

Tamanho médio das tatuagens: Grande

Complexidade média das tatuagens: Complexo

Faturamento mensal aproximado: R\$ 24.000 - R\$ 45.000

Faturamento anual aproximado: R\$ 288.000 - R\$ 540.000

Entretanto, esses cenários podem variar de acordo com a economia, marketing a ser implementado, qualidade artística entre outros.

Com base nos cenários de receitas calculados é possível calcular o DRE anual, onde será apresentado o lucro líquido do ano em exercício, para realizar o cálculo do DRE, será importante se atentar ao imposto que será aplicado em cada um dos cenários o "SIMPLES" onde estará disponível a tabela na íntegra em anexos:

Tabela 11: Demonstração de Resultado do Exercício

DRE anual	Otimista	Realista	Pessimista
Receita com vendas	R\$ 540.000,00	R\$ 144.000,00	R\$ 48.000,00
Tatuador guest (aluguel sala)	R\$ 44.344,80	R\$ 4.060,80	R\$ 0,00
(-) Alíquota Simples	R\$ 55.512,76	R\$ 5.922,40	R\$ 1.920,00
(=) Margem Contribuição	R\$ 528.832,04	R\$ 142.138,40	R\$ 46.080,00
(-) Custos Fixos	R\$ 2.584,80	R\$ 2.584,80	R\$ 2.584,80
(-) Custos Variáveis	R\$ 24.636,00	R\$ 6.768,00	R\$ 2.880,00
(=) Lucro op. Bruto	R\$ 501.611,24	R\$ 132.785,60	R\$ 40.615,20
(-) IR (15%)	R\$ 71.048,85	R\$ 19.378,08	R\$ 6.137,28
(=) Lucro líquido	R\$ 430.562,39	R\$ 113.407,52	R\$ 34.477,92

Fonte: Elaborada pelo autor

No presente DRE consta "tatuador gues" que é o aluguel dos espaços disponíveis para outros tatuadores e foi realizado 3 projeções, em um cenário otimista com 15% de aumento no lucro por mês, no cenário realista 5% de lucro mes e no cenário pessimista 0%.

Realizando o cálculo do DRE será possível identificar o lucro líquido mensal, que apresentara os seguintes resultados

Tabela 12: Lucro líquido mensal por cenário

Lucro Líquido mensal		
Otimista	Realista	Pessimista

R\$ 35.880,20	R\$ 9.450,63	R\$ 2.873,16
---------------	--------------	--------------

Fonte: Elaborada pelo autor

5.5.5 Retorno contábil sobre o investimento (ROI)

O Cálculo do ROI é calculado através do payback, onde indicará o prazo em meses para que o investimento realizado seja recuperado, para realização do cálculo, divide-se o investimento que foi feito inicialmente total, pelo lucro líquido mensal, que serão apresentados abaixo em cada um dos 3 cenários:

Tabela 13: Prazo de retorno sobre o investimento

Cenário	Investimento inicial	Lucro Líquido mensal	Payback
Otimista	R\$ 24.598,11	R\$ 35.880,20	0,69
Realista	R\$ 24.598,11	R\$ 9.450,63	2,60
Pessimista	R\$ 24.598,11	R\$ 2.873,16	8,56

Fonte: Elaborada pelo autor

Portanto de acordo com os resultado obtidos, para o cenário otimista o retorno sobre o investimento será em aproximadamente 1 mês, no cenário realista o investimento será recuperado em aproximadamente 3 meses, enquanto no cenário pessimista o retorno será obtido em aproximados 9 meses.

6 CONCLUSÃO

Com base no presente estudo realizado, para o empreendimento de um estúdio de tatuagem na cidade de Florianópolis, Santa Catarina, é possível chegar a conclusões que são positivas no que diz respeito à viabilidade econômica e mercadológica do empreendimento.

O estudo de mercado apresentou uma favorável aceitação do público-alvo, com uma alta porcentagem de possíveis clientes e que indicam interesse no novo estúdio de tatuagem, a frequência de visitas e o gasto médio por cada tatuagem também apresentam um cenário otimista para o negócio.

A análise de fornecedores foi crucial para encontrar aqueles que oferecem uma relação custo benefício para o estúdio, com produtos de alta qualidade e demais insumos para funcionamento do estúdio.

Ao avaliar a concorrência, foram identificados diversos concorrentes diretos, onde cada um possui suas características distintas, entretanto entendendo isso será possível posicionar o estúdio de tatuagem no mercado de maneira única ou seja trazendo um ambiente dinâmico, com conforto, espaço e tatuadores capacitados para entender a todas as demandas de tatuagem, seja old school, pontilhismo, rastelado e etc.

O plano de marketing foi estruturado para atender as necessidade dos clientes, onde foram identificadas através da pesquisa realizadas, e assim propor estratégias diretamente ligadas a produto (diversificação de estilos de tatuagem), Preço (Variação de preço na área a ser tatuada), Praça (Estúdio localizado no bairro dos ingleses com infraestrutura para atender aos clientes) e Promoção (parcerias com barbearias e promoções sazonais em dias dos namorados).

O plano financeiro apresentou uma estimativa de investimento inicial, bem como projeções de cenários otimista, realista e pessimista de demanda. O que corroborou para que fosse possível apresentar o payback, ou seja o retorno do investimento em um período inferior a 9 meses, com estimativa de lucro líquido mensal favorável, onde por sua vez também será possível aumentar a taxa de lucro com o espaço de guest de tatuagem e piercing, ou seja o estúdio terá uma base financeira sólida.

Diante dessa análise pode-se concluir que o plano de negócios demonstra a viabilidade mercadológica e econômica financeira para a abertura do estúdio de tatuagem na região de Florianópolis.

REFERÊNCIAS

ASSAF NETO, Alexandre; SILVA, César Augusto. Administração do Capital de Giro. 2ª ed. São Paulo: Ed. Atlas, 1997. 197 p.

Dornelas, José Carlos. *Empreendedorismo transformando ideias em negócios*. 3 ed., São Paulo, Elsevier, 2008, <https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=oKlayz7rBVIC&oi=fnd&pg=PA1&dq=o+que+e+empreendedorismo&ots=PKDLKkX6yK&sig=BCf4KGfmTl8K1hjAYp9walz6mbg#v=onepage&q=o%20que%20e%20empreendedorismo&f=false>. Accessed 11 Junho 2023.

Leite, Emanuel. *O FENÔMENO DO EMPREENDEDORISMO*. São Paulo, SARAIVA, 2012, O FENÔMENO DO EMPREENDEDORISMO. Accessed 11 Junho 2023.

Barros, Aluizio Antonio. “Empreendedorismo e crescimento econômico: uma análise empírica.” *SciELO*, Dezembro 2008, <https://www.scielo.br/j/rac/a/FVt5FgZfKy9xjjQr9TytyZM/abstract/?lang=pt>. Accessed 11 Junho 2023.

DORNELAS, J. C. A. Planejando incubadoras de empresas: como desenvolver um plano de negócios para incubadoras. Rio de Janeiro: Campos, 2002.

DOLABELA, F. O segredo de Luísa. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.

Kotler, Philip, and Kevin L. Keller. Administração de Marketing. 14 ed., São Paulo, Pearson, 2012, https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4385703/mod_resource/content/1/Administra%C3%A7%C3%A3o%20de%20Marketing%20Kotler%20e%20Keller%2C%2014ed%2C%202012.pdf. Accessed 27 Dezembro 2023.

Lise, Michelle Larissa. *Tatuagem: Aspectos Históricos e Hipóteses Sobre a Origem do Estigma*. Porto alegre, 2013, <https://www.bjfs.org/bjfs/bjfs/article/view/493/2159>. Accessed 27 novembro 2023.

Souza, Fernando Lucas. *HIPÓTESES ACERCA DA RESSIGNIFICAÇÃO CULTURAL DA TATUAGEM NO BRASIL*. São Paulo, ANPUH, 2014, http://www.encontro2016.sp.anpuh.org/resources/anais/48/1467060440_ARQUIVO_Hipotese_sAcercadaRessignificacaoCulturaldaTatuagemnoBrasil.pdf. Accessed 7 Junho 2023.

SEBRAE. “Mais de 93 milhões de brasileiros estão envolvidos com o empreendedorismo.” *Agência Sebrae de Notícias*, 10 May 2023, <https://agenciasebrae.com.br/modelos-de-negocio/mais-de-93-milhoes-de-brasileiros-estao-envolvidos-com-o-empreendedorismo/>. Accessed 17 June 2023.

SEBRAE. https://agenciasebrae.com.br/editorias/brasil-empreendedor/?utm_source=google_search&utm_medium=search&utm_campaign=aw-asn&utm_term=texto-art&utm_content=aw-asn0005&gclid=CjwKCAjws7WkBhBFEiwAIi1689VUqfdZ0PwgQ0CE7iu6lPcjB1nEmtxyKzQyuIFi4MFjHWBwB0y5nhoCCRMQA. Accessed 17 June 2023.

“Entre os países com mais tatuados, Brasil é referência no estilo neo-asian.” *Terra*, 15 July 2021, <https://www.terra.com.br/noticias/entre-os-paises-com-mais-tatuados-brasil-e-referencia-no-estilo-neo-asian,9baee2f18a41c6cb49c13046867c9e8c209czeqb.html>. Accessed 17 June 2023.

SEBRAE. “Mais de 93 milhões de brasileiros estão envolvidos com o empreendedorismo.” *Agência Sebrae de Notícias*, 10 May 2023, <https://agenciasebrae.com.br/modelos-de-negocio/mais-de-93-milhoes-de-brasileiros-estao-envolvidos-com-o-empreendedorismo/>. Accessed 17 June 2023.

GLOSSÁRIO

APÊNDICES

https://docs.google.com/spreadsheets/d/10rOMYAOj_oiNkR-Y3kbDJHSNIaayawN_I1gnGO330A0/edit?usp=sharing

https://docs.google.com/forms/d/1AmGtOddPCzT_bFTIV9R51S-jXwkWE4sGhbUkUE8hN5s/edit

ANEXOS

ANEXO – Tabela do Simples Nacional (Comércio)

Receita Bruta Total em 12 meses	Alíquota	Quanto descontar do valor recolhido
Até R\$ 180.000,00	4%	0
De R\$ 180.000,01 a R\$ 360.000,00	7,3%	R\$ 5.940,00
De R\$ 360.000,01 a R\$ 720.000,00	9,5%	R\$ 13.860,00
De R\$ 720.000,01 a R\$ 1.800.000,00	10,7%	R\$ 22.500,00
De R\$ 1.800.000,01 a R\$ 3.600.000,00	14,3%	R\$ 87.300,00
De R\$ 3.600.000,01 a R\$ 4.800.000,00	19%	R\$ 378.000,00

Tabela Simples Nacional 2023 comércio

Fonte: Receita Federal, 2023

Maiores Informações: tc.administracao.ufsc.br/regulamento-do-tc