

Liberty Barbearia: plano de negócio

Jéssica Samara Rodrigues¹

Milene Silva Ferreira²

Luiz Antônio de Carvalho Godinho³

Jailton de Souza⁴

Recebido em: 27.06.2022

Aprovado em: 14.07.2022

Resumo: A prática de empreender tem aumentado, de forma interessante, nas últimas décadas. São diversas empresas em diferentes segmentos do mercado. Um dos fatos que impulsionam pessoas a empreender é a globalização, que expõe ideias das mais diferentes formas de produção e serviços, em nível mundial. O plano de negócio apresenta a ideia inovadora de ter uma barbearia comandada somente por mulheres é um passo a mais na busca da conquista pelo espaço feminino no mundo dos negócios, principalmente este no qual é comandado apenas por homens.

Palavras-chave: barbearia; mulheres; empreendedorismo.

Liberty Barbearia: business plan

Abstract: The practice of entrepreneurship has increased, interestingly, in recent decades. There are several companies in different market segments. One of the facts that drive people to undertake is globalization, which exposes ideas of the most different forms of production and services, worldwide. The business plan presents the innovative idea of having a barbershop run only by women is one more step in the pursuit of conquering the female space in the business world, especially this one in which it is run only by men.

Keywords: barbershop; women; entrepreneurship.

¹ Discente do curso de Administração da Faculdade Minas Gerais - Famig

² Discente do curso de Administração da Faculdade Minas Gerais - Famig

³ Doutor em Administração pela Universidade Federal de Minas Gerais (2016), Mestre em Administração pela Universidade Federal de Minas Gerais (2004), especialização em Gestão Estratégica de Marketing pelo CEGE/UFMG (2001) e graduação em Comunicação Social.

⁴ Revisor. Bacharel em Psicologia, Criminólogo e Mestre em Administração. Experiência como docente em cursos superiores.

1 INTRODUÇÃO

De acordo com Machado (2013) a restrição baseada no gênero nos papéis tradicionais de homens e mulheres na sociedade muitas vezes os impede de se abrir para novas possibilidades. É verdade que nenhum trabalho é específico de gênero, mas geralmente os espaços profissionais até agora foram atribuídos categoricamente de acordo com o gênero, como no caso da profissão de barbeiro, por isso esse plano de negócio tem o objetivo de ampliar os conhecimentos sobre uma barbearia comandada somente por mulheres. De acordo com o *Bureau of Labor Statistics*, dos 135.000 barbeiros registrados nos EUA em 2017, apenas 16% eram mulheres (muitos barbeiros trabalham sem obter autorizações e licenças e não aparecem nos números do governo). “De acordo com dados fornecidos pelo Ministério Público do Trabalho, no Brasil em 2007, o sexo feminino representava 40,8% do mercado formal de trabalho e, em 2016, elas passaram a ocupar 44% das vagas” (KONDZILLA, 2022).

A prática de empreender tem aumentado, de forma interessante, nas últimas décadas. São diversas empresas em diferentes segmentos do mercado. Um dos fatos que impulsionam pessoas a empreender é a globalização, que expõe ideias das mais diferentes formas de produção e serviços, em nível mundial.

Não são apenas os homens que têm procurado empreender novos negócios. O aumento participativo das mulheres no mercado de trabalho é tema para estudos e tem chamado a atenção devido as mais diversas mudanças. Em termos da economia do país, destaque para o aumento significativo da participação feminina na População Economicamente Ativa – PEA (SILVEIRA, 2004).

Com base em dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE (2007) as mulheres representam 44% da PEA e 36% dos novos empreendimentos criados no Brasil. A causa da relevância e aumento do percentual é resultado da elevada participação das mulheres nos setores de comércio e de serviços em geral, o que também impulsiona o aumento do Produto Interno Bruto – PIB brasileiro. Essa participação das mulheres no mercado do empreendedorismo

alavanca a saúde financeira de diversas empresas e promove melhorias no desempenho da economia.

A mulher empreendedora é dotada de características peculiares, quando se trata maneira de gerir a própria empresa. Encorajar a participação de pessoas para que sejam sócios ou colaboradores, saber partilhar informações, valorizar e motivar pessoas para o trabalho são algumas dessas características, além de um modo diferenciado de abordar cada cliente, como se fosse único (BILLING, ALVESSON, 2000). Machado (2007, p.7) cita que “uma tendência a objetivos claros, estrutura simples, comportamento estratégico inovador, estilo cooperativo de liderança e ênfase na qualidade”, igualmente, pode ser incorporado as características da mulher empreendedora.

1.1 Principais pontos do negócio

Resumidamente, as principais características do negócio são: Barbearia comandada somente por mulheres na parte administrativa e operacional. A motivação para a escolha do negócio foi combinar a barbearia tradicional com uma ideia moderna. Os produtos e serviços oferecidos serão serviços capilares, tratamento de pele e de cabelo, manicure e pedicure, cosméticos e mimos, como serviços de bar. Os diferenciais do negócio será o atendimento realizado exclusivamente por mulheres, serviço e ambiente de qualidade.

O diferencial do negócio será o serviço prestado e a operacionalização do empreendimento ser realizado somente por mulheres. Os principais clientes são homens, os potenciais clientes pagarão para adquirir o produto primeiramente por curiosidade e posteriormente por boas indicações.

1.2 Empreendedores e experiência profissional

O líder é peça essencial dentro das equipes, pois ele é o responsável por fazer a mediação entre os liderados e os objetivos da organização. Sabendo que sua função é imprescindível dentro das organizações e que a mesma possui um grande leque de possibilidades, é fundamental a abordagem deste tema e sua aplicabilidade nas organizações. Abaixo a apresentação das sócias:

- Nome da empreendedora; Milene Silva Ferreira
 - Breve currículo: Profissionalizante de Informática – Cedaspy. Pacote Office Básico. Certificação ABAC – PCA 10. Curso de Capacitação em Consórcio. Curso produção à Lei Brasileira de Proteção de Dados Pessoais. Curso de Prevenção à Lavagem de dinheiro e Financiamento do Terrorismo.

- Nome da empreendedora; Jéssica Rodrigues
 - Breve currículo: Administração - FAMIG – Belo Horizonte, Minas Gerais Conclusão - Julho/2022. Técnico em Informática – CECOM - TI – Belo Horizonte, Minas Gerais Conclusão - Dezembro/2016

1.3 Dados do empreendimento

Razão social: Liberty Barbearia

Nome fantasia: Liberty Barbearia

Endereço: Av. Francisco Sá, 154 - Prado, Belo Horizonte - MG, 30441-018

1.4 Missão

Inclusão das mulheres em um “universo” comandado por homens e mostrar como as mulheres são eficientes para exercer a função de barbeira e prestar um excelente atendimento, os potenciais clientes são homens que buscam cuidar de sua aparência e receber cuidados diferenciados do que já estão acostumados.

1.5 Visão

Consolidar – se como referência em estética masculina em Belo Horizonte.

1.6 Forma jurídica

A forma jurídica apresentada pela Liberty Barbearia é uma sociedade empresarial composta por duas pessoas, é um acordo entre duas ou mais pessoas para supervisionar as operações comerciais e compartilhar seus lucros e passivos.

1.7 Enquadramento tributário

O Simples Nacional se refere às normas relacionadas ao tratamento tributário diferenciado que favorece as microempresas e empresas de pequeno porte no âmbito da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, por meio de um regime único de arrecadação. Será aplicado à sociedade econômica que obtenha a receita bruta anual máxima de R\$ 380.550,00.

1.8 Capital social

O capital social é composto pelos recursos que serão aplicados no negócio.

Abaixo estão informados o valor e o percentual investidos de cada sócio.

Tabela 1 – Capital Social

	Nome do Sócio	Valor (R\$)	% de participação
Sócio 1	Milene	32.500,00	50%
Sócio 2	Jéssica	32.500,00	50%
Total		65.000,00	100%

Fonte: Elaborado pelas Autoras (2022)

1.9 Fonte de recursos

A fonte de recursos utilizadas para a abertura do negócio foi capital próprio, esse valor é a parcela de capital disponível nas empresas, obtida pelos sócios.

2 ANÁLISE DE MERCADO

2.1 Clientes

Pode-se dizer que uma análise do cliente (ou perfil do cliente) é uma seção crítica do plano de negócios de uma empresa. O plano de negócio identifica os clientes-alvo, verifica as necessidades desses clientes e, em seguida, especifica como o produto e os serviços satisfazem essas necessidades, para tanto abaixo estão as informações referente a cliente da barbearia Liberty.

O perfil dos potenciais clientes são homens e pessoas que se identificarem com o gênero masculino, que já tem ou não o costume de ter cuidados estéticos em uma

barbearia. A ideia é trazer o cliente para conhecer o empreendimento e conhecer os tipos de serviços oferecidos e torná-lo um cliente fixo, sabe-se que homens geralmente fazem corte de cabelo quinzenalmente, o objetivo é fidelizar o cliente com horários e dias fixos.

O cliente terá como motivação a sua ida a barbearia pois será além de um local com excelentes serviços um ambiente agradável, respeitoso, com funcionárias preparadas para recebê-lo e cuidar de sua estética (cabelos, unhas e pele) além de oferecer também produtos alimentícios e cosméticos. O preço será justo calculado mediante o preço da concorrência e qualidade do serviço, as formas de pagamento aceitas serão PIX, Cartões, dinheiro, a localização, pontualidade e agilidade também será um diferencial para atrair e fazer o cliente. A Liberty barbearia tem um grande potencial de visibilidade, indicações e crescimento. Sabemos que em épocas festivas e eventos na cidade esse setor tem uma demanda maior, aproveitaremos sempre essas oportunidades para atrair clientes e expandir o negócio. Os nossos clientes possuem uma renda bruta mensal a partir de cinco salários mínimos, com a classe social média alta.

Segundo o Blog Papo de Barbeiro, “O mercado de beleza brasileiro é o segundo maior do mundo, atrás apenas dos EUA. A previsão de crescimento para o mercado de beleza masculina é de que a soma chegue a US \$78,6 bilhões em 2023.” (BLOG DO BARBEIRO, 2021).

2.2 Concorrentes

A concorrência existe, pois, tem muitos segmentos de barbearia na cidade, porém nenhum tem o nosso diferencial e atrativo que é uma barbearia gerenciada somente por mulheres. Levando em consideração as barbearias da região os principais pontos negativos são: falta de horários, atraso no atendimento, cortes padronizados, ambiente hostil, serviços oferecidos são só barba e cabelo, e são nesses pontos negativos que nossa empresa se destacará positivamente. Atualmente temos alguns concorrentes, são eles, Barbearia Torres fundada em 1992 por Edimar Torres um conceituado barbeiro com formação realizada nas maiores escolas de barbeiros e cabeleireiros do EUA e na Europa. A barbearia Torres é uns dos nossos concorrentes

principais uma barbearia bastante conceituada, possui uma localização estratégica e oferece serviços de alta qualidade e a Barbearia Seu Elias fundada em julho de 2013 por Elias Torres. A barbearia executiva Seu Elias conta, atualmente, com 4 unidades nas principais regiões de Belo Horizonte: Pampulha, Savassi, Belvedere e Ouro Minas. Atualmente a Barbearia se destaca no ramo masculino da Capital, conceituada por excelência no atendimento e qualidade de serviços. Atualmente existe somente uma barbearia em Belo Horizonte operacionalizada somente por mulheres.

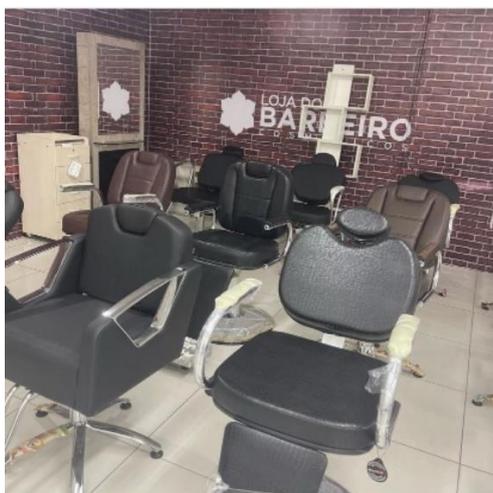
2.3 Fornecedores

Destacar-se da concorrência é fundamental para o sucesso de uma empresa e os fornecedores de equipamentos, ferramentas, móveis, utensílios, matérias-primas, embalagens, mercadorias e serviços devem ser de qualidade, pensando nisso fizemos bastante pesquisa com empresas que oferecem produtos e serviços com preço justo e qualidade.

Mediante orçamentos percebemos que os preços dos equipamentos e produtos estão conforme esperados, as condições de pagamento são flexíveis podendo ser parcelado os prazos de entrega estão dentro das necessidades da Liberty Barbearia. Presentemente os nossos principais fornecedores são a Loja do Barbeiro, localizada em diversos pontos da grade Belo Horizonte e o e-commerce Casa do Barbeiro.

Através dos nossos parceiros compraremos os nossos mobiliários, e produtos como, mesa, cadeira, lavatório, pente, máquina, lâminas, tesoura, pincel, toalhas, *shampoo*, condicionador, esmaltes/ bases e entre outros diversos produtos necessários para manter a nossa barbearia em funcionamento, abaixo figuras 1 e 2 como demonstração.

Figura 1 – Fornecedor



Fonte: Perfil do Instagram @lojadobarbeiomg (2022)

Figura 2– Fornecedor



Fonte: Perfil do Instagram @casadobarbeiro (2022)

3 PLANO DE MARKETING

3.1 Produtos e serviços

A Liberty barbearia oferecerá para os clientes os serviços de corte de cabelo, barba, massagem facial, sobrancelha, limpeza de pele, hidratação capilar e de barba, manicure e pedicure, além de produtos para manter os cuidados capilares e de pele em casa, tais como cremes de pele, esfoliante, protetor solar, shampoo, condicionador, creme de hidratação, condicionador e gel.

3.2 Preço

A estratégia de preço será baseada considerando a posição de mercado dos concorrentes e a margem de lucro da empresa, baseado na qualidade do serviço e média de valores cobrados na concorrência. Segue abaixo:

Tabela 1 – Descrição de custos

Item	Descrição dos custos	Valor
1	Corte	45,00
2	Hidratação	30,00
3	Barba	35,00
4	Sobrancelha	35,00
5	Manicure e pedicure	40,00
6	Massagem capilar	15,00
7	Limpeza de pele	150,00
8	Shampoo	40,00
9	Condicionador	45,00
10	Pomada Modeladora	50,00
Total		485,00

Fonte: Elaborado pelas autoras (2022)

Utilizaremos formas de pagamento através de cartão de crédito, débito, dinheiro e Pix.

3.3 Divulgação e promoção

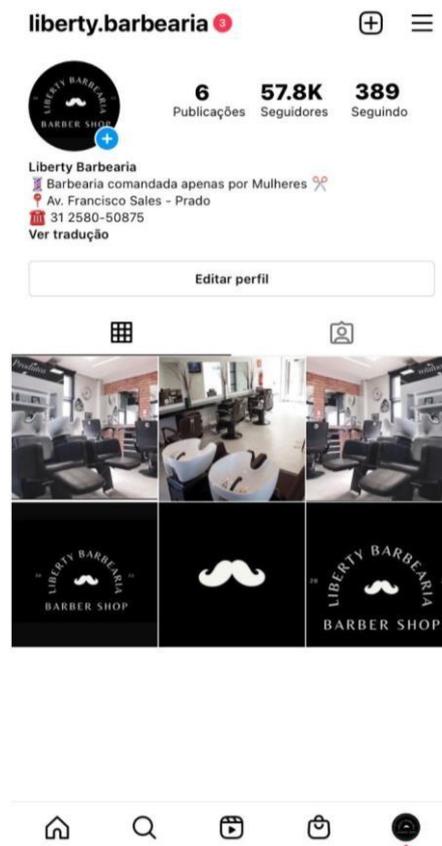
Nosso principal meio de divulgações e promoções será o *Instagram*. Os profissionais de marketing têm aproveitado rapidamente o novo site de mídia social, já que mais de 50% das principais marcas estão usando o *Instagram*. O *Instagram* é definitivamente uma ferramenta valiosa para os profissionais de marketing que desejam divulgar sua marca (MILES, 2014). Todas as empresas, pequenas e grandes, podem encontrar valor na criação e no uso de um *Instagram*. Essa plataforma específica pode oferecer aos clientes uma visão pessoal da empresa e criar um senso de comunidade entre os seguidores.

O *Instagram* é diferente de outros sites de mídia social. Os usuários do *Instagram* tendem a ser um pouco mais seletivos no que publicam. Como o *Instagram* é totalmente visual, permite que as marcas promovam seus produtos de uma maneira totalmente nova. Os profissionais de marketing não só podem usar o *Instagram* para publicar suas próprias fotos e vídeos, mas também destacar o que os consumidores

estão fazendo com seus produtos (KLIE, 2015). Os seguidores no Instagram também apreciam quando seu conteúdo é contemplado ou comentado (MILES, 2014).

Com isso realizaremos postagens no *Feed* semanalmente e nos *Stories* de acordo com os serviços prestados, iremos abranger inicialmente a zona Oeste da capital de Minas Gerais. Será realizado o anúncio mensal com seleção de localização e público alvo conforme abaixo demonstrado nas figuras 3 e 4.

Figura 3 – Instagram



Fonte: Elaborado pelas Autoras (2022)

Figura 4 - Anúncio



Fonte: Elaborado pelas Autoras (2022)

3.4 Distribuição e vendas

As vendas dos produtos ofertados pela Liberty Barbearia serão feitas na loja física e através do Instagram com sua retirada na loja física. A estrutura comercial das vendas pode ser organizada e estruturados por produtos, clientes, regiões ou de forma mista, se for por produto os vendedores tornam-se especialistas do produto tendo mais segurança em sua abordagem.

Na estrutura baseada por clientes a empresa tem consumidores com necessidades diferentes, com isso devemos conhecer bem o nosso seguimento e público-alvo. Para tanto a Liberty tem o objetivo de satisfazer o cliente e atender suas expectativas e necessidades com relação aos nossos serviços prestados sendo eles, corte, barba, massagem facial, sobrancelha, limpeza de pele, hidratação capilar e barba e manicure e pedicure.

3.5 Localização

Decidir onde localizar uma empresa sempre foi importante. A localização desempenha um papel importante na atração e retenção dos melhores funcionários, muitos dos quais ficam de olho em onde estão localizados para otimizar o equilíbrio entre vida profissional e pessoal. Boas decisões de localização podem aumentar significativamente o desempenho de longo prazo de uma empresa, para tanto a Liberty Barbearia alugou um estabelecimento em um local com alto potencial, de movimentação, mas com estacionamento privado. O local fica na rua Francisco Sales, bairro Prado, próximo à Academia da Polícia Militar e do Colégio Tiradentes, que por serem instituições Militares é necessário manter o corte do cabelo em dia e a região atendente diversos tipos de consumidor.

4 PLANO ESTRATÉGICO

4.1 Análise de SWOT

Para um resultado satisfatório do planejamento estratégico de acordo com Song (2011) refere-se a uma análise SWOT (pontos fracos/fortes, oportunidades/ameaças). Já que com isso o gestor irá conseguir direcionar seus esforços para resultados comuns, que seja, do interesse comum e com isso conseguir consolidar as ideias em toda a empresa traçando metas e objetivos a serem cumpridos. Abaixo quadro 1 com a Matriz Swot.

Quadro 1 – Matriz SWOT

Fatores Internos	<p>S: Forças</p> <p>Empreendimento inovador. Boa localização. Boa qualidade de serviços e produtos.</p>	<p>W: Fraquezas</p> <p>Falta de reputação. Não ser a primeira escolha.</p>
Fatores Externos	<p>O: Oportunidades</p> <p>Pela curiosidade os clientes podem se sentir atraídos a conhecer o negócio. Estabelecimento em local de fácil acesso.</p>	<p>T: Ameaças</p> <p>Preconceito por parte dos homens por se tratar de barbearia comandada somente por mulheres diferentemente das tradicionais. Dificuldade de aceitação. Dificuldades em atrair clientes em primeiro momento.</p>

Fonte: Elaborado pelas Autoras (2022)

Forças: As forças da barbearia Liberty estão ligadas diretamente ao fato ser um empreendimento inovador por se tratar de uma barbearia comandada e operacionalizada por mulheres. Acreditamos que a localização é uma força pois o empreendimento está próximo à Academia da Polícia Militar e do Colégio Tiradentes, que por serem instituições Militares é necessário estar com o corte do cabelo em dia. A qualidade nos serviços prestados com certeza é uma força, pois houve investimentos em cursos de especialização e vários treinamentos para melhor atender os nossos clientes.

Fraqueza: A falta de reputação inicialmente é uma nas nossas maiores fraquezas pois, por se tratar de um empreendimento novo ainda não temos um “nome” reconhecido no mercado e dessa forma não seríamos a primeira escolha de muitos possíveis clientes, sendo assim buscamos mitigar essa fraqueza com a qualidade nos serviços prestados e com isso esperamos que o marketing boca a boca atinja mais clientes.

Oportunidades: Acreditamos que por ser uma barbearia inovadora por ter seus serviços prestados somente por mulheres irá atrair bastante curiosos ao nosso estabelecimento, que possui sua localização de fácil acesso por ser em um bairro de bastante movimento comercial.

Ameaças: A partir da participação na Feira de Negócios, percebemos no primeiro momento que teríamos uma certa dificuldade para aceitação do nosso público masculino, devido ser um ambiente masculinizado com o tempo e o serviço ser realizado totalmente por mulheres. Sendo assim buscaremos mitigar essa ameaça começando pelo nome, pois tínhamos escolhido inicialmente Elas Barbearia e vimos que é um nome que possivelmente afastaria o cliente, assim através do marketing resolvemos mudar para Liberty Barbearia.

4.2 BSC

O BSC é uma ferramenta muito eficaz para o cumprimento das ações definidas no planejamento estratégico como no caso da Liberty, abaixo estão as visões e estratégias da mesma. A seguir quadro 2 apresentando o BSC.

Quadro 2 - BSC

Perspectiva	Objetivos Estratégicos	Indicadores	Metas
Financeiro	Ampliar o lucro	Ponto de Equilíbrio.	Aumento de 10 % ao ano.
Cliente	Aumento da satisfação do cliente com os serviços prestados.	Índice Satisfação.	98% dos clientes Satisfeitos ao mês.
Processos Internos	Ser destaque entre o mercado de atuação.	Aumento da eficiência dos processos.	Ser destaque no ramo de barbearia.
Inovação e Aprendizado	Criar novas ideias para produtos e serviços.	Por meio de KIPs.	Treinar 100% dos colaboradores sobre técnica de barbearia.

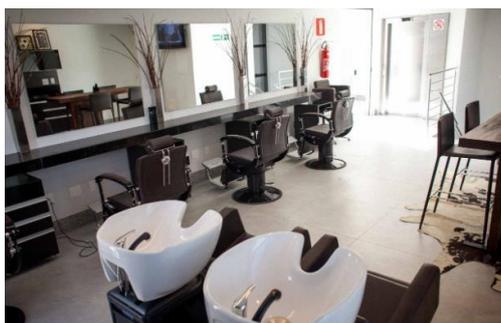
Fonte: Elaborado pelas Autoras (2022)

5 PLANO OPERACIONAL

5.1 Layout

Um layout eficaz não apenas parece atraente, mas também ajuda o espectador a entender a mensagem que o design está transmitindo. O layout da Liberty Barbearia será feito por uma profissional da área do marketing, teremos tudo personalizado com nossa marca, sacolas, produtos, equipamentos, outdoor e fachada. Conforme demonstrado na figura 5 e 6.

Figura 5 – Ambiente interno



Fonte: Imagens da internet (2022)

Figura 6 – Ambiente interno



Fonte: Imagens da internet (2022)

5.2 Capacidade produtiva

O gerenciamento do tempo de uma barbearia é organizar e planejar como você dividirá seu tempo entre tarefas específicas da barbearia. A gestão eficaz do tempo do negócio significa usar o tempo com uma abordagem mais ponderada que permite alcançar mais em menos tempo. A chave para o gerenciamento do tempo é ver o valor em cada minuto. A capacidade produtiva da Liberty Barbearia será bem planejada, com horários marcados conforme quadro 3.

Quadro 3 – Capacidade produtiva diária

Item	Descrição dos custos	Valor (R\$)	Diário
1	Corte	45,00	18
2	Hidratação	30,00	3
3	Barba	35,00	10
4	Sobrancelha	35,00	6
5	Manicure e pedicure	40,00	3
6	Massagem capilar	15,00	6
7	Limpeza de pele	150,00	2
8	Shampoo	40,00	3
9	Condicionador	45,00	3
10	Pomada Modeladora	50,00	3
Total		R\$ 485,00	57

Fonte: Elaborado pelas autoras (2022)

5.3 Processos operacionais

A empresa contará com duas sócias que ficaram responsáveis pelo atendimento aos clientes, recepção, caixa e gerenciamento do negócio. A profissional de marketing ficará responsável pela visibilidade da empresa diante dos clientes e a esteticista ficará responsável por tratamento de pele e manicure e pedicure.

Os produtos ofertados pela Liberty terão sua fabricação por responsabilidade dos fornecedores e a venda de mercadorias será física e online com retirada na loja. Já a prestação de serviços será realizada somente pelo atendimento físico. A logística na entrega será realizada pela retirada na loja e devolução será feita de acordo com a legislação vigente.

5.4 Plano de pessoal

5.4.1 Atribuições dos sócios

São duas sócias ambas possuem grande potencial administrativo. Mas no que diz respeito as atribuições exercidas funcionarão da seguinte forma:

- Sócia Jéssica Samara: Atendimento ao público, secretária, caixa, gerente.
- Sócia Milene Ferreira: Atendimento direto com o cliente com os serviços oferecidos
- Ambas: Administração

5.4.2 Pessoal

Conforme quadro 4 a empresa contará com duas sócias que ficaram responsáveis pelo atendimento aos clientes, recepção, caixa e gerenciamento do negócio. A profissional de marketing ficará responsável pela visibilidade da empresa diante dos clientes e a esteticista ficará responsável por tratamento de pele e manicure e pedicure.

Quadro 4 – Quadro de funcionários

Função	Atribuição	Tipo de contrato
Barbeiro	Serviços capilares	Sócia
Secretária	Atendimento	Sócia
Marketing	Manter a empresa em visibilidade	Contrato
Manicure/Esteticista	Tratamento de pele, manicure e pedicure.	Contrato

Fonte: Elaborado pelas Autoras (2022)

6 PLANO FINANCEIRO

6.1 Investimento inicial

O investimento inicial é o valor necessário para iniciar um negócio ou um projeto. Também é chamado de desembolso de investimento inicial ou simplesmente desembolso inicial. É igual a despesas de capital mais necessidade de capital de giro mais receitas após impostos de ativos alienados ou disponíveis para uso em outro lugar.

Se uma empresa está buscando um empréstimo para iniciar um novo projeto, os credores desejam uma estimativa do investimento inicial junto com o plano de negócios. O desembolso inicial também é uma entrada para o cálculo do VPL (valor presente líquido) e da TIR (taxa interna de retorno). O investimento inicial da Liberty Barbearia é de 50 mil reais.

6.1.1 Investimentos fixos

A tabela 2 demonstra os investimentos necessários para infraestrutura, espaço físico, máquinas e equipamentos como tesoura, lâmina, pente, escova, secador, móveis e utensílios.

Tabela 2 – Investimentos fixos

Item	Descrição	Total
1	Maquinário	R\$ 6.000,00
2	Móveis	R\$ 10.000,00
3	Decoração	R\$ 5.000,00
Total		R\$ 21.000,00

Fonte: Elaborada pelas Autoras (2022)

6.1.2 Investimentos pré-operacionais

Gastos realizados antes do início das atividades do negócio. Os gastos pré-operacionais englobam despesas com a legalização da empresa, reforma do imóvel, treinamento de pessoal e publicidade. A Tabela 3 exemplifica como os dados deverão ser apresentados:

Tabela 3 – Investimentos pré-operacionais

Item	Descrição	Valor
1	Treinamento de funcionários;	R\$ 1.500,00
3	Registro da marca e legalização da empresa	R\$ 2.000,00
Total		R\$ 3.500,00

Fonte: Elaborada pelas Autoras (2022)

6.1.3 Estoques iniciais

O valor necessário para o início do funcionamento da empresa, conforme demonstrado na tabela 4. Considerando os gastos com a fabricação do seu produto (matéria-prima) ou com a compra de mercadorias para revenda:

Tabela 4 – Estoques iniciais

Item	Descrição	Qto.	Vl. Uni.	Total
1	Mercadorias para revender	10	200,00	2.000,00
Total				2.000,00

Fonte: Elaborada pelas Autoras (2022)

6.1.4 Capital de giro

O capital de giro é utilizado para financiar operações e cumprir obrigações de curto prazo. Se uma empresa tiver capital de giro suficiente, ela pode continuar pagando seus funcionários e fornecedores e cumprir outras obrigações, como pagamentos de juros e impostos, mesmo que enfrente desafios de fluxo de caixa.

O capital de giro da nossa empresa será de R\$ 35.712,50 conforme demonstrado na tabela 5.

Tabela 5 – Capital de Giro

Ativo Circulante		Passivo Circulante	
Estoque	R\$ 2.000,00	Salário	R\$ 11.600,00
Caixa Mensal	R\$ 61.750,00	Luz, internet, água	R\$ 1.000,00
-	-	Custo de produção	R\$ 15.437,50
Total	R\$ 63.750,00	Total	R\$ 28.037,50
Capital de giro líquido			=BH7-BJ7

Fonte: Elaborada pelas Autoras (2022)

Ativo circulante R\$ 63.750,00 – Passivo circulante R\$ 28.037,50 = R\$ 35.712,50

6.1.5 Investimento total e fontes de recursos

Resumo totalizando os investimentos iniciais e informando as fontes de recursos. A seguir demonstrados na tabela 6.

Tabela 6 – Resumo dos investimentos

Item	Descrição	Valor
1	Investimentos fixos	R\$ 21.000,00
2	Investimentos pré-operacionais	R\$ 3.500,00
3	Estoques iniciais	R\$ 2.000,00
4	Capital de giro	R\$ 35.712,50
Total		R\$ 62.212,50

Fonte: Elaborada pelas Autoras (2022)

Tabela 7 – Fontes de Recursos

A tabela 7 demonstra os valores que foram investidos de recursos próprios e terceiros.

Item	Fontes de Recursos	Valor	%
1	Recursos próprios	62.212,50	100%
2	Recursos de terceiros	-	0%
Total			100

Fonte: Elaborada pelas Autoras (2022)

6.2 Gastos com pessoal

Gastos com pessoal considerando os seguintes itens: salários, encargos trabalhistas, provisão de 13º salário, provisão de férias, gastos com benefícios e transporte, mostrados na tabela 8 e 9.

Tabela 8 – Gastos com pessoal

Item	Função	No. de Empregados	Salário	Total
1	Marketing	1	R\$ 1.300,00	R\$ 1.300,00
2	Esteticista	1	R\$ 2.300,00	R\$ 2.300,00
Total				R\$ 3.600,00

Fonte: Elaborada pelas Autoras (2022)

Tabela 9 – Encargos, provisões e despesas com pessoal

Descrição	Mês 1	Mês 2	Mês 3	...	Mês 12	Total (R\$)
Salário	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	43.200,00
Provisão de 13º					3.600,00	3.600,00
Provisão de Férias					1.200,00	1.200,00
Total	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	8.400,00	48.000,00

Fonte: Elaborada pelas Autoras (2022)

6.3 Remuneração dos sócios

Remuneração da mão de obra dos sócios (pró-labore ou distribuição de lucro) conforme mostrado na tabela 10.

Tabela 10 – Remuneração dos sócios

Item	Sócio	Valor
1	Milene	4.000,00
2	Jéssica	4.000,00
Total		8.000,00

Fonte: Elaborada pelas Autoras (2022)

6.4 Projeção de custos e despesas

Gastos da Liberty Barbearia considerando: custos fixos e custos indiretos. Utilizamos a taxa de inflação referente ao ano base de 7,9% conforme mostrado na tabela 11.

Tabela 11 – Projeção de despesas

Item	Gastos	Ano 1	Ano 2	Ano 3	Ano 4	Ano 5
1	Custos fixos	5.600,00	6.042,40	6.519,75	7.034,81	7.590,56
2	Custos indiretos	24.437,50	26.368,06	28.451,14	30.698,78	33.123,98
Total (R\$)		30.037,50	32.410,46	34.970,89	37.733,59	40.714,54

Fonte: Elaborada pelas Autoras (2022)

6.5 Custos do produto ou serviço

Custo do produto e serviço conforme o ramo de atividade da Liberty barbearia (comércio, indústria e serviços). Levamos a em consideração a composição do custo com base no mercado. Abaixo a tabela 12 como demonstração.

Tabela 12 – Custos do produto ou serviço

Item	Descrição dos custos	Valor
1	Corte	45,00
2	Hidratação	30,00
3	Barba	35,00
4	Sobrancelha	35,00
5	Manicure e pedicure	40,00
6	Massagem capilar	15,00
7	Limpeza de pele	150,00
8	Shampoo	40,00
9	Condicionador	45,00
10	Pomada Modeladora	50,00
Total		485,00

Fonte: Elaborado pelas autoras (2022)

6.6 Previsão de vendas

A previsão de vendas deve ser estimada de acordo com a capacidade produtiva, o potencial do mercado e a estratégia de marketing da empresa. Uma previsão de vendas é uma expressão da receita de vendas esperada. Uma previsão de vendas estima quanto sua empresa planeja vender em um determinado período de tempo (como trimestre ou ano). As previsões de vendas fazem isso com muita precisão. O

faturamento de negócios semelhantes ao da Liberty Média de R\$2.375,00 (dia) conforme mostrado na tabela 13, mas a nossa expectativa de crescimento das vendas é alta.

Tabela 13 – Previsão de Vendas

Item	Descrição dos custos	Valor (R\$)	Diário	Total (R\$)
1	Corte	45,00	18	810
2	Hidratação	30,00	3	90
3	Barba	35,00	10	350
4	Sobrancelha	35,00	6	210
5	Manicure e pedicure	40,00	3	120
6	Massagem capilar	15,00	6	90
7	Limpeza de pele	150,00	2	300
8	<i>Shampoo</i>	40,00	3	120
9	Condicionador	45,00	3	135
10	Pomada Modeladora	50,00	3	150
Total		R\$ 485,00	57	R\$ 2.375,00

Fonte: Elaborada pelas Autoras (2022)

6.7 Impostos sobre faturamento

Com base na tabela 14 abaixo, realizamos o cálculo sobre o faturamento do nosso empreendimento com a alíquota do Simples Nacional e com aumento anual sobre o faturamento de 10%.

Tabela 14– Impostos sobre faturamento

Período	Faturamento (R\$)	Alíquota (%)	Imposto a pagar (R\$)
Ano 1	R\$ 380.550,00	7,3%	R\$ 27.780,15
Ano 2	R\$ 418.605,00	7,3%	R\$ 30.558,17
Ano 3	R\$ 460.465,50	7,3%	R\$ 33.613,98
Ano 4	R\$ 506.512,05	7,3%	R\$ 36.975,38
Ano 5	R\$ 557.163,26	7,3%	R\$ 40.672,92

Total	R\$	2.323.295,81	7,3%	R\$ 169.600,59
-------	-----	--------------	------	----------------

Fonte: Elaborada pelas Autoras (2022)

6.8 Projeções financeiras

6.8.1 Fluxo de caixa

O fluxo de caixa é importante porque permite cumprir suas obrigações financeiras existentes, bem como planejar o futuro. No entanto, o fluxo de caixa é um desafio comum entre as pequenas empresas. O cálculo sobre o faturamento do nosso empreendimento com a alíquota do Simples Nacional e com aumento anual sobre o faturamento de 10% e inflação de 7,9%, conforme demonstrado na tabela 15.

Tabela 15 – Fluxo de caixa

Descrição	Ano 0 (R\$)	Ano 1 (R\$)	Ano 2 (R\$)	Ano 3 (R\$)	Ano 4 (R\$)	Ano 5 (R\$)
Investimento	65.000,00	-	-	-	-	-
Vendas	-	741.000,00	815.100,00	896.610,00	986.271,00	1.084.898,10
Total	R\$ 65.000,00	R\$ 741.000,00	R\$ 815.100,00	R\$ 896.610,00	R\$ 986.271,00	R\$ 1.084.898,10
Saídas	26.500,00	-	-	-	-	-
Despesa Anual	-	360.450,00	388.925,55	419.650,67	452.803,07	488.574,51
Saldo não acumulado	R\$ 103.500,00	R\$ 380.550,00	R\$ 426.174,45	R\$ 476.959,33	R\$ 533.467,93	R\$ 596.323,59

Fonte: Elaborada pelas Autoras (2022)

Utilizamos no nosso investimento no ano 0 o valor de R\$ 65.000 decidimos acrescentar uma borda de R\$ 2.787,50 e com isso um aumento anual de 10% sobre a inflação de 7,9% anualmente.

6.8.2 Projeção de resultados

A Projeção de resultado conforme desmontado na tabela 16, foi utilizado aumento anual de 10% e deduções e abatimentos, custos de mercadorias, despesas administrativas de 7,9% conforme inflação anual.

Tabela 16 – Projeção de resultados

Descrição	Ano 1 (R\$)	Ano 2 (R\$)	Ano 3 (R\$)	Ano 4 (R\$)	Ano 5 (R\$)
-----------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------

Vendas brutas	741.000,00	815.100,00	896.610,00	986.271,00	1.084.898,10
(-) deduções e abatimentos	360.450,00	388.925,55	419.650,67	452.803,07	488.574,51
(=) Vendas líquidas	380.550,00	426.174,45	476.959,33	533.467,93	596.323,59
(-) Custo de mercadorias vendidas	185.250,00	199.884,75	215.675,65	232.714,02	251.098,43
(=) Lucro bruto operacional	R\$ 741.000,00	R\$ 815.100,00	R\$ 896.610,00	R\$ 986.271,00	R\$ 1.084.898,10
(-) despesas administrativas	23.600,00	25.464,40	27.476,09	29.646,70	31.988,79
(-) depreciação	-	-	-	-	-
(=) Lucro líquido operacional	R\$ 171.700,00	R\$ 200.825,30	R\$ 233.807,60	R\$ 271.107,21	R\$ 313.236,37
Lucratividade (%)	23,17139001	24,63811802	26,07684486	27,48810509	28,87242309
Rentabilidade (%)	264,1538462	308,962	359,703998	417,0880138	481,9021069

Fonte: Elaborada pelas Autoras (2022)

6.9 Análise de Investimento

6.9.1 Valor Presente Líquido (VPL)

O Valor Presente Líquido é utilizado para medir a viabilidade econômica de um projeto, ou seja, ver se o negócio é viável ou não. Conforme demonstrado na tabela 17, após cálculo do VPL chegamos ao valor de R\$ 812.390,35, utilizamos como taxa desconto 10% referente a taxa Selic.

Tabela 17 – Cálculo do VPL.

Investimento Inicial	R\$ 65.000,00	Soma VPs (Ano 1 ao 5)	R\$ 877.390,35
Taxa de Desconto	10%	VPL do Projeto	=CE13-CC13
		Taxa Interna de Retorno (TIR)	280%
		Taxa de Lucratividade	13,49831313
		Tempo de Payback	0,42

Periodo Ano	Fluxo de Caixa	Valor Presente	VP Acumulado
0	-R\$ 65.000,00	-R\$ 65.000,00	-R\$ 65.000,00
1	R\$ 171.700,00	R\$ 156.090,91	R\$ 91.090,91
2	R\$ 200.825,30	R\$ 165.971,32	R\$ 257.062,23
3	R\$ 233.807,60	R\$ 175.663,11	R\$ 432.725,34
4	R\$ 271.107,21	R\$ 185.169,87	R\$ 617.895,21
5	R\$ 313.236,37	R\$ 194.495,14	R\$ 812.390,35

Fonte: Elaborada pelas Autoras (2022)

O VPL do projeto é a soma do valor presente a partir do primeiro ano, subtraindo o investimento inicial, sendo assim R\$ 877.390,35 – R\$65.000,00 = R\$ 812.390,35.

6.9.2 Prazo de Retorno do Investimento (Payback):

O Payback mostra em quanto tempo o negócio terá retorno do investimento. Após esse cálculo, conforme demonstrado na tabela 18, chegamos ao valor de 0,42.

Tabela 18 – Cálculo Payback

Investimento Inicial	R\$ 65.000,00	Soma VPs (Ano 1 ao 5)	R\$ 877.390,35
Taxa de Desconto	10%	VPL do Projeto	R\$ 812.390,35
		Taxa Interna de Retorno (TIR)	280%
		Taxa de Lucratividade	13,49831313
		Tempo de Payback	$=(-CE20)/CD21$

Período Ano	Fluxo de Caixa	Valor Presente	VP Acumulado
0	-R\$ 65.000,00	-R\$ 65.000,00	-R\$ 65.000,00
1	R\$ 171.700,00	R\$ 156.090,91	R\$ 91.090,91
2	R\$ 200.825,30	R\$ 165.971,32	R\$ 257.062,23
3	R\$ 233.807,60	R\$ 175.663,11	R\$ 432.725,34
4	R\$ 271.107,21	R\$ 185.169,87	R\$ 617.895,21
5	R\$ 313.236,37	R\$ 194.495,14	R\$ 812.390,35

Fonte: Elaborada pelas Autoras (2022)

Teremos o retorno do investimento no primeiro ano do valor presente, chegamos nesse resultado dividindo o valor investido pelo valor presente do primeiro ano sendo assim; $R\$ 65.000 / R\$ 156.090,91 = 0,42$.

6.9.3 Taxa Interna de Retorno (TIR)

A TIR permite analisar a viabilidade dos projetos financeiros a partir da estimativa inicial e de retorno. O cálculo da TIR indica se o investimento vai ou não valorizar seu dinheiro, após esse cálculo conforme demonstrado na tabela 19 chegamos ao valor de 280%

Tabela 19 - TIR

Investimento Inicial	R\$ 65.000,00	Soma VPs (Ano 1 ao 5)	R\$ 877.390,35
Taxa de Desconto	10%	VPL do Projeto	R\$ 812.390,35
		Taxa Interna de Retorno (TIR)	=TIR(CC20:CC25)
		Taxa de Lucratividade	13,49831313
		Tempo de Payback	0,42

Periodo Ano	Fluxo de Caixa	Valor Presente	VP Acumulado
0	-R\$ 65.000,00	-R\$ 65.000,00	-R\$ 65.000,00
1	R\$ 171.700,00	R\$ 156.090,91	R\$ 91.090,91
2	R\$ 200.825,30	R\$ 165.971,32	R\$ 257.062,23
3	R\$ 233.807,60	R\$ 175.663,11	R\$ 432.725,34
4	R\$ 271.107,21	R\$ 185.169,87	R\$ 617.895,21
5	R\$ 313.236,37	R\$ 194.495,14	R\$ 812.390,35

Fonte: Elaborada pelas Autoras (2022)

Utilizamos a soma a cada entrada anual do fluxo de caixa subtraindo o investimento inicial, igualando a fórmula a zero, obtivemos assim o valor da TIR 280%

6.9.4 Ponto de Equilíbrio (PE)

O ponto de equilíbrio é onde identificamos o faturamento mínimo necessário para uma empresa cobrir os seus gastos e se manter funcionando, conforme demonstrado na tabela 20.

Tabela 20 – Ponto de Equilíbrio

Serviços	Preço(R\$)	Quantidade	Valor (R\$)	Custo Total			
				Custo Unitário	Custo Variável	Custo Fixo	Custo Total
Corte	45,00	373,333333	R\$ 16.800,00	11,25	4.200,00	R\$ 12.600,00	R\$ 16.800,00
Hidratação	30,00	560	R\$ 16.800,00	7,50	4.200,00	R\$ 12.600,00	R\$ 16.800,00
Barba	35,00	480	R\$ 16.800,00	8,75	4.200,00	R\$ 12.600,00	R\$ 16.800,00
Sobrancelha	35,00	480	R\$ 16.800,00	8,75	4.200,00	R\$ 12.600,00	R\$ 16.800,00
Manicure e pedicure	40,00	420	R\$ 16.800,00	10,00	4.200,00	R\$ 12.600,00	R\$ 16.800,00
Massagem capilar	15,00	1120	R\$ 16.800,00	3,75	4.200,00	R\$ 12.600,00	R\$ 16.800,00
Limpeza de pele	150,00	112	R\$ 16.800,00	37,50	4.200,00	R\$ 12.600,00	R\$ 16.800,00
Shampoo	40,00	420	R\$ 16.800,00	10,00	4.200,00	R\$ 12.600,00	R\$ 16.800,00
Condicionador	45,00	373,333333	R\$ 16.800,00	11,25	4.200,00	R\$ 12.600,00	R\$ 16.800,00
Pomada Modeladora	50,00	336	R\$ 16.800,00	12,50	4.200,00	R\$ 12.600,00	R\$ 16.800,00

Fonte: Elaborada pelas Autoras (2022)

6.9.5 Lucratividade

A lucratividade serve para verificar se o dinheiro faturado será suficiente para cobrir os custos e gerar o lucro esperado. Conforme demonstrado na tabela 21 o valor da lucratividade do negócio é de 13,49831313%.

Tabela 21 – Lucratividade

Investimento Inicial	R\$ 65.000,00	Soma VPs (Ano 1 ao 5)	R\$ 877.390,35
Taxa de Desconto	10%	VPL do Projeto	R\$ 812.390,35
		Taxa Interna de Retorno (TIR)	280%
		Taxa de Lucratividade	=CE13/CC13
		Tempo de Payback	0,42

Periodo Ano	Fluxo de Caixa	Valor Presente	VP Acumulado
0	-R\$ 65.000,00	-R\$ 65.000,00	-R\$ 65.000,00
1	R\$ 171.700,00	R\$ 156.090,91	R\$ 91.090,91
2	R\$ 200.825,30	R\$ 165.971,32	R\$ 257.062,23
3	R\$ 233.807,60	R\$ 175.663,11	R\$ 432.725,34
4	R\$ 271.107,21	R\$ 185.169,87	R\$ 617.895,21
5	R\$ 313.236,37	R\$ 194.495,14	R\$ 812.390,35

Fonte: Elaborada pelas Autoras (2022)

Calculamos a nossa taxa de lucratividade dividindo o investimento inicial pela soma dos valores presentes a partir do primeiro ano. $R\$ 65.000 / 877.390,35 = 13,49831313\%$

6.9.6 Rentabilidade

A rentabilidade é utilizada para demonstrar a capacidade que a empresa tem de gerar retorno com base no que foi investido, conforme demonstrado na tabela 22, chegamos ao valor de 264,15%.

Tabela 22 – Rentabilidade

Investimento Inicial	R\$ 65.000,00
Lucro líquido	R\$ 171.700,00
Rentabilidade (%)	=(BS26/BS25)*100

Fonte: Elaborada pelas Autoras (2022)

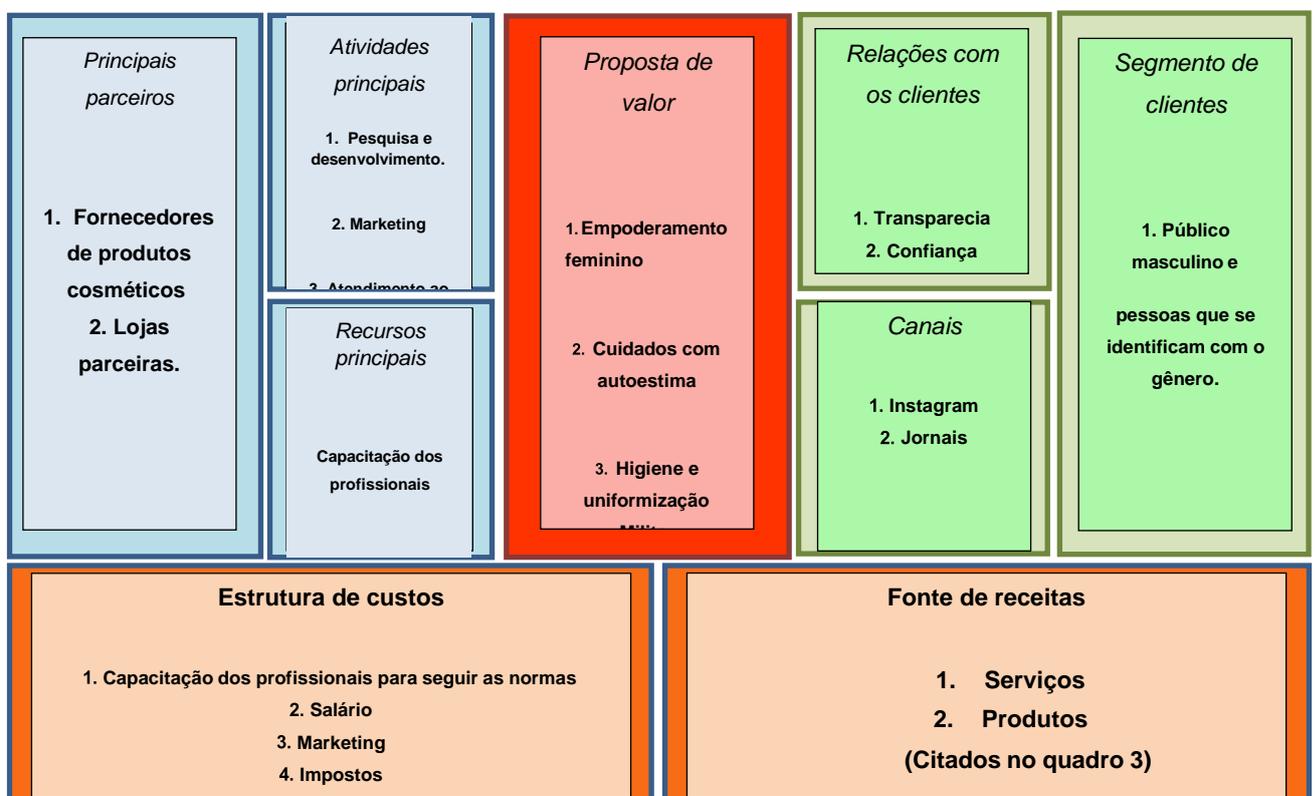
A taxa de rentabilidade é o valor do lucro líquido dividido pelo valor do investimento multiplicado por 100, sendo assim; R\$ 171.700,00 / R\$ 65.000,00 x 100 = 264,15%.

7 ELEVATOR PITCH

A Liberty Barbearia é uma empresa destinada ao público masculino e pessoas que se identificarem com o gênero. Que tem a necessidade de sempre manter o corte em dia, pensando nisso, escolhemos a localização próxima a academia de polícia Militar e escola Tiradentes. O nosso principal diferencial é ser um empreendimento inovador por se tratar de uma barbearia totalmente comandada e operacionalizada somente por mulheres. O mercado de barbearia vem crescendo anualmente com isso acreditamos ter o retorno do nosso investimento no mesmo ano, sendo assim acreditamos ser um empreendimento muito viável de investimento.

8 BUSINESS MODEL CANVAS

Figura 1 - Blocos da metodologia Canvas LIBERTY BARBEARIA



9 FEIRA DO EMPREENDEDOR

Durante a feira do empreendedor que foi realizada no dia 18 de março de 2022 na Faculdade de Minas Gerais – Famig, disponibilizamos uma demonstração sobre o nosso negócio, levando alguns equipamentos utilizados na Barbearia, tais como, máquina, tesoura, pente, pincel, toalhas e também um panfleto e banner de do nosso logotipo. Durante o evento realizamos a explicação do nosso negócio aos visitantes. Figuras 7 e 8 demonstradas.

Figura 7 – Feira Empreendedor



Fonte: Arquivo Pessoal (2022)

Figura 8 – Feira Empreendedor



Fonte: Arquivo Pessoal (2022)

10 CONCLUSÃO

O plano de negócio mostrou que a ideia inovadora de ter uma barbearia comandada somente por mulheres é um passo a mais na busca da conquista pelo espaço feminino no mundo dos negócios, principalmente este no qual é comandado apenas por homens. Por tradição, a mulher é preparada para ser mãe, esposa e dona de casa. Não são doutrinadas a estar à frente de uma empresa. Na concepção da sociedade, o homem nasce para liderar e prover a família, e não a mulher. Neste contexto, a mulher que tem o desejo de transformar-se em empreendedora questiona a si mesmo: como posso conquistar meu espaço em um mercado masculino?

Diferente da questão normalmente levantada, a conquista do espaço depende de cada uma. Dentre tantas características, distintas ao empreendedorismo e gestão feminina, o nível de educação dita o caminho para o sucesso. O preparo acadêmico é o ponto de partida. Aliado ao suporte de uma empresa, que a fornece todas as informações gerenciais, de gestão e contábil o sucesso acontece.

As leis de emprego proíbem os empregadores de contratar apenas homens. Tais práticas de contratação são consideradas discriminatórias. No entanto, a lei federal permite que os empregadores usem o gênero como condição para o emprego sob certas condições. Com base na nossa lucratividade o nosso empreendimento é viável.

REFERÊNCIAS

BILLING, Y.; ALVESSON, M. Questioning the notion of feminine leadership: a critical perspective on the gender labelling of leadership. *Work and Organization, Gender*, p. 2-7, 2000.

KLIE, L. As empresas devem abraçar o Instagram. *Tendências de CRM e News Analytics*. p.16-45, 2012.

KONDIZILLA. Barba, cabelo e bigode: conheça as histórias de mulheres que são barbeiras e se destacam na profissão. Disponível em: <https://kondzilla.com/m/barba-cabelo-e-bigode-conheca-as-historias-de-mulheres-que-sao-barbeiras>. Acesso em: 01 maio 2022.

MACHADO, F.B. Dilemas de mulheres empreendedoras em empresas inovadoras nascentes. In: ENCONTRO DA ANPAD, 36., Rio de Janeiro. *Anais...* Rio de Janeiro 2012.

MILES, J. Instagram Power. McGraw-Hill Education, 2014.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (2007). Dados Estatísticos. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br>. Acesso em abril de 2022.

SILVEIRA, Caio Márcio. Relevância e estratégias de fomento. In: WORKSHOP PROJETO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO PARA MICRO E PEQUENAS EMPRESAS, Rio de Janeiro. *Anais...* Rio de Janeiro: Fundação Friedrich Ebert, 2004, p. 115-133.

SONG, Mario. *O planejamento estratégico aprimora ou impede inovação e desempenho firme*. 2011.