

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA – UFPB
Centro De Ciências Sociais Aplicadas – CCSA
Curso de Administração – CADM

Plano de Negócio: Mr. BarBer

LUANNA ROGÉRIA DA SILVA LIMA PEREIRA

João Pessoa
Outubro 2018

LUANNA ROGÉRIA DA SILVA LIMA PEREIRA

Plano de Negócio: Mr. BarBer

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharela em Administração, pelo Centro de Ciências Sociais Aplicadas, da Universidade Federal da Paraíba / UFPB.

Professor Orientador: Suelle Cariele de Souza e Silva, Mestra.

João Pessoa
Outubro 2018

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

P436p Pereira, Luanna Rogeria da Silva Lima.
Planos de Negócio: Mr. Barber / Luanna Rogeria da Silva
Lima Pereira. - João Pessoa, 2018.
40 f. : il.

Orientação: Suelle Cariele de Souza e Silva Silva.
Monografia (Graduação) - UFPB/CCSA.

1. Plano de Negócio. 2. Barbearia. 3. Entretenimento.
I. Silva, Suelle Cariele de Souza e Silva. II. Título.

UFPB/CCSA

Folha de aprovação

Trabalho apresentado à banca examinadora como requisito parcial para a Conclusão do Curso de Bacharelado em Administração.

Aluno: Luanna Rogéria da Silva Lima Pereira

Trabalho: Plano de Negócio: Mr. Barber

Área da Pesquisa: Empreendedorismo

Data de Aprovação: 31 de Outubro de 2018

Banca Examinadora

Orientador

Profª. Suelle Cariele de Souza e Silva, Mestra

Membro 1

Prof. Rosivaldo de Lima Lucena, Doutor

Dedico este trabalho para minha mãe Rosa Lúcia, a razão de todo o meu desejo de vencer na vida; para minhas avós Severina Lima (*in memorian*) e Maria Petronila (*in memorian*), meus exemplos de mulheres guerreiras que sempre demonstraram o quanto admiravam minha determinação; para meu esposo Joalisson Pontes e minha filha Luna Sofia, que tiveram de abrir mão da minha companhia em diversos momentos. Que o futuro possa recompensar esse sacrifício.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, a Deus por me sustentar e me dar forças para chegar até aqui. À minha família pelo incentivo e apoio durante todo o período de graduação, em especial à minha mãe e minha filha que se tornaram o combustível para a realização dos meus sonhos.

SUMÁRIO EXECUTIVO

O negócio aqui projetado utilizando a metodologia do SEBRAE, o Mr. Barber, trata-se de uma barbearia moderna com foco no homem contemporâneo, caracterizado assim por procurar suprir muito mais que apenas uma necessidade básica (cortar o cabelo ou fazer a barba), mas também demandas de relacionamentos sociais, descontração e entretenimento. Isto justifica o porquê mesclar serviços de barbearia com opções de entretenimento no mesmo local, um ponto localizado no bairro da Imaculada, na cidade de Bayeux, mais precisamente na rua Aluísio Pereira da Silva, nº 70.

Projeta-se investir R\$ 21.843,23 na implantação do negócio, bem como uma receita mensal de R\$15.935,00 de onde se obtém um lucro líquido mensal de R\$ 3.661,47. Baseado nesses valores, espera-se que o retorno do investimento aconteça em apenas 6 meses, levando-se em consideração um cenário com 80% da capacidade produtiva.

Os empreendedores, Joalisson e Luanna, já atuam no mercado de prestação de serviços e também na comercialização de produtos, o que lhes confere uma certa experiência no tocante ao relacionamento interpessoal, facilitando a comunicação com funcionários e clientes, além de contribuir para a conquista e manutenção do seu público.

O empreendimento terá como Razão Social: JL Serviços de Barber Shop ME, ele buscará seu espaço no mercado, oferecendo à população um novo conceito de barbearia, um lugar onde, além das necessidades estéticas, sejam sanadas as necessidades sociais.

Nossa missão é realçar a beleza do público masculino, proporcionando momentos de descontração em um ambiente propício para a formação de novas amizades e fortalecimento das antigas.

Atuaremos no setor de prestação de serviços de estética e beleza (principal atividade) e, por se tratar de uma microempresa, nossa forma jurídica será a Sociedade Limitada com enquadramento tributário no Simples Nacional.

O capital social totaliza o valor de R\$ 21.843,23, sendo o sócio Joalisson o de maior participação no negócio. Com base neste capital, todos os investimentos necessários para a implantação do negócio serão provenientes de recursos próprios.

SUMÁRIO

1	DESCRIÇÃO DO EMPREENDIMENTO.....	10
1.1	Definição do Negócio.....	10
1.2	Empreendedores	10
1.3	Síntese das Responsabilidades da Equipe Dirigente	10
1.4	Exigências Legais	10
1.5	Área de Atuação	11
1.6	Capital Social.....	11
1.7	Indicadores Estratégicos da Organização	11
1.7.1	Missão.....	11
1.7.3	Valores.....	12
1.8	Indicadores Financeiros.....	12
2	ANÁLISE DE MERCADO.....	12
2.1	Análise dos Clientes	13
2.1.1	Público – Alvo	13
2.1.2	Comportamento dos Clientes	13
2.2	Análise da Concorrência.....	14
2.3	Análise dos Fornecedores.....	14
3	PESQUISA DE MERCADO.....	15
3.1	Análise do Perfil do Cliente	16
3.2	Análise da Satisfação do Cliente	17
3.3	Análise da Concorrência.....	18
3.4	Análise da Futura Demanda	20
3.5	Análise Geral dos Resultados.....	21
4	PLANO DE MARKETING	22
4.1	Logomarca	22
4.2	Produtos e Serviços	22
4.2.1	Descrição dos Produtos e Serviços.....	22
4.3	Preço	23
4.4	Estratégias Promocionais.....	25
4.5	Estrutura de Comercialização	24
4.6	Localização do Negócio	25
5	PLANO OPERACIONAL.....	25
5.1	Leiaute	25
5.2	Capacidade Instalada	26
5.3	Processos Operacionais	26

5.3.1 Recepção.....	26
5.3.2 Serviços de Corte de Cabelo e Estética	26
5.3.3 Serviços de Entretenimento	26
5.3.4 Pagamento	26
5.3.5 Pesquisa de Satisfação	26
5.3.6 Saída do Estabelecimento	26
5.3.7 Pós-Venda.....	26
5.4 Necessidade de Pessoal	27
5.4.1 Estrutura Organizacional	27
6 PLANO FINANCEIRO.....	27
6.1. Investimentos Fixos.....	27
6.2 Capital de Giro	28
6.2.1 Estoque Inicial	28
6.2.2 Caixa Mínimo	28
6.3 Investimentos Pré-Operacionais	30
6.4 Investimento Total	30
6.5 Receita Operacional.....	31
6.6 Custo de Comercialização	31
6.7 Custos com Mão de Obra	32
6.8 Custos com Depreciação	32
6.9 Custos Fixos Operacionais Mensais	32
6.10 Demonstrativo dos Resultados	33
7 INDICADORES DE VIABILIDADE.....	33
7.1 Ponto de Equilíbrio.....	33
7.2 Lucratividade	33
7.3 Rentabilidade.....	34
7.4 Prazo de Retorno do Investimento.....	34
8 CONSTRUÇÃO DOS CENÁRIOS	34
8.1 Cenário Otimista.....	34
8.2 Cenário Pessimista.....	35
9 DECISÃO GERENCIAL	37
APÊNDICE A	38

1 DESCRIÇÃO DO EMPREENDIMENTO

Neste capítulo, serão apresentados os dados descritivos do empreendimento necessários para compreensão geral da natureza do negócio e suas características de mercado.

1.1 Definição do Negócio

Nosso negócio é: atender os desejos estéticos dos usuários de nossos serviços, proporcionando aos mesmos momentos de lazer e descontração.

1.2 Empreendedores

Joalisson Silva de Pontes, brasileiro, natural de Mamanguape-PB, solteiro, autônomo, residente e domiciliado na rua Aluísio Pereira da Silva, nº70 no município de Bayeux-PB, possui características específicas que são de suma importância para o negócio, como o bom conhecimento do ramo, iniciativa para a promoção de mudanças necessárias, visão clara de onde quer chegar, imaginação criativa e persistência.

Luanna Rogéria da Silva Lima Pereira, brasileira, natural de João Pessoa-PB, solteira, auxiliar administrativo, residente e domiciliada na rua Aluísio Pereira da Silva, nº70 no município de Bayeux-PB, conta com o perfil empreendedor, sabe administrar todas as áreas de uma empresa, se comunica bem, além de ser atenciosa com clientes, sabe vender benefícios e manter clientes satisfeitos, entre outras características.

Pode-se observar que o perfil de cada sócio se complementa e que tem muito a contribuir na perpetuidade do empreendimento, pois suas características são específicas de empreendedores deste ramo de atuação.

1.3 Síntese das Responsabilidades da Equipe Dirigente

Fica sob a responsabilidade do diretor oferecer aos funcionários condições para executar um bom serviço aos clientes, investindo na compra de materiais de qualidade, tanto para o setor de barbearia quanto para o setor de bar, e na remuneração dos colaboradores para que se sintam valorizados e motivados a dar o seu melhor.

A gestora do empreendimento prezará pela organização e controle dos materiais de trabalho e das entradas e saídas de caixa; coletará informações dos clientes a respeito da satisfação ou não do serviço oferecido; garantirá o bom funcionamento do negócio, através da manutenção do ambiente e dos empregos; organizará folha de pagamento dos funcionários, entre outras atribuições.

1.4 Exigências Legais

O empreendimento terá como Razão Social JL Serviços de Barber Shop ME e estará legalizado nos seguintes órgãos:

- Junta Comercial;
- Secretaria da Receita Federal (CNPJ)
- CLT – Consolidação das Leis do Trabalho;
- Enquadramento na Entidade Sindical Patronal;
- Prefeitura Municipal de Bayeux para obtenção do Alvará de Funcionamento;

- Caixa Econômica Federal para cadastramento no sistema Conectividade Social – INSS/FGTS;
- Cadastro Municipal na Vigilância Sanitária – CMVS;
- Corpo de Bombeiros Militar.

1.5 Área de Atuação

A *Mr. Barber* se enquadra na área de Prestação de Serviços de Estética e Beleza, mais especificamente, na atividade de cabeleireiro e outras de tratamento de beleza, conforme indica a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE/IBGE).

Figura 1 - Descrição CNAE

Hierarquia	
Seção:	S OUTRAS ATIVIDADES DE SERVIÇOS
Divisão:	96 OUTRAS ATIVIDADES DE SERVIÇOS PESSOAIS
Grupo:	96.0 Outras atividades de serviços pessoais
Classe:	96.02-5 Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza
Subclasse:	9602-5/01 Cabeleireiros, manicure e pedicure
Notas Explicativas: Esta subclasse compreende: - as atividades de lavagem, corte, penteado, tingimento e outros tratamentos do cabelo - os serviços de barbearia - as atividades de manicure e pedicure Esta subclasse não compreende: - a fabricação de perucas (3299-0/99) - a atividade de podologia (8690-9/04) - as atividades de limpeza de pele, massagem facial, maquiagem, etc. (9602-5/02) - a atividade de depilação (9602-5/02)	
Lista de Descritores Registros encontrados: 20 Mostrar: 10 registros por página	
Código	Descrição
9602-5/01	ALISAMENTO, PERMANENTE DE CABELO; SERVIÇOS DE
9602-5/01	BARBEARIA
9602-5/01	BARBEIRO; SALÃO DE
9602-5/01	CABELEIREIRO; SERVIÇOS DE
9602-5/01	CALISTA; SERVIÇOS DE
9602-5/01	COIFFURE
9602-5/01	CORTE DE CABELO; SERVIÇOS DE
9602-5/01	EMBELEZAMENTO DOS CABELOS; SERVIÇOS DE
9602-5/01	HIDRATAÇÃO DE CABELOS; SERVIÇOS DE

Fonte: CNAE/IBGE (2018)

1.6 Capital Social

Será proveniente de recursos próprios e está estimado em R\$ 21.843,23. Deste valor será destinado o valor de R\$ 4.033,29 para a necessidade capital de giro, visto que para este tipo de empreendimento esta necessidade é baixa, já que a necessidade de aquisição de insumos e matéria-prima é de pequena monta.

Quadro 1 - Capital Social

Sócios	Valor (R\$)	Participação (%)
Joalisson Silva de Pontes	15.000,00	68,18
Luanna Rogéria da Silva Lima Pereira	7.000,00	31,82

Fonte: Elaboração Própria (2018)

1.7 Indicadores Estratégicos da Organização

1.7.1 Missão

Realçar a beleza do público masculino, proporcionando momentos de descontração em um ambiente propício para a formação de novas amizades e fortalecimento das antigas.

1.7.2 Visão

Ser referência, até 2024, em estética masculina, sendo reconhecida como um ambiente que proporciona qualidade de vida e bem-estar aos nossos clientes.

1.7.3 Valores

- **Compromisso:** acreditamos que os clientes são de nossa responsabilidade, desta forma devemos tratá-los como nossos amigos;
- **Empatia:** é importante nos colocarmos no lugar do outro (clientes e funcionários) para entendermos o seu comportamento, evitando um clima pesado em nosso ambiente;
- **Excelência:** acreditamos que o sucesso do nosso negócio depende diretamente da qualidade dos serviços prestados, desta forma prezaremos por oferecer o que há de melhor neste mercado;
- **Responsabilidade Social:** a vida do planeta também é dependente do que devolvemos para o meio após a execução dos serviços, portanto prezaremos pela economia de energia e água, pelo descarte correto dos materiais e por adquirir insumos de fornecedores que mantêm uma política sustentável;
- **Transparência:** Prezamos pela não ocultação de informações, sendo assim tornaremos público a nossa conduta seja em relação ao cliente ou ao funcionário.

1.8 Indicadores Financeiros

Quadro 2 – Indicadores da Viabilidade

Ponto de Equilíbrio	R\$ 11.571,87
Lucratividade	22,98%
Rentabilidade	201,15% aa
Prazo de Retorno do Investimento	6 meses

Fonte: Elaboração Própria (2018)

2 ANÁLISE DE MERCADO

Pesquisas realizadas pela *Euromonitor International* apontam que aumentou para 30% a parcela do faturamento do setor de beleza que vem do público masculino, nosso público-alvo, isto porque os homens estão cada vez mais preocupados em investir em sua própria aparência, pois para eles o exibicionismo tornou-se uma forma de se sentir seguro.

É um mercado grande, porém ainda não tão explorado, isto porque muitos empreendedores do ramo ainda não se atentaram para a necessidade de atender o cliente moderno. Isto é perceptível, pois raramente nos deparamos com ambientes que ofereçam serviços de barbearia e entretenimento em conjunto.

Segundo dados revelados pela *Euromonitor International*¹, empresa de pesquisa que monitora o setor de beleza, o setor de beleza masculina dobrou nos últimos cinco anos e há probabilidade de aumento de 7,1% ao ano até 2019, cenário que indica prosperidade do setor e, consequentemente, do nosso negócio pelos próximos anos.

Um ponto fraco do setor, que o torna bastante competitivo, é a rivalidade que se dá pela busca de melhor posição no mercado, porém a maioria dos salões de beleza masculinos instalados nos arredores do nosso ponto seguem o padrão tradicional estabelecido para o ambiente, um local que seus clientes procuram por pura necessidade, pensando nisso e em todas as demandas que surgem junto com o homem contemporâneo, é oportuno criar um local diferenciado, que reúne estética e entretenimento, que torna a visita a uma barbearia não apenas uma necessidade, mas algo prazeroso, descontraído e divertido.

Segundo a Revistas O POVO², o mercado encontra-se bastante aquecido, principalmente, pela constante busca dos homens por novas tendências e, para atender a demanda dos mais vaidosos, que sempre querem uma barba bem feita e um corte de cabelo mais moderno, salões e barbearias estão se reinventando com cortes, cores, modelos, texturas variadas e profissionais capacitados, tudo para agradar o gosto exigente daqueles que querem dar um *up* na sua beleza natural.

Os principais clientes são das classes A e B, não excluindo os das demais classes, pois estes poderão nos prestigiar sempre que quiserem ou quando lançarmos oportunidades/promoções que mais se encaixem no perfil financeiro deles.

2.1 Análise dos Clientes

2.1.1 Público – Alvo

Homens contemporâneos, com idade entre 18 e 50 anos, pertencentes às classes A e B que demandem atendimento diferenciado, por procurar suprir muito mais que apenas uma necessidade básica (cortar o cabelo ou fazer a barba), mas também demandas de relacionamentos sociais, descontração e entretenimento. Estes homens estão no bairro onde será instalado o salão, como também nos bairros vizinhos, visto que podemos atraí-los devido à falta de concorrentes no município que tenham a mesma proposta do empreendimento pretendido.

2.1.2 Comportamento dos Clientes

Segundo dados da pesquisa de mercado realizada para a construção deste plano de negócio, 62,3% dos homens procuram a barbearia, principalmente, por uma necessidade básica. Destes, 34% acham relevante ir à barbearia em busca de bem-estar. Ou seja, o homem moderno procura um ambiente que ofereça serviços de barbearia aliados a entretenimento para que sejam atendidas suas necessidades como um todo.

Para os clientes, os aspectos mais relevantes no processo de escolha da barbearia que vão frequentar é o atendimento prestado, seguido da qualidade nos serviços prestados e de preços.

Em sua maioria, gostariam que, além do serviço básico, fossem oferecidos serviços de bar e entretenimento.

¹ <https://www.suafranquia.com/noticias/beleza-e-saude/2017/05/ramo-de-barbearias-nao-para-de-crescer-30-do-faturamento-do-setor-de-beleza-vem-do-publico-masculino/>>. Acesso em: 08 jun. 2018

² <https://www20.opovo.com.br/app/revistas/modaebeleza/2017/12/21/notrmodaebeleza,3681136/cortes-de-cabelo-e-modelos-de-barbas-tendencia-para-2018.shtml>>. Acesso em: 20 set. 2018.

2.2 Análise da Concorrência

Os principais concorrentes do empreendimento são barbearias da redondeza, que já atuam no mercado há um considerável tempo e atraem grande parcela do público-alvo do bairro, porém a de maior ameaça é a Parada Obrigatória que está localizada no Centro da cidade, visto que é a que mais se assemelha com a proposta de inovação que oferecemos.

A rivalidade é um aspecto significativo neste ramo, pois todos os empreendedores querem alcançar a melhor posição no mercado, em contrapartida vemos que muitos caminham para o retrocesso por não acompanhar as tendências do público-alvo.

Quadro 3 - Análise da Concorrência

Empresa	Serviços	Qualidade	Pagamento	Localização	Atendimento	Infraestrutura
Parada Obrigatória	Todas as opções de uma barbearia moderna	Excelente; empresa com boa reputação.	À vista ou no cartão	Excelente	Ótimo	Excelente, atende uma boa demanda
R&R Barbearia	Corte e lavagem, <i>design</i> de sobancelhas e barba	Ótima	À vista	Ótima	Bom	Boa, com ajustes a serem feitos.
Marivaldo Cabeleireiro	Corte de cabelo e <i>design</i> de barba	Boa	À vista	Razoável	Bom	Razoável, espaço pequeno.

Fonte: Elaboração Própria (2018)

2.3 Análise dos Fornecedores

Os principais fornecedores do negócio são distribuidores de cosméticos, distribuidores de equipamentos e utensílios, seguidos de distribuidores de bebidas e comidas (petiscos).

Quadro 4 - Análise dos Fornecedores

Nº	Itens	Fornecedor	Preço	Pagamento	Prazo de entrega	Localização
1	Cosméticos	Pacheco Distribuidora	Ótimo	A prazo	3 dias	Jaguaribe – João Pessoa
2	Máquinas	Martins	Bom	A prazo	2 dias	Distrito Industrial – João Pessoa
3	Bebidas	Ambev	Ótimo	A prazo	4 dias	Distrito Industrial – João Pessoa
4	Comidas	Nordil	Ótimo	À vista	2 dias	Distrito Industrial – João Pessoa

Fonte: Elaboração Própria (2018)

2.4 Análise SWOT

A partir da análise SWOT foram identificadas as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças do empreendimento pretendido de acordo com o contexto local, as quais foram elencadas como mostra o Quadro 5:

Quadro 5 - Análise SWOT

Fatores Internos	Forças	Fraquezas
	• Ambiente inovador • Excelência nos serviços oferecidos	• Investimento constante em qualificação • Pouca força da marca
Fatores Externos	Oportunidades	Ameaças
	• Concorrentes estagnados • Segmento em crescimento	• Insatisfação dos clientes • Descumprimento de normas sanitárias

Fonte: Elaboração Própria (2018)

2.4.1 Forças

- **Ambiente inovador:** a estrutura pretendida para o negócio foge do modelo convencional das barbearias locais, o que provoca curiosidade no usuário, atraindo a clientela.
- **Excelência nos serviços oferecidos:** buscaremos oferecer o melhor do que há neste ramo, contratando profissionais capacitados e competentes, que sejam comunicativos e que tenham facilidade com as relações humanas, fazendo com que o cliente “se sinta sempre em casa”.

2.4.2 Fraquezas

- **Investimento constante em qualificação:** para acompanhar as tendências do homem moderno que estão em constante mudança de gosto e estilo.
- **Pouca força da marca:** o que pode ser combatido com investimentos em propaganda e publicidade.

2.4.3 Oportunidades

- **Concorrentes estagnados:** os principais concorrentes apesar de terem anos no mercado e oferecer serviço de boa qualidade, estão focados em oferecer apenas o básico do mundo da barbearia, além de contar com uma estrutura voltada ao tradicionalismo.
- **Segmento em crescimento:** conforme apontado por pesquisas, o segmento vem crescendo de forma satisfatória e aponta para a prosperidade.

2.4.4 Ameaças

- **Insatisfação dos clientes:** apesar de nos programarmos para atender aos desejos e necessidades do nosso público-alvo, somos vulneráveis à insatisfação do cliente em algum aspecto.
- **Descumprimento de normas sanitárias:** é importante que haja um policiamento quanto ao cumprimento das normas estabelecidas pela ANVISA, pois o

descumprimento acarretará em ônus agressivos para o negócio tanto financeiros devido ao pagamento de multas, quanto à imagem prospectada nos clientes, pois os mesmos passarão a ter uma imagem negativa do estabelecimento.

3 PESQUISA DE MERCADO

A fim de legitimar o plano de negócio, o método utilizado para coletar, entre outras informações necessárias, dados a respeito do perfil e expectativas do público-alvo foi a pesquisa quantitativa através de questionário aplicado via internet. A pesquisa realizada não teve como fim fazer inferências estatísticas sobre o setor no mercado da cidade de Bayeux, mas identificar os pontos de melhoria e lacunas existentes neste tipo de serviço.

A partir dos dados coletados, visaremos definir a estratégia inicial de mercado que será utilizada, fomentando políticas que desenvolvam o crescimento sustentável da organização baseado em sua proposta de atuação.

3.1 Análise do Perfil do Cliente

A pesquisa evidenciou que o perfil do cliente de barbearias está cada dia mais exigente, pois não se preocupam em frequentar uma barbearia apenas para cortar o cabelo ou fazer a barba, mas também para acompanhar as tendências deste mundo. Desse modo, seguem os cenários observados.

No que tange à renda familiar, foi identificado que, a grande maioria dos usuários do serviço de barbearias que têm a mesma proposta que a nossa, são pessoas inseridas na classe média e classe média alta.

Gráfico 1 - Renda



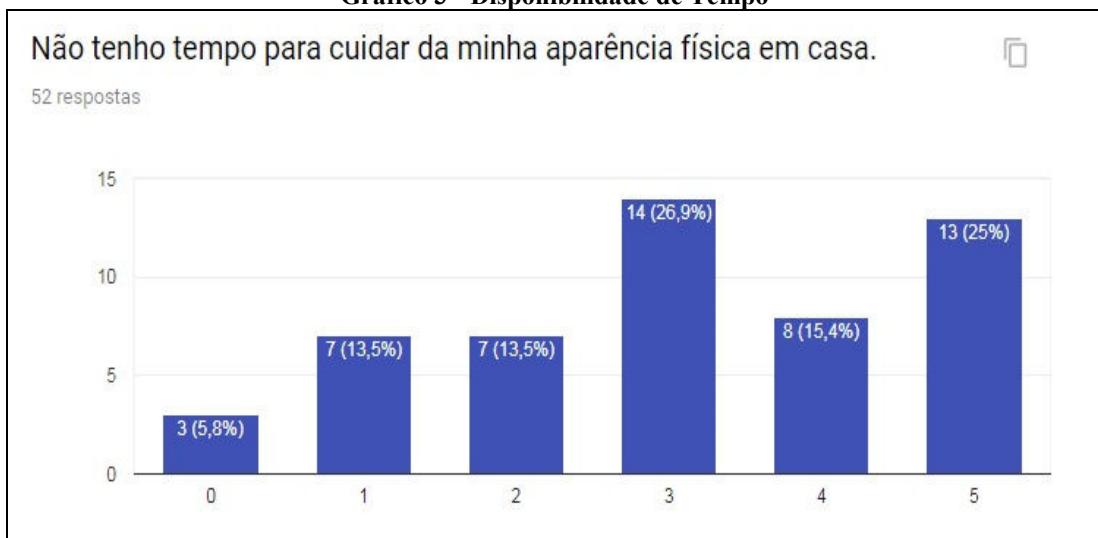
Fonte: Dados da Pesquisa (2018)

Foi possível observar que o público-alvo, em sua maioria, costuma frequentar barbearias 1 ou 2 vezes no mesmo mês.

Gráfico 1 - Frequência de Utilização do Serviço

Fonte: Dados da Pesquisa (2018)

Notou-se que a maioria dos homens não tem tempo para cuidar da aparência em casa, tendo como saída a busca de barbearias para realizar o serviço desejado, o que nos possibilitou levantar a hipótese de que devemos prestar um serviço de qualidade no menor tempo possível, para que eles possam ‘cumprir sua agenda’ do dia sem prejuízos.

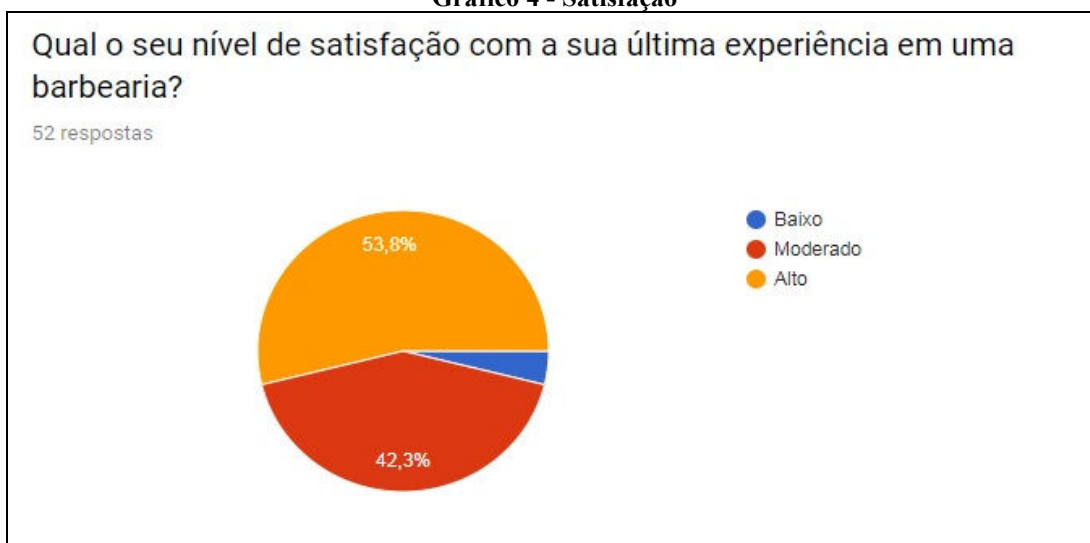
Gráfico 3 - Disponibilidade de Tempo

Fonte: Dados da Pesquisa (2018)

3.2 Análise da Satisfação do Cliente

Com relação à satisfação do cliente, pôde-se perceber que a maioria dos homens analisados estão satisfeitos com o atendimento que vêm recebendo nas barbearias que frequentam, mesmo assim, analisando os dados da pesquisa como um todo, pudemos concluir que há diversas oportunidades de melhoria para conquistarmos estes clientes.

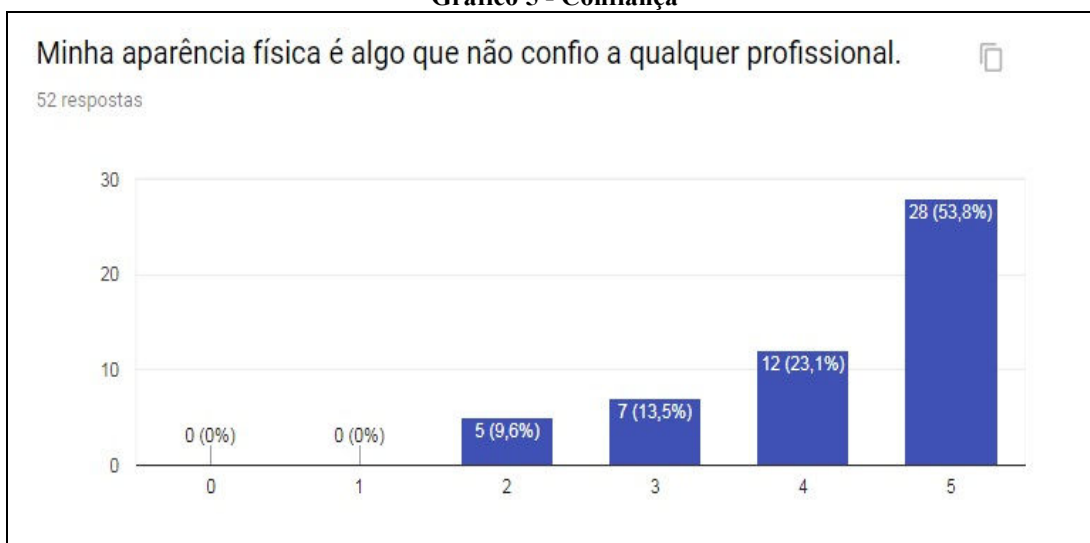
Gráfico 4 - Satisfação



Fonte: Dados da Pesquisa (2018)

Quando questionados a respeito da confiança no profissional da barbearia, a maioria dos entrevistados diz concordar com a afirmativa de que não confia sua aparência a qualquer profissional, o que nos faz pensar em estratégias de especialização, com o intuito de oferecer o melhor serviço e se consolidar no mercado com um perfil de excelência no que faz.

Gráfico 5 - Confiança



Fonte: Dados da Pesquisa (2018)

Analisando a relevância dos motivos pelos quais os entrevistados frequentam a barbearia que citaram, temos que a maioria valoriza o atendimento que recebe, nos fazendo confirmar que o relacionamento interpessoal é um grande aliado na conquista e fidelização dos clientes.

Gráfico 6 - Relevância

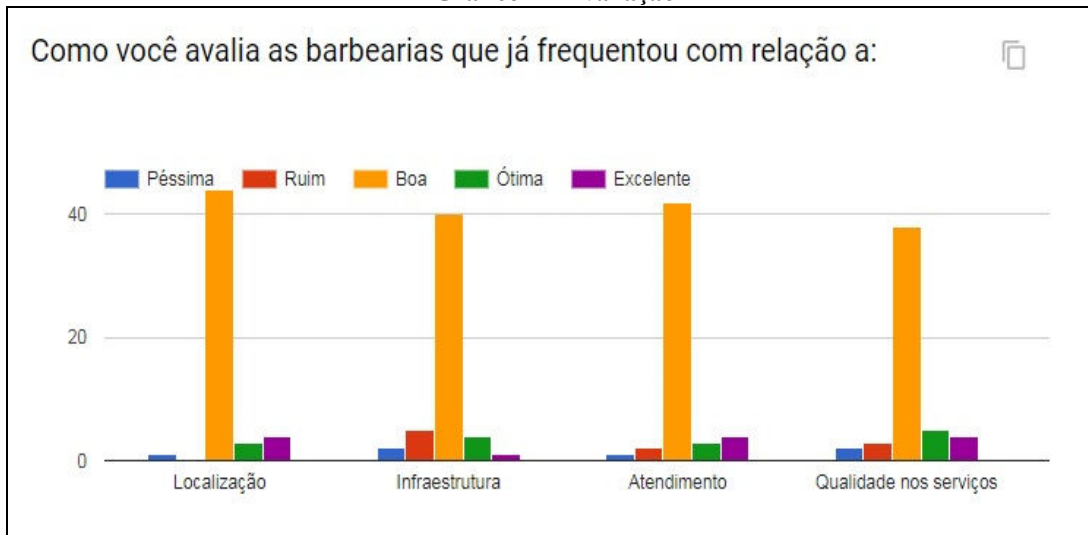


Fonte: Dados da Pesquisa (2018)

3.3 Análise da Concorrência

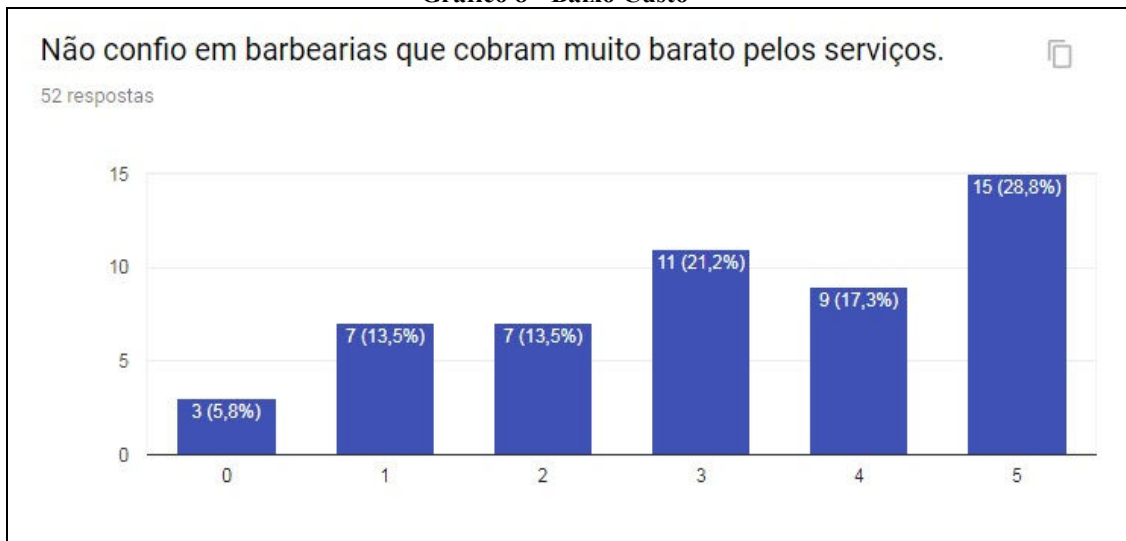
Não surpreendentemente nossos principais concorrentes foram os mais citados nas entrevistas, a partir disso extraíram-se relevantes informações a respeito de em quais fatores devemos superá-los para aumentar nossa competitividade.

Gráfico 7 - Avaliação



Fonte: Dados da Pesquisa (2018)

Conforme apresenta o Gráfico 8, a maioria dos entrevistados dizem não confiar em barbearias que vendem seus serviços por um valor muito abaixo do valor do mercado.

Gráfico 8 - Baixo Custo

Fonte: Dados da Pesquisa (2018)

É perceptível que existe uma ausência do pós-venda nas barbearias da região, dado importante por nos fazer enxergar que, para complementar o bom atendimento requerido pelo cliente, precisamos atuar entrando em contato com o cliente após a prestação do nosso serviço, isto nos possibilitará coletar informações acerca da sua satisfação, sua probabilidade de volta ao estabelecimento, suas reclamações e sugestões de melhoria, fazendo com que o cliente se sinta parte do negócio.

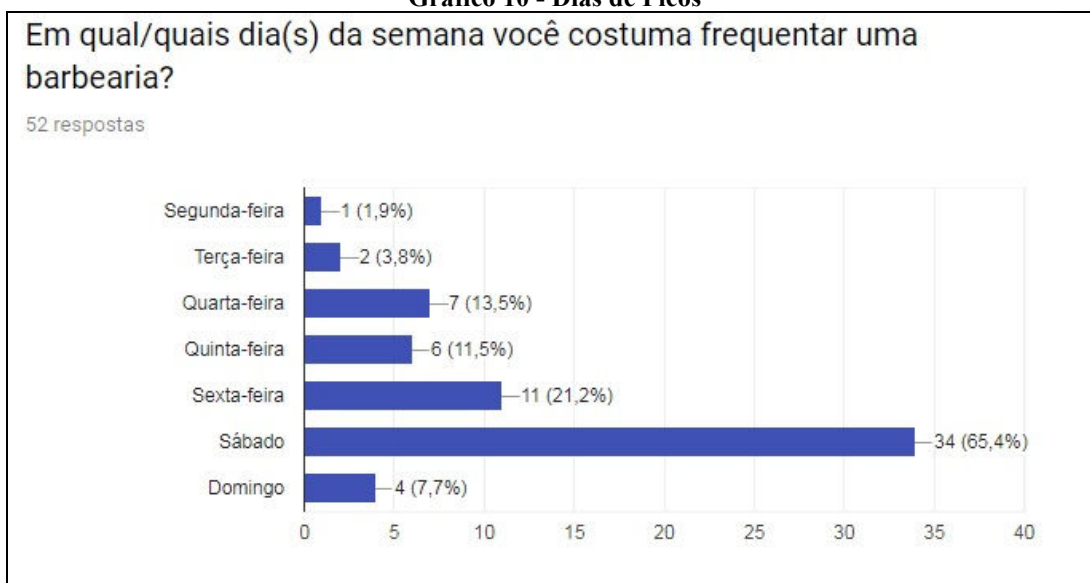
Gráfico 9 - Pós-Venda

Fonte: Dados da Pesquisa (2018)

3.4 Análise da Futura Demanda

Analisando a futura demanda, foi possível concluir que, provavelmente, os maiores picos de atendimento se darão aos sábados, visto que é exatamente o dia em que a maioria do público analisado reserva para ir à barbearia.

Gráfico 10 - Dias de Picos



Fonte: Dados da Pesquisa (2018)

Além disso, percebeu-se que, ao investir em promoções, devemos focar em descontos no valor dos serviços oferecidos, visto que a maioria dos respondentes preferem este tipo de promoção.

Gráfico 11 - Tipos de Promoções



Fonte: Dados da Pesquisa (2018)

A partir dos dados do Gráfico 12, pode-se comprovar que o homem contemporâneo busca em uma barbearia muito mais do que apenas satisfazer as necessidades básicas, o que nos mostra que a junção de um espaço de barbearia com um espaço de entretenimento é um diferencial competitivo que muito agregará valor ao empreendimento.

Gráfico 12 - Tipos de Serviços



Fonte: Dados da Pesquisa (2018)

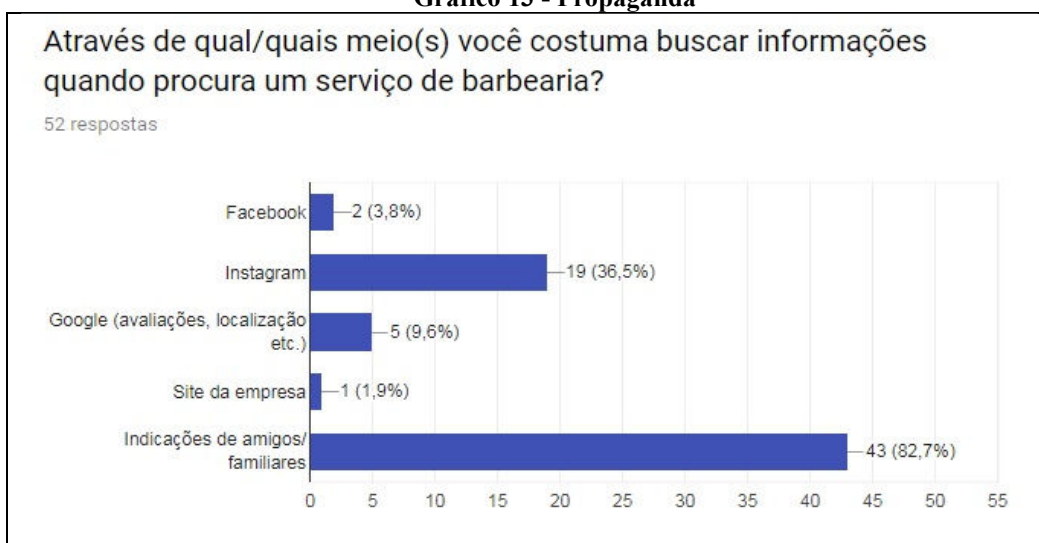
3.5 Análise Geral dos Resultados

Os indicadores nos possibilitam enxergar as maiores carências com relação aos serviços de barbearia oferecidos na região, que podem ser supridas a começar por princípios básicos de atendimento, tais como: conforto, comodidade e cordialidade.

Dentro da cidade de Bayeux, existem apenas 3 grandes concorrentes, porém estes têm poucos clientes fidelizados, o que caracteriza uma boa oportunidade para a Mr. Barber. Oportunidade esta que será potencializada a partir da atuação baseada nos *feedbacks* dos clientes, através dos quais poderemos mensurar e aplicar formas efetivas de melhorias, pois estaremos trabalhando de acordo com as opiniões reais dos nossos consumidores.

Os consumidores buscam informações a respeito deste tipo de serviço, principalmente através da corriqueira propaganda ‘boca a boca’, e é em cima dela que trabalharemos para angariar os potenciais clientes, tendo em vista que prezaremos pela fidelização destes por meio da prestação de serviços de excelência.

Gráfico 13 - Propaganda

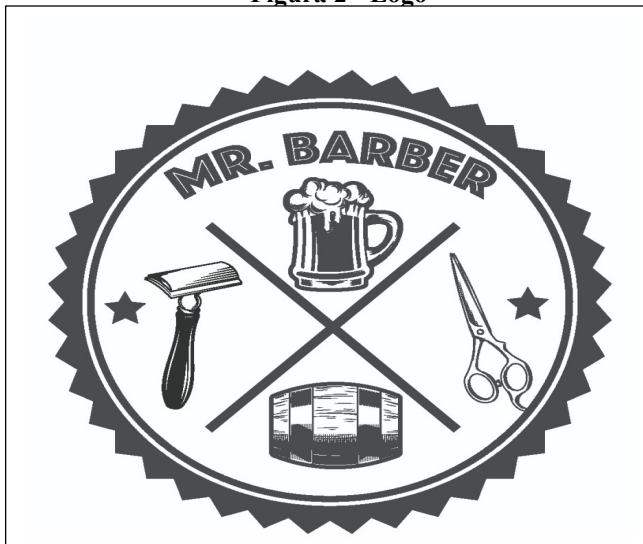


Fonte: Dados da Pesquisa (2018)

4 PLANO DE MARKETING

4.1 Logomarca

Figura 2 - Logo



Fonte: Elaboração Própria (2018)

4.2 Produtos e Serviços

Quadro 6 - Mix de produtos e serviços

Serviços	Produtos
Corte de cabelo	Cerveja Long Neck
Reflexo	<i>Whisky 1</i>
Coloração	<i>Whisky 2</i>
Alisamento	<i>Drinks</i>
Barba Completa	Água de Coco
Barba com Pigmentação	Sucos
Limpeza das Sobrancelhas	Refrigerante em Lata
Manicure e Pedicure	Amendoim
Mesa de Sinuca	Salgadinhos Diversos
Mesa de Totó	

Fonte: Elaboração Própria (2018)

4.2.1 Descrição dos Produtos e Serviços

- **Corte de Cabelo:** são vários os estilos de cortes masculinos existentes no mercado atualmente, eles têm o poder de definir os fios e dar mais volume dependendo do estilo do cliente. Antes de iniciar o corte, que é feito com máquina ou tesoura e, muitos, com o toque final da navalha (lâminas descartáveis), é feita a higienização com água e xampu, após o corte é feita uma nova lavagem para retirar o excesso de resíduos e a finalização com secador;
- **Reflexo:** tendência para iluminar o rosto que possui variedades de formatos para agradar os diferentes gostos e estilos. É feito com uma touca própria para o procedimento, utilizando-se de descolorante e água oxigenada para abrir os tons dos fios, que são descoloridos na quantidade e densidade que o cliente preferir, após o

procedimento é realizada a higienização com água, xampu e hidratação e a finalização com matizador e secador;

- **Coloração:** técnica rápida e eficiente de ‘apagar’ os fios brancos. Pode ser feito localizado ou em todo o cabelo, utilizam-se tinturas na cor que o cliente desejar, após o procedimento é realizada a higienização com água, xampu e hidratação e a finalização com secador;
- **Alisamento:** promove redução de volume e maciez. É feito com aplicação de creme alisante próprio para cada tipo de cabelo, seguido da aplicação de neutralizante, após o procedimento é realizada a higienização para eliminação dos resíduos com água, xampu e hidratação e a finalização com o secador;
- **Barba Completa:** é realizada a assepsia do rosto com sabonete anti-séptico e creme de barbear, em seguida é feito o corte da barba com navalha (lâminas descartáveis) a gosto do cliente;
- **Barba com Pigmentação:** técnica de preenchimento da barba muito útil para os homens que desejam uma barba cheia e bem desenhada. Além do corte da barba com navalha (lâminas descartáveis) é feita a aplicação de pigmento para o preenchimento, em seguida a higienização com água e sabão específico para barba;
- **Limpeza das Sobrancelhas:** técnica para realçar a beleza do olhar, é realizada com pinça e navalha (lâminas descartáveis), antes do procedimento é realizada a higienização da área com a loção adstringente e após o procedimento é realizada a finalização com o óleo pós-depilatório;
- **Manicure e Pedicure:** cutilagem e esmaltação das unhas dos pés e das mãos melhorando a aparência física e estética das mesmas, além da hidratação e esfoliação da pele dessas áreas;
- **Mesa de Sinuca:** opção de lazer em que jogam 1 (um) ou mais clientes disputando melhores resultados e que proporciona interação e socialização;
- **Mesa de Totó:** opção de lazer em que jogam 2 (dois) clientes na disputa pelo melhor resultado, também permite a interação e descontração dos usuários;
- **Bebidas Alcoólicas:** o *mix* do ‘bar’ contará com cervejas tradicionais, uísques e *drinks* de vodka;
- **Bebidas não Alcoólicas:** os clientes poderão saborear refrigerantes, água de coco, sucos da poupa e industrializados;
- **Petiscos:** serão ofertados os mais básicos, como amendoim e salgadinhos diversos.

4.3 Preço

A estratégia de precificação foi pensada de modo a adequar a rentabilidade do negócio ao que o mercado está disposto a pagar pelo produto/serviço, sendo assim, consideramos todos os custos (fixos e variáveis) associados ao produto/serviço, inclusive os de investimento inicial (o que possibilitou o levantamento do tempo de retorno), no intuito de proporcionar o retorno desejado.

Quadro 7 - Precificação

Produto/Serviço	Preços (a partir de)
Corte de cabelo	R\$ 20,00
Reflexo	R\$ 30,00
Coloração	R\$ 25,00
Alisamento	R\$ 35,00
Barba completa	R\$ 15,00
Barba com pigmentação	R\$ 30,00
Limpeza das sobrancelhas	R\$ 12,00
Manicure e Pedicure	R\$ 25,00

Mesa de sinuca	R\$ 2,00 (a ficha)
Mesa de Totó	R\$ 2,00 (a ficha)
Cerveja Long Neck	R\$ 5,00
Whisky 1	R\$ 4,00
Whisky 2	R\$ 5,00
Drinks	R\$ 5,00
Água de coco	R\$ 2,00
Sucos	R\$ 4,00
Refrigerante em lata	R\$ 4,00
Amendoim	R\$ 2,00
Salgadinhos diversos	R\$ 3,00

Fonte: Elaboração Própria (2018)

4.4 Estratégias Promocionais

A promoção será feita através de anúncios na rádio local, com chamadas nos horários em que há o maior pico de audiência, além de distribuição de panfletos nas principais avenidas da cidade e da criação de um perfil no *Instagram* para divulgação da marca e de eventuais promoções que serão lançadas com o intuito de criar no cliente a necessidade de utilizar nossos serviços.

Após a realização de um serviço, o cliente será convidado a participar da nossa pesquisa de satisfação, seja presencialmente ou em um telefonema posterior, pois a partir dela será possível monitorar a percepção dos clientes sobre nossos serviços, a fim de contribuir na manutenção dos mesmos para a melhoria contínua e perpetuação da qualidade, pois entendemos que um cliente satisfeito é um potencial divulgador da marca, assim como o contrário é ainda mais verdadeiro.

Ainda a respeito da divulgação, entregaremos brindes exclusivos como chaveiros, canetas, copos, bonés e camisas para que a marca possa ser fixada na mente do cliente, assim como ser divulgada indiretamente à medida que os ganhadores façam uso deles.

Na busca pela fidelização do cliente realizaremos sorteios de serviços, ofereceremos descontos aos clientes que indicarem amigos, distribuiremos o cartão fidelidade no qual ao completar determinada quantidade de serviços pagos o próximo será por conta da empresa, e, à medida que formos tendo o retorno da percepção dos clientes a respeito da nossa proposta de serviço, implantaremos outras estratégias que se encaixem no perfil do cliente.

4.5 Estrutura de Comercialização

Para levar ao consumidor aquilo que ele precisa, disponibilizaremos de um espaço amplo, agradável, com uma localização relativamente boa e que estimule no cliente o desejo de voltar a frequentar o lugar.

Trabalharemos na modalidade de venda direta, ou seja, nós mesmos prestaremos os serviços a clientela, sem a necessidade de terceirizar, até porque nosso foco principal é prestação de serviços o que torna inviável a utilização de um canal de distribuição, no caso a terceirização.

4.6 Localização do Negócio

A estrutura física do empreendimento estará localizada na rua Aluísio Pereira da Silva, número 70, no bairro da Imaculada, na cidade Bayeux, Estado da Paraíba.

A escolha deste local para o funcionamento do negócio se deu por se tratar de um prédio próprio, o que diminuirá o investimento inicial com aluguel ou compra do imóvel,

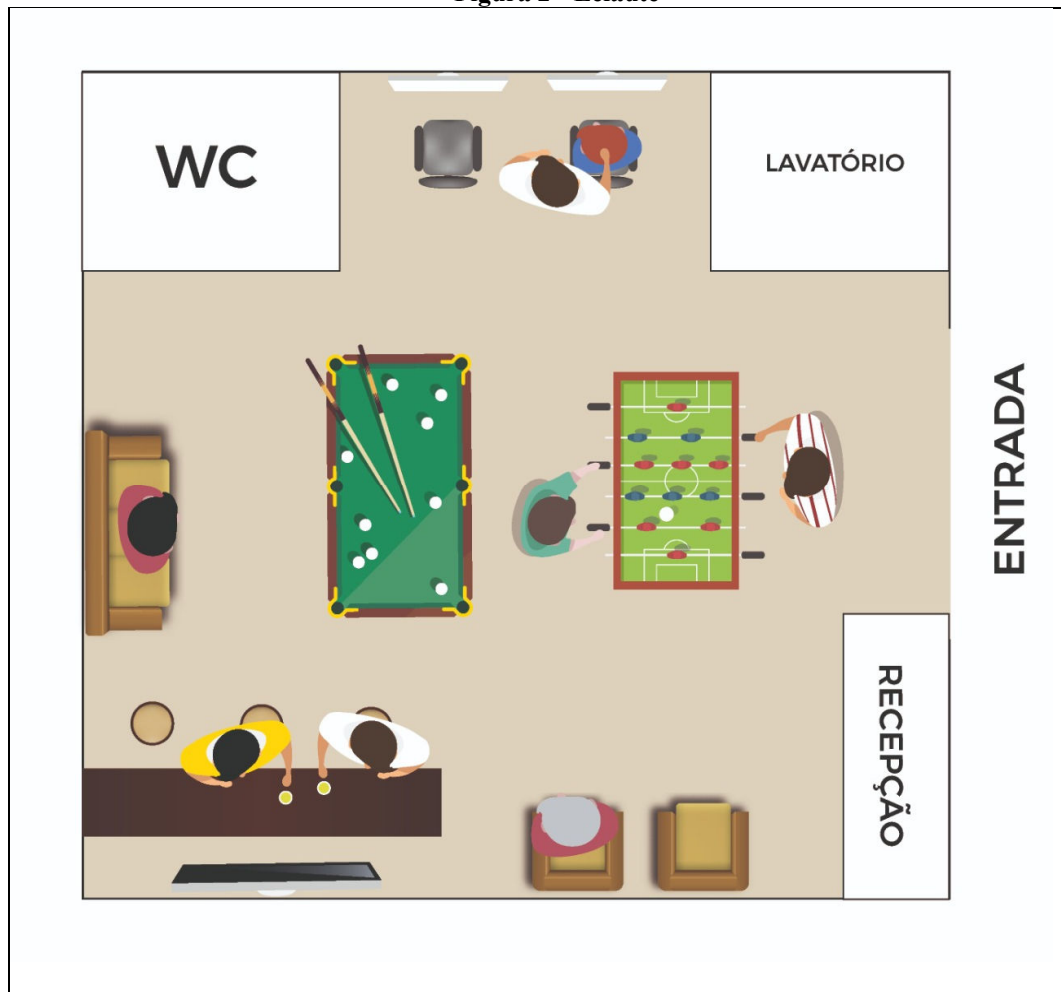
além disso, estaremos relativamente próximos aos principais concorrentes o que, de certa forma, já atrai o público-alvo para mais perto de nós.

5 PLANO OPERACIONAL

5.1 Leiaute

O leiaute do empreendimento foi pensado de formar a unir barbearia e entretenimento em um único ambiente, resultando na seguinte planta baixa:

Figura 2 - Leiaute



Fonte: Elaboração Própria (2018)

5.2 Capacidade Instalada

A projeção é que o empreendimento possua capacidade máxima para uma demanda média mensal de 470 clientes que utilizem um ou mais serviços. A capacidade instalada de clientes presentes simultaneamente no estabelecimento é de 18 pessoas.

5.3 Processos Operacionais

As atividades listadas abaixo representam as atividades essenciais do negócio.

5.3.1 Recepção

A primeira etapa do processo começa com a recepção do cliente no estabelecimento, o mesmo realiza um breve cadastro na recepção e informa qual o serviço a ser utilizado. Não tão diferente de outros estabelecimentos, a recepção é logo na entrada da empresa, o que faz com que o cliente se sinta acolhido desde o primeiro contato com a organização.

5.3.2 Serviços de Corte de Cabelo e Estética

Após o cadastro do cliente na base de dados do estabelecimento, ele é encaminhado para o local onde irá esperar sua vez de utilizar o serviço ou diretamente para o local onde será realizado, a depender da disponibilidade.

5.3.3 Serviços de Entretenimento

O cliente recebe o serviço de bar prestado pelo estabelecimento. Pode comer, beber, jogar sinuca, totó, assistir televisão, aguardar um amigo, etc.

5.3.4 Pagamento

O cliente efetua o pagamento dos serviços de barbearia e/ou serviços de entretenimento prestados e/ou dos itens do bar consumidos.

5.3.5 Pesquisa de Satisfação

Caso seja da vontade do cliente, o mesmo poderá participar de uma pesquisa de satisfação, onde ele dará sua opinião acerca dos serviços recebidos.

5.3.6 Saída do Estabelecimento

O cliente é conduzido à saída do estabelecimento.

5.3.7 Pós-Venda

Entraremos em contato com o cliente para ouvir sua percepção acerca do serviço prestado, como grau de satisfação, probabilidade de retorno e de indicação do ambiente, reclamações e sugestões.

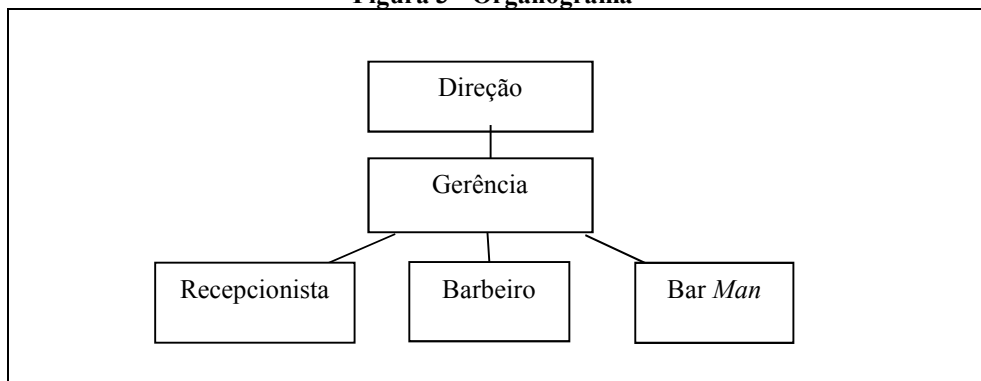
5.4 Necessidade de Pessoal

Inicialmente, nossa equipe contará com 2 (dois) barbeiros, sendo um deles um dos sócios do empreendimento, 1 (uma) recepcionista, que, além de recepcionar os clientes, atuará como caixa e gestora do empreendimento, 1 (uma) manicure, comissionada que só será chamada quando houver demanda de agendamento para os seus serviços e 1 (um) bar *man*. Totalizando, assim, 5 (cinco) colaboradores.

5.4.1 Estrutura Organizacional

Construímos o nosso organograma para que a linha hierárquica fosse definida, mas optaremos por uma estrutura organizacional informal até mesmo para desburocratizar os processos.

Figura 3 - Organograma



Fonte: Elaboração Própria (2018)

6 PLANO FINANCEIRO

6.1. Investimentos Fixos

Quadro 8 – Investimento Fixo Inicial

Item	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Valor Total
01	Máquina de Cortar Cabelo	03	R\$ 158,00	R\$ 474,00
02	Computador e Impressora	01	R\$ 1.500,00	R\$ 1.500,00
03	Cadeira Hidráulica	01	R\$ 370,00	R\$ 370,00
04	Cadeira de Barbeiro	02	R\$ 640,00	R\$ 1.280,00
05	Espelhos	02	R\$ 329,00	R\$ 658,00
06	Carrinho Auxiliar	01	R\$ 129,00	R\$ 129,00
07	Capas para Cliente	04	R\$ 17,50	R\$ 70,00
08	Espelho de Mão	01	R\$ 55,90	R\$ 55,90
09	Secador	01	R\$ 70,00	R\$ 70,00
10	Aparelho Telefônico	01	R\$ 30,00	R\$ 30,00
11	Ar Condicionado 12000btus	01	R\$ 1.249,00	R\$ 1.249,00
12	TV LCD42 Polegadas	01	R\$ 1.472,49	R\$ 1.472,49
13	Sistema de Câmeras	01	R\$ 376,00	R\$ 376,00
14	Prateleira	01	R\$ 79,90	R\$ 79,90
15	Bebedouro	01	R\$ 439,00	R\$ 439,00
16	Placa de Identificação	01	R\$ 300,00	R\$ 300,00
17	Cadeiras para Espera	06	R\$ 77,00	R\$ 462,00
18	Balcão com Banquetas	01	R\$ 599,00	R\$ 599,00
19	Mesa de Totó	01	R\$ 257,90	R\$ 257,90
20	Mesa de Sinuca	01	R\$ 648,00	R\$ 648,00
21	Utensílios de Barbearia	01	R\$ 100,00	R\$ 100,00
22	Cadeira de Manicure + Tripé	01	R\$ 188,00	R\$ 188,00
23	Toalhas	20	R\$ 4,72	R\$ 94,40
TOTAL				R\$ 10.902,59

Fonte: Elaboração Própria (2018)

6.2 Capital de Giro

6.2.1 Estoque Inicial

Quadro 9 – Investimento em Insumos

Item	Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Valor Total
01	Xampu	05	R\$ 23,75	R\$ 118,75
02	Condicionador	03	R\$ 23,75	R\$ 71,25
03	Descolorante	05	R\$ 13,97	R\$ 69,85
04	Tintura	10	R\$ 9,68	R\$ 96,80
05	Alisante	03	R\$ 20,59	R\$ 61,77
06	Neutralizante	02	R\$ 8,49	R\$ 16,98
07	Água Oxigenada	04	R\$ 17,47	R\$ 69,88
08	Lâmina Descartável	100	R\$ 0,79	R\$ 79,00
10	Henna	03	R\$ 26,26	R\$ 78,78
11	Touca para Luzes	03	R\$ 20,68	R\$ 62,04
12	Alicate de Unha	02	R\$ 13,99	R\$ 27,98
13	Afastador de Cutícula	02	R\$ 10,55	R\$ 21,10
14	Base Incolor	02	R\$ 4,70	R\$ 9,40
15	Creme para Mãos e Pés	02	R\$ 14,99	R\$ 29,98
16	Pedicuro Lixa Elétrica	01	R\$ 102,90	R\$ 102,90
17	Cerveja <i>Long Neck</i>	60	R\$ 3,29	R\$ 197,40
18	<i>Whisky 1</i>	02	R\$ 29,90	R\$ 59,80
19	<i>Whisky 2</i>	02	R\$ 79,90	R\$ 159,80
20	Vodka	02	R\$ 19,90	R\$ 39,80
21	Refrigerante em Lata	36	R\$ 1,92	R\$ 69,12
22	Água de Coco	36	R\$ 1,00	R\$ 36,00
23	Sucos	24	R\$ 1,75	R\$ 42,00
24	Amendoim	30	R\$ 0,69	R\$ 20,70
25	Salgadinhos Diversos	30	R\$ 1,25	R\$ 37,50
Total				R\$ 1.578,58

Fonte: Elaboração Própria (2018)

6.2.2 Caixa Mínimo

1º passo: Contas a receber – cálculo do prazo médio de recebimento das vendas.

Quadro 10 - Prazo Médio de Recebimento de Vendas

Prazo	(%)	Nº de dias	Média em dias
À vista	20	1	0,2
A prazo (1)	60	30	18
A prazo (2)	20	60	12
Prazo Médio Total			31 dias

Fonte: Elaboração Própria (2018)

2º passo: Fornecedores – cálculo do prazo médio de compras

Quadro 11 - Prazo Médio de Compras

Prazo	(%)	Nº de dias	Média em dias
À vista	25	1	0,25
A prazo (1)	45	30	13,5
A prazo (2)	30	60	18
Prazo Médio Total			32 dias

Fonte: Elaboração Própria (2018)

3º passo: Estoques – cálculo da necessidade média de estoque

Quadro 12 - Necessidade Média de Estoques

	Número de dias
Necessidade média de estoques	7

Fonte: Elaboração própria (2018)

4º passo: Cálculo da necessidade líquida de capital de giro em dias

Quadro 13 – Necessidade Líquida de Capital de Giro (em dias)

Recursos da empresa fora do seu caixa	Número de dias
1. Contas a receber - prazo médio de vendas	31
2. Estoques - necessidade média de estoques	7
Subtotal 1 (item 1 + item 2)	38
Recursos de terceiros no caixa da empresa	Número de dias
3. Fornecedores - prazo médio de compras	32
Subtotal 2 (item 3)	32
Necessidade líquida de capital de giro (Subtotal 1 – Subtotal 2)	6

Fonte: Elaboração Própria (2018)

O caixa mínimo representa a reserva financeira destinada ao financiamento dos custos operacionais nos meses iniciais de atividade da organização. Diante de tudo o que foi exposto ao longo do subtítulo 6.2, segue uma projeção:

Quadro 14 - Caixa Mínimo

Custo Fixo Mensal	R\$ 9.731,94
Custo Variável Mensal	R\$ 2.541,59
Custo Total da Empresa	12.273,53
Custo Total diário	R\$ 409,12
Necessidade Líquida de Capital de Giro (dias)	6
Caixa Mínimo	R\$ 2.454,71

Fonte: Elaboração Própria (2018)

O capital de giro é o total de recursos necessário para que não haja necessidade de financiamento de recursos para tornar possível o funcionamento normal da empresa, compreende a compra de matérias-primas ou mercadorias, o financiamento das vendas e o pagamento das despesas. Sendo assim, temos abaixo a projeção do resumo do capital de giro inicial do empreendimento:

Quadro 15 – Capital de Giro (Resumo)

Descrição	Valor
A – Estoque Inicial	R\$ 1.578,58
B – Caixa Mínimo	R\$ 2.454,71
TOTAL DO CAPITAL DE GIRO (A+B)	R\$ 4.033,29

Fonte: Elaboração Própria (2018)

6.3 Investimentos Pré-Operacionais

Neste tópico, serão listados os investimentos necessários para que o empreendimento fique em condições de abrir suas portas e começar a funcionar.

Quadro 16 – Investimentos pré-operacionais

Descrição	Valor
Despesas de legalização	R\$ 600,00
Reforma do prédio	R\$ 3.500,00
Divulgação	R\$ 1.000,00
Cursos e treinamentos	R\$ 1.807,35
Total	R\$ 6.907,35

Fonte: Elaboração Própria (2018)

6.4 Investimento Total

O investimento total provém das estimativas de valores necessários para os investimentos fixos, financeiros e pré-operacionais. A soma destes valores representa o total a ser investido no negócio.

Quadro 17 – Investimento Total

Descrição	Valor	%
Estimativa dos investimentos fixos – Quadro 7	R\$ 10.902,59	49,9
Estimativa do capital de giro – Quadro 14	R\$ 4.033,29	18,5
Estimativa dos investimentos pré-operacionais – Quadro 15	R\$ 6.907,35	31,6
Total	R\$ 21.843,23	100

Fonte: Elaboração Própria (2018)

Quadro 18 – Fonte de recursos

Descrição	Valor	%
Recursos próprios	R\$ 21.843,23	100
Total	R\$ 21.843,23	100

Fonte: Elaboração Própria (2018)

6.5 Receita Operacional

O Quadro 19 apresenta uma projeção das receitas quando o negócio opera com 80% da capacidade.

Quadro 19 - Receita Operacional

Serviço	Preço	Serviço/ mês	Faturamento/mês	Faturamento/ano
Corte de cabelo	R\$ 20,00	192	R\$ 3.840,00	R\$ 46.080,00
Reflexo	R\$ 30,00	39	R\$ 1.170,00	R\$ 14.040,00
Coloração	R\$ 25,00	20	R\$ 500,00	R\$ 6.000,00
Alisamento	R\$ 35,00	39	R\$ 1.365,00	R\$ 16.380,00
Barba Completa	R\$ 15,00	144	R\$ 2.160,00	R\$ 25.920,00

Barba com Pigmentação	R\$ 30,00	39	R\$ 1.170,00	R\$ 14.040,00
Limpeza das Sobrancelhas	R\$ 12,00	96	R\$ 1.152,00	R\$ 13.824,00
Higienização das Unhas	R\$ 25,00	58	R\$ 1.450,00	R\$ 17.400,00
Mesa de Sinuca	R\$ 2,00	400	R\$ 800,00	R\$ 9.600,00
Mesa de Totó	R\$ 2,00	192	R\$ 384,00	R\$ 4.608,00
Cerveja <i>Long Neck</i>	R\$ 5,00	96	R\$ 480,00	R\$ 5.760,00
<i>Whisky 1</i>	R\$ 4,00	20	R\$ 80,00	R\$ 960,00
<i>Whisky 2</i>	R\$ 5,00	39	R\$ 195,00	R\$ 2.340,00
<i>Drinks</i>	R\$ 5,00	29	R\$ 145,00	R\$ 1.740,00
Água de Coco	R\$ 2,00	48	R\$ 96,00	R\$ 1.152,00
Sucos	R\$ 4,00	36	R\$ 144,00	R\$ 1.728,00
Refrigerante em Lata	R\$ 4,00	72	R\$ 288,00	R\$ 3.456,00
Amendoim	R\$ 2,00	96	R\$ 192,00	R\$ 2.304,00
Salgadinhos Diversos	R\$ 3,00	108	R\$ 324,00	R\$ 3.888,00
TOTAL	-	-	R\$ 15.935,00	R\$ 191.220,00

Fonte: Elaboração Própria (2018)

6.6 Custo de Comercialização

Esse tipo de despesa incide diretamente sobre as vendas e representa os gastos com impostos e demais custos que viabilizam a comercialização do serviço.

Quadro 20 – Custos de Comercialização

Descrição	%	Faturamento Estimado	Custo Total
1. Impostos			
SIMPLES	6	R\$ 15.935,00	R\$ 956,10
Subtotal 1			R\$ 956,10
2. Gastos com vendas			
Publicidade	3	R\$ 15.935,00	R\$ 478,05
Taxa de administração do cartão de crédito	3	R\$ 12.748,00	R\$ 382,44
Comissão (Manicure)	50	R\$ 1.450,00	R\$ 725,00
Subtotal 2			R\$ 1.585,49
TOTAL			R\$ 2.541,59

Fonte: Elaboração Própria (2018)

6.7 Custos com Mão de Obra

Na elaboração do Quadro a seguir, levamos em consideração o custo relacionado a apenas 1 (um) barbeiro, visto que o 2º (segundo) é o próprio dono e seu custo já está incluso no pró-labore, assim como não levamos em consideração o custo proveniente da recepcionista, que será a sócia do empreendimento e também tem seu custo incluso no pró-labore, bem como a manicure que será comissionada.

Quadro 21 - Despesa com Pessoal

Função	Nº de Empregados	Salário Mensal	Encargos (%)	Salário Total
Barbeiro	1	R\$ 1.302,33	8	R\$ 1.406,52
Bar Man	1	R\$ 950,00	8	R\$ 1.026,00
TOTAL				R\$ 2.432,52

Fonte: Elaboração Própria (2018)

6.8 Custos com Depreciação

Quadro 22 - Depreciação

Descrição	Valor	Vida Útil	Depreciação Anual	Depreciação Mensal
Obras Cíveis/Reformas	R\$ 3.500,00	15 anos	R\$ 233,33	R\$ 19,44
Máquinas e Equipamentos	R\$ 5.213,39	05 anos	R\$ 1.042,68	R\$ 86,89
Computadores	R\$ 1.500,00	03 anos	R\$ 500,00	R\$ 41,67
Móveis e Utensílios	R\$ 2.450,90	10 anos	R\$ 245,09	R\$ 20,42
TOTAL DA DEPRECIAÇÃO			R\$ 2.021,10	R\$ 168,42

Fonte: Elaboração Própria (2018)

6.9 Custos Fixos Operacionais Mensais

Quadro 23 - Despesas Operacionais

Item	Descrição	Valor
01	IPTU	R\$ 175,00
02	Energia Elétrica	R\$ 350,00
03	Telefone	R\$ 80,00
04	Internet	R\$ 80,00
05	Aluguel da Maquineta	R\$ 150,00
06	Aquisição de Insumos	R\$ 1.000,00
07	Salários + Encargos	R\$ 2.432,52
08	Transporte	R\$ 312,00
09	Alimentação	R\$ 320,00
10	Material de Limpeza	R\$ 120,00
11	Material de Escritório	R\$ 90,00
12	Contador	R\$ 954,00
13	Pró-Labore	R\$ 3.500,00
14	Depreciação	R\$ 168,42
TOTAL		R\$ 9.731,94

Fonte: Elaboração Própria (2018)

6.10 Demonstrativo dos Resultados

Este tópico apresentará os resultados do negócio, verificando, a partir das estimativas realizadas, se ela possivelmente operará com lucro ou prejuízo.

Quadro 24 - DRE

Descrição	Valores Mensais em R\$	Valor Anual em R\$
RECEITA TOTAL (=)	15.935,00	191.220,00
Prestação de Serviços	15.935,00	191.220,00
CUSTOS VARIÁVEIS TOTAIS (-)	2.541,59	30.499,08
RESULTADO OPERACIONAL (=)	13.393,41	160.720,92
CUSTOS FIXOS TOTAIS (-)	9.731,94	116.783,28
LUCRO LÍQUIDO (=)	3.661,47	43.937,64

Fonte: Elaboração Própria (2018)

7 INDICADORES DE VIABILIDADE

7.1 Ponto de Equilíbrio

A partir deste indicador, podemos estimar o faturamento necessário para cobrir os custos operacionais do empreendimento.

Para efetuar o cálculo do Ponto de Equilíbrio (PE) é preciso encontrar o valor do Índice da Margem de Contribuição (IMC) através da fórmula abaixo, onde 'RT' é a Receita Total e 'CV' o Custo Variável:

$$\text{IMC} = \frac{\text{RT} - \text{CV}}{\text{RT}} = \frac{15.935,00 - 2.541,59}{15.935,00} \quad \text{IMC} = 0,841$$

Com o valor do Índice da Margem de Contribuição (IMC) calculado, encontraremos o Ponto de Equilíbrio (PE) através da fórmula abaixo, onde 'CF' é o Custo Fixo:

$$\text{PE} = \frac{\text{CF}}{\text{IMC}} = \frac{9.731,94}{0,841} \quad \text{PE} = 11.571,87$$

Conclui-se, então, que a empresa deve contar com uma receita mínima de R\$ 11.571,87 para que não funcione no prejuízo.

7.2 Lucratividade

A partir deste indicador, importante por estar diretamente ligado à competitividade do negócio, estimaremos o percentual de lucratividade.

$$\text{Lucratividade: } \frac{\text{Lucro Líquido} * 100}{\text{Receita Total}} = \frac{43.937,64 * 100}{191.220,00} = 22,98\% \text{aa}$$

É possível concluir que, após a gestão do empreendimento arcar com todas as suas obrigações financeiras, 'sobra' R\$43.937,64 na forma de lucro, o que indica uma lucratividade de 22,98% ao ano.

7.3 Rentabilidade

A partir deste indicador de atratividade, é possível mensurar o retorno do capital investido.

$$\text{Rentabilidade: } \frac{\text{Lucro Líquido} * 100}{\text{Investimento Total}} = \frac{43.937,64 * 100}{21.843,23} = 201,15\% \text{aa}$$

Constata-se que o negócio é rentável, pois, a cada ano, os empreendedores podem recuperar 201,15% do total investido.

7.4 Prazo de Retorno do Investimento

Este indicador estima o tempo necessário para que o empreendedor recupere o que investiu no seu negócio. Assim como a rentabilidade, também é um indicador de atratividade.

$$\text{PRI: } \frac{\text{Investimento Total}}{\text{Lucro Líquido}} = \frac{21.843,23}{43.937,64} = 0,5 \text{ ano}$$

O resultado indica que, após em aproximadamente 6 meses da inauguração do negócio, é possível recuperar, na forma de lucro, tudo o que foi investido na construção do empreendimento.

8 CONSTRUÇÃO DOS CENÁRIOS

8.1 Cenário Otimista

No cenário otimista, obtém-se um lucro líquido que possibilita cobrir possíveis passagens pelos cenários pessimistas, além de permitir folga financeira para investir em oportunidades e melhorias.

No Quadro 25 está representada a projeção das receitas em um cenário otimista, quando o empreendimento funciona com 100% da capacidade instalada, a partir daí, temos nos Quadros 26 e 27, respectivamente, as projeções dos custos de comercialização e da DRE para este cenário.

Quadro 25 - Projeção das Receitas

Serviço	Preço	Serviço/ mês	Faturamento/mês	Faturamento/ano
Corte de cabelo	R\$ 20,00	240	R\$ 4.800,00	R\$ 57.600,00
Reflexo	R\$ 30,00	48	R\$ 1.440,00	R\$ 17.280,00
Coloração	R\$ 25,00	24	R\$ 600,00	R\$ 7.200,00
Alisamento	R\$ 35,00	48	R\$ 1.680,00	R\$ 20.160,00
Barba Completa	R\$ 15,00	180	R\$ 2.700,00	R\$ 32.400,00
Barba com Pigmentação	R\$ 30,00	48	R\$ 1.440,00	R\$ 17.280,00
Limpeza das Sobrancelhas	R\$ 12,00	120	R\$ 1.440,00	R\$ 17.280,00
Higienização das Unhas	R\$ 25,00	72	R\$ 1.800,00	R\$ 21.600,00
Mesa de Sinuca	R\$ 2,00	500	R\$ 1.000,00	R\$ 12.000,00

Mesa de Totó	R\$ 2,00	240	R\$ 480,00	R\$ 5.760,00
Cerveja <i>Long Neck</i>	R\$ 5,00	120	R\$ 600,00	R\$ 7.200,00
<i>Whisky 1</i>	R\$ 4,00	24	R\$ 96,00	R\$ 1.152,00
<i>Whisky 2</i>	R\$ 5,00	48	R\$ 240,00	R\$ 2.880,00
<i>Drinks</i>	R\$ 5,00	36	R\$ 180,00	R\$ 2.160,00
Água de Coco	R\$ 2,00	60	R\$ 120,00	R\$ 1.440,00
Suco	R\$ 4,00	44	R\$ 176,00	R\$ 2.112,00
Refrigerante em Lata	R\$ 4,00	90	R\$ 360,00	R\$ 4.320,00
Amendoim	R\$ 2,00	120	R\$ 240,00	R\$ 2.880,00
Salgadinhos Diversos	R\$ 3,00	135	R\$ 405,00	R\$ 4.860,00
TOTAL	-	-	R\$ 19.797,00	R\$ 237.564,00

Fonte: Elaboração Própria (2018)

Quadro 26 - Projeção dos Custos de Comercialização

Descrição	%	Faturamento Estimado	Custo Total
1. Impostos			
SIMPLES	6	R\$ 19.797,00	R\$ 1.187,82
Subtotal 1			R\$ 1.187,82
2. Gastos com vendas			
Publicidade	3	R\$ 19.797,00	R\$ 593,91
Taxa de administração do cartão de crédito	3	R\$ 14.847,75	R\$ 445,43
Subtotal 2			R\$ 1.039,34
3. Gasto com Manicure	50	R\$ 1.800,00	R\$ 900,00
TOTAL			R\$ 3.127,17

Fonte: Elaboração Própria (2018)

Quadro 27 - Projeção da DRE

Descrição	Valores Mensais em R\$	Valor Anual em R\$
RECEITA TOTAL (=)	19.797,00	237.564,00
Prestação de Serviços	19.797,00	237.564,00
CUSTOS VARIÁVEIS TOTAIS (-)	R\$ 3.127,17	37.526,04
RESULTADO OPERACIONAL (=)	16.669,83	200.037,96
CUSTOS FIXOS TOTAIS (-)	9.731,94	116.783,28
LUCRO LÍQUIDO (=)	6.937,89	83.254,68

Fonte: Elaboração Própria (2018)

8.2 Cenário Pessimista

Provavelmente nos primeiros meses de atividade do negócio, as receitas serão menores que as previstas, caracterizando o cenário pessimista. Desse modo, trabalharemos fortemente em campanhas de *marketing* a fim de promover a Mr. Barber, como também lançaremos promoções com o intuito de alavancar as vendas.

Mesmo operando no cenário pessimista, o negócio é viável, visto que a receita prevista é maior que o valor estabelecido pelo indicador do ponto de equilíbrio.

O Quadro 28 demonstra uma projeção das receitas em um cenário onde o empreendimento funciona com 60% da capacidade instalada, a partir daí, temos nos Quadros 29 e 30, respectivamente, as projeções dos custos de comercialização e da DRE para este cenário.

Quadro 28 - Projeção das Receitas

Serviço	Preço	Serviço/ mês	Faturamento/mês	Faturamento/ano
Corte de Cabelo	R\$ 20,00	144	R\$ 2.880,00	R\$ 34.560,00
Reflexo	R\$ 30,00	29	R\$ 870,00	R\$ 10.440,00
Coloração	R\$ 25,00	15	R\$ 375,00	R\$ 4.500,00
Alisamento	R\$ 35,00	29	R\$ 1.015,00	R\$ 12.180,00
Barba Completa	R\$ 15,00	108	R\$ 1.620,00	R\$ 19.440,00
Barba com Pigmentação	R\$ 30,00	29	R\$ 870,00	R\$ 10.440,00
Limpeza das Sobrancelhas	R\$ 12,00	72	R\$ 864,00	R\$ 10.368,00
Higienização das Unhas	R\$ 25,00	44	R\$ 1.100,00	R\$ 13.200,00
Mesa de Sinuca	R\$ 2,00	300	R\$ 600,00	R\$ 7.200,00
Mesa de Totó	R\$ 2,00	144	R\$ 288,00	R\$ 3.456,00
Cerveja <i>Long Neck</i>	R\$ 5,00	72	R\$ 360,00	R\$ 4.320,00
<i>Whisky 1</i>	R\$ 4,00	15	R\$ 60,00	R\$ 720,00
<i>Whisky 2</i>	R\$ 5,00	29	R\$ 145,00	R\$ 1.740,00
<i>Drinks</i>	R\$ 5,00	22	R\$ 110,00	R\$ 1.320,00
Água de Coco	R\$ 2,00	36	R\$ 72,00	R\$ 864,00
Suco	R\$ 4,00	27	R\$ 108,00	R\$ 1.296,00
Refrigerante em Lata	R\$ 4,00	54	R\$ 216,00	R\$ 2.592,00
Amendoim	R\$ 2,00	72	R\$ 144,00	R\$ 1.728,00
Salgadinhos Diversos	R\$ 3,00	81	R\$ 243,00	R\$ 2.916,00
TOTAL	-	-	R\$ 11.940,00	R\$ 143.280,00

Fonte: Elaboração Própria (2018)

Quadro 29 - Projeção dos Custos de Comercialização

Descrição	%	Faturamento Estimado	Custo Total
1. Impostos			
SIMPLES	6	R\$ 11.940,00	R\$ 716,40
Subtotal 1			R\$ 716,40
2. Gastos com vendas			
Publicidade	3	R\$ 11.940,00	R\$ 358,20
Taxa de administração do cartão de crédito	3	R\$ 8.955,00	R\$ 268,65
Subtotal 2			R\$ 626,85
3. Gasto com Manicure	50	R\$ 1.100,00	R\$ 550,00
TOTAL			R\$ 1.893,25

Fonte: Elaboração Própria (2018)

Quadro 30 - Projeção da DRE

Descrição	Valores Mensais em R\$	Valor Anual em R\$
RECEITA TOTAL (=)	11.940,00	143.280,00
Prestação de Serviços	11.940,00	143.280,00
CUSTOS VARIÁVEIS TOTAIS (-)	R\$ 1.893,25	22.719,00
RESULTADO OPERACIONAL (=)	10.046,75	120.561,00
CUSTOS FIXOS TOTAIS (-)	9.731,94	116.783,28
LUCRO LÍQUIDO (=)	314,81	3.777,72

Fonte: Elaboração Própria (2018)

9 DECISÃO GERENCIAL

Tendo em vista a evolução do ramo de barbearias nas últimas décadas, assim como de todo o setor de beleza masculina, encontramos neste projeto um negócio propício ao empreendimento de sucesso que almejamos.

Através deste plano, elaborado com o intuito de verificar a viabilidade da implantação da Mr. Barber, pudemos analisar as variáveis e mensurar os riscos, chegando à conclusão de que trata-se de um negócio rentável, pois possui uma lucratividade considerável.

Vislumbrando o contexto atual da área de atuação pretendida, é notório que a probabilidade de ser um empreendimento promissor e de muito sucesso é bem maior do que a probabilidade de se tornar algo retrocesso. Além disso, nossa localização facilita o acesso do público-alvo ao nosso ambiente, visto que nossos principais concorrentes estão à nossa volta o que já atrai a clientela que procura o serviço oferecido.

Sendo assim, optamos por agilizar os processos para colocar o negócio em funcionamento o quanto antes, trazendo ao mercado bayeuxense um novo conceito de barbearia com excelência e qualidade nos serviços oferecidos.

APÊNDICE A: Questionário de Pesquisa

Pesquisa de Mercado Serviços de Barbearia

Prezado(a) respondente,

Este questionário de pesquisa tem como objetivo coletar dados com a finalidade de verificar a viabilidade da abertura de uma **barbearia** na cidade de Bayeux, mais especificamente no bairro da Imaculada. O mesmo tem tempo de resposta estimado em apenas 5 minutos. É importante que as respostas estejam de acordo com a sua realidade o mais próximo possível. Desde já, agradeço sua colaboração!

Idade

- ☐ Menor de 18 anos ☐ Entre 18 e 21 anos ☐ Entre 22 e 29 anos
☐ Entre 30 e 39 anos ☐ 40 anos ou mais

Estado Civil

- ☐ Solteiro ☐ Divorciado/Separado ☐ Casado ☐ Viúvo

Outro: _____

Atualmente, em qual bairro você reside?

Escolaridade

- ☐ Analfabeto ☐ Ensino fundamental (completo/incompleto)
☐ Ensino médio (completo/incompleto) ☐ Ensino Superior (Completo/incompleto)
☐ Pós-graduação (completo/incompleto)

Incluindo você, qual a sua renda familiar?

- ☐ Até R\$ 954,00 ☐ De R\$ 954,01 até R\$ 2.862,00 ☐ De R\$ 2.862,01 até R\$ 5.724,00
☐ De R\$ 5.724,01 até R\$ 8.586,00 ☐ Mais de R\$ 8.586,00

Quando foi a última vez que você frequentou uma barbearia?

- ☐ Há alguns dias ☐ Semana passada ☐ Há 15 dias ☐ Mês passado

Outro: _____

Por qual necessidade você frequenta uma barbearia?

- ☐ Bem estar ☐ Estilo ☐ Satisfação ☐ Necessidade básica

Outro: _____

Qual foi a última barbearia que você frequentou? A última visitada, ou, se possível, a última que você lembra.

Com base na resposta anterior, qual alternativa apresenta o motivo mais relevante pelo qual você escolheu esta barbearia?

- ☐ Atendimento prestado ☐ Comodidade ☐ Mix de serviços oferecidos
☐ Horário disponibilizado para atendimento Outro _____

Qual o seu nível de satisfação com a sua última experiência em uma barbearia?

() Baixo () Moderado () Alto

Com que frequência você costuma usar os serviços de uma barbearia?

() 1 vez por semana () 2 vezes por semana () A cada 15 dias
() 1 vez no mês Outro: _____

Em qual/quais dia(s) da semana você costuma frequentar uma barbearia?

() Segunda-feira () Terça-feira () Quarta-feira () Quinta-feira
() Sexta-feira () Sábado () Domingo

Em média, qual o valor gasto por você em uma visita à barbearia?

() Entre R\$10 e R\$ 25 () Entre R\$26 e R\$50 () Entre R\$51 e R\$75
() \$76 ou mais

Dentro de uma barbearia, que outro tipo de produto/serviço você gostaria que fosse oferecido?

() Produtos de beleza masculinos (cosméticos)
() Higienização de unhas
() Bar man (serviços de bar)

Outro(s): _____

Quais tipos de promoções você prefere?

() Sorteios () Cartão Fidelidade () Brindes () Descontos

Outro(s): _____

Através de quais meios você costuma procurar informações quando procura um serviço de barbearia?

() Facebook () Instagram () Google (avaliações, localização etc.)
() Site da empresa () Indicações de amigos/familiares

Outro(s): _____

Como você avalia as barbearias que já frequentou com relação a:

Critério	Escala				
Localização	() Péssima	() Ruim	() Boa	() Ótima	() Excelente
Infraestrutura	() Péssima	() Ruim	() Boa	() Ótima	() Excelente
Atendimento	() Péssima	() Ruim	() Boa	() Ótima	() Excelente
Qualidade nos Serviços	() Péssima	() Ruim	() Boa	() Ótima	() Excelente
Preços	() Péssima	() Ruim	() Boa	() Ótima	() Excelente
Pós-venda	() Péssima	() Ruim	() Boa	() Ótima	() Excelente

Nos quesitos abaixo, indique o seu nível de concordância com as afirmativas:

Marcar 1 significa que você discorda totalmente com a afirmativa.

Marcar 5 significa que você concorda totalmente com a afirmativa.

Afirmção					
Eu gosto de cuidar da minha aparência física.	1	2	3	4	5
Eu costumo ser fiel a uma só barbearia.	1	2	3	4	5
Eu costumo reservar um dia específico para ir a uma barbearia.	1	2	3	4	5
Minha aparência física é algo que não confio a qualquer profissional.	1	2	3	4	5

Uma barbearia já entrou em contato comigo após ter realizado um serviço lá.	1	2	3	4	5
Não tenho tempo para cuidar da minha aparência física em casa.	1	2	3	4	5
Eu prefiro me cuidar em barbearia ecologicamente correta.	1	2	3	4	5
Não confio em barbearias que cobram muito barato pelos serviços.	1	2	3	4	5
Costumo priorizar barbearias que possuem ambiente de descontração (bar, jogos, etc).	1	2	3	4	5
Cuidar da minha aparência física é uma atividade prioritária em minha agenda.	1	2	3	4	5