

**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO
RIO GRANDE DO SUL
CÂMPUS PORTO ALEGRE
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM PROCESSOS GERENCIAIS**

GILSON VALÉRIO VICENTE

**EMPREENDEDORISMO E INCLUSÃO SOCIAL:
Estudo de viabilidade de uma barbearia LGBTQIA+**

Porto Alegre

2023

GILSON VALÉRIO VICENTE

EMPREENDEDORISMO E INCLUSÃO SOCIAL:
Estudo de viabilidade de uma barbearia LGBTQIA+

Trabalho de Conclusão de Curso de **Tecnologia em Processos Gerenciais**, apresentado ao Curso, do Instituto Federal de Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul, como requisito parcial à obtenção da Graduação em Tecnologia em Processos Gerenciais.

Orientador: Professor Dr. Sady Darcy da Silva Junior.

PORTO ALEGRE

2023

GILSON VALÉRIO VICENTE

EMPREENDEDORISMO E INCLUSÃO SOCIAL:
Estudo de viabilidade de uma barbearia LGBTQIA+

Trabalho de Conclusão de Curso de Tecnologia em Processos Gerenciais, apresentado ao Curso, do Instituto Federal de Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul, como requisito parcial à obtenção da Graduação em Tecnologia em Processos Gerenciais.

Data da aprovação: ___/___/2023.

Banca Examinadora

Orientador: Prof. Dr. Sady Darcy da Silva Junior, Presidente - Instituto Federal de
Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul – Poa.

Examinadora: Prof^a Dr^a Deise Leite Bittencourt Friedrich.

Examinador: Professor Dr. Sérgio Wesner Viana.

DEDICATÓRIA

Dedico este TCC à memória da minha amada mãe, Norma. Ela foi forte e corajosa, mas partiu antes da minha graduação. Porém, sempre me apoiou em minhas escolhas, sendo minha inspiração para superar desafios e buscar meus objetivos
Com todo meu amor e gratidão.

AGRADECIMENTOS

Gostaria de expressar minha profunda gratidão a todos que contribuíram para a conclusão deste trabalho e para a minha jornada acadêmica.

Primeiramente à minha família, em especial aos meus filhos e filhas, agradeço pelo apoio incondicional e pela compreensão nos momentos em que precisei me dedicar aos estudos. Seu amor e incentivo foram essenciais para que eu pudesse seguir em frente.

À minha esposa, Chamis, agradeço por estar sempre ao meu lado, apoiando-me em cada etapa desta jornada. Seu conhecimento e sua determinação foram uma fonte constante de inspiração e motivação para que eu pudesse alcançar meus objetivos.

Agradeço também aos meus irmãos e irmãs e, em especial, à minha irmã Nélide, pelo apoio fraterno e por sua ajuda tanto emocional quanto material ao longo dessa caminhada. Sua presença foi um verdadeiro suporte nos momentos de dificuldade.

Aos meus mestres e professores, em especial ao meu orientador, professor Sady, por ter topado encarar comigo esse desafio, dedicando seu valoroso tempo, até mesmo em fins de semana, sendo mais que um orientador; ele me apoiou no amplo espectro, sendo também um amigo. Agradeço-lhe pelo conhecimento transmitido e pela dedicação em compartilhar suas experiências. Suas orientações foram fundamentais para o meu crescimento acadêmico e profissional.

A todos vocês, meu sincero agradecimento por fazerem parte dessa jornada e por terem contribuído de maneira significativa para o meu sucesso acadêmico.

EPÍGRAFE

"O sonho é que leva a gente para a frente. Se a gente for seguir a razão, fica aquietado, acomodado."

(Ariano Suassuna.)

RESUMO

Este trabalho de conclusão de curso apresenta um estudo de viabilidade para a barbearia Free Barber Shop, um empreendimento inclusivo voltado para a comunidade LGBTQIA+. O objetivo do estudo foi analisar a viabilidade de empreender nesse formato de negócio, considerando parcerias estratégicas, a utilização de um imóvel próprio, bem como os impactos sociais e econômicos envolvidos. Para realizar o estudo, foram utilizados métodos de pesquisa quantitativa e qualitativa, a fim de obter dados confiáveis e relevantes sobre o mercado, os clientes e os concorrentes da barbearia. No âmbito do plano financeiro, avaliou-se os custos de abertura e manutenção da barbearia. Foram considerados os investimentos necessários em equipamentos, mobiliário e reforma do imóvel, bem como os gastos com contratação de funcionários, estoque inicial, marketing e despesas operacionais. Além disso, estimou-se o capital inicial necessário para iniciar as operações da barbearia, levando em conta a obtenção de recursos financeiros próprios. Quanto à lucratividade, o empreendimento apresentou margem de lucro atrativa. Com base na análise de mercado e projeções financeiras. Foram estimadas as receitas, levando em consideração o preço dos serviços, a quantidade de clientes atendidos e a taxa de ocupação dos profissionais. Também foram levados em conta os custos operacionais, incluindo salários, aluguel, energia elétrica e outros gastos. Além do aspecto financeiro, o projeto demonstrou ter um impacto social significativo na comunidade LGBTQIA+, visto que proporcionará um espaço seguro e acolhedor, promovendo a inclusão e o respeito à igualdade e à diversidade. Essa contribuição social pode vir a fortalecer os laços da comunidade e criar oportunidades de emprego e crescimento para profissionais da área, em especial aos pertencentes à mencionada comunidade. Diante dos resultados do estudo, é possível afirmar que a barbearia Free Barber Shop é viável tanto financeira quanto socialmente, na medida em que destaca um aspecto relevante, que é o fornecimento de material e inspiração para futuros estudos sobre empreendimentos inclusivos, incentivando outros acadêmicos a explorarem e valorizarem a importância de práticas inclusivas nos negócios.

Palavras-chave: Viabilidade. Empreendimento inclusivo. Comunidade LGBTQIA+. Impactos sociais. Economia local. Estudo de mercado. Empreendedorismo.

ABSTRACT

This undergraduate thesis presents a feasibility study for Free Barber Shop, an inclusive venture focused on the LGBTQIA+ community. The aim of the study was to analyze the viability of undertaking this business format, considering strategic partnerships, the use of a own property, and the social and economic impacts involved. To conduct the study, quantitative and qualitative research methods were used, in order to obtain reliable and relevant data about the market, the customers and the competitors of the barbershop. In the financial plan scope, the costs of opening and maintaining the barbershop were evaluated. The necessary investments in equipment, furniture, and property renovations were considered, as well as expenses related to hiring employees, initial inventory, marketing, and operational costs. Additionally, the initial capital required to start the barbershop operations was estimated, taking into account the acquisition of self-financing. Regarding profitability, the venture showed an attractive profit margin. Based on market analysis and financial projections, revenues were estimated, considering service prices, the number of clients served, and the professionals' occupancy rate. Operational costs, including salaries, rent, electricity, and other expenses, were also taken into account. In addition to the financial aspect, the project demonstrated a significant social impact on the LGBTQIA+ community, as it will provide a safe and welcoming space, promoting inclusion, equality, and diversity. This social contribution has the potential to strengthen community bonds and create employment and growth opportunities for professionals in the field, especially those belonging to the mentioned community. Based on the study's results, it can be affirmed that Free Barber Shop is viable both financially and socially, as it highlights a relevant aspect, which is providing material and inspiration for future studies on inclusive ventures, encouraging other scholars to explore and value the importance of inclusive practices in business.

Keywords: Feasibility, Inclusive venture, LGBTQIA+ community, Social impacts, Local economy, Market study, Entrepreneurship.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Logotipo da Free Barber Shop	20
Figura 2: Matriz SWOT (FOFA): Fonte própria.	29
Figura 3: Barbearia Gudão, Fachada. Fonte própria.	38
Figura 4: Barbearia Gudão (interno). Fonte própria.....	38
Figura 5: tabela de preços, Barbearia Gudão.....	39
Figura 6: Barbearia L Barba, fachada.....	40
Figura 7: Barbearia La Barba, interno	40
Figura 8: tabela de preços, Barbearia La barba	41
Figura 9: Avaliação de fornecedores Google: Acesso em 15 de outubro de 2022.....	43
Figura 10: Tabela de preços da Free Barber Shop.....	53
Figura 11: Página no Facebook da Free barber Shop. Acesso em 20 de outubro de 2022.	54
Figura 12: Canal no Youtube da Free barber Shop. Acesso em 20 de outubro de 2022.....	55
Figura 13: Capacidade produtiva Free Barber Shop.	57
Figura 14: Capacidade produtiva e de receita da Free Barber Shop.	61
Figura 15: efetivo funcional free barber Shop.....	62
Figura 16: Máquinas e Equipamentos/Equipamentos de Informática (elaborada pelo autor) .	71
Figura 17: Reforma, Instalações, Moveis e utensílios (elaborada pelo autor)	71
Figura 18: Estoque inicial (elaborada pelo autor)	72
Figura 19: Custos fixos. (elaborada pelo autor)	73
Figura 20: Investimentos Físicos, necessidade de capital, investimento físico inicial.....	74
Figura 21: Custos de comercialização impostos.....	77
Figura 22: receitas da Free barber shop (elaborada pelo autor)	78
Figura 23: Custos fixos e variáveis por serviço prestado (elaborada pelo autor).....	79
Figura 24: Custos de produção e Margem de contribuição (elaborada pelo autor).....	80
Figura 25: Lucro/prejuízo (elaborada pelo autor).....	82
Figura 26: DRE - Demonstrativo de Resultados Do Exercício (elaborada pelo autor).....	83
Figura 27: Fluxo de caixa semestre 1 (elaborada pelo autor).....	86
Figura 28: Fluxo de caixa semestre 2 (elaborada pelo autor).....	87
Figura 29: Fluxo de caixa semestre 3 (elaborada pelo autor).....	87
Figura 30: Fluxo de caixa semestre 4 (elaborada pelo autor).....	88
Figura 31: VPL e TIR. (Elaborada pelo autor).....	88
Figura 32: Pesquisa: faixa etária.....	98
Figura 33: Pesquisa: Renda do consumidor	99
Figura 34: Pesquisa: Disposição de frequentar a barbearia	100
Figura 35: Pesquisa: Disponibilidade de gasto com a barbearia	101
Figura 36: Pesquisa: Características importes de uma barbearia	102

LISTA DE SIGLAS, ACRÔNIMOS E ABREVIATURAS

AMA- American Marketing Association

ASAE- Associação de Segurança Alimentar e Económica

B2C- Business-to-Consumer

CAE- Classificação das Atividades Económicas

HTML- HyperText Markup Language

INE- Instituto Nacional de Estatística

PESTAL- Política Económica, Sociocultural, Tecnológica, Ambiental e Legal

SEO- Search Engine Optimization

SPSS- Statistical Package for the Social Sciences

SWOT- Strengths (Pontos Fortes), Weaknesses (Pontos Fracos), Opportunitie (Oportunidades) e Threats (Ameaças).

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	15
2.1 Objetivo geral	17
2.2 Objetivos específicos	17
4 DADOS DO EMPREENDIMENTO.....	19
4.1 Dados da Empresa	20
4.3 Porte da Empresa	21
4.4 Setor de Atividade	21
4.5 Forma Jurídica	21
4.6 Enquadramento Tributário	22
4.7 Estrutura Legal.....	22
5 CAPITAL SOCIAL ENVOLVIDO	23
6 DIRECIONAMENTO ESTRATÉGICO	24
6.1 Visão de Futuro.....	24
6.2 Missão.....	24
6.3 Valores	25
6.4 Objetivo do empreendimento.....	25
7.1 Conceito de Mercado	26
7.2 Conceito de Prestação de Serviço	26
8 ANÁLISE AMBIENTAL.....	27
8.1 Matriz SWOT	28
Análise Ambiental - Matriz SWOT	28
8.2 Análise dos dados da matriz SWOT (FOFA) Aspectos internos: forças e fraquezas da Free Barber Shop	30
8.2.2 Fraquezas.....	31
8.3 Análise dos dados da matriz SWOT (FOFA) Aspectos externos: oportunidades e Ameaças da Free Barber Shop.....	32
8.3.1 Oportunidades	32
8.3.2 Ameaças	34

9 ANÁLISE DO MERCADO	35
9.1 Posicionamento de mercado	36
9.2 Análise do Mercado Concorrente	37
9.3 Análise do Mercado Consumidor	41
9.4 Análise do Mercado Fornecedor	42
10 PLANEJAMENTO DE MARKETING	43
10.1 Segmentação de Mercado	44
10.2 Mercado-Alvo	44
10.3 Posicionamento Estratégico	45
10.3.1 Vantagem Competitiva.....	46
10.4 Estratégias de Marketing	50
10.4.1. Os 4 P's do Marketing.....	51
11 PLANO DE PRODUÇÃO	56
11.1 Localização, Instalações e Equipamentos.....	58
11.1.1 Dados de localização da empresa.....	58
11.1.2 Instalações	58
11.1.3. Equipamentos	59
11.2 Processo de produção e/ou comercialização.....	60
11.2. 1 Oferta dos produtos.....	60
11.3 Capacidade Produtiva e/ou comercial.....	60
11.4 Necessidade de Pessoal.....	62
11.5 Monitoramento da qualidade e da produtividade	63
11.6 Pesquisa e Desenvolvimento	64
11.6.1 Treinamento e Especialização	64
11.6.2 Melhoria dos Produtos e/ou Serviços.....	65
11.6.3 Desenvolvimento de novos Serviços.....	66
12 IMPACTOS DO EMPREENDIMENTO	66
12.1 Impactos Sociais	66
12.2 Impactos Econômicos	68
12.3 Impactos Ambientais	68

13 PLANO FINANCEIRO	70
13.1 Investimentos Financeiro (Relatório Financeiro do Projeto Free Barber Shop)	70
13.1.1 Investimento Inicial.....	70
14 ANÁLISE DO FLUXO DE CAIXA DO INVESTIMENTO	86
14.1 Fluxo de caixa, semestre 1	86
14.2 Fluxo de caixa, semestre 2	86
14.3 Fluxo de caixa, semestre 3	87
14.4 Fluxo de caixa, semestre 4	88
14.5 TIR e VPL.....	88
15 RESULTADOS	89
16 CONCLUSÕES E CONSIDERAÇÕES FINAIS	90
APÊNDICE A - Pesquisa De Perfil De Consumidor	98
Pesquisa de Faixa Etária	98
Pesquisa de Renda do Consumidor.....	99
Pesquisa de Disposição Em Frequentar A Barbearia Lgbtqia+	100
Pesquisa de Valor Mensal de Gasto.....	101
Pesquisa Sobre Características de uma Barbearia Inclusiva.....	102
RESULTADOS DA PESQUISA	102

1 INTRODUÇÃO

Ao decidir empreender em um novo negócio, é fundamental considerar a complexidade e os desafios a serem enfrentados. Além disso, é preciso analisar a viabilidade do projeto, levando em conta a intensa competição presente no mercado atual, independentemente do setor em que se pretende atuar. Diferentemente de tempos passados, nos quais havia poucas marcas disputando espaço, atualmente há uma ampla e crescente concorrência em busca dos mesmos clientes almejados pelo novo empreendimento (DORNELAS, 2018).

Segundo Boava e Macedo (2006), o empreendedorismo é uma manifestação influente e transformadora no mundo atual, abrangendo aspectos sociais, culturais, políticos, psicológicos e econômicos. Nesse contexto, a realização de estudos se torna essencial para auxiliar aqueles interessados em encontrar soluções inovadoras e empreender de forma mais eficiente.

A competitividade, conforme destacado por Porter (1999), representa uma barreira significativa para a entrada no mundo dos negócios. Além disso, diversos fatores podem dificultar a ação empreendedora, como decisões políticas, crescimento econômico, situação política, requisitos tecnológicos, capacidade de recursos humanos e outros elementos relacionados ao empreendimento em questão. Tudo isso ocorre em meio a um ambiente de intensa concorrência. Nesse contexto, o empreendedorismo se revela não apenas como um benefício para a sociedade em geral, mas também como um ato corajoso por parte do empreendedor.

De acordo com dados do SEBRAE (2020), com base na Receita Federal, o Brasil possui mais de 19 milhões de empresas economicamente ativas, sendo a maioria localizada em São Paulo, responsável por cerca de 30% desses empreendimentos. É interessante mencionar que 51% dessas empresas são classificadas como Microempreendedores Individuais (MEI) e aproximadamente 45% estão no setor de prestação de serviços.

No contexto do empreendedorismo, é seguro afirmar que nenhum empreendimento é especificamente destinado a um único gênero. No entanto, muitos espaços profissionais têm sido tradicionalmente atribuídos de acordo com o gênero, como é o caso dos salões de barbearia e da profissão de barbeiro. Conforme destacado por Machado (2012), as restrições de gênero baseadas em papéis tradicionais muitas vezes impedem que homens e mulheres se abram para novas possibilidades.

Nesse sentido, em janeiro de 2021, na cidade de Porto Alegre, foi inaugurada a Barber Poc, (RS SUSTENTÁVEL 2021) uma barbearia voltada para atender o público LGBTQIA+. Essa iniciativa surgiu a partir do desconforto vivenciado pelo próprio empreendedor da Barber

Poc, um cabeleireiro e barbeiro, declarado como gay, que não se sentia à vontade como cliente nos salões tradicionais de Porto Alegre, chegando até mesmo a sofrer discriminação. Diante dessa experiência, ele decidiu investir em um salão próprio que acolhesse o público LGBTQIA+.

No Brasil, existe um grande público potencial pertencente à comunidade LGBTQIA+ que pode se beneficiar dos serviços oferecidos pelas barbearias. Dados do IBGE (2022) revelam que 2,9 milhões de pessoas auto identificadas como lésbicas, gays ou bissexuais têm 18 anos ou mais. Já a Associação Brasileira de Gays, Lésbicas, Bissexuais, Travestis e Transexuais (ABGLT, 2022) estima que cerca de 20 milhões de brasileiros (10% da população) se identificam como LGBTQIA+. Diante desse cenário, é necessário destacar que o movimento LGBTQIA+ busca a aceitação e o respeito integral dos direitos dessas pessoas (FUNDO BRASIL, 2022).

Infelizmente, como aponta a ONG Fundo Brasil (2022), a comunidade LGBTQIA+ tem sido alvo de preconceito e discriminação, sendo vítima de ataques com motivação política, religiosa e social. Essa realidade é comprovada pelos registros de violência motivada por LGBTFobia, termo utilizado para definir atos de ódio contra homossexuais, lésbicas, bissexuais, travestis e transexuais (ESTRATÉGIA ODS, 2018), conforme destacado por Maria Berenice Dias, Presidente da Comissão da Diversidade Sexual do Conselho Federal da OAB.

Um exemplo dessa situação, particularmente relacionado ao público masculino que busca serviços oferecidos por barbearias tradicionais, é a existência de estabelecimentos machistas e homofóbicos (OBSERVATÓRIO G, 2020), evidenciada tanto nas temáticas quanto na decoração adotadas por essas barbearias modernas. Isso tem gerado reclamações por parte do público LGBTQIA+. Diante desse contexto, esta pesquisa aborda a falta de um ambiente inclusivo para o público LGBTQIA+ no que diz respeito aos cuidados com barba e cabelo, uma vez que as pessoas desse público têm poucas ou nenhuma opção de desfrutar de um ambiente verdadeiramente inclusivo.

Diante do exposto, esta pesquisa busca responder à seguinte questão: existe viabilidade mercadológica e financeira para investir em uma barbearia inclusiva voltada para o público LGBTQIA+?

2 OBJETIVOS

O presente trabalho tem como tema central a proposta de um empreendimento de barbearia inclusiva voltada para o público LGBTQIA+. A ideia surgiu da percepção de que há uma demanda reprimida por serviços de beleza e cuidados pessoais que atendam às especificidades e às necessidades desse segmento da população, que muitas vezes enfrenta preconceito e discriminação em espaços convencionais.

2.1 Objetivo geral

Assim, o objetivo geral deste trabalho é avaliar a viabilidade de um empreendimento de barbearia inclusiva voltada para o público LGBTQIA+ por meio do desenvolvimento de um plano de negócios.

2.2 Objetivos específicos

Analisar a viabilidade de mercado de uma barbearia direcionada ao público LGBTQIA+. Dessa forma, explorar o potencial de mercado da barbearia, sem deixar de acolher e valorizar esse público.

Estimar e avaliar a viabilidade financeira da barbearia, considerando a possibilidade de estabelecimento em um local próprio e o uso de recursos próprios.

Verificar a possibilidade de estabelecer parcerias estratégicas que facilitem, fortaleçam e viabilizem o negócio.

3 JUSTIFICATIVA

O mercado de cosméticos e produtos de beleza no Brasil tem apresentado um grande potencial de crescimento. Segundo a ABIHPEC - Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (2020), o Brasil é o quarto país com o maior mercado consumidor de produtos de beleza e higiene pessoal, e tem experimentado um crescimento significativo nesse setor. Além disso, a pesquisa realizada pela ABIHPEC (2020) revelou que uma parcela expressiva dos homens também se preocupa com a aparência, com 54% deles frequentando regularmente barbearias e salões de beleza, e 43% se considerando homens super vaidosos.

O estudo realizado pelo Sebrae (2019) complementa essa afirmação, fornecendo informações relevantes sobre o perfil do consumidor de beleza e bem-estar. De acordo com a

pesquisa, 29,5% dos respondentes são homens, sendo que 68,10% deles têm entre 18 e 39 anos. Além disso, 72,47% visitam salões ou barbearias sem frequência definida e 22,3% visitam esses estabelecimentos regularmente. Esses dados destacam a importância do público masculino no mercado de beleza e bem-estar, indicando um potencial de crescimento nesse segmento.

No contexto específico do público masculino, o segmento de cosméticos e produtos de beleza atingiu um valor significativo de US\$ 69 bilhões em 2020, e o Brasil é responsável por 13% desse mercado global, conforme a consultoria Research & Markets. Além disso, os homens já representam um terço dos clientes das clínicas de estética no país, e espera-se que esse segmento continue em crescimento, com projeções de faturamento de US\$ 78,6 bilhões até 2024 (VC S/A, 2022).

Com base nesses dados, fica evidente que o mercado de beleza e bem-estar voltado para o público masculino está em ascensão. Essa tendência reflete diretamente no setor das barbearias, que historicamente são espaços destinados aos cuidados masculinos. No entanto, é notável a falta de estabelecimentos que atendam especificamente a comunidade LGBTQIA+. Embora tenha sido identificada uma barbearia na Cidade Baixa que se propõe a atender esse público, é importante ressaltar que ela ainda oferece os serviços de forma convencional, assim como as demais barbearias.

Diante dessa realidade, é justo que pessoas pertencentes à comunidade LGBTQIA+ tenham a opção de desfrutar de um ambiente que ofereça serviços de cuidados pessoais com barba e cabelo, aliado à oferta de um Pub no mesmo local, de forma a acolher todos igualmente e de acordo com suas necessidades específicas. Essa necessidade é ainda mais reforçada considerando o preconceito e a discriminação que, muitas vezes, afetam o público homossexual em diferentes segmentos da sociedade. O relato de casos de bullying LGBTQIA+fóbico tem aumentado, causando danos persistentes na vida escolar e em outros contextos sociais (ARAÚJO et al., 2021).

4 DADOS DO EMPREENDIMENTO

A Free Barber Shop surge como uma proposta inovadora e temática, transcendendo a simples ideia de uma barbearia. Seu objetivo é oferecer uma experiência diferenciada para a comunidade LGBTQIA+ e o homem moderno, proporcionando um ambiente acolhedor onde os clientes possam cuidar de sua aparência e desfrutar de uma ampla variedade de serviços estéticos. No entanto, a proposta vai além desses cuidados pessoais.

Além dos serviços de beleza, a Free Barber Shop apresenta um diferencial único: um Pub interno. A ideia é proporcionar aos clientes a oportunidade de desfrutar de momentos descontraídos e agradáveis com seus amigos, em um ambiente aconchegante, tudo dentro do mesmo espaço. É a combinação perfeita entre cuidados estéticos e diversão. Para complementar essa proposta inovadora, a Free Barber Shop busca estabelecer parcerias estratégicas que enriqueçam ainda mais o ambiente, implementando o conceito de Indoor pub space. Dessa forma, os clientes terão acesso a uma ampla gama de soluções que facilitam o dia a dia da comunidade em geral.

A essência da criação da Free Barber Shop é promover um ambiente inclusivo, onde todos se sintam bem-vindos e possam desfrutar de serviços de qualidade em um espaço especialmente pensado para eles. A proposta vai além de oferecer cuidados estéticos, trata-se de proporcionar uma experiência completa, unindo beleza, diversão e convívio social.

Esse local será projetado com o intuito de oferecer um ambiente temático, acolhedor e cheio de estilo. A Free Barber Shop pode se tornar o lugar ideal para uma comunidade que muitas vezes é privada de espaços acolhedores. Além dos excelentes serviços de barbearia, os clientes terão a oportunidade de desfrutar de momentos de descontração e convívio social. A comunidade poderá fazer parte dessa experiência única e descobrir como cuidar de si mesmo pode ser ainda mais prazeroso quando realizado em um ambiente tão especial.

4.1 Dados da Empresa

Razão social: Gilson Valério Vicente ME

Nome fantasia: Free Barber Shop.

Endereço da empresa: Rua Maestro Leo Won Schneider, 605, Santa Fé, CEP 91180 310.

A sede da empresa será implementada em um local próprio, aproveitando um imóvel desocupado no endereço mencionado acima. Essa é uma vantagem significativa, pois elimina a necessidade de despesas com aluguel. Ter um espaço próprio para a realização do empreendimento contribui para a viabilidade financeira e sustentabilidade do negócio, permitindo que os recursos sejam direcionados para outros aspectos estratégicos do plano de negócios.

Endereço Eletrônico do site

www.freebarbershop.com.br

Logotipo da empresa:



Figura 1: Logotipo da Free Barber Shop. Elaborado pelo autor

4.2 Informações do proprietário da empresa

Gilson Valério Vicente - Investidor e Gestor.

O proprietário, Gilson Valério Vicente, é um empreendedor com certa experiência, tendo atuado anteriormente como proprietário e administrador de um comércio local. Embora essa experiência seja em um ramo diferente do proposto neste Plano de Negócio, sua vivência no empreendedorismo traz conhecimentos valiosos para o novo empreendimento.

Além de investir no negócio, Gilson Valério Vicente também desempenha o papel de diretor da empresa, trazendo sua visão estratégica e expertise, adquiridas durante o curso de Processos gerenciais no Instituto Federal do rio grande do Sul em porto Alegre, uma instituição

renomada no Brasil, tendo como docentes doutores, pós doutores e doutoras, o que vem a corroborar no impulso do crescimento e o sucesso da Free Barber Shop.

4.3 Porte da Empresa

A Free Barber Shop é classificada como uma Microempresa (ME), o que indica sua natureza empreendedora e a dimensão do negócio. Essa classificação evidencia a abordagem focada e personalizada da empresa, oferecendo um serviço de qualidade e atendimento individualizado aos clientes.

A escolha de ser uma Microempresa também reflete a estratégia de crescimento sustentável, permitindo que a Free Barber Shop desenvolva um relacionamento próximo com seus clientes, mantendo um ambiente acolhedor e atento às necessidades específicas de cada pessoa.

Essas informações demonstram o comprometimento dos proprietários com o desenvolvimento do negócio, trazendo experiência, visão estratégica e um foco em oferecer serviços de qualidade em um ambiente acolhedor e personalizado.

4.4 Setor de Atividade

O empreendimento está inserido no setor de prestação de serviços, mais especificamente no ramo da beleza para o público masculino.

Os serviços a serem oferecidos pela Free Barber Shop incluem corte de cabelo, aparado e desenho/contorno da barba, bem como a opção de fazer a retirada total da barba, entre outros serviços relacionados ao cuidado estético de barba e cabelo. O foco principal é proporcionar uma experiência diferenciada e de excelência no tratamento da estética masculina.

A Free Barber Shop se enquadra no setor de prestação de serviços de beleza, com uma proposta inovadora e inclusiva, voltada para atender as necessidades específicas do público masculino, em especial a comunidade LGBTQIA+. Essa abordagem diferenciada e a oferta de serviços de qualidade serão elementos-chave para o sucesso e a diferenciação no mercado.

4.5 Forma Jurídica

A forma jurídica escolhida para a Free Barber Shop é a de Microempresa (ME), adotando o modelo de Sociedade Limitada Unipessoal. Essa escolha oferece vantagens significativas, pois protege o patrimônio pessoal do empreendedor/sócio e não requer a participação de outros sócios.

A Sociedade Limitada Unipessoal permite que o empreendedor tenha total controle e responsabilidade sobre o negócio, tomando decisões estratégicas de forma independente. Além disso, essa forma jurídica não exige um alto investimento para o capital social, uma vez que pode ser composta por parcerias estratégicas, conforme previsto na Lei Federal 9.841 de 1999.

Essa estrutura jurídica oferece segurança e flexibilidade ao empreendimento, ao mesmo tempo em que proporciona um ambiente favorável para o crescimento e desenvolvimento da Free Barber Shop. A escolha da forma jurídica como Sociedade Limitada Unipessoal ME reflete a visão empreendedora e estratégica dos proprietários, garantindo a proteção de seus interesses e a viabilidade do negócio.

4.6 Enquadramento Tributário

Devido ao seu enquadramento como Micro Empresa (ME), a Free Barber Shop adotará o sistema tributário do Simples Nacional. Esse regime foi estabelecido pela Lei Complementar 123 de 2006 e é destinado às micro e pequenas empresas, incluindo os microempreendedores individuais (MEIs).

O Simples Nacional foi criado com o propósito de reduzir a burocracia e os custos para os pequenos empresários. Ele oferece um sistema unificado de recolhimento de tributos, simplificando as obrigações fiscais e proporcionando facilidades no processo de declaração.

Por meio do Simples Nacional, a Free Barber Shop poderá se beneficiar de alíquotas tributárias reduzidas, proporcionando uma carga tributária mais favorável para o empreendimento. Além disso, esse regime permite uma gestão tributária simplificada, simplificando a administração das obrigações fiscais.

Dessa forma, a opção pelo Simples Nacional como sistema tributário se alinha perfeitamente ao perfil e às necessidades da Free Barber Shop como uma Micro Empresa. A escolha desse regime é respaldada pela Constituição Federal (CF) e pela Lei Complementar 123 de 2006, que estabeleceram as diretrizes e regulamentações para a aplicação do Simples Nacional.

4.7 Estrutura Legal

No que diz respeito à estrutura legal, a Free Barber Shop é organizada como uma Sociedade Limitada Unipessoal, o que significa que o investidor detém 100% das ações da empresa. Nessa configuração, é permitido que o próprio investidor atue como gestor da empresa, recebendo um pró-labore mensal como remuneração pelo seu trabalho.

Além disso, a empresa conta com parceiros estratégicos, que contribuem para o negócio por meio da oferta do Pub interno. Esses parceiros pagarão um aluguel para o proprietário, o que constitui uma fonte adicional de recursos para a empresa.

Essa estrutura legal permite que o investidor tenha controle total sobre a empresa, tomando as decisões estratégicas e gerenciando as operações diárias, no que se refere à barbearia. Ao mesmo tempo, a participação dos parceiros estratégicos traz uma dinâmica de cooperação e contribui para o sucesso do empreendimento.

Dessa forma, a estrutura legal da Free Barber Shop se adapta às necessidades do negócio, proporcionando uma base sólida para o investimento e garantindo uma gestão eficiente da empresa.

5 CAPITAL SOCIAL ENVOLVIDO

O capital social envolvido na Free Barber Shop provém exclusivamente de recursos próprios do investidor. Todos os investimentos necessários para viabilizar a barbearia, incluindo a aquisição de materiais e a montagem do ambiente, com exceção da montagem do Pub, esse, que terá investimento de parceiro estratégico, são financiados por meio da poupança do próprio investidor.

Essa abordagem de utilizar fontes próprias de capital assegura a independência financeira da empresa, uma vez que não há necessidade de buscar financiamento externo ou envolver outros investidores. Dessa forma, o investidor tem controle total sobre o capital e as decisões financeiras do negócio.

Ao utilizar seus próprios recursos para financiar o empreendimento, o investidor assume um compromisso financeiro demonstrando confiança no potencial da Free Barber Shop. Isso proporciona uma base sólida para o início das atividades, permitindo que a empresa opere de forma autônoma e tenha maior flexibilidade no gerenciamento dos recursos financeiros.

Em suma, o capital social envolvido na Free Barber Shop é proveniente da poupança pessoal do investidor, garantindo a sustentabilidade financeira do negócio e fortalecendo a independência da empresa no mercado.

6 DIRECIONAMENTO ESTRATÉGICO

O direcionamento estratégico da Free Barber Shop se baseia em uma cultura institucional que prioriza a inclusão, o respeito e a satisfação dos clientes LGBTQIA+ e do público masculino em geral. A barbearia busca criar um ambiente acolhedor e livre de preconceitos, onde a valorização da identidade de gênero e da expressão individual é fundamental. Além disso, a empresa busca estabelecer parcerias estratégicas para fortalecer sua posição no mercado e oferecer uma experiência de cuidados pessoais diferenciada. Em suma, o objetivo é criar um espaço acolhedor e promover a diversidade, garantindo a satisfação dos clientes. A criação de uma identidade de marca inclusiva, por meio do uso de linguagem inclusiva, imagens representativas e histórias de sucesso da comunidade LGBTQIA+, será uma prioridade para estabelecer a imagem da barbearia e atrair clientes em potencial.

Dentro do direcionamento estratégico da Free Barber Shop, em sua cultura institucional da empresa tem como premissa:

6.1 Visão de Futuro

A visão da Free Barber Shop é se tornar uma referência em barbearia inclusiva e multimodal, com especial atenção à comunidade LGBTQIA+, na cidade de Porto Alegre.

6.2 Missão

Nossa missão é oferecer um serviço de barbearia de excelência em um ambiente de entretenimento, através de uma experiência agradável, inclusiva e inovadora que valorize e eleve a autoestima dos nossos clientes não somente atendendo às suas necessidades de cuidados pessoais, mas também proporcionando momentos de descontração e diversão, independentemente de identidade de gênero ou orientação sexual.

6.3 Valores

A empresa é orientada por valores sólidos, onde a ética, o respeito e os princípios morais são fundamentais em todas as ações. Valoriza-se a diversidade e promove-se um ambiente inclusivo, respeitando as diferenças individuais. Além disso, busca-se estabelecer relações interpessoais positivas com colaboradores, clientes, fornecedores e a comunidade local, visando criar um ambiente feito por pessoas e para pessoas. Valorizamos a diversidade e promovemos um ambiente inclusivo, respeitando as diferenças individuais.

Personalidade da Marca: Queremos imprimir uma personalidade única à nossa marca, estabelecendo uma forma diferenciada de nos relacionarmos com todos os envolvidos no negócio.

Inspiração e Motivação: Procuramos motivar nossa equipe de profissionais, proporcionando um ambiente de trabalho que alivie as tensões diárias e inspire a excelência.

Inovação e Ousadia: Buscamos inovar e ousar diariamente, surpreendendo nossos clientes e encantando-os com nossos serviços e atendimento.

Cliente como Convidado: Consideramos nossos clientes como convidados especiais, proporcionando uma recepção acolhedora e amigável em nosso ambiente.

6.4 Objetivo do empreendimento

O objetivo da Free Barber Shop é oferecer um ambiente único, inclusivo e acolhedor, especialmente voltado para a comunidade LGBTQIA+. A empresa busca proporcionar uma experiência excepcional, valorizando a diversidade e promovendo um sentimento de pertencimento. Além disso, busca-se alcançar um crescimento exponencial, expandindo a capacidade de oferecer serviços de qualidade e estabelecendo uma posição de destaque no mercado. A meta é constantemente aprimorar os serviços, superar as expectativas dos clientes e fortalecer a reputação da Free Barber Shop como referência no setor, mantendo o compromisso com a excelência em tudo o que faz.

7 MERCADO

Neste capítulo, será apresentada a análise de mercado do empreendimento de barbearia inclusiva proposto neste trabalho. A análise de mercado é uma etapa fundamental do plano de negócios, pois permite identificar e conhecer o público-alvo, os concorrentes, os fornecedores e os parceiros potenciais, bem como avaliar as oportunidades e ameaças do ambiente externo e as forças e fraquezas do ambiente interno. A partir da análise de mercado, é possível definir estratégias de marketing e vendas que visem atender às necessidades e expectativas dos clientes e se diferenciar da concorrência. Para iniciar a análise de mercado, é preciso compreender o conceito de mercado e suas características.

7.1 Conceito de Mercado

De acordo com Bling (2022), o mercado pode ser definido como o ambiente no qual ocorrem as interações entre a oferta e a demanda, envolvendo vendedores e compradores na transferência de propriedade de bens e serviços por meio de transações comerciais. É um processo sistemático que estabelece e utiliza padrões para facilitar as operações de compra e venda. O mercado representa o cenário no qual as forças econômicas atuam, determinando os preços, a disponibilidade dos produtos e a dinâmica das transações comerciais. Compreender o conceito de mercado é essencial para entender como as trocas comerciais ocorrem e como a interação entre os agentes econômicos influencia a economia como um todo (Bling, 2022).

7.2 Conceito de Prestação de Serviço

O conceito de prestação de serviço refere-se a uma atividade econômica que atende às demandas do mercado sem envolver a transferência de mercadorias físicas. Em vez disso, trata-se de suprir uma necessidade humana por meio de uma atividade específica, em que o bem é produzido e consumido simultaneamente, sem que o cliente o possua. A prestação de serviços possui características distintas, como a intangibilidade, em que os serviços não possuem forma física tangível; a heterogeneidade, em que serviços semelhantes podem variar em qualidade e entrega; a inseparabilidade, em que a produção e o consumo ocorrem simultaneamente; a perecibilidade, em que os serviços não podem ser armazenados; e a ausência de propriedade, em que os clientes têm direito ao uso, acesso ou arrendamento do serviço, mas não à sua propriedade (Bling, 2022).

Segundo Kotler (2007), as organizações apresentam suas ofertas por meio de uma proposição de valor, que consiste em um conjunto de benefícios oferecidos aos clientes para

satisfazer suas necessidades. Essa oferta pode ser uma combinação de produtos, serviços, informações e experiências, representando uma proposta de valor intangível. As estratégias de marketing da Free Barber Shop serão baseadas nas contribuições de Kotler, utilizando os 4 Ps do marketing.

Pesquisas indicam um cenário promissor para o segmento de barbearias no Brasil. Dados do Euromonitor International, divulgados pelo Terra (2020), mostram que nos últimos cinco anos o mercado de beleza masculina no país tem apresentado um crescimento significativo, com potencial para se tornar líder mundial nesse segmento. Essa análise de mercado ajudará a Free Barber Shop a compreender melhor seu público-alvo, as opções disponíveis e a definir seus objetivos.

No que diz respeito ao potencial de mercado, a Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC, 2020) destaca que o Brasil é o quarto maior consumidor de produtos de beleza e higiene pessoal do mundo, com um crescimento expressivo nesse setor. Além disso, pesquisas revelam que a preocupação com a aparência não é exclusiva das mulheres, sendo que a frequência de homens em barbearias e salões de beleza é significativa, e muitos se consideram bastante vaidosos.

Diante dessas perspectivas promissoras e com um projeto inovador no setor de barbearias, buscando promover a inclusão social da comunidade LGBTQIA+, a Free Barber Shop tem como objetivo alcançar o sucesso nesse ramo de atuação.

8 ANÁLISE AMBIENTAL

Neste capítulo, será realizada a análise ambiental do empreendimento proposto neste trabalho. A análise ambiental consiste em identificar e avaliar os fatores internos e externos que afetam o desempenho e a competitividade de uma organização. Os fatores internos são aqueles que estão sob o controle da organização, como seus recursos, capacidades, competências e diferenciais. Os fatores externos são aqueles que estão fora do controle da organização, como o mercado, os clientes, os concorrentes, os fornecedores, os parceiros, as tendências, as oportunidades e as ameaças. A análise ambiental permite que a organização conheça suas forças e fraquezas, bem como as oportunidades e ameaças que o ambiente oferece ou impõe. Uma das ferramentas mais utilizadas para realizar a análise ambiental é a matriz SWOT (FOFA), que será apresentada a seguir.

8.1 Matriz SWOT

Análise Ambiental - Matriz SWOT

A ferramenta de análise SWOT (FOFA) foi desenvolvida por Albert S. Humphrey, um consultor de gestão e professor da Universidade de Stanford, na década de 1960 (LEITE, 2018). A análise SWOT é amplamente utilizada para avaliar a situação de uma organização, examinando seus pontos fortes, pontos fracos, oportunidades e ameaças.

O presente projeto adota a ferramenta de análise SWOT (FOFA) como meio de estabelecer a posição da empresa no mercado, destacando-se em relação à concorrência e alcançando vantagem competitiva. A utilização dessa análise envolve uma abordagem abrangente, considerando tanto o ambiente interno da organização para identificar suas forças e fraquezas, quanto o ambiente externo para identificar oportunidades e ameaças. A partir dessa análise ambiental, a empresa é capaz de estabelecer seus objetivos, metas e estratégias, elaborando um cenário que leva em consideração tanto a situação atual quanto as perspectivas futuras da organização.

A matriz SWOT da Free Barber Shop, elaborada com base em pesquisas e coleta de dados, revela uma análise abrangente da situação atual da empresa. A seguir, são apresentados os principais pontos identificados (Quadro 1):

FORÇAS	FRAQUEZAS
<ul style="list-style-type: none"> ● Cultura institucional inclusiva e focada na comunidade LGBTQIA+. ● Ambiente acolhedor e moderno. ● Equipe qualificada e motivada. ● Serviços de alta qualidade e personalizados. ● Localização estratégica na cidade de Porto Alegre 	<ul style="list-style-type: none"> ● A inexperiência da empresa no mercado. ● Dependência de parcerias estratégicas para o PUB. ● Necessidade de fortalecer o reconhecimento da marca. ● Falta carteira de clientes. ● Demora na maturação.
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
<ul style="list-style-type: none"> ● Crescimento do mercado de beleza masculina no Brasil. ● Aumento da demanda por serviços de barbearia. ● Potencial para expandir o público-alvo e atingir novos segmentos de clientes. ● Parcerias com marcas e influenciadores para aumentar a visibilidade da empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Concorrência acirrada no setor de barbearias. ● Impacto de crises econômicas e instabilidade política no país. ● Mudanças nas preferências e tendências do público-alvo.

Figura 2: Matriz SWOT (FOFA): Fonte própria.

Com base nessa análise SWOT, a Free Barber Shop terá uma visão mais clara de seus pontos fortes, fraquezas, oportunidades e ameaças. Isso permitirá a elaboração de estratégias adequadas para capitalizar suas vantagens competitivas, superar desafios, explorar oportunidades e mitigar as ameaças. Dessa forma, a empresa poderá fortalecer sua posição no mercado e buscar o sucesso sustentável.

8.2 Análise dos dados da matriz SWOT (FOFA) Aspectos internos: forças e fraquezas da Free Barber Shop

Neste capítulo, será apresentada a análise dos dados da matriz SWOT (FOFA), que consiste em identificar as forças e fraquezas da Free Barber Shop, bem como as oportunidades e ameaças do ambiente externo. Essa análise visa avaliar o desempenho atual da barbearia e traçar estratégias para melhorar a sua competitividade no mercado.

8.2.1 Forças

A análise das forças é importante para reconhecer os pontos fortes da barbearia e valorizá-los perante os clientes e o mercado. As forças representam as vantagens competitivas da Free Barber Shop, que podem ser exploradas para aumentar a sua lucratividade e fidelização. Além disso, a análise das forças permite identificar as áreas de excelência da barbearia e investir na sua melhoria contínua.

Uma das principais forças da Free Barber Shop é a sua boa localização, que lhe confere uma vantagem competitiva em relação aos concorrentes. A barbearia está situada em uma região de fácil acesso e com grande potencial de crescimento, devido à construção de novos condomínios na área. Essa localização atrai um público diversificado e aumenta a demanda pelos serviços da barbearia, garantindo um fluxo contínuo de clientes.

Espaço Próprio: A empresa possui um imóvel próprio, o que representa uma vantagem competitiva em relação às barbearias concorrentes que precisam lidar com despesas de aluguel. Ao possuir o espaço, a Free Barber Shop tem mais controle sobre suas operações e custos, permitindo uma melhor gestão financeira.

Parcerias Estratégicas: A Free Barber Shop estabelecerá parcerias estratégicas para compor sua equipe, reduzindo os custos do negócio. Além disso, o espaço será dividido entre tratamentos estéticos e um pequeno pub, oferecendo interatividade social e entretenimento aos clientes. Essas parcerias agregam valor à experiência oferecida e atraem diferentes públicos.

Ambiente Confortável e Acolhedor: A barbearia se compromete a proporcionar um ambiente acolhedor e confortável, onde os clientes possam relaxar com segurança. Além dos serviços de barbearia, o espaço será equipado com comodidades e entretenimento, visando criar uma atmosfera agradável e diferenciada.

Investimento em Marketing Digital: A Free Barber Shop reconhece a importância do

marketing digital e investirá em estratégias de divulgação nas plataformas online, como Facebook, Twitter, WhatsApp e TikTok. Essa abordagem permitirá alcançar um público mais amplo, aumentar a visibilidade do negócio e atrair clientes em potencial de forma eficaz.

Único na Região com esse Apelo: A Free Barber Shop se destaca por adotar um modelo de negócio diferenciado, com foco na inclusão social da comunidade LGBTQIA+. Na região, não há concorrentes diretos com o mesmo formato e proposta, o que pode atrair um público específico e diferenciado em busca de serviços e experiências únicas.

Essas forças mencionadas contribuem para a consolidação da Free Barber Shop no mercado, fortalecendo sua posição competitiva e aumentando sua atratividade junto aos clientes. Ao capitalizar essas vantagens estratégicas, a empresa está bem posicionada para alcançar o sucesso e atingir seus objetivos.

8.2.2 Fraquezas

A análise das fraquezas é importante para identificar os pontos fracos da barbearia e corrigi-los ou minimizá-los. As fraquezas representam as desvantagens competitivas da Free Barber Shop, que podem comprometer a sua qualidade e satisfação dos clientes. Além disso, a análise das fraquezas permite detectar as áreas de deficiência da barbearia e buscar soluções para superá-las.

Inexperiência da Empresa no Mercado: A Free Barber Shop enfrentará a inexperiência tanto do investidor quanto da própria empresa no mercado de barbearias. A falta de conhecimento específico sobre o setor pode representar uma fraqueza, pois pode exigir mais tempo e esforço para entender as dinâmicas do mercado, identificar tendências e implementar estratégias eficazes.

Dependência de Parcerias Estratégicas para o compor o PUB o que exige um certo Capital a ser investido: A empresa depende fortemente de parcerias estratégicas para compor sua equipe e reduzir custos. Essa dependência pode representar uma fraqueza, uma vez que eventuais dificuldades em estabelecer ou manter essas parcerias podem afetar a capacidade da empresa de entregar seus serviços de forma consistente e com qualidade.

Necessidade de Fortalecer o Reconhecimento da Marca: Como um novo empreendimento, a Free Barber Shop enfrentará o desafio de construir e fortalecer o reconhecimento de sua marca. A falta de reconhecimento pode dificultar a atração de clientes e competir com outras barbearias já estabelecidas na região.

Falta de Carteira de Clientes: A barbearia inclusiva não possuirá uma base de clientes estabelecida desde o início. Isso significa que será necessário dedicar esforços para conquistar

e fidelizar os clientes, o que pode demandar tempo e exigir estratégias de marketing eficazes.

Demora na Maturação: Como todo novo empreendimento, a Free Barber Shop precisará de tempo para se estabelecer e atingir sua plena capacidade e rentabilidade. Durante esse período, é possível enfrentar desafios e obstáculos que podem exigir paciência e perseverança para superá-los.

É importante que a empresa esteja ciente dessas fraquezas e desenvolva planos e estratégias para minimizá-las ou convertê-las em pontos fortes ao longo do tempo. Isso pode envolver a busca por conhecimento e expertise no setor, investimentos em marketing e branding, esforços para construir uma base de clientes leais e um plano sólido de crescimento gradual.

8.3 Análise dos dados da matriz SWOT (FOFA) Aspectos externos: oportunidades e Ameaças da Free Barber Shop

Neste capítulo, será apresentada a análise dos dados da matriz SWOT (FOFA) dos aspectos externos da Free Barber Shop, que consiste em identificar as oportunidades e as ameaças do ambiente em que a barbearia está inserida. Essa análise visa avaliar o cenário atual e futuro do mercado e do setor de barbearias, bem como os fatores políticos, econômicos, sociais e tecnológicos que podem influenciar o negócio.

8.3.1 Oportunidades

A análise das oportunidades é importante para identificar as tendências e as demandas do mercado que podem favorecer a barbearia. As oportunidades representam as situações externas que podem ser aproveitadas pela Free Barber Shop para ampliar o seu público-alvo e diversificar os seus serviços. Além disso, a análise das oportunidades permite antecipar as mudanças e os desafios do setor e se preparar para eles.

Crescimento do Mercado de Beleza Masculina no Brasil: O mercado de beleza masculina no Brasil tem apresentado um crescimento significativo nos últimos anos. Isso representa uma oportunidade para a Free Barber Shop aproveitar essa tendência e atender à crescente demanda por serviços de cuidados pessoais voltados para homens. (Euromonitor International, citado por Terra, 2020)

Aumento da Demanda por Serviços de Barbearia: Existe uma demanda crescente por serviços de barbearia, impulsionada pela busca por cuidados estéticos e experiências de qualidade. A Free Barber Shop pode aproveitar essa oportunidade, especialmente considerando a entrega de diversos condomínios de classe média na área, o que contribuirá para aumentar a

população e a densidade demográfica do entorno. Essa expansão populacional pode gerar um aumento na demanda por serviços de barbearia.

Potencial para Expandir o Público-alvo e Atingir Novos Segmentos de Clientes: A inclusão social da comunidade LGBTQIA+ é um diferencial da Free Barber Shop. Isso pode permitir a expansão do público-alvo e a conquista de novos segmentos de clientes, que valorizam a diversidade e buscam por espaços inclusivos. Além disso, a proximidade dos condomínios de classe média pode oferecer a oportunidade de atrair esse público em crescimento. (ABIHPEC, 2020)

Parcerias com Marcas e Influenciadores para Aumentar a Visibilidade da Empresa: A Free Barber Shop pode buscar parcerias estratégicas com marcas de produtos de cuidados masculinos e influenciadores digitais que compartilhem os mesmos valores e propósitos da empresa. Essas parcerias podem ajudar a aumentar a visibilidade da empresa, alcançar um público mais amplo e fortalecer a marca no mercado, inclusive entre os moradores dos condomínios próximos.

Fim da Pandemia: "A Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou o fim da pandemia de corona vírus, ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE (2023), o que representa uma oportunidade de crescimento para as barbearias. Com a diminuição das restrições e medidas de segurança, as pessoas estão retomando suas atividades cotidianas, incluindo visitas às barbearias. Essa mudança de comportamento pode impulsionar o setor, aumentando a demanda por serviços de cuidados pessoais. É importante que a Free Barber Shop esteja preparada para atender a essa demanda crescente, oferecendo serviços de qualidade e adotando medidas adequadas de higiene e segurança, de acordo com as diretrizes estabelecidas pelas autoridades de saúde."

É importante que a Free Barber Shop esteja atenta a essas oportunidades e desenvolva estratégias para aproveitá-las. Isso pode envolver o desenvolvimento de serviços e experiências alinhados com as demandas do mercado local, o investimento em marketing e comunicação para alcançar novos públicos e a busca por parcerias estratégicas que agreguem valor à marca. (Euromonitor International, citado por Terra, 2020) (ABIHPEC, 2020).

8.3.2 Ameaças

A análise das ameaças é importante para identificar os riscos e as dificuldades que podem prejudicar a barbearia. As ameaças representam as situações externas que podem afetar negativamente a Free Barber Shop, como a concorrência, a crise econômica, as mudanças nas leis ou nos hábitos dos consumidores. Além disso, a análise das ameaças permite elaborar planos de contingência e de defesa para enfrentar ou evitar esses problemas.

Concorrência Acirrada no Setor de Barbearias: O setor de barbearias é altamente competitivo, e a Free Barber Shop enfrentará a concorrência de outras barbearias e estabelecimentos de cuidados pessoais na região. Para se destacar nesse mercado, é importante estar preparado para competir com qualidade, diferenciação e excelência no atendimento. A empresa deve buscar constantemente maneiras de se diferenciar da concorrência, oferecendo serviços únicos, produtos exclusivos e experiências personalizadas para os clientes.

Impacto de Crises Econômicas e Instabilidade Política no País: As crises econômicas e a instabilidade política podem afetar negativamente o poder de compra e o comportamento do consumidor. Isso pode resultar em uma redução na demanda por serviços de barbearia e uma diminuição na frequência de visitas dos clientes. Para enfrentar esse desafio, a Free Barber Shop deve buscar estratégias para manter sua sustentabilidade financeira mesmo em tempos difíceis. Isso pode envolver a diversificação dos serviços oferecidos, a adaptação de preços e promoções, além do investimento em programas de fidelização para garantir a retenção dos clientes existentes.

Mudanças nas Preferências e Tendências do Público-alvo: O público-alvo da Free Barber Shop está sujeito a mudanças nas preferências e tendências de estilo e cuidados pessoais. É fundamental acompanhar de perto essas mudanças e se adaptar às novas demandas e expectativas dos clientes. A empresa deve estar atenta às inovações, novas técnicas e estilos de cortes de cabelo, além de oferecer serviços e produtos que atendam às necessidades em constante evolução do público-alvo. A pesquisa de mercado e o feedback dos clientes podem ser ferramentas valiosas para identificar essas mudanças e realizar ajustes necessários em sua oferta.

Para lidar com essas ameaças, a Free Barber Shop pode adotar as seguintes estratégias:

- Investir na melhoria contínua da qualidade dos serviços, garantindo excelência

no atendimento e satisfação dos clientes.

- Fortalecer a marca por meio de uma identidade visual marcante, comunicação eficaz e experiências memoráveis.
- Fidelizar os clientes existentes, oferecendo vantagens exclusivas, programas de recompensa e atendimento personalizado.
- Acompanhar de perto as mudanças no mercado, as tendências e as preferências do público-alvo, ajustando seus serviços e produtos de acordo.
- Diferenciar-se da concorrência por meio de inovação, seja na oferta de serviços, na utilização de técnicas avançadas ou no desenvolvimento de parcerias estratégicas.
- Desenvolver estratégias de marketing e promoção, utilizando canais adequados para alcançar o público-alvo e comunicar os diferenciais da empresa.

Dessa forma, a Free Barber Shop estará melhor preparada para enfrentar as ameaças do setor, garantindo sua competitividade e sustentabilidade no mercado das barbearias.

9 ANÁLISE DO MERCADO

Neste capítulo, será realizada uma análise do mercado de barbearias no Brasil e no mundo, com base em dados e pesquisas de fontes confiáveis. O objetivo é compreender o perfil, o comportamento e as necessidades dos consumidores, bem como as tendências, as oportunidades e as ameaças do setor.

De acordo com EUROMONITOR INTERNACIONAL (2020), o setor de beleza masculina experimentou um crescimento significativo nos últimos cinco anos, impulsionado pelo aumento da preocupação dos homens com a sua aparência e bem-estar, dobrando de tamanho, e espera-se que continue crescendo a uma taxa anual de 7,1% até 2019. Isso indica um aumento expressivo de investidores no segmento de cuidados pessoais masculinos, especialmente nas barbearias. A ABF - Associação Brasileira de Franchising também relata que o segmento de saúde, beleza e bem-estar teve um crescimento médio de 10% na última década, alcançando um faturamento de R\$100 bilhões, sendo que 30% desse faturamento vem do público masculino. Ao analisar estudos semelhantes, é possível obter informações valiosas que auxiliam na escolha das estratégias e meios a serem utilizados, levando em consideração os pontos positivos e negativos de outros empreendimentos semelhantes na região.

No ano de 2020, o público masculino consumiu aproximadamente US\$ 69 bilhões em produtos do segmento de cosméticos e produtos de beleza, dos quais 13% correspondem ao mercado brasileiro. Atualmente, os homens representam 33% dos clientes de clínicas de estética no Brasil, e essa proporção continua em crescimento. Projeções da VC S/A (2022) indicam que

o setor pode atingir um faturamento de US\$ 78,6 bilhões em 2024. Com base nesses dados, fica evidente que o mercado de beleza e bem-estar voltado para o público masculino está em ascensão.

Para lidar com essas ameaças, a Free Barber Shop pode investir na melhoria contínua da qualidade dos serviços, no fortalecimento da marca e na fidelização dos clientes existentes. Além disso, é essencial acompanhar de perto as mudanças no mercado, manter-se atualizado sobre as tendências e preferências do público-alvo e buscar constantemente maneiras de se diferenciar da concorrência. A empresa também pode desenvolver estratégias de marketing e promoção para se destacar no mercado e atrair novos clientes.

9.1 Posicionamento de mercado

Posicionamento de mercado é um conceito de marketing que se refere à posição que a marca ocupa na mente dos consumidores (NEILPATEL 2022).

O sucesso de uma empresa depende, em grande parte, da forma como ela se comunica com o seu público-alvo e se diferencia da concorrência. Para isso, é preciso definir um posicionamento de mercado, que é a projeção e a imagem da empresa na mente dos consumidores. O posicionamento de mercado envolve identificar os valores, símbolos e comportamentos que devem ser associados à marca, e comunicá-los em uma mensagem única e relevante. Assim, a empresa pode conquistar um lugar de destaque no mercado e fidelizar seus clientes.

Como Posicionamento de Mercado, a Free Barber Shop tem como estratégia posicionar-se de forma marcante na mente dos consumidores, utilizando uma abordagem de análise dos ambientes internos e externos para embasar suas decisões (Dornelas, 2008). O objetivo é oferecer serviços diferenciados e inovadores, buscando criar uma imagem de inovação e inclusão tanto para o público consumidor quanto para a sociedade em geral. Seguindo as normas organizacionais da empresa, a missão da barbearia inclusiva é promover a inclusão social de forma inovadora, proporcionando um ambiente acolhedor onde as pessoas possam se encontrar.

O planejamento estratégico do plano de negócios baseia-se no método proposto por Dornelas (2008), com ênfase na análise do ambiente interno (forças e fraquezas) e no ambiente externo (oportunidades e ameaças), Silva, A. A. et al, (2010). Para isso, será utilizada a análise da matriz SWOT, criada por Kenneth Andrews e Roland Cristensen, professores da Harvard Business School. A partir das análises ambientais, serão estabelecidos objetivos, metas e estratégias que permitirão criar um cenário que compare a situação atual com a desejada no futuro da empresa.

9.2 Análise do Mercado Concorrente

Análise do Mercado Concorrente é o processo de identificar os pontos fortes e fracos dos seus rivais no mercado. Nesse processo, você analisa as estratégias de marketing, preços, canais, participação de mercado e outros detalhes sobre seus principais competidores (SEBRAE 2019).

Para se destacar no mercado e conquistar mais clientes, é preciso conhecer bem a sua concorrência. A Análise do Mercado Concorrente é uma ferramenta que ajuda a monitorar e avaliar os seus concorrentes, coletando dados sobre suas características, ações e resultados. Com essa análise, você pode identificar as oportunidades e ameaças do seu negócio, e planejar estratégias mais eficazes para se diferenciar e superar os seus rivais.

No presente estudo, destaca-se o objetivo da Free Barber Shop em estabelecer um empreendimento com um formato singular. Apesar de ter sido identificada uma barbearia direcionada ao público LGBTQIA+ em uma região distante do empreendimento em questão, a forma de oferta de serviços dessa barbearia difere significativamente da proposta da Free Barber Shop. Portanto, não existe outra barbearia identificada que seja diretamente comparável a essa proposta, o que torna praticamente inexistente uma comparação direta nesse sentido.

Entretanto, este trabalho realiza uma análise das barbearias que atuam no mesmo segmento, porém de forma convencional. O objetivo é obter informações técnicas sobre equipamentos, móveis, utensílios, produtos de consumo, entre outros aspectos relevantes, que irão auxiliar na composição do ambiente da Free Barber Shop. Além disso, será conduzida uma pesquisa de preços para estabelecer uma precificação adequada para o empreendimento em estudo.

Entre os concorrentes do negócio, destacamos:

1- Barbearia Gudão Barber Shop, localizada na Av. Delmar Rocha Barbosa, 15 - Parque Santa Fé, Porto Alegre - RS. Essa barbearia, que se encontra a aproximadamente 1.200 metros, é considerada a principal concorrente do negócio. Além dos serviços convencionais de barbeiro, a Gudão Barber Shop oferece um ambiente para tratamentos estéticos, incluindo colocação de piercings e um estúdio de tatuagens. As figuras 1 e 2 a seguir apresentam o estabelecimento.



Figura 3: Barbearia Gudão, Fachada. Fonte própria.

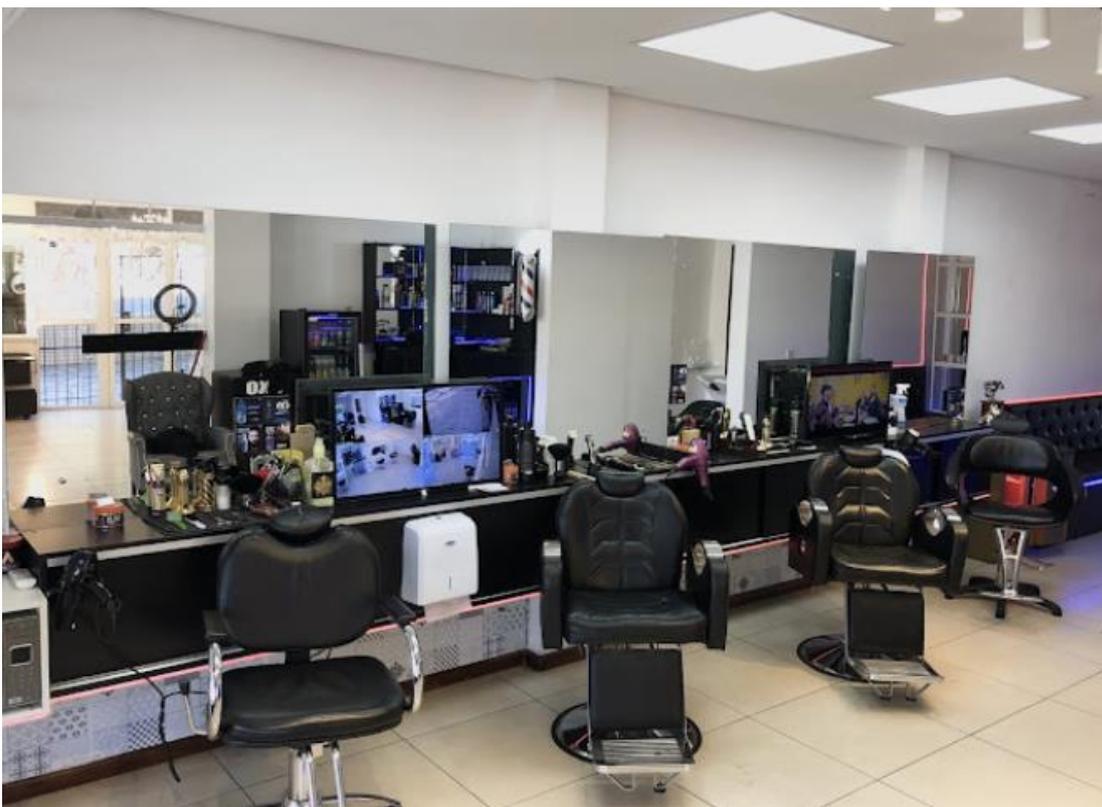


Figura 4: Barbearia Gudão (interno). Fonte própria

PRECIFICAÇÃO DA BARBEARIA GUDÃO (R\$)	
CORTE NORMAL/MISTO	45,00
BARBA	35,00
CORTE À MÁQUINA	30,00
PEZINHO	15,00
SOBRANCELHA	15,00
PLATINADO	120,00
LUZES	70,00
DEMAIS SERVIÇOS	A COMBINAR

Figura 5: tabela de preços, Barbearia Gudão

2- La Barba Clube Social: Localizada a aproximadamente 1 quilômetro, na R. Carolina Von Kozeritz, Santa Fé, Porto Alegre, a La Barba Clube Social é outro concorrente significativo do negócio em estudo. A estrutura desse estabelecimento é baseada em um espaço alugado e o atendimento é realizado de forma personalizada por um único barbeiro. O diferencial dessa barbearia é a oferta de serviços adicionais, como tatuagens, sinuca, TV com futebol e videogame. As figuras 3 e 4 abaixo mostram o estabelecimento.



Figura 6: Barbearia L Barba, fachada. Imagem Google. Acesso: 20 de outubro de 20222

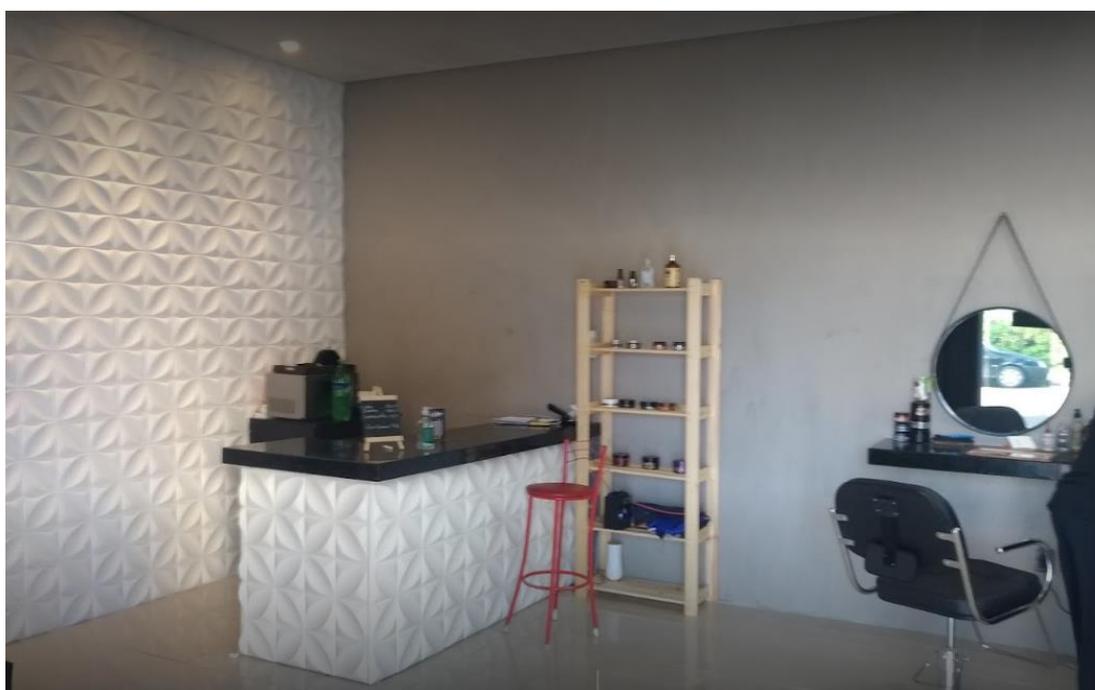


Figura 7: Barbearia La Barba, interno. Imagem Google. Acesso: 20 de outubro de 20222

PRECIFICAÇÃO DA BARBEARIA LA BARBA CLUBE SOCIAL (R\$)	
BARBA	20,00
CORTE NORMAL/MISTO	30,00
CORTE À MÁQUINA	18,00
PEZINHO	10,00
SOBRANCELHA	10,00
PLATINADO	100,00
LUZES	50,00
DEMAIS SERVIÇOS	A COMBINAR

Figura 8: Tabela de preços, Barbearia La barba.

9.3 Análise do Mercado Consumidor

Podemos usar a Análise do Mercado Consumidor para a obtenção de dados e informações relevantes sobre o público-alvo que compra ou pode comprar os produtos ou serviços de uma empresa.

A definição do público-alvo da barbearia inclusiva é de extrema importância para o planejamento estratégico do empreendimento. O principal público-alvo são homens, abrangendo diferentes orientações sexuais e identidades de gênero, como gays, héteros, cisgêneros, transgêneros, mulheres trans e lésbicas. A faixa etária dos clientes varia entre 18 e 70 anos, com a possibilidade de atender clientes de qualquer idade a partir dos 18 anos.

Além disso, a barbearia tem como objetivo atrair pessoas com poder aquisitivo das classes A e B, que possuam uma renda superior a 5 salários mínimos. Essas características do mercado consumidor foram identificadas como estratégicas para o empreendimento, pois permitem atender às demandas específicas desse público diversificado.

A barbearia inclusiva tem como propósito central a inclusão e o atendimento personalizado, buscando proporcionar um ambiente acolhedor e adequado às necessidades de todos os clientes, independentemente de sua orientação sexual ou identidade de gênero. Essa

abordagem visa criar uma experiência positiva e inclusiva, promovendo a igualdade e o respeito em um setor que historicamente não era voltado para todas as pessoas.

9.4 Análise do Mercado Fornecedor

Para garantir a eficiência e a competitividade de uma empresa, é preciso contar com bons fornecedores, que possam atender às suas demandas e expectativas. A Análise do Mercado Fornecedor é uma ferramenta que ajuda a pesquisar, selecionar e avaliar os fornecedores que fornecem os recursos necessários para a empresa. Com essa análise, é possível comparar preços, qualidade, prazos, condições de pagamento e outros critérios que influenciam na escolha dos melhores parceiros comerciais.

A seleção adequada de fornecedores é essencial para o bom funcionamento da barbearia inclusiva. Nesse sentido, a barbearia não requer uma grande diversidade de parceiros, uma vez que o número de produtos a serem utilizados é limitado. No entanto, é fundamental escolher fornecedores confiáveis e especializados no comércio de utensílios e produtos voltados para estética e beleza.

A pesquisa local realizada em diversas barbearias desempenhará um papel fundamental na identificação dos fornecedores adequados. Essa pesquisa permitirá obter informações sobre a qualidade dos produtos utilizados pelas barbearias da região de Porto Alegre. Com base nesses dados, será possível identificar os estabelecimentos comerciais que oferecem produtos de qualidade, atendendo aos padrões exigidos pela barbearia inclusiva.

A cidade de Porto Alegre possui uma variedade de estabelecimentos comerciais que fornecem excelentes produtos para salões de beleza e empreendimentos similares. Portanto, é importante realizar uma análise criteriosa das opções disponíveis no mercado local, considerando a qualidade dos produtos, a reputação dos fornecedores e a capacidade de atender às necessidades específicas da barbearia inclusiva.

Durante uma busca no Google, alguns fornecedores em Porto Alegre se destacaram. O Quadro 4 a seguir apresenta avaliações feitas, através das avaliações Google, por consumidores dos fornecedores:

FORNECEDOR	LOCALIZAÇÃO	AVALIAÇÃO GOOGLE
BABERLÂNDIA	CENTRO	5,0 ESTRELAS
PRÓ BARBER	CENTRO	5,0 ESTRELAS
COSMOBEL	ZONA NORTE	4,4 ESTRELAS

Figura 9: Avaliação de fornecedores Google: Acesso em 15 de outubro de 2022.

Em relação aos preços praticados pelos fornecedores, geralmente eles se encontram na mesma faixa de preço, uma vez que os distribuidores e fabricantes são praticamente os mesmos para todos os estabelecimentos que fornecem esses produtos. Normalmente, não há parcerias estabelecidas entre fornecedores e barbearias para obter preços mais baixos, pois a maioria dos proprietários desses estabelecimentos adquirem os produtos diretamente dos fornecedores, priorizando a qualidade, mas também buscando preços competitivos.

Uma opção para obter preços mais baixos é a compra de produtos pela internet, diretamente dos fabricantes. Isso pode significar uma economia na hora da compra, pois elimina intermediários. Além disso, o uso de plataformas online como o Mercado Livre também pode ser uma boa forma de buscar por fornecedores. Embora a compra em lojas físicas possa oferecer a vantagem da entrega imediata, a facilidade de compra pela internet muitas vezes proporciona preços mais baixos devido ao grande número de vendedores e à concorrência no mercado online. Além disso, o tempo de entrega tem se tornado cada vez menor por parte desses fornecedores online.

Dessa forma, a barbearia inclusiva terá diferentes opções para adquirir os produtos necessários, tanto por meio de fornecedores locais quanto pela compra online, visando sempre obter produtos de qualidade a preços competitivos.

10 PLANEJAMENTO DE MARKETING

O marketing é uma área essencial para o sucesso de qualquer empresa ou negócio, pois é responsável por criar valor, atrair e fidelizar clientes, gerar vendas e fortalecer a marca. No entanto, para que o marketing seja eficaz, é preciso planejar. O planejamento de marketing é o guia que reúne todas as informações, análises, estratégias e ações que serão realizadas para atingir os objetivos e metas de marketing. Com o planejamento de marketing, é possível ter

uma visão clara do mercado, dos clientes, dos concorrentes, dos recursos e dos resultados esperados.

10.1 Segmentação de Mercado

Para se comunicar e atender melhor os seus clientes, é preciso conhecer bem quem eles são e o que eles querem. A segmentação de mercado é uma ferramenta que ajuda a entender o perfil dos consumidores de um produto ou serviço, agrupando-os em segmentos com características em comum. Com a segmentação de mercado, é possível definir o público-alvo de uma empresa ou negócio, assim, criar estratégias de marketing mais eficientes e assertivas para cada segmento.

A segmentação de mercado da barbearia inclusiva envolve diferentes grupos, como a comunidade LGBTQIA+ e homens héteros, com idades acima de 18 anos. Embora o foco principal seja nas classes A e B, com renda superior a 5 salários mínimos, a barbearia também está aberta para clientes de outras classes sociais, incluindo a classe baixa em determinadas situações.

A localização da Free Barber Shop é estrategicamente escolhida levando em consideração a composição social predominante da região em que pretende-se empreender. Isso visa facilitar o acesso dos clientes aos serviços, evitando grandes deslocamentos geográficos.

Essa segmentação de mercado permite que a barbearia inclusiva direcione suas estratégias de marketing e comunicação de forma mais eficaz, atendendo às necessidades específicas e características do público-alvo. Ao compreender as preferências, demandas e comportamento dos diferentes segmentos, a barbearia poderá desenvolver serviços, promoções e experiências personalizadas que atendam às expectativas de cada grupo.

10.2 Mercado-Alvo

Para ter sucesso no mercado, é preciso conhecer bem os seus clientes e oferecer soluções que atendam às suas expectativas e desejos. Podemos dizer que mercado-alvo são as pessoas que têm maior probabilidade de comprar os produtos ou serviços de uma empresa ou negócio. O mercado-alvo é determinado a partir de critérios como idade, gênero, renda, localização, comportamento e interesses. Ao definirmos o mercado-alvo da Free barber Shop poderemos criar estratégias de marketing mais eficazes e personalizadas para esse grupo específico de consumidores.

O mercado-alvo da barbearia inclusiva consiste preferencialmente em pessoas pertencentes à comunidade LGBTQIA+, das classes A e B, com idade a partir de 18 anos. Esses

indivíduos podem estar em busca de um ambiente diferenciado que atenda às suas necessidades específicas. A proposta do empreendimento é suprir a carência de um espaço inclusivo onde os clientes possam se expressar livremente, sem sofrer preconceitos ou discriminação.

Ao direcionar seus esforços para esse público-alvo, a barbearia busca criar um ambiente seguro e acolhedor, que ofereça serviços personalizados e adaptados às demandas e preferências dessa comunidade. A proposta é proporcionar uma experiência única, onde os clientes possam se sentir à vontade e valorizados, além de receberem um atendimento de qualidade.

10.3 Posicionamento Estratégico

O posicionamento estratégico, de acordo com Toledo e Hemzo (1991), é um instrumento de apoio ao processo de tomada de decisões relacionadas à conceituação de produtos e empresas, comunicando suas características e atributos a segmentos de mercado específicos. Podemos dizer que o setor de serviços, como as barbearias, abrange não apenas o conceito de serviço em si, mas também práticas, políticas, processos, localização, fornecedores e clientes.

Para ter sucesso no mercado, não basta oferecer produtos ou serviços de qualidade, é preciso se destacar da concorrência e conquistar a preferência dos clientes. O posicionamento estratégico é a ferramenta que ajuda a definir como uma empresa ou negócio quer ser percebido pelo seu público-alvo e quais são os seus diferenciais em relação aos seus rivais. O posicionamento estratégico envolve escolher um segmento de mercado, identificar as necessidades e desejos dos consumidores, e comunicar os benefícios e valores da marca de forma clara e consistente. Assim, a empresa pode criar uma imagem positiva e forte na mente dos clientes, e gerar valor para o seu negócio.

O posicionamento estratégico da Free Barber Shop é uma etapa fundamental para se destacar no mercado de barbearias altamente competitivo. Embora não existam concorrentes diretos com a mesma proposta na região de Santa Fé, em Porto Alegre, é essencial que o empreendedor esteja atento às decisões de possíveis concorrentes.

Kotler (1998) afirma que o posicionamento envolve o desenvolvimento de uma oferta e imagem da empresa que ocupe uma posição competitiva distintiva e significativa na mente dos consumidores-alvo. É importante que a Free Barber Shop busque uma posição única e relevante, comunicando efetivamente os diferenciais e benefícios de seus serviços aos clientes.

Para alcançar vantagem competitiva, a barbearia inclusiva pode utilizar as cinco forças estratégicas genéricas de Porter (1980): ameaça de produtos substitutos, ameaça de entrada de novos concorrentes, poder de negociação dos clientes, poder de negociação dos fornecedores e

rivalidade entre os concorrentes. Essas forças constituem os pilares da empresa e qualquer alteração nelas requer uma reavaliação do posicionamento estratégico.

Assim, a Free Barber Shop pode utilizar uma análise cuidadosa dessas forças para posicionar-se de forma distinta e eficaz no mercado, aproveitando suas vantagens competitivas e superando eventuais desafios.

10.3.1 Vantagem Competitiva

A vantagem competitiva, conforme descrito por Porter (1985), está relacionada à capacidade de uma empresa fornecer produtos e/ou serviços de melhor qualidade ou a preços mais baixos do que seus concorrentes. Essa capacidade de se destacar e oferecer “valor” superior aos clientes é essencial para alcançar um nível mais elevado de competitividade.

No entanto, é importante ressaltar que a vantagem competitiva não se limita apenas à qualidade e aos preços. Existem outros fatores que podem contribuir para o sucesso de uma empresa e sua capacidade de se diferenciar dos concorrentes.

A Free Barber Shop pode se destacar em relação à concorrência devido a diversas características que conferem maior valor às entregas da empresa. A barbearia possuirá um imóvel próprio e conta com capital inicial próprio para investimento. Além disso, oferece um formato de serviço único na região e está localizada em uma região com grande expansão populacional, o que possibilita atrair clientes pertencentes às classes sociais almejadas.

Apesar de oferecer um serviço diferenciado e estar em um ambiente exclusivo, a barbearia consegue manter preços razoáveis, o que lhe proporciona uma vantagem competitiva. Essas qualidades estabelecem a Free Barber Shop como uma referência em relação aos concorrentes, conferindo-lhe uma posição distintiva no mercado.

10.3.1.1 Pesquisa do mercado Consumidor (Apêndice A)

Na busca de alternativas de se obter vantagens competitivas, nesse estudo de viabilidade, foi elaborada uma pesquisa de consumidor com o objetivo de coletar dados relevantes sobre a opinião e necessidades do público-alvo da Free Barber Shop. A pesquisa contou com a participação de 133 pessoas, que responderam a um conjunto de perguntas específicas. Abaixo estão as perguntas feitas na pesquisa:

10.3.1.2 Idade

Ao ser perguntado: Qual a sua idade?

A pesquisa realizada revelou que a maioria dos participantes possui uma faixa etária de 18 a 24 anos, seguida por participantes na faixa etária de 35 a 49 anos. Essa informação é crucial para a Free Barber Shop direcionar suas estratégias de marketing e adaptar seus serviços e comunicação de acordo com as preferências e necessidades desses grupos demográficos específicos.

Além disso, em relação à renda mensal, foi observada uma distribuição variada, com a maioria dos participantes reportando uma renda acima de 5 salários mínimos. Esse dado é relevante para a empresa na definição de sua estratégia de preços e ofertas especiais. Sabendo que a maioria dos participantes tem uma renda mais elevada, a Free Barber Shop pode considerar a disponibilização de serviços e produtos de maior valor agregado, bem como oferecer pacotes personalizados que atendam às expectativas desse público.

Esses resultados fornecem à Free Barber Shop informações importantes para direcionar suas estratégias de marketing de forma eficaz, segmentando seus esforços para atrair e atender esses grupos demográficos específicos. Ao adaptar seus serviços, preços e comunicação com base nas características demográficas e financeiras identificadas na pesquisa, a Free Barber Shop poderá estabelecer uma conexão mais forte com seu público-alvo, construir relacionamentos duradouros e obter uma vantagem competitiva no mercado.

10.3.1.3 Renda

Ao ser perguntado: Qual sua renda mensal?

Quanto à renda mensal, os resultados da pesquisa revelaram uma distribuição variada entre os participantes. A maioria deles relatou uma renda acima de 5 salários mínimos. No entanto, um dado interessante é que as três faixas seguintes, entre 1 e 2 salários, entre 2 e 4 salários, e entre 4 e 5 salários, representaram 16,8% do total.

Esse dado demonstra que, embora a maioria dos participantes possua uma renda acima de 5 salários mínimos, existe uma parcela significativa de pessoas com rendas mais modestas. Essa diversidade de renda é relevante para a estratégia de negócios da Free Barber Shop, pois indica a necessidade de oferecer opções de preços e serviços que atendam tanto a clientes de maior poder aquisitivo quanto a clientes com renda mais limitada.

Ao considerar essa diversidade de renda, a Free Barber Shop pode desenvolver diferentes pacotes, promoções ou descontos para atender às necessidades e capacidades financeiras de cada grupo. Isso permitirá que a barbearia seja mais inclusiva e alcance uma base de clientes mais ampla.

Além disso, ao oferecer serviços de qualidade em diferentes faixas de preço, a Free Barber Shop pode se destacar da concorrência e atrair clientes de diversas condições socioeconômicas. Essa abordagem demonstra sensibilidade às demandas e realidades financeiras dos clientes, fortalecendo a reputação da barbearia como um local acessível e acolhedor para todas as pessoas.

Em resumo, a distribuição variada de renda dos participantes da pesquisa destaca a importância da Free Barber Shop em oferecer opções flexíveis de preços e serviços. Ao atender tanto cliente de renda mais alta quanto clientes com renda mais modesta, a barbearia pode maximizar seu alcance, fidelizar uma clientela diversificada e garantir uma vantagem competitiva no mercado.

10.3.1.4 Disposição de Frequentar

Ao ser perguntado: Você frequentaria uma barbearia voltada principalmente para a comunidade LGBTQIA+?

A disposição dos participantes em frequentar uma barbearia inclusiva voltada para a comunidade LGBTQIA+ revelou-se uma característica importante para fins de vantagem competitiva. A maioria dos participantes respondeu afirmativamente (107), demonstrando um interesse e uma abertura para esse tipo de estabelecimento. Essa resposta positiva indica um potencial mercado consumidor que valoriza a inclusão e está em busca de espaços acolhedores e diversificados.

Por outro lado, uma minoria dos participantes respondeu negativamente (19) ou talvez (7). Essas respostas ressaltam a importância de compreender as diferentes perspectivas e necessidades dos clientes. A empresa que busca uma vantagem competitiva pode aproveitar esses insights para promover uma cultura de inclusão e educar tanto os potenciais clientes quanto o público em geral sobre a importância da diversidade e do respeito.

Ao reconhecer a disposição dos participantes em frequentar uma barbearia inclusiva voltada para a comunidade LGBTQIA+, a empresa pode posicionar-se como um local acolhedor, inclusivo e seguro para todos os clientes. Isso não apenas atrairá e fidelizará clientes que se identificam com essa proposta, mas também poderá atrair um público mais amplo que valoriza a diversidade e a igualdade.

Portanto, essa característica identificada na pesquisa oferece uma oportunidade valiosa para a empresa destacar-se da concorrência e construir uma vantagem competitiva ao atender às demandas e expectativas do mercado em relação à inclusão e diversidade.

10.3.1.5 Ticket Por Cliente

Ao ser perguntado: Até quanto você estaria disposto a gastar ao mês em uma barbearia com um PUB anexo?

Em relação a essa pergunta os participantes estariam dispostos a gastar na barbearia inclusiva com um Pub no mesmo ambiente, os resultados da pesquisa mostraram que a maioria dos participantes indicou um valor inferior a R\$ 100 (52). Esse dado se mostrou muito importante para a precificação da Free Barber Shop, pois demonstra que os potenciais clientes estão em busca de serviços acessíveis financeiramente.

A partir dessas informações, a Free Barber Shop pode estabelecer uma estratégia de precificação competitiva que se alinhe com as expectativas do mercado. Oferecer opções de serviços e pacotes que se enquadrem nessa faixa de valor, ou até mesmo criar promoções e descontos específicos, pode atrair um maior número de clientes e aumentar a demanda pelos serviços da barbearia.

Além disso, a disposição dos participantes em gastar um valor inferior a R\$ 100 também pode indicar a importância de uma relação custo-benefício favorável. Os clientes desejam receber serviços de qualidade, atendimento personalizado e uma experiência agradável, mesmo com um orçamento mais limitado. Assim, a Free Barber Shop pode concentrar-se em oferecer um excelente valor agregado, garantindo que os clientes se sintam satisfeitos com o preço que pagam em relação à qualidade do serviço recebido.

Em suma, o dado obtido na pesquisa sobre o valor mensal que os participantes estão dispostos a gastar na barbearia inclusiva auxilia a Free Barber Shop na definição da sua estratégia de precificação, permitindo que a empresa atenda às expectativas dos clientes em relação ao valor financeiro dos serviços prestados. Essa abordagem pode fornecer uma vantagem competitiva, atraindo um público mais amplo e aumentando a demanda pelos serviços da barbearia.

10.3.1.6 Características Mais Importantes De Uma Barbearia

Ao ser perguntado: Na sua opinião, quais características são mais importantes para uma barbearia inclusiva?

Ao considerar as características mais importantes de uma barbearia inclusiva, a pesquisa revelou insights valiosos fornecidos pelos participantes. A grande maioria dos participantes (112) destacou a importância de um ambiente acolhedor e inclusivo. Isso enfatiza a necessidade de criar um espaço onde todos os clientes se sintam bem-vindos, independentemente de sua identidade de gênero ou orientação sexual.

Além disso, os participantes valorizaram a presença de profissionais capacitados e sensíveis às necessidades da comunidade LGBTQIA+ (111). Isso destaca a importância de garantir que os funcionários estejam bem treinados para oferecer um atendimento respeitoso, compreensivo e livre de preconceitos.

Outra característica relevante mencionada pelos participantes foi a oferta de preços acessíveis (60). Isso indica a importância de estabelecer uma política de preços justa e competitiva, permitindo que pessoas de diferentes condições financeiras tenham acesso aos serviços da barbearia.

A variedade de serviços oferecidos (73) também foi mencionada como um aspecto relevante. Os participantes valorizam a disponibilidade de diferentes opções de cuidados com o cabelo e barba, permitindo que eles escolham os serviços que atendam às suas necessidades específicas.

Por fim, a localização conveniente (59) foi apontada como um fator importante. Ter uma barbearia inclusiva em uma área de fácil acesso facilita o alcance e a frequência dos clientes, proporcionando-lhes conveniência e praticidade.

Essas características identificadas na pesquisa são cruciais para o sucesso de uma barbearia inclusiva. Ao levar em consideração esses aspectos e incorporá-los em sua proposta de valor, a barbearia pode diferenciar-se da concorrência, conquistar a confiança e a preferência dos clientes e criar uma vantagem competitiva no mercado.

10.4 Estratégias de Marketing

A estratégia de marketing é definida como o desenvolvimento de atividades e tomadas de decisão com o objetivo de construir e manter uma vantagem competitiva sustentável. Artigo BASE (2010) destaca que o marketing desempenha um papel fundamental na implementação de estratégias que visam fornecer valor aos mercados.

Para se destacar no mercado e conquistar mais clientes, é preciso ter uma estratégia de marketing bem definida e alinhada aos objetivos da empresa ou negócio. Podemos usar a estratégia de marketing como um guia que orienta todas as decisões e atividades de marketing, desde a pesquisa e análise do mercado, até a criação e divulgação dos produtos ou serviços. A

estratégia de marketing visa criar valor para os clientes e para a empresa, gerando vantagem competitiva sustentável.

10.4.1. Os 4 P's do Marketing

O plano de marketing da Free Barber Shop será baseado no Mix de Marketing, que utiliza os 4 P's do Marketing, conceito criado por Jerome McCarthy, professor de marketing da Universidade Estadual de Michigan, e popularizado por Philip Kotler, LOURES (2014).

Os 4 P's representam os seguintes elementos oferecidos pela Free Barber Shop e serão fundamentais na estratégia de marketing do empreendimento:

Produto - Serviço oferecido pela Free Barber Shop é o conjunto de soluções de beleza e cuidado pessoal voltadas para o público masculino, especialmente da comunidade LGBTQIA+. A Free Barber Shop oferece serviços de corte de cabelo, barba, combo barba e cabelo, tintura de cabelo curto, entre outros. Além disso, a Free Barber Shop se diferencia por ser uma barbearia inclusiva, que respeita a diversidade e promove um ambiente acolhedor e seguro para todos os seus clientes.

10.4.1.1 Produto - Serviço oferecido pela Free Barber Shop

Corte de cabelo masculino

Barba

Combo barba cabelo

Pintura de cabelo curto

Pigmentação de barba

Manicure

Pedicure

Pintura de cabelo longo

Limpeza de pele

Combo lava/corte/hidrata/escova

Luzes cabelo curto

Luzes cabelo longo

Platinado cabelo curto

Platinado cabelo longo

Progressiva extra liso

Coloração cabelo curto

Coloração cabelo longo

Ombre hair

10.4.1.2 Preço

Refere-se à definição dos valores a serem cobrados pelos produtos e serviços oferecidos. A Free Barber Shop adotará uma estratégia de precificação que seja competitiva e razoável, levando em consideração o valor agregado dos produtos e serviços, bem como o segmento de mercado e o poder aquisitivo almejado.

Tabela de preços da Free Barber Shop

CORTE DE CABELO MASCULINO	R\$ 36,00
BARBA	R\$ 24,00
COMBO BARBA CABELO	R\$ 56,00
PINTURA DE CABELO CURTO	R\$ 168,00
PIGMENTAÇÃO DE BARBA	R\$ 36,00
MANICURE	R\$ 24,00
PEDICURE	R\$ 24,00
PINTURA DE CABELO LONGO	R\$ 200,00
LIMPEZA DE PELE	R\$ 96,00
COMBO LAVA/CORTE/HIDRATA/ESCOVA	R\$ 152,00
LUZES CABELO CURTO	R\$ 288,00
LUZES CABELO LONGO	R\$ 360,00
PLATINADO CABELO CURTO	R\$ 240,00
PLATINADO CABELO LONGO	R\$ 288,00

MAQUIAGEM DRAG	R\$ 120,00
PROGRESSIVA EXTRA LISO	R\$ 256,00
COLORAÇÃO CABELO CURTO	R\$ 128,00
COLORAÇÃO CABELO LONGO	R\$ 168,00
OMBRÉ HAIR	R\$ 320,00

Figura 10: Tabela de preços da Free Barber Shop

10.4.1.3 Praça

Praça: Refere-se aos canais de distribuição e à localização do estabelecimento. A Free Barber Shop estará localizada em uma região em expansão populacional, proporcionando fácil acesso aos serviços oferecidos sem a necessidade de grandes deslocamentos geográficos. A escolha da localização estratégica é essencial para atrair o público-alvo desejado.

10.4.1.4 Promoção

Promoção: Na Free Barber Shop, a promoção será feita de forma abrangente e integrada, utilizando estratégias como:

Redes Sociais: Publicações e anúncios nas principais plataformas (Facebook, Instagram, Twitter) para compartilhar informações sobre serviços, promoções, depoimentos e a proposta inclusiva da barbearia.

A página no Facebook da barbearia é uma forma de divulgar o seu trabalho, interagir com os clientes e mostrar as novidades e promoções. Nela, é possível encontrar fotos dos cortes realizados, depoimentos dos clientes satisfeitos, dicas de cuidados com os cabelos e a barba, sorteios e muito mais. A página no facebook da barbearia Free Barber Shop é uma ótima ferramenta para quem quer conhecer melhor o seu estilo e se inspirar para mudar o visual. A figura 5 abaixo demonstra a página no facebook da barbearia Free Barber Shop:

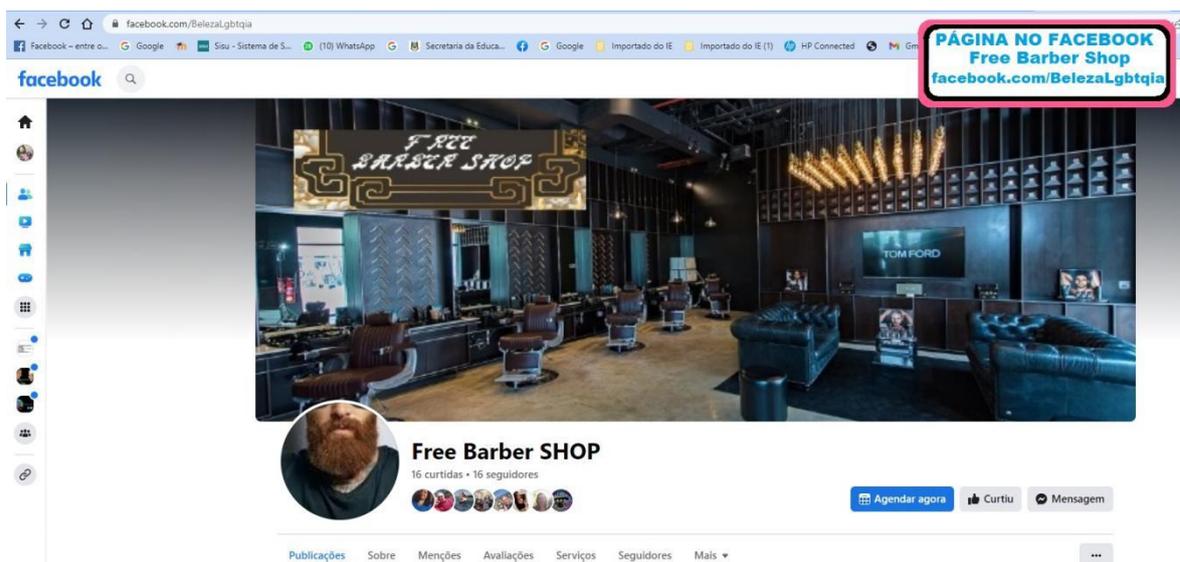


Figura 11: Página no Facebook da Free barber Shop. Acesso em 20 de outubro de 2022.

Assim como o a Página no Facebook, canal no Youtube da barbearia será uma forma de mostrar o seu diferencial, atrair novos clientes e fidelizar os antigos, além de criar uma comunidade de fãs e seguidores. No canal, será possível assistir aos bastidores da barbearia, conhecer os profissionais que trabalham lá, ver as transformações dos clientes, aprender dicas e truques para cuidar dos cabelos e da barba, participar de desafios e brincadeiras e muito mais. O canal no youtube da barbearia Free Barber Shop é um convite para quem quer se divertir e se informar ao mesmo tempo.

A figura 6 abaixo demonstra o canal no Youtube da barbearia Free Barber Shop:

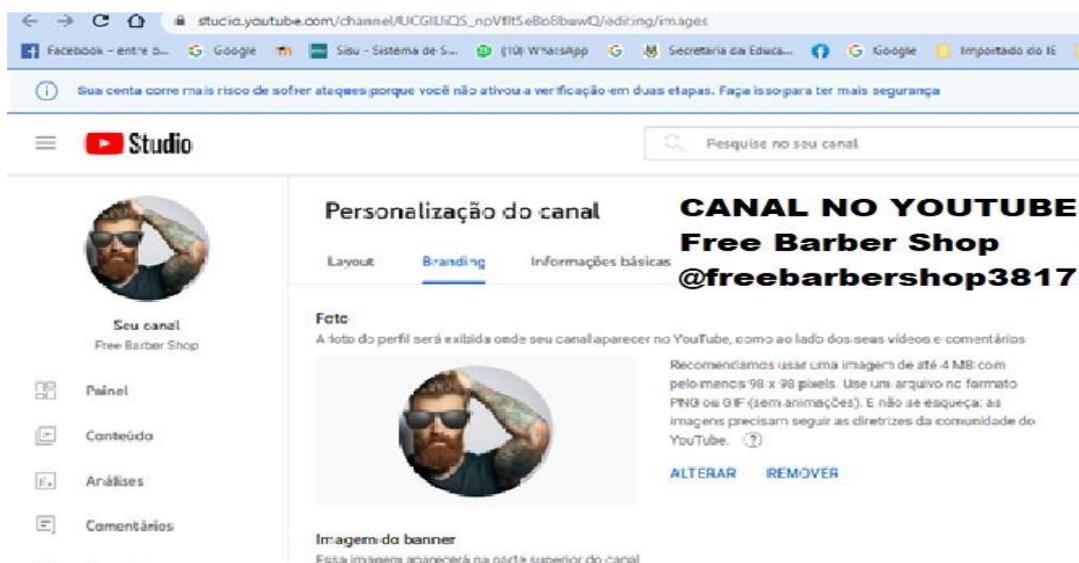


Figura 12: Canal no Youtube da Free barber Shop. Acesso em 20 de outubro de 2022.

Marketing de Influência: Parcerias com influenciadores digitais alinhados com os valores da empresa, que experimentarão os serviços e compartilharão suas experiências positivas com seus seguidores.

Parcerias Locais: Estabelecimento de parcerias com academias e lojas de roupas locais para promover a Free Barber Shop e oferecer benefícios exclusivos aos clientes desses estabelecimentos.

Eventos e Promoções. Especiais: Realização de eventos temáticos, workshops para atrair o público-alvo e fortalecer a imagem da marca como um espaço inclusivo.

Programa de Fidelidade: Criação de um programa de fidelidade com benefícios exclusivos, descontos especiais e brindes personalizados para incentivar a frequência dos clientes e a indicação da barbearia.

O investimento principal em marketing será direcionado para o marketing digital, com foco nas redes sociais como Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp e TikTok. Perfis e páginas comerciais serão criados nessas plataformas para ampliar a visibilidade da marca, especialmente entre as comunidades LGBTQIA+.

O investimento principal em marketing da Free Barber Shop será no marketing digital, com foco estratégico nas redes sociais, como Facebook, Twitter, WhatsApp e TikTok. O objetivo é divulgar a marca, atrair clientes e ampliar a visibilidade, especialmente entre as comunidades LGBTQIA+. Serão criados perfis e páginas comerciais em todas essas plataformas.

Além disso, o e-commerce será utilizado para captar leads e atrair novos clientes, com práticas que respeitem a privacidade dos usuários e ofereçam conteúdo relevante. O marketing digital será uma ferramenta poderosa para promover a barbearia inclusiva, alcançar um público mais amplo e consolidar a imagem da Free Barber Shop como um espaço acolhedor e inclusivo.

A estratégia de marketing da barbearia inclusiva será desenvolvida com base nos 4 P's do Marketing - produto, preço, praça e promoção. Cada um desses elementos será cuidadosamente considerado e integrado para alcançar resultados lucrativos e satisfazer as necessidades dos clientes. O produto oferecerá serviços de cuidados de beleza pessoal, incluindo um ambiente inclusivo. O preço será competitivo e adequado ao mercado. A localização estratégica da barbearia facilitará o acesso dos clientes. A promoção será realizada através de diversas estratégias de comunicação e divulgação, visando criar uma identidade de marca forte e atrair o público-alvo. A combinação desses elementos será fundamental para o sucesso da barbearia no mercado.

11 PLANO DE PRODUÇÃO

Para produzir de forma eficiente e competitiva, é preciso planejar. O plano de produção é a ferramenta que ajuda a definir o que, quanto, como e quando produzir, de acordo com as necessidades e expectativas dos clientes e do mercado. O plano da produção envolve a análise dos recursos humanos, materiais, financeiros e tecnológicos disponíveis, a previsão da demanda futura e a determinação da capacidade produtiva da empresa ou negócio. Com o plano da produção, é possível controlar e melhorar o desempenho da produção, gerando valor para a empresa e para os clientes (NOMUS 2022).

A capacidade máxima de atendimento da Free Barber Shop está descrita no quadro 5 abaixo:

CAPACIDADE PRODUTIVA		
HORAS TRABALHADAS/DIA		10
NÚMERO DE BARBEIROS		4
NÚMERO DE MANICURES		2
ATENDIMENTOS POR PROFISSIONAL/HORA		1
ATENDIMENTOS TOTAL POR profissional		8
ATENDIMENTOS TOTAL POR DIA (BARBEIROS)		32
ATENDIMENTOS TOTAL POR DIA (MANICURES)		16
ATENDIMENTOS POR MÊS (22 DIAS)		759
MÉDIA DE TEMPO POR SERVIÇO (HORA)		1,00

Figura 13: Capacidade produtiva Free Barber Shop.

Com base na capacidade produtiva da Free Barber Shop, os barbeiros realizarão, em média, 8 atendimentos por dia, totalizando 32 atendimentos diários. Já as manicures farão, em média, 8 atendimentos por dia, totalizando 16 atendimentos diários. Esses números indicam que a barbearia tem a capacidade de atender a uma demanda de 759 atendimentos mensais, considerando 22 dias úteis.

Com uma média de tempo de 1 hora para cada serviço, esses dados fornecem uma visão clara da capacidade de produção da Free Barber Shop. Essas informações são essenciais para o planejamento e agendamento dos atendimentos, garantindo uma operação eficiente e o atendimento adequado aos clientes.

Com uma compreensão precisa da capacidade produtiva, a barbearia pode otimizar seus recursos e garantir que todos os clientes sejam atendidos de forma satisfatória. Isso contribui para a obtenção de resultados positivos, tanto em termos de satisfação do cliente quanto de eficiência operacional.

11.1 Localização, Instalações e Equipamentos

Para produzir de forma eficiente e competitiva, é preciso escolher bem o local onde a empresa ou negócio irá se instalar, bem como as instalações e os equipamentos que irá utilizar. A localização, as instalações e os equipamentos são fatores que influenciam diretamente na capacidade produtiva, nos custos, na qualidade e na satisfação dos clientes. Por isso, é preciso planejar e analisar com cuidado esses aspectos, considerando as vantagens e desvantagens de cada opção. Neste capítulo, serão apresentados os dados de localização da empresa, as características das instalações e os equipamentos necessários para a produção.

11.1.1 Dados de localização da empresa

Endereço da empresa:

Free Barber Shop

Rua Maestro Leo Won Schneider, 605

Parque Santa Fé

CEP 91180-310

A Free Barber Shop está localizada na Rua Maestro Leo Won Schneider, número 605, no bairro Parque Santa Fé. O CEP da empresa é 91180-310. Para entrar em contato com a barbearia, os clientes poderão ligar ou se comunicar através do WhatsApp.

A localização estratégica da empresa, aliada às suas instalações bem planejadas e aos equipamentos adequados, contribuem para proporcionar uma experiência de alto nível aos clientes da Free Barber Shop.

11.1.2 Instalações

As instalações da Free Barber Shop estão acomodadas em uma área de aproximadamente 60m², proporcionando um espaço amplo e confortável para os clientes. Além das áreas destinadas aos serviços de beleza, as instalações também contam com dois banheiros disponíveis para uso dos clientes.

Com o objetivo de oferecer um ambiente agradável e convidativo, a Free Barber Shop passará por uma reforma e decoração específica, alinhada à temática inclusiva que o estabelecimento pretende promover. A decoração será cuidadosamente planejada para refletir a proposta da barbearia e criar uma atmosfera acolhedora, garantindo uma experiência única para os clientes.

Os mobiliários serão escolhidos com atenção aos detalhes, buscando conforto e funcionalidade para os profissionais e clientes. Cada elemento do espaço será cuidadosamente

selecionado para transmitir a identidade da Free Barber Shop e tornar o ambiente atraente e inspirador.

Através da reforma e decoração das instalações, a Free Barber Shop pretende oferecer um ambiente que vá além dos serviços de beleza, proporcionando um local onde os clientes se sintam acolhidos e confortáveis, valorizando a inclusão e a diversidade.

As instalações renovadas, aliadas à temática cuidadosamente desenvolvida, reforçam o compromisso da Free Barber Shop em proporcionar uma experiência única e memorável para todos os seus clientes.

11.1.3. Equipamentos

A Free Barber Shop contará inicialmente com 4 cadeiras de barbeiro, proporcionando conforto e praticidade durante os serviços de corte de cabelo e barba. Além disso, o estabelecimento terá uma sala de espera equipada com 2 sofás confortáveis, onde os clientes poderão aguardar com comodidade. Na sala de espera, será disponibilizada uma TV Smart de 50 polegadas, permitindo que os clientes assistam a programações variadas, como jogos de futebol.

No que diz respeito à parte do Pub interno, essa área será custeada e terá sua morfologia caracterizada pelo parceiro estratégico da Free Barber Shop. De acordo com o esboço do projeto, o Pub interno contará com 4 mesas, cada uma acompanhada por 4 cadeiras, proporcionando um ambiente confortável e agradável para os frequentadores. Além disso, um amplo balcão estará presente, equipado com 8 cadeiras giratórias estofadas, visando oferecer um melhor conforto aos clientes.

A decoração do Pub interno será cuidadosamente planejada para refletir a temática LGBTQIA+, utilizando cores e luzes que agregam charme e ambiente acolhedor ao local. A intenção é criar um espaço aconchegante, onde os frequentadores possam desfrutar de momentos de descontração, além de apreciar os serviços de beleza oferecidos pela Free Barber Shop.

Os equipamentos e a decoração foram selecionados com o objetivo de proporcionar uma experiência agradável e única aos clientes, transmitindo a identidade inclusiva e acolhedora da barbearia. O cuidado na escolha dos equipamentos e na ambientação do espaço reforça o compromisso da Free Barber Shop em oferecer serviços de qualidade, aliados a um ambiente aconchegante e atraente para todos os clientes.

11.2 Processo de produção e/ou comercialização

Para produzir e/ou vender de forma eficiente e competitiva, é preciso definir bem o processo de produção, nesse caso serviços prestados. O processo de produção e/ou comercialização é o conjunto de atividades que transforma os recursos em produtos ou serviços que atendem às necessidades e expectativas dos clientes. Nesta parte, o plano da produção da Free Barber shop irá apresentar a oferta dos produtos da empresa, as etapas do processo de prestação de serviços, os recursos necessários e os padrões de qualidade adotados.

11.2. 1 Oferta dos produtos

A Free Barber Shop oferecerá uma variedade de produtos relacionados aos cuidados com a beleza das pessoas. Os serviços disponíveis incluem cortes de cabelo masculino, barba, combo barba e cabelo, tintura de cabelo curto, pigmentação de barba, manicure, pedicure, tintura de cabelo longo, limpeza de pele, combo lava/corte/hidrata/escova, luzes para cabelos curtos e longos, platinação de cabelos curtos e longos, maquiagem *drag*, progressiva extra liso, coloração para cabelos curtos e longos, e *ombré hair*.

A Free Barber Shop pretende ir além dos serviços de beleza, oferecendo um diferencial com seu Pub interno temático LGBTQIA+. Esse espaço acolhedor permite aos clientes desfrutarem de momentos de descontração enquanto cuidam de sua aparência. Com música ambiente, bebidas e petiscos, o Pub interno criará uma experiência única de lazer e socialização.

A variedade de serviços oferecidos pela Free Barber Shop, como tratamentos capilares, cuidados com a barba e maquiagem, atenderá às preferências e necessidades do público-alvo. A inclusão do Pub interno como parte do empreendimento proporcionará uma proposta inovadora, combinando cuidados estéticos com entretenimento em um mesmo local.

Essa estratégia visa oferecer uma experiência completa aos clientes, atendendo suas demandas de beleza e proporcionando um ambiente inclusivo e acolhedor. Ao criar um espaço onde os clientes possam relaxar, se divertir e cuidar de sua aparência, a Free Barber Shop se destaca ao oferecer uma proposta diferenciada e personalizada.

11.3 Capacidade Produtiva e/ou comercial

Para prestar serviços de forma eficiente e competitiva, é preciso conhecer bem a capacidade produtiva da Free barber Shop. A capacidade produtiva é o limite de serviços que a empresa ou negócio pode oferecer aos seus clientes em um determinado período, sem comprometer a qualidade e a rentabilidade. Nesta parte, o plano da produção da Barbearia

inclusiva irá apresentar o plano de produção e oferta dos serviços prestados pela empresa, baseado na análise da capacidade de atendimento na barbearia.

O plano de produção e oferta de ser serviços prestados terá como base a análise do quadro 6, abaixo, que descreve a capacidade de atendimentos na barbearia:

CAPACIDADE MÁXIMA DE ATENDIMENTOS		
HORAS TRABALHADAS/DIA		10
NÚMERO DE BARBEIROS		4
NÚMERO	DEMAIS	PROFISSIONAIS
FREELANCER		4
ATENDIMENTOS POR PROFISSIONAL/HORA		1
ATENDIMENTOS	TOTAL	POR
PROFISSIONAL/DIA		8
ATENDIMENTOS TOTAL P/ MÊS (BARBEIROS)		32
ATENDIMENTOS		OUTROS
PROFISSIONAIS/DIA		16
ATENDIMENTOS POR MÊS (22 DIAS)		759
MÉDIA DE TEMPO POR SERVIÇO (HORA)		1,00
VALOR MÉDIO DOS SERVIÇOS		R\$ 58,00
FATURAMENTO OUTROS PROFISSIONAIS MÊS		R\$ 44.284,00
ALUGUEL MENSAL DO PUB		R\$ 1.500,00
FATURAMENTO TOTAL MENSAL		R\$ 45.784,00

Figura 14: Capacidade produtiva e de receita da Free Barber Shop.

Com base na capacidade produtiva da Free Barber Shop, a empresa estará preparada para atender uma demanda considerável de clientes. Com uma equipe de 4 barbeiros e 2 manicures, a barbearia poderá realizar até 32 atendimentos por dia. Ao longo de um mês, isso representa um total de 759 atendimentos, levando em conta 22 dias úteis.

A média de tempo por serviço é de 1 hora, permitindo que os profissionais ofereçam um atendimento cuidadoso e dedicado a cada cliente. Essa capacidade produtiva é fundamental para garantir que a empresa possa atender seus clientes de forma eficiente, sem comprometer a qualidade do serviço prestado.

Esses dados são importantes para o planejamento e organização da Free Barber Shop, permitindo que a empresa gerencie seus recursos de maneira adequada e mantenha a excelência em seus serviços.

11.4 Necessidade de Pessoal

A necessidade de pessoal é um aspecto essencial para o funcionamento eficiente de qualquer negócio. No caso da Free Barber Shop, é fundamental contar com uma equipe qualificada e em número adequado para atender às demandas dos clientes e garantir a qualidade dos serviços prestados.

O quadro 7 descreve o efetivo necessário para a implementação da barbearia Free Barber Shop:

QUANTI DADE	COLABORADOR
4	BARBEIROS
4	MANICURES, MAQUIADORAS
1	ADMINISTRADOR
1	AUXILIAR DE SERVIÇOS GERAIS/ LIMPEZA/COPA
1	SECRETÁRIA

Figura 15: efetivo funcional free barber Shop.

O quadro acima representa o efetivo necessário para o início das operações da Free Barber Shop.

A equipe da Free Barber Shop será composta conforme o quadro acima, desempenhando papéis-chave no atendimento aos clientes. Os profissionais da equipe formada devem ser qualificados, experientes e atualizados sobre as tendências e técnicas de cuidados com a beleza. Além disso, é importante que sejam cordiais, acolhedores e capazes de se comunicar eficazmente com os clientes. A flexibilidade e a capacidade de lidar com diferentes situações e demandas também são essenciais. Em resumo, a equipe da Free Barber Shop precisa ser qualificada, em número adequado e ter habilidades interpessoais para garantir a qualidade dos serviços prestados e atender às necessidades dos clientes.

Para o suporte administrativo, a Free Barber Shop terá um auxiliar de escritório, cuja responsabilidade abrange atendimento ao público, agendamentos, cobranças e divulgação nas redes sociais. Será dada preferência a candidatos que estejam estudando em áreas como marketing, administração ou áreas afins, a fim de agregar qualidade aos serviços prestados. Além disso, a posição também poderá ser ocupada por estagiários.

O investidor será responsável pela gestão geral da barbearia, atuando como gerente. Suas atribuições incluem coordenar as operações, tomar decisões estratégicas e supervisionar o trabalho da equipe.

Para a manutenção do ambiente, será contratado 1 auxiliar de serviços gerais em meio período, responsável pela limpeza e organização do espaço. Isso garantirá um ambiente agradável e bem cuidado para os clientes.

A administração do Pub interno será atribuída a um parceiro estratégico. Esse parceiro será responsável pela montagem, decoração e contabilidade independente do Pub e o mesmo pagará um aluguel pelo espaço.

Com essa equipe estabelecida, a Free Barber Shop estará pronta para oferecer serviços de qualidade, atender às demandas dos clientes e garantir o bom funcionamento do estabelecimento.

11.5 Monitoramento da qualidade e da produtividade

Para produzir de forma eficiente e competitiva, é preciso monitorar e controlar a qualidade e a produtividade. O monitoramento da qualidade e da produtividade será usado para medir e comparar o desempenho da produção com os padrões de qualidade e os indicadores de produtividade definidos pela barbearia. Neste capítulo do plano da produção, serão apresentados os métodos e as ferramentas utilizados para o monitoramento da qualidade e da produtividade, bem como os critérios e as ações para a correção e a melhoria dos processos produtivos.

A Free Barber Shop valoriza a qualidade e produtividade de seus serviços, buscando constantemente o aprimoramento. Para monitorar a satisfação dos clientes, serão adotadas medidas como avaliações por meio de feedback digital e pesquisas de satisfação no local. Os clientes serão incentivados a compartilhar suas opiniões nas redes sociais, e questionários de satisfação serão aplicados para obter dados concretos sobre a efetividade dos processos. Com essas práticas de monitoramento, a barbearia identificará áreas de melhoria e garantirá um serviço de excelência, valorizando a opinião dos clientes.

Com essas práticas de monitoramento da qualidade e produtividade, a Free Barber Shop poderá identificar áreas de melhoria, corrigir eventuais falhas e garantir que os clientes recebam um serviço de excelência. A opinião dos usuários será valorizada e servirá como guia para o aprimoramento contínuo dos processos da barbearia.

11.6 Pesquisa e Desenvolvimento

Para se manter no mercado e atender às necessidades e expectativas dos clientes, é preciso investir em Pesquisa e Desenvolvimento. Pesquisa e Desenvolvimento ajudará na criação ou melhoria de produtos ou serviços, por meio de atividades que combinam conhecimento, criatividade e tecnologia. Este capítulo irá apresentar os objetivos, as estratégias, os recursos e os resultados esperados da área de Pesquisa e Desenvolvimento da Free Barber Shop.

A equipe da Free Barber Shop se compromete em oferecer um serviço de alta qualidade, estando sempre atualizada com as novidades e tendências do setor. O gestor será responsável pela pesquisa e desenvolvimento contínuo, buscando constantemente melhorias e inovações.

O auxiliar de escritório desempenhará um papel crucial na administração do marketing, buscando constantemente novidades e atualizações no campo da beleza masculina. Ela estará atenta a novas técnicas de corte de cabelo, estilos de barba, produtos de cuidados pessoais e tudo o que possa agregar valor aos serviços oferecidos pela barbearia.

Essa busca contínua por conhecimento e atualização garantirá que a equipe da Free Barber Shop esteja sempre atualizada e ofereça aos clientes os serviços mais modernos e relevantes do mercado.

Dessa forma, a Free Barber Shop estará sempre na vanguarda do setor, oferecendo aos clientes um serviço de qualidade classe A, com profissionais qualificados e atualizados. A pesquisa e desenvolvimento contínuo assegurará que a barbearia esteja alinhada com as últimas tendências e inovações do mercado.

11.6.1 Treinamento e Especialização

A Free Barber Shop se preocupa com a capacitação e o aprimoramento contínuo de seus profissionais. Os barbeiros que compõem a equipe serão incentivados a participar de cursos de especialização e treinamentos que visam aprimorar suas habilidades e conhecimentos.

Esses cursos de especialização abrangem uma variedade de áreas relacionadas aos serviços que serão oferecidos pela barbearia, como técnicas avançadas de corte de cabelo, estilos de barba, tratamentos capilares, cuidados com a pele, entre outros. Os profissionais serão

incentivados a se manterem atualizados com as tendências do mercado e a adquirirem novas técnicas e conhecimentos para proporcionar aos clientes uma experiência de alto nível.

Além disso, a Free Barber Shop promoverá reuniões internas, nas quais os barbeiros terão a oportunidade de compartilhar experiências, aprender com relato dos colegas e aprimorar suas habilidades em um ambiente colaborativo. Essas reuniões serão conduzidas por profissionais experientes da equipe ou por especialistas externos, dependendo da necessidade e do objetivo.

11.6.2 Melhoria dos Produtos e/ou Serviços

A Free Barber Shop valorizará o feedback dos clientes como uma ferramenta essencial para a melhoria contínua de seus produtos e serviços. Os feedbacks, sejam críticas, elogios ou sugestões, serão cuidadosamente analisados e considerados pela equipe responsável. A partir dessas informações, a barbearia buscará identificar áreas de oportunidade e realizar ajustes e aprimoramentos em seus produtos e serviços.

O monitoramento da qualidade não se limitará apenas aos feedbacks dos clientes, mas também envolverá uma constante busca por produtos inovadores no mercado. A equipe responsável pela administração do marketing e pela pesquisa e desenvolvimento estará sempre atenta às novidades e tendências no setor da beleza e do cuidado com barba e cabelo. Serão realizadas pesquisas, participação em eventos do ramo e contato com fornecedores para identificar e avaliar novos produtos e tecnologias que possam agregar valor aos serviços oferecidos pela barbearia.

A busca por melhorias na qualidade dos produtos usados nos serviços é fundamental para proporcionar aos clientes uma experiência excepcional. A Free Barber Shop está comprometida em utilizar produtos de alta qualidade, que atendam às necessidades e expectativas dos clientes. Isso inclui a seleção criteriosa de marcas reconhecidas no mercado, além da realização de testes e avaliações para garantir a eficácia e segurança dos produtos utilizados.

A barbearia está aberta a parcerias estratégicas com fornecedores que compartilhem dos mesmos valores de qualidade e inovação, buscando sempre aperfeiçoar os produtos e serviços oferecidos aos clientes.

Em resumo, a Free Barber Shop está empenhada em utilizar os feedbacks dos clientes e a busca por produtos inovadores como meios para a melhoria contínua de seus produtos e serviços. Essa abordagem garantirá que os clientes tenham acesso a um atendimento de

qualidade, com produtos atualizados e eficientes, mantendo a satisfação e fidelidade dos clientes ao longo do tempo.

11.6.3 Desenvolvimento de novos Serviços

A Free Barber Shop utilizará os dados obtidos por meio de feedbacks e pesquisas para identificar oportunidades de desenvolvimento de novos serviços complementares, de acordo com a demanda dos clientes.

Essa abordagem orientada pelos clientes permitirá que a barbearia identifique as necessidades e preferências dos clientes, e com base nisso, explore possibilidades de expandir seu leque de serviços. Através desses dados, a empresa poderá identificar lacunas ou áreas em que possa oferecer serviços adicionais para atender às expectativas dos clientes.

Dessa forma, a Free Barber Shop poderá desenvolver novas ofertas que agreguem valor à experiência do cliente e atendam às suas necessidades específicas. Essa estratégia de desenvolvimento de novos serviços com base no feedback dos clientes contribuirá para a satisfação dos clientes e para o crescimento contínuo do negócio.

12 IMPACTOS DO EMPREENDIMENTO

Para avaliar a viabilidade e a sustentabilidade de um empreendimento, é preciso identificar e analisar os impactos que ele pode gerar ao meio ambiente e à sociedade. Podemos entender como impactos do empreendimento as alterações que ocorrem nas condições ambientais e sociais em decorrência da implantação e da operação de um empreendimento. Essas alterações podem ser positivas, quando trazem benefícios, ou negativas, quando trazem prejuízos. Neste capítulo, serão apresentados os impactos sociais e ambientais do empreendimento de barbearia inclusiva, bem como as medidas mitigadoras e compensatórias propostas.

12.1 Impactos Sociais

De acordo com Sobral e Peci (2008), a cultura brasileira apresenta características próprias em relação à administração, especialmente a postura de espectador, que reflete mecanismos de integração internos de determinados grupos sociais e de mediação nas relações entre líderes e liderados.

Para avaliar a viabilidade e a sustentabilidade de um empreendimento, é preciso identificar e analisar os impactos que ele pode gerar à sociedade, sendo esses as alterações que

ocorrem nas condições sociais em decorrência da implantação e da operação de um empreendimento. Algumas alterações podem ser positivas, quando trazem benefícios, ou negativas, isso quando causam malefícios para a sociedade. Esta parte do plano da produção apresenta os impactos sociais do empreendimento.

A Free Barber Shop, como uma barbearia inclusiva voltada para a comunidade LGBTQIA+, busca gerar impactos sociais positivos ao enfrentar o preconceito e promover a igualdade de direitos e oportunidades. A existência de poucas opções de barbearias direcionadas a esse público reflete a falta de espaços seguros e acolhedores para as pessoas LGBTQIA+ expressarem sua identidade e cuidarem de sua aparência sem o medo de discriminação ou tratamento inadequado.

Ao criar um ambiente inclusivo e acolhedor, a barbearia busca combater experiências negativas enfrentadas por pessoas homossexuais, como o bullying e a discriminação LGBTQIA+fóbicos. Esses eventos têm se tornado cada vez mais frequentes, gerando danos emocionais e psicológicos duradouros, que afetam tanto a vida escolar quanto a vida adulta das pessoas LGBTQIA+.

Ao proporcionar um espaço seguro, a Free Barber Shop visa contribuir para a redução desses impactos negativos. Através da criação de uma atmosfera de respeito, tolerância e inclusão, a barbearia pretende desafiar as normas sociais e promover a aceitação e valorização da diversidade.

Além disso, ao oferecer serviços personalizados e de qualidade, a Free Barber Shop proporciona uma experiência positiva aos clientes LGBTQIA+. Isso contribui para a construção da autoestima e confiança, ajudando a superar os traumas e desafios enfrentados devido ao preconceito.

A barbearia também desempenha um papel importante na conscientização e sensibilização da sociedade em relação às questões LGBTQIA+. Ao promover a inclusão e a igualdade em seu espaço, a Free Barber Shop inspira outras empresas e indivíduos a adotarem atitudes positivas e a se tornarem agentes de mudança.

Em resumo, a Free Barber Shop busca gerar impactos sociais positivos ao oferecer uma barbearia inclusiva voltada para a comunidade LGBTQIA+. Ao enfrentar o preconceito, proporcionar um ambiente seguro e promover a aceitação e valorização da diversidade, a barbearia contribui para a construção de uma sociedade mais igualitária e respeitosa.

12.2 Impactos Econômicos

Para avaliar a viabilidade e a sustentabilidade da barbearia Free Barber Shop será preciso identificar e analisar os impactos a serem gerados à economia. Os impactos econômicos serão as alterações que ocorrem nas condições econômicas em decorrência da implantação do empreendimento na região que estará inserido. Essas alterações poderão ser positivas, trazendo benefícios, ou negativas, quando prejudicam a região. Este capítulo apresentará os impactos econômicos do empreendimento.

A Free Barber Shop, como empreendimento, deverá gerar um impacto econômico positivo ao gerar lucratividade, emprego e renda para um grupo de pessoas. Além disso, proporciona uma oportunidade para os profissionais exercerem seu trabalho de maneira rentável, sem a necessidade de investir em uma barbearia própria, o que requer um considerável investimento financeiro que nem todos possuem. Mesmo sendo uma empresa de pequeno porte e oferecendo um número limitado de vagas de emprego, o empreendimento contribui para reduzir o índice de desemprego no Brasil. De acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE 2023), divulgados pela Agência Brasil em 28 de abril de 2023, a taxa de desocupação encerrou o primeiro trimestre deste ano em 8,8%, representando um aumento de 0,9 ponto percentual em comparação com o trimestre anterior. Esses impactos econômicos serão percebidos tanto pelos investidores, funcionários e parceiros estratégicos, quanto pelo comércio local, que pode se beneficiar do aumento do poder de compra dos profissionais que trabalham na Free Barber Shop.

12.3 Impactos Ambientais

Segundo Brasil Escola (2020), impactos ambientais são as alterações causadas no meio ambiente pela ação humana, que podem ser positivas ou negativas. Toda atividade humana gera algum tipo de impacto ambiental, por isso é importante avaliar os possíveis danos e benefícios antes de realizá-la. Nesse sentido, uma barbearia inclusiva pode ter impactos ambientais positivos ou negativos, dependendo das práticas adotadas pelo seu empreendedor.

Por estar localizada em um bairro predominantemente residencial, o empreendimento pode ter impactos ambientais relacionados à estética do local e ao aumento da circulação de pessoas. No entanto, é importante ressaltar que essas características não devem resultar em danos ambientais para a região. A Free Barber Shop cultivará uma consciência ecológica, comprometendo a atuar na separação e no descarte correto de resíduos, buscando minimizar qualquer impacto negativo ao meio ambiente.

É fundamental adotar práticas sustentáveis, como a utilização de materiais recicláveis, a economia de água e energia, e a promoção de ações de conscientização ambiental entre os colaboradores e clientes. Dessa forma, a empresa busca garantir que suas operações sejam realizadas de maneira responsável e em conformidade com as diretrizes ambientais.

É importante destacar a importância de respeitar as normas e regulamentações ambientais vigentes, bem como buscar constantemente formas de aprimorar e otimizar as práticas sustentáveis dentro do empreendimento.

13 PLANO FINANCEIRO

O plano financeiro é essencial para o sucesso de um negócio, pois permite conhecer a situação financeira atual, planejar o futuro e tomar decisões mais assertivas. O plano financeiro deve ser elaborado para um período determinado e revisado periodicamente.

O plano financeiro da Free Barber Shop é parte essencial do projeto, pois abrange todas as informações relacionadas aos aspectos financeiros do empreendimento. Ele analisa os custos envolvidos na abertura e manutenção da barbearia, as projeções de receitas, os investimentos necessários, as despesas operacionais e outros elementos financeiros relevantes. O plano financeiro busca fornecer uma visão abrangente e detalhada da situação financeira da barbearia, auxiliando na tomada de decisões estratégicas e garantindo a sustentabilidade e o sucesso do negócio a longo prazo.

13.1 Investimentos Financeiro (Relatório Financeiro do Projeto Free Barber Shop)

Este relatório financeiro tem como propósito apresentar os principais aspectos financeiros do projeto da Free Barber Shop, uma barbearia inclusiva voltada principalmente para a comunidade LGBTQIA+. O relatório é baseado nos dados do plano financeiro do projeto, que incluem o investimento inicial, os custos fixos e variáveis, a análise dos produtos e os indicadores financeiros do negócio.

13.1.1 Investimento Inicial

O investimento inicial será o valor necessário para abrir a barbearia e colocá-la em funcionamento. Ele inclui os gastos com a estrutura física, os equipamentos, os móveis, a decoração, o estoque inicial, a contratação de funcionários, a divulgação e as despesas legais. O investimento inicial irá depender do tipo e do tamanho da Free Barber Shop, levando em consideração o estilo e o público-alvo. O investimento inicial será uma parte importante do plano financeiro, pois determina a viabilidade e o retorno do negócio.

13.1.1.1 Investimentos físicos

Os investimentos físicos na barbearia são fundamentais para estabelecer uma imagem de qualidade, proporcionar conforto aos clientes, melhorar a eficiência operacional e diferenciar-se da concorrência. Esses investimentos contribuem para o sucesso geral do negócio, atraindo clientes, gerando receita e estabelecendo uma base sólida para o crescimento futuro da barbearia.

As figuras 7 e 8, a seguir demonstram o detalhamento dos cinco grupos de investimentos físicos:

MAQUINAS & EQUIPAMENTOS	VLR.UNIT.	QTD.	TOTAL
Televisor Smart 55"	1,00	2.999	2.999,00
Máquina de Corte Wahl Super Taper	4,00	499	1.996,00
Maquina De Acabamento Panasonic	4,00	199	796,00
Kit unhas Gel completo	2,00	399	798,00
TOTAL			6.589,00
EQUIPAMENTOS DE INFORMÁTICA	VLR.UNIT.	QTD.	TOTAL
Notebook Inspiron 15 3000	3.497,00	1	3.497,00
Maquina de cartão Moderninha Pró	229,00	2	458,00
Impressora	249,00	1	249,00
Smartphone sansungo A52	1.490,00	1	1.490,00
TOTAL			5.694,00

Figura 16: Máquinas e Equipamentos/Equipamentos de Informática (elaborada pelo autor)

OBRAS CIVIS (TERRENOS, CONSTRUÇÕES, ...)	VLR.UNIT.	QTD.	TOTAL
REFORMA	6.000,00	1	6.000,00
TOTAL			6.000,00
INSTALAÇÕES	VLR.UNIT.	QTD.	TOTAL
Instalações e decoração em geral	2.000,00	1	2.000,00
Pintura da Fachada	600,00	1	600,00
TOTAL			2.600,00
MÓVEIS & UTENSÍLIOS	VLR.UNIT.	QTD.	TOTAL
CADEIRAS DE BARBEIRO	994,00	4	3.976,00
CADEIRAS DE MANICURE/PEDICURE	399,00	2	798,00
KITNCADAS BARBEIRO COM ESELHOS/ARMÁRIOS	499,00	4	1.996,00
JOGO DE RECEPÇÃO COMPLETO C/ BEBEDOURO	2.119,00	1	2.119,00
KIT TESOURAS, TOALHAS, NAVALHAS ETC	475,90	4	1.903,60
TOTAL			10.792,60

Figura 17: Reforma, Instalações, Moveis e utensílios (elaborada pelo autor)

Os investimentos físicos da barbearia, como estrutura física, decoração, móveis, equipamentos e utensílios necessários para a prestação dos serviços, são essenciais para criar um ambiente adequado e atrativo para os clientes. Esses investimentos desempenham um papel crucial no sucesso do negócio

13.1.1.2 Estoque inicial

Ter um estoque inicial adequado permite que a barbearia esteja preparada para atender os clientes desde o primeiro dia de funcionamento, proporcionando uma experiência completa e de qualidade. Além disso, um estoque bem gerenciado evita problemas de falta de produtos essenciais durante o atendimento, contribuindo para a satisfação dos clientes e a reputação positiva do negócio.

Portanto, ao planejar o estoque inicial da barbearia inclusiva Free Barber Shop, deve-se levar em consideração os itens mencionados na figura 9 abaixo, adaptá-los de acordo com as características e demandas da barbearia, visando oferecer um serviço completo e satisfatório aos clientes.

ESTOQUE INICIAL			
ITEM	QUANTIDADE	VALOR UN.	TOTAL
LAMINA DESCARTÁVEL	120	R\$ 1,50	R\$ 180,00
GOMA HIGIENICA	120	R\$ 18,00	R\$ 2.160,00
ESPUMA DE BARBA	12	R\$ 29,00	R\$ 348,00
LOÇÃO PÓS BARBA	12	R\$ 36,00	R\$ 432,00
SHAMPOO	12	R\$ 18,00	R\$ 216,00
CONDICIONADOR	12	R\$ 22,00	R\$ 264,00
TINTURAS EM GERAL	12	R\$ 20,00	R\$ 240,00
PRODUTOS DE PROGRESS	12	R\$ 79,00	R\$ 948,00
MEGA HAIR	6	R\$ 120,00	R\$ 720,00
TALCO	12	R\$ 18,00	R\$ 216,00
CREMA DE CABAMENTO	12	R\$ 18,00	R\$ 216,00
KIT P/MAQUIAGEM	1	R\$ 240,00	R\$ 240,00
TOTAL	343		R\$ 6.180,00

Figura 18: Estoque inicial (elaborada pelo autor)

É importante ressaltar que essa lista serve como base, e pode ser adaptada de acordo com as particularidades sazonais do empreendimento, levando em consideração o aumento do público e dos serviços específicos oferecidos.

13.1.1.3 Custos Fixos Mensais

Os custos fixos mensais da Free Barber Shop, ficarão em R\$ 14.270,25, representando os gastos recorrentes que a barbearia terá independentemente da quantidade de serviços realizados em um determinado mês. Esses custos incluem, entre outros, a folha de pagamento da secretária e os gastos com limpeza, que são significativos nos números e que são considerados custos essenciais para a operação do negócio. Além dos mencionados custos, outros gastos fixos poderiam incluir despesas com aluguel do espaço da barbearia, se houvesse, contudo, incluem custos com: energia elétrica, água, internet, seguros, impostos, manutenção e reparos, entre outros.

Esses custos fixos estão descritos conforme a figura 10 abaixo:

CUSTOS FIXOS MENSAIS (EM R\$)			
ITEM	VALOR (R\$)	VALOR ANUAL	ANÁLISE VERTICAL
Aluguel	0,00	0,00	0,00%
Combo - Telefone Fixo + Internet	199,00	2.388,00	1,39%
Luz/Água	900,00	10.800,00	6,31%
Telefone Celular	86,00	1.032,00	0,60%
Contador	660,00	7.920,00	4,63%
Condomínio e IPTU	0,00	0,00	0,00%
Vigia	0,00	0,00	0,00%
Material de Expediente	79,00	948,00	0,55%
Combustível	0,00	0,00	0,00%
Outros	300,00	3.600,00	2,10%
Limpeza	1.320,00	15.840,00	9,25%
Salário 1 secretária	3.200,00	38.400,00	22,42%
Pro-Labore	7.000,00	84.000,00	49,05%
Depreciação	331,33	3.975,97	2,32%
Seguros	86,29	1.035,45	0,60%
Manutenção	108,63	1.303,60	0,76%
TOTAL	14.270,25	171.243,02	100,00%

Figura 19: Custos fixos. (elaborada pelo autor)

É importante ressaltar que a composição exata dos custos fixos pode variar de acordo com as necessidades operacionais da Free Barber Shop, com esse fim foi elaborado um plano financeiro detalhado, a fim de identificar e listar todos os custos fixos mensais de forma precisa.

Gerenciar efetivamente os custos fixos é essencial para a sustentabilidade financeira do empreendimento. Ao garantir que esses custos estejam adequadamente controlados e dentro do orçamento, a barbearia estará melhor posicionada para alcançar seus objetivos e obter resultados positivos. É importante revisar e ajustar esses custos regularmente para garantir a eficiência e a viabilidade financeira do negócio.

13.1.1.4 Investimento Total Inicial

Os números apresentados correspondem ao investimento necessário para a criação do empreendimento da barbearia inclusiva Free Barber Shop.

A Free Barber Shop realizará investimentos físicos significativos para criar um ambiente acolhedor e moderno. O espaço será cuidadosamente projetado, buscando oferecer conforto e estilo aos clientes. Os investimentos incluirão a decoração, mobiliário de estilo agradável aos clientes, assim como equipamentos modernos, garantindo um ambiente acolhedor para, assim, prestar os serviços de barbearia.

Os custos fixos mensais foram calculados em R\$ 14.270,25. A necessidade de capital de giro (NCG) inicial para cobrir esses custos é de R\$ 42.810,75. Essa quantia é necessária para garantir o pagamento dos custos fixos nos primeiros meses de operação, antes que a receita do negócio seja suficiente para cobri-los.

O valor total do investimento inicial é de R\$ 81.195,35, sendo distribuído em obras civis, instalações e máquinas e equipamentos, móveis e utensílios e equipamentos de informática, estando divididos de acordo com figura 11 a seguir:

QUADRO DE INVESTIMENTOS FÍSICOS (R\$)		
ITEM	VALOR P/GRUPO DE INVESTIMENTOS	
Obras Civis (terraplanagem/terreno/construções)	6.000,00	
Instalações	2.600,00	
Móveis & Utensílios	10.792,60	
Máquinas & Equipamentos	6.589,00	
Equipamentos de Informática	5.694,00	
Veículos	0,00	
TOTAL	31.675,60	
NECESSIDADE DE CAPITAL DE GIRO (NCG) INICIAL		
Quantidade de meses necessários	3 meses	
NECESSIDADE	VLR/MÊS	NCG INICIAL
Custos fixos	14.270,25	42.810,75
Publicidade inicial (comunicação e banner)	409,00	409,00
Estoque	6.180,00	6.180,00
Mão-de-obra (terceiros)	0,00	0,00
Outros (registro de marca, site, etc.)	120,00	120,00
TOTAL	20.979,25	49.519,75
INVESTIMENTO TOTAL INICIAL		
Investimento físico	31.675,60	
Investimento financeiro	49.519,75	
TOTAL	81.195,35	

Figura 20: Investimentos Físicos, necessidade de capital, investimento físico inicial

Essas necessidades de capital de giro inicial são fundamentais para garantir o funcionamento adequado da barbearia nos primeiros meses de operação. É importante planejar e disponibilizar esses recursos financeiros para cobrir os custos fixos, investir em publicidade, manter o estoque e lidar com despesas adicionais. Dessa forma, a Free Barber Shop estará preparada para enfrentar os desafios iniciais e ter uma base sólida para o seu crescimento no mercado.

Os valores do investimento inicial para a criação do empreendimento, com base nos valores apurados, estão divididos da seguinte forma:

1. Obras Civis: R\$ 6.000,00: Esse investimento inclui despesas relacionadas à reforma ou construção do espaço físico da barbearia. Isso pode envolver a adaptação do local,

instalação de divisórias, revestimentos, pintura, encanamento, instalação elétrica, entre outros itens necessários para criar um ambiente adequado para o funcionamento da barbearia.

2. Instalações e Máquinas e Equipamentos: R\$ 2.600,00: Esse investimento abrange a aquisição de equipamentos e máquinas necessários para o funcionamento da barbearia. Isso pode incluir produtos de barbearia, entre outros itens essenciais para a prestação dos serviços.

3. Móveis e Utensílios: R\$ 11.000,00: Esse investimento diz respeito à aquisição de móveis e utensílios necessários para a operação da barbearia. Nessa parte inclui-se recepção, cadeiras de barbeiro, espelhos, lavatórios, secadores, tesouras, máquinas de corte de cabelo, cadeiras para espera, bancadas de atendimento, armários, prateleiras, entre outros móveis e acessórios utilizados no ambiente da barbearia.

4. Equipamentos de Informática: R\$ 5.694,00: Esse investimento contempla a compra de equipamentos de informática necessários para a gestão e operação do negócio. Isso inclui computadores, impressoras, software de gestão e outros equipamentos e softwares utilizados na administração da barbearia.

O investimento inicial total de R\$ 81.195,35 será distribuído entre essas categorias. Poderemos considerar também os custos adicionais relacionados a licenças, documentação, que podem impactar o investimento total necessário para a criação da barbearia inclusiva Free Barber Shop.

Com base nos valores fornecidos, a figura 11 acima demonstra as necessidades mensais e do capital de giro total para a operação da barbearia inclusiva Free Barber Shop:

1. Custos Fixos: R\$ 14.270,25/mês: serão os custos fixos mensais necessários para manter o funcionamento da barbearia. Isso pode incluir despesas como aluguel do espaço (o que não se refere a esse negócio), energia elétrica, água, internet, salários e encargos dos funcionários, serviços de limpeza, seguros, entre outros.

2. Publicidade Inicial (Comunicação e Banner): R\$ 409,00, esse valor representa o investimento inicial em publicidade, que inclui a comunicação de lançamento da barbearia e a criação de banners promocionais. Essa ação visa atrair os clientes para o estabelecimento durante a fase inicial.

3. Estoque: R\$ 6.180,00: esse será o investimento mensal necessário para manter o estoque de produtos utilizados na barbearia. Isso inclui produtos de cuidados com o cabelo, barba, pele, entre outros, garantindo que haja disponibilidade para atender às demandas dos clientes.

4. Outros (Registro de Marca, Site, etc.): R\$ 120,00: corresponde a despesas adicionais, como o registro da marca da barbearia e a manutenção de um site, por exemplo. Esses investimentos podem contribuir para fortalecer a marca e expandir a presença online do negócio.

Portanto, o valor total necessário por mês para a operação da barbearia inclusiva Free Barber Shop é de R\$ 20.979,25. Além disso, a necessidade de capital de giro (NCG) inicial é de R\$ 42.810,75, e a NCG total é de R\$ 49.519,75, considerando os investimentos iniciais e o montante necessário para cobrir as despesas mensais e o estoque. Será importante monitorar e gerenciar o capital de giro para garantir a sustentabilidade financeira do negócio.

13.1.1.5 Custos de Comercialização

Os custos de comercialização são os gastos relacionados à função de levar o produto ou serviço da empresa até o cliente. Eles incluem os impostos sobre as vendas, as comissões dos vendedores ou representantes, os transportes, entre outros.

Os custos com a carga tributária e comissões por serviços prestados são aspectos importantes a serem considerados na contabilidade da Free Barber Shop.

A barbearia optou pelo regime tributário do Simples Nacional, a faixa de imposto de 9,5% será aplicada sobre o faturamento bruto mensal da empresa. O Simples Nacional é um regime simplificado que engloba diversos impostos em uma única guia de pagamento, facilitando o cumprimento das obrigações fiscais, CONTA AZUL (2023).

Comissões por serviços prestados: O custo de comissões é um dos principais custos relacionados à comercialização de serviços na barbearia. No caso da Free Barber Shop, as comissões serão de 30% do faturamento. Isso significa que, para cada serviço realizado, 30% do valor será destinado como comissão para os profissionais responsáveis pelo atendimento. Essas comissões fazem parte dos custos variáveis da barbearia, uma vez que estão diretamente relacionadas à receita gerada pelos serviços prestados. É fundamental garantir que o percentual de comissões seja equilibrado e que a margem de lucro seja suficiente para cobrir os demais custos fixos e variáveis do negócio. Os números dos custos de comercialização estão descritos na figura abaixo:

IMPOSTOS	ALÍQUOTA	ATIVO
SIMPLES	9,50%	S
TOTAL	9,50%	
CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO		
Impostos	9,50%	4.349,48
Verba de Mkt	1,00%	457,84
Comissão de Vendas	30,00%	13.735,20
Previsões de Perdas (quebras, defeitos, obsolescência)	0,00%	0,00
Frete	0,00%	0,00
Outros (por exemplo, inadimplência)	4,00%	1.831,36
TOTAL DE CUSTOS DE COMERCIALIZAÇÃO	44,50%	20.373,88
TOTAL DE CUSTOS VARIÁVEIS SOBRE O FATURAMENTO	44,50%	20.373,88

Figura 21: Custos de comercialização impostos

Em resumo, ao adotar o regime tributário do Simples Nacional e estabelecer um percentual adequado de comissões por serviços prestados, a barbearia Free Barber Shop busca garantir uma gestão fiscal eficiente e uma estrutura financeira sustentável. Essas medidas contribuem para a viabilidade econômica do negócio e para a maximização dos resultados.

13.1.1.6 Análise dos Produtos

A análise dos produtos será o processo que irá avaliar o desempenho e a rentabilidade dos produtos ou serviços oferecidos pela empresa. Ela envolve a coleta e a interpretação de dados sobre o número de serviços prestados, os preços praticados, a receita obtida, os custos fixos e variáveis. Essa análise ajudará a Free Barber Shop a identificar os pontos fortes e fracos de cada produto ou serviço, bem como as estratégias de melhoria.

Com base nos números esperados, com um volume mensal de aproximadamente 750 serviços e um faturamento esperado de R\$45.784,00, é possível ter uma ideia da distribuição da receita da Free Barber Shop em relação aos diferentes tipos de serviços. Considerando que os cortes de cabelo correspondem a cerca de 15,5% da receita, podemos chegar à receita gerada por esse serviço específico. Com base nessas estimativas, podemos inferir que, aproximadamente, tanto os cortes de cabelo quanto os serviços de barba e combos de barba/cabelo correspondem a cerca de 15,5% da receita cada. Vale ressaltar que esses valores são estimativas e poderão variar de acordo com a demanda da clientela da Free Barber Shop.

As receitas geradas por cada serviço prestado, bem como, seus devidos percentuais de participação na receita, estão descritas conforme a figura 13 a seguir:

TOTALIS		759	45.784,00	100,00%	
PRODUTOS/SERVIÇOS OFERECIDOS		VALORES PREVISTOS			
		Preço de Venda	Quantid. Vendidas	Receita do Produto	Partic.% Receita
Item 01	CORTE DE CABELO MASCULINO	36,00	198	7.128,00	15,57%
Item 02	BARBA	24,00	210	5.040,00	11,01%
Item 03	COMBO BARBA CABELO	56,00	90	5.040,00	11,01%
Item 04	PINTURA DE CABELO CURTO	168,00	15	2.520,00	5,50%
Item 05	PIGMENTAÇÃO DE BARBA	36,00	15	540,00	1,18%
Item 06	MANICURE	24,00	90	2.160,00	4,72%
Item 07	PEDICURE	24,00	45	1.080,00	2,36%
Item 08	PINTURA DE CABELO LONGO	200,00	11	2.200,00	4,81%
Item 09	LIMPEZA DE PELE	96,00	11	1.056,00	2,31%
Item 10	COMBO LAVA/CORTE/HIDRATA/ESCOVA	152,00	11	1.672,00	3,65%
Item 11	LUZES CABELO CURTO	288,00	11	3.168,00	6,92%
Item 12	LUZES CABELO LONGO	360,00	11	3.960,00	8,65%
Item 13	PLATINADO CABELO CURTO	240,00	8	1.920,00	4,19%
Item 14	PLATINADO CABELO LONGO	288,00	6	1.728,00	3,77%
Item 15	MAQUIAGEM DRAG	120,00	4	480,00	1,05%
Item 16	PROGRESSIVA EXTRA LISO	256,00	6	1.536,00	3,35%
Item 17	COLORAÇÃO CABELO CURTO	128,00	6	768,00	1,68%
Item 18	COLORAÇÃO CABELO LONGO	168,00	6	1.008,00	2,20%
Item 19	OMBRE HAIR	320,00	4	1.280,00	2,80%
Item 20	Aluguel PUB	1.500,00	1	1.500,00	3,28%

Figura 22: receitas da Free barber shop (elaborada pelo autor)

É importante acompanhar regularmente a distribuição da receita entre os diferentes serviços e ajustar estratégias de acordo com as demandas do mercado e as preferências dos clientes. Isso pode incluir a oferta de pacotes promocionais, aprimoramento de técnicas de corte e barba, além de serviços adicionais para diversificar a oferta e maximizar o potencial de receita da barbearia.

Uma análise dos custos fixos e variáveis da barbearia permite ter uma visão abrangente dos gastos associados à operação do negócio.

Os custos fixos mensais totalizam R\$ 14.270,25. Esses custos são recorrentes e independem do volume de serviços prestados. Eles incluem despesas como folha de pagamento da secretária, energia elétrica, água, gastos com limpeza e outros custos fixos essenciais para o funcionamento da barbearia.

Os custos variáveis mensais totalizam R\$ 26.480,28. Esses custos estão diretamente relacionados ao volume de serviços prestados pela barbearia. Eles incluem gastos com comissões por serviços prestados, materiais de consumo, produtos de barbearia, custos de reposição de estoque, entre outros. Os custos variáveis aumentam ou diminuem proporcionalmente ao aumento ou diminuição da demanda e do faturamento da barbearia.

Esses custos, que tem relação com a lucratividade do negócio, estão discriminados na tabela 12 abaixo:

SERVIÇOS PRESTADOS	14.270,25		6.106,40		26.480,28	
	CUSTOS FIXOS		CUSTOS VARIÁVEIS			
	Unitário	Total	Unitário de Prod.	Unitário Total	Total	
CORTE DE CABELO MASCULINO	11,22	2.221,70	1,80	17,82	3.528,36	
BARBA	7,48	1.570,90	1,20	11,88	2.494,80	
COMBO BARBA CABELO	17,45	1.570,90	2,80	27,72	2.494,80	
PINTURA DE CABELO CURTO	52,36	785,45	25,20	99,96	1.499,40	
PIGMENTAÇÃO DE BARBA	11,22	168,31	7,20	23,22	348,30	
MANICURE	7,48	673,24	4,80	15,48	1.393,20	
PEDICURE	7,48	336,62	4,80	15,48	696,60	
PINTURA DE CABELO LONGO	62,34	685,71	30,00	119,00	1.309,00	
LIMPEZA DE PELE	29,92	329,14	9,60	52,32	575,52	
COMBO LAVA/CORTE/HIDRATA/ESCOVA	47,38	521,14	22,80	90,44	994,84	
LUZES CABELO CURTO	89,77	987,42	57,60	185,76	2.043,36	
LUZES CABELO LONGO	112,21	1.234,28	72,00	232,20	2.554,20	
PLATINADO CABELO CURTO	74,80	598,44	48,00	154,80	1.238,40	
PLATINADO CABELO LONGO	89,77	538,59	57,60	185,76	1.114,56	
MAQUIAGEM DRAG	37,40	149,61	24,00	77,40	309,60	
PROGRESSIVA EXTRA LISO	79,79	478,75	51,20	165,12	990,72	
COLORAÇÃO CABELO CURTO	39,90	239,38	25,60	82,56	495,36	
COLORAÇÃO CABELO LONGO	52,36	314,18	33,60	108,36	650,16	
OMBRÉ HAIR	99,74	398,96	128,00	270,40	1.081,60	
Aluguel PUB	467,53	467,53		667,50	667,50	

Figura 23: Custos fixos e variáveis por serviço prestado (elaborada pelo autor)

A análise desses custos permite uma visão abrangente dos gastos envolvidos na operação da barbearia. Ao entender e gerenciar esses custos de forma eficiente, a barbearia estará mais bem preparada para alcançar a sustentabilidade financeira e o sucesso no mercado.

13.1.1.7 Custo de Produção e Margem de Contribuição

A Free Barber Shop, como negócio que visa atender o público LGBTQIA+ e outras diversidades, oferecendo serviços de qualidade e respeito, irá avaliar a viabilidade financeira da barbearia, para isso é preciso calcular o custo de produção e a margem de contribuição dos serviços prestados. O custo de produção é o valor gasto para realizar os serviços, como corte de cabelo, barba, sobrancelha, etc. Ele inclui os custos variáveis, que são aqueles que dependem do volume de serviços prestados, como os produtos usados, os impostos e as comissões dos barbeiros. A margem de contribuição é o valor que sobra da receita obtida com a venda dos serviços depois de descontar os custos variáveis. Ela representa quanto cada serviço contribui para pagar os custos fixos da barbearia, como o aluguel, a água, a luz, etc., e gerar lucro. A

análise do custo de produção e da margem de contribuição é importante para determinar o preço de venda dos serviços, a rentabilidade da barbearia e as estratégias de melhoria e inovação.

A barbearia terá um custo de produção de R\$ 40.750,53, o que engloba todos os gastos necessários para a prestação dos serviços oferecidos. Esses custos estão relacionados à mão de obra, materiais de consumo, produtos de barbearia, entre outros. No entanto, é importante destacar que a barbearia também deve gerar uma margem de contribuição de 42,16%, o que equivale a R\$ 19.303,72. A margem de contribuição representa a diferença entre a receita obtida com a prestação dos serviços e os custos variáveis diretamente relacionados a essa produção.

$$\text{Margem de Contribuição} = \text{Receita Total} - \text{Custos Variáveis}$$

Os custos de produção e margem de contribuição estão demonstrados na figura 15 abaixo:

	40.750,53		19.303,72		42,16%
	CUSTO DE PRODUÇÃO		MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO		
	Unitário	Total	Unitária	Total	Unitária Relat.(%)
CORTE DE CABELO MASCULINO	29,04	5.750,06	18,18	3.599,64	50,50%
BARBA	19,36	4.065,70	12,12	2.545,20	50,50%
COMBO BARBA CABELO	45,17	4.065,70	28,28	2.545,20	50,50%
PINTURA DE CABELO CURTO	152,32	2.284,85	68,04	1.020,60	40,50%
PIGMENTAÇÃO DE BARBA	34,44	516,61	12,78	191,70	35,50%
MANICURE	22,96	2.066,44	8,52	766,80	35,50%
PEDICURE	22,96	1.033,22	8,52	383,40	35,50%
PINTURA DE CABELO LONGO	181,34	1.994,71	81,00	891,00	40,50%
LIMPEZA DE PELE	82,24	904,66	43,68	480,48	45,50%
COMBO LAVA/CORTE/HIDRATA/ESCOVA	137,82	1.515,98	61,56	677,16	40,50%
LUZES CABELO CURTO	275,53	3.030,78	102,24	1.124,64	35,50%
LUZES CABELO LONGO	344,41	3.788,48	127,80	1.405,80	35,50%
PLATINADO CABELO CURTO	229,60	1.836,84	85,20	681,60	35,50%
PLATINADO CABELO LONGO	275,53	1.653,15	102,24	613,44	35,50%
MAQUIAGEM DRAG	114,80	459,21	42,60	170,40	35,50%
PROGRESSIVA EXTRA LISO	244,91	1.469,47	90,88	545,28	35,50%
COLORAÇÃO CABELO CURTO	122,46	734,74	45,44	272,64	35,50%
COLORAÇÃO CABELO LONGO	160,72	964,34	59,64	357,84	35,50%
OMBRÉ HAIR	370,14	1.480,56	49,60	198,40	15,50%
Aluguel PUB	1.135,03	1.135,03	832,50	832,50	55,50%

Figura 24: Custos de produção e Margem de contribuição (elaborada pelo autor)

A margem de contribuição positiva indica de que a barbearia cobrirá seus custos fixos e ainda gerar lucro. Tal margem é essencial para a sobrevivência no mercado da beleza, pois permite que o negócio seja financeiramente sustentável, no entanto, será importante acompanhar de perto os custos de produção e a margem de contribuição ao longo do tempo para garantir que o empreendimento esteja alcançando suas metas financeiras e sendo lucrativo.

13.1.1.8 Lucro do Negócio

O lucro do negócio é o valor que a empresa ganha com a venda de produtos ou serviços depois de pagar todas as despesas e custos necessários para manter a empresa em funcionamento. O lucro do negócio é importante para avaliar a saúde financeira da empresa, a rentabilidade dos investimentos, a competitividade no mercado e a capacidade de crescimento e inovação, sendo o aspecto essencial na análise dos números do negócio, pois indica a capacidade de geração de resultados positivos.

Com base nas informações fornecidas, o lucro estimado é de R\$5.033,47. Esse número está demonstrado na Figura 16, logo abaixo.

O lucro representa a diferença entre a receita total e os custos totais (fixos e variáveis) incorridos pela barbearia, sendo um indicador-chave para avaliar a rentabilidade do empreendimento. No caso da Fre Barber Shop, o faturamento total é de R\$45.784,00 e o lucro mensal será de R\$5.033,47.

Portanto, o negócio renderá aproximadamente 10,99% de lucro em relação ao faturamento total. Isso significa que a cada R\$1,00 faturado, a barbearia está obtendo um lucro líquido de aproximadamente R\$0,11.

Essa porcentagem indica a margem de lucro líquido do negócio, ou seja, valor e porcentagem do faturamento que se converte em lucro após o pagamento de todos os custos e despesas.

A figura abaixo mostra a projeção dos números de lucro do empreendimento:

		5.033,47
LUCRO/PREJUÍZO		
Margem	Unitário	Total
19,33%	6,96	1.377,94
19,33%	4,64	974,30
19,33%	10,83	974,30
9,33%	15,68	235,15
4,33%	1,56	23,39
4,33%	1,04	93,56
4,33%	1,04	46,78
9,33%	18,66	205,29
14,33%	13,76	151,34
9,33%	14,18	156,02
4,33%	12,47	137,22
4,33%	15,59	171,52
4,33%	10,40	83,16
4,33%	12,47	74,85
4,33%	5,20	20,79
4,33%	11,09	66,53
4,33%	5,54	33,26
4,33%	7,28	43,66
-15,67%	-50,14	-200,56
24,33%	364,97	364,97

Figura 25: Lucro/prejuízo (elaborada pelo autor)

Essa margem de lucro é um indicativo saudável para o negócio, pois mostra que a barbearia irá gerar um retorno satisfatório em relação ao faturamento total. Essa margem permitirá cobrir os custos fixos e variáveis do negócio, além de possibilitar investimentos futuros e a construção de reservas financeiras.

Com os números estimados, podemos afirmar que a Free Barber Shop obterá um lucro saudável em relação ao seu faturamento. Esses resultados positivos indicam que o negócio estará no caminho certo e que terá potencial para crescer e se consolidar no mercado da beleza.

No entanto, é importante ressaltar que a margem de lucro pode variar de acordo com diferentes fatores internos, como a gestão financeira, e externos como a concorrência de mercado e as condições econômicas. Portanto, é essencial que a gestão da barbearia continue monitorando e ajustando os custos, buscando oportunidades de aumento da receita e mantendo um controle rigoroso das despesas.

13.1.2 Demonstrativo De Resultado Do Exercício (DRE) – Sintético

A DRE é uma ferramenta importante para avaliar a saúde financeira de uma empresa, fornecendo informações cruciais sobre sua rentabilidade, eficiência operacional e capacidade de gerar lucro. Ela auxilia os gestores na tomada de decisões estratégicas, permite a comparação com períodos anteriores e com outras empresas do mesmo setor, e é essencial para a prestação de contas aos acionistas, investidores e órgãos reguladores.

Ao analisar os números oriundos desse trabalho de pesquisa, foi elaborado um Demonstrativo de Resultados (DRE), a fim de demonstrar a situação financeira da empresa e sua potencialidade em termos de rentabilidade, uma vez que DRE é uma demonstração contábil que apresenta as receitas, custos e despesas de um período, permitindo a avaliação do desempenho financeiro do negócio.

No caso da Free Barber Shop, considerando as informações geradas, podemos destacar que a margem de contribuição é positiva, indicando que a receita gerada pelas vendas será suficiente para cobrir os custos variáveis associados à produção dos serviços prestados. Isso é um bom indicativo, pois mostra que o negócio possui uma margem de lucro potencial.

Os números do DRE do empreendimento estão demonstrados na figura 17 a seguir:

DEMONSTRATIVO DE RESULTADO DO EXERCÍCIO (DRE) - SINTÉTICO		
Receita Mensal	45.784,00	100,00%
Custos Variáveis	26.480,28	57,84%
Produtos Vendidos/Serviços Prestados	6.106,40	13,34%
Custo de Comercialização + Invest.Mensais	20.373,88	44,50%
Margem de contribuição	19.303,72	42,16%
Custos Fixos	14.270,25	31,17%
RESULTADO LÍQUIDO	5.033,47	10,99%
INDICADORES DE DESEMPENHO		
LUCRATIVIDADE		10,99%
PONTO DE EQUILÍBRIO		33.845,77
DEMONSTRATIVO DE RESULTADO DO EXERCÍCIO - ANALÍTICO		
Receita Operacional Bruta	45.784,00	100,00%
(-) Impostos	4.349,48	9,50%
(=) Receita Operacional Líquida	41.434,52	90,50%
(-) Custo dos Produtos Vendidos/Serviços Prestados	6.106,40	13,34%
(=) Resultado Operacional Bruto	35.328,12	77,16%
(-) Despesas Operacionais	30.294,65	66,17%
Despesas Administrativas	0,00	0,00%
Despesas de Vendas e MKT	14.193,04	31,00%
Despesas Gerais	16.101,61	35,17%
(=) Lucro Líquido	5.033,47	10,99%

Figura 26: DRE - Demonstrativo de Resultados Do Exercício (elaborada pelo autor)

Os números demonstrados neste DRE indicam uma boa margem de contribuição para o empreendimento, com uma receita mensal significativa e uma proporção adequada de custos variáveis e fixos. No entanto, é importante reafirmar que manter um controle rigoroso de custos, será indispensável para maximizar o lucro operacional e a rentabilidade do negócio. Além disso, é crucial manter um volume consistente de serviços prestados e uma base leal de clientes fidelizados, de forma a garantir o sucesso a longo prazo do empreendimento. Além disso, o índice de lucratividade da empresa foi calculado em 10,99%, a partir da relação entre o lucro líquido e o faturamento total. Esses números são cruciais para a análise da viabilidade financeira da empresa e para a tomada de decisões estratégicas.

Ao analisar o mercado, a concorrência e as oportunidades de crescimento, juntamente com uma gestão eficiente, será possível identificar estratégias que podem levar a empresa a obter melhores resultados financeiros. Essas estratégias podem envolver ações como:

Avaliar e controlar os custos fixos: Buscar formas de otimizar os custos fixos, sem comprometer a qualidade do serviço, é essencial para melhorar a lucratividade. Identificar possíveis reduções de despesas ou negociar preços com fornecedores, pode ser uma alternativa.

Aumentar a receita: Explorar oportunidades para aumentar o faturamento, seja através de ações de marketing e divulgação, atração de novos clientes ou aumento da frequência de consumo dos clientes existentes. Futuramente, oferecer serviços complementares, como produtos de barbearia, bem como de cuidados pessoais, também poderá impulsionar a receita.

Fidelizar os clientes: Investir em um bom relacionamento com os clientes e garantir um serviço de qualidade pode resultar em fidelização e recomendações, o que contribui para o crescimento sustentável do negócio.

Monitorar a concorrência: Acompanhar a concorrência e identificar as melhores práticas do mercado pode auxiliar na definição de estratégias mais eficientes e na identificação de oportunidades não exploradas.

Com uma análise cuidadosa do mercado, a adoção de estratégias adequadas e uma gestão eficiente dos recursos, a empresa tem potencial para se tornar rentável. É importante acompanhar regularmente os indicadores financeiros, como o lucro, a margem de contribuição e o crescimento da receita, a fim de garantir que as estratégias adotadas estejam gerando os resultados esperados. Além disso, estar aberto a ajustes e adaptações conforme necessário é fundamental para o sucesso a longo prazo da empresa.

13.1.3 Fluxo de caixa, VPL, TIR

Para avaliar a viabilidade financeira da barbearia, será necessário analisar o fluxo de caixa, o VPL e a TIR dos investimentos realizados. Conforme são definidos em Vangardi (2021), fluxo de caixa é o registro de todas as entradas e saídas de dinheiro da barbearia em um determinado período. Ele permite acompanhar a movimentação financeira da barbearia, identificar os custos e as receitas, controlar o saldo disponível e planejar o futuro. Já o VPL (Valor Presente Líquido) é o valor atualizado de todos os fluxos de caixa futuros de um investimento. Ele indica se o investimento é rentável ou não, comparando o valor investido com o valor que se espera receber no futuro. A TIR (Taxa Interna de Retorno) é um percentual que será usado pelo investidor para avaliar se vale a pena investir nesse projeto. Ela representa a rentabilidade do investimento, ou seja, quanto ele rende em termos percentuais. A análise do fluxo de caixa, do VPL e da TIR é importante para tomar decisões sobre os investimentos da barbearia, avaliar os riscos e as oportunidades e maximizar os lucros.

A partir da figura 18, abaixo podemos analisar as informações fornecidas sobre o fluxo de caixa, podemos observar o movimento financeiro da empresa ao longo dos seis primeiros meses. Os valores de entradas e saídas são apresentados mensalmente, juntamente com o saldo de caixa resultante. No primeiro mês, o total de entradas foi de R\$8.644,50 e o total de saídas foi de R\$20.925,92, resultando em um saldo negativo de caixa de -R\$12.281,42. o número negativo indica que as saídas foram maiores do que as entradas no período.

Nos meses subsequentes, o saldo de caixa vai se recuperando gradualmente. No segundo mês, o saldo negativo diminui para -R\$10.292,59, e a partir do terceiro mês, há uma inversão de saldo, tornando-se positivo. No terceiro mês, o saldo positivo é de R\$5.211,07, e esse valor se mantém nos meses seguintes.

No sexto mês, o saldo de caixa também é de R\$5.211,07. No entanto, ao calcular o fluxo de caixa do acionista, que representa o retorno do investimento para o acionista da empresa, observamos um saldo acumulado negativo ao longo dos seis meses. O saldo do acionista no sexto mês é de -R\$44.984,66, indicando que o retorno sobre o investimento até esse ponto continuará negativo.

14 ANÁLISE DO FLUXO DE CAIXA DO INVESTIMENTO

A análise do fluxo de caixa do investimento é importante para tomar decisões sobre os investimentos da barbearia, avaliar os riscos e as oportunidades e maximizar os lucros.

Nas tabelas que se seguem, é possível observar alguns dados relevantes sobre a Free Barber Shop. Um deles é o prazo de retorno do investimento (Payback), que mostra em quanto tempo o investidor irá recuperar o valor que aplicou no negócio. De acordo com a Figura 21, esse prazo é de cerca de 22 meses, o que significa que o investidor terá que esperar quase dois anos para ter de volta o seu dinheiro. Porém, esse prazo pode ser menor se a barbearia conseguir aumentar a quantidade de serviços que realiza a cada seis meses, pois assim ela terá mais receitas e menos despesas.

14.1 Fluxo de caixa, semestre 1

As figuras a seguir, através do fluxo de caixa, demonstram a viabilidade financeira da barbearia:

Taxa Mínima Requerida 5,000000%						
	Mês 01	Mês 02	Mês 03	Mês 04	Mês 05	Mês 06
CAP. PRÓPRIO	38.384,60					
TOTAL/ENTR.	8.644,50	17.289,00	34.578,00	46.104,00	46.104,00	46.104,00
TOTAL/SAÍDAS	20.925,92	27.581,59	34.237,26	40.892,93	40.892,93	40.892,93
SALDO/CAIXA	-12.281,42	-10.292,59	340,74	5.211,07	5.211,07	5.211,07
FC ACIONISTA	-50.666,02	-10.292,59	340,74	5.211,07	5.211,07	5.211,07
SALDO	-50.666,02	-60.958,61	-60.617,87	-55.406,80	-50.195,73	-44.984,66
PB NORMAL		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
VALOR PRESENTE	-48.253,35	-9.335,68	294,34	4.287,16	4.083,01	3.888,58
VP ACUMULADO	-48.253,35	-57.589,03	-57.294,69	-53.007,53	-48.924,52	-45.035,94
PB ATUALIZADO		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Figura 27: Fluxo de caixa semestre 1 (elaborada pelo autor)

14.2 Fluxo de caixa, semestre 2

Nos meses 7 a 12, as entradas de caixa se mantêm constantes em R\$46.104,00, enquanto as saídas de caixa continuam em R\$40.892,93 por mês e os resultados de saldo de caixa para os meses restantes são:

Mês 7: saldo de caixa: R\$5.211,07 mais entradas de R\$46.104,00 - saídas de R\$40.892,93 que resulta no saldo de R\$10.422,14. Já no mês 12, o saldo de caixa: R\$5.211,07 mais entradas de R\$46.104,00 menos saídas de R\$40.892,93 resultando em saldo de -R\$13.718,24 (valor negativo).

Portanto, saldo do acionista passa de -R\$50.666,02 no primeiro mês para -R\$39.773,59, no sétimo mês. Essa atualização mostra uma melhoria gradual no saldo de caixa e no fluxo de caixa do acionista ao longo dos meses, como descreve a figura abaixo:

Mês 07	Mês 08	Mês 09	Mês 10	Mês 11	Mês 12
46.104,00	46.104,00	46.104,00	46.104,00	46.104,00	46.104,00
40.892,93	40.892,93	40.892,93	40.892,93	40.892,93	40.892,93
5.211,07	5.211,07	5.211,07	5.211,07	5.211,07	5.211,07
5.211,07	5.211,07	5.211,07	5.211,07	5.211,07	5.211,07
-39.773,59	-34.562,52	-29.351,45	-24.140,38	-18.929,31	-13.718,24
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3.703,41	3.527,06	3.359,10	3.199,14	3.046,80	2.901,72
-41.332,53	-37.805,47	-34.446,37	-31.247,23	-28.200,42	-25.298,70
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Figura 28: Fluxo de caixa semestre 2 (elaborada pelo autor)

14.3 Fluxo de caixa, semestre 3

Nos meses 13 a 18, as entradas de caixa permanecem as mesmas, em R\$46.104,00, assim como as saídas de caixa R\$40.892,93 por mês e os resultados para os meses restantes são:

No mês 13 as entradas e saídas se mantendo o saldo é de - R\$ 8.507,17, já no mês 18 o saldo é positivo de R\$17.548,18.

Mês 13	Mês 14	Mês 15	Mês 16	Mês 17	Mês 18
46.104,00	46.104,00	46.104,00	46.104,00	46.104,00	46.104,00
40.892,93	40.892,93	40.892,93	40.892,93	40.892,93	40.892,93
5.211,07	5.211,07	5.211,07	5.211,07	5.211,07	5.211,07
5.211,07	5.211,07	5.211,07	5.211,07	5.211,07	5.211,07
-8.507,17	-3.296,10	1.914,97	7.126,04	12.337,11	17.548,18
0,00	0,00	14,63	0,00	0,00	0,00
2.763,54	2.631,94	2.506,61	2.506,61	2.506,61	2.506,61
-22.535,16	-19.903,22	-17.396,60	-14.889,99	-12.383,37	-9.876,76
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Figura 29: Fluxo de caixa semestre 3 (elaborada pelo autor)

14.4 Fluxo de caixa, semestre 4

Nos meses que completam o primeiro ciclo de 24 meses, as entradas de caixa permanecem as mesmas, em R\$46.104,00, assim como as saídas de caixa R\$40.892,93 por mês e os resultados para os meses restantes são:

No mês 19 as entradas e saídas se mantendo o saldo é positivo, sendo de R\$ 22.759,25, já no mês 24 o saldo é positivo de R\$48.814,60.

É por volta do mês 22 que o Valor Presente Líquido (VPL) se torna positivo em R\$149,69, o que indica que o negócio já se pagou. Isso significa que o retorno acumulado dos fluxos de caixa torna-se positivo, conforme indica a figura 21 abaixo:

Mês 19	Mês 20	Mês 21	Mês 22	Mês 23	Mês 24
46.104,00	46.104,00	46.104,00	46.104,00	46.104,00	46.104,00
40.892,93	40.892,93	40.892,93	40.892,93	40.892,93	40.892,93
5.211,07	5.211,07	5.211,07	5.211,07	5.211,07	5.211,07
5.211,07	5.211,07	5.211,07	5.211,07	5.211,07	5.211,07
22.759,25	27.970,32	33.181,39	38.392,46	43.603,53	48.814,60
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2.506,61	2.506,61	2.506,61	2.506,61	2.506,61	2.506,61
-7.370,15	-4.863,53	-2.356,92	149,69	2.656,31	5.162,92
0,00	0,00	0,00	21,94	0,00	0,00

Figura 30: Fluxo de caixa semestre 4 (elaborada pelo autor)

14.5 TIR e VPL

O TIR e o VPL são importantes para comparar diferentes opções de investimento e escolher a mais lucrativa. Ao analisar a viabilidade de investimento no negócio Free Barber Shop, se faz necessário avaliar os principais indicadores financeiros, como VPL, TIR, Payback e TMR.

VPL	419,96
TIR	5,0692%

Figura 31: VPL e TIR. (Elaborada pelo autor)

A partir dos resultados obtidos, é possível concluir que o investimento é viável financeiramente. O VPL de R\$ 419,96 indica que o investimento gera um valor presente líquido positivo, ou seja, um lucro em relação ao valor investido. A TIR de 5,0692% é maior que a TMR, que foi de 5%, o que significa que a rentabilidade do investimento é superior ao custo de capital. Portanto, o investimento agrega valor ao patrimônio do investidor.

15 RESULTADOS

Neste capítulo, serão apresentados os resultados da análise financeira do projeto da barbearia Free Barber Shop. O objetivo é verificar se o investimento é atrativo e rentável, levando em conta os fluxos de caixa projetados e os indicadores financeiros utilizados, a partir dos números evidenciados.

Os números indicam que o empreendimento é capaz de gerar rentabilidade satisfatória e apresenta potencial para ser viável financeiramente, considerando o Valor Presente Líquido (VPL), a Taxa Mínima Requerida (TMR) e a Taxa Interna de Retorno (TIR) do projeto, conforme tabelas anteriores.

Considerando-se que, para esse projeto, o investidor busca uma TMR (Taxa Mínima Requerida) de 5,00% e que, na análise do fluxo de caixa projetado o VPL (Valor Presente Líquido) da Free Barber Shop foi positivo (R\$ 419,96), pode-se concluir que o investimento é viável. O VPL positivo indica que o retorno financeiro do projeto dará o retorno desejado de 5% da TMR, mais o valor adicional do VPL. A TIR (Taxa Interna de Retorno) do futuro empreendimento é de 5,0962%, que é ligeiramente superior à TMR (Taxa Mínima Requerida) de 5%, conforme demonstra a tabela abaixo,

Tais resultados mostram que o projeto é capaz de gerar um retorno financeiro modestamente superior ao que é esperado, sendo um bom retorno, com relação a outras alternativas de investimento.

O Payback Simples representa o tempo necessário para que o fluxo de caixa do projeto se torne positivo, porém, sem levar em conta o valor do dinheiro no tempo. O Payback Atualizado, por sua vez, considera a TMR para calcular o tempo necessário para recuperar o investimento. Em outras palavras, o payback atualizado é que deve ser considerado, visto que remunera o dinheiro no tempo e, conseqüentemente, torna o prazo de retorno do investimento mais longo. Considerando estas questões, no caso do Free Barber Shop, o Payback Simples é de 14,63 meses, enquanto o Payback Atualizado é de 21,94 meses.

A relação entre TMR, TIR e VPL indica que o projeto é viável financeiramente. Sendo que a TIR se projeta maior do que a TMR, sendo o projeto considerado viável, pois a taxa de retorno interna será maior do que a taxa mínima requerida esperada. Se o VPL for positivo, isso também indica que o projeto é viável, pois significa que o projeto atenderá à taxa mínima requerida e ainda irá gerar, ainda que modesto no caso deste projeto, um valor adicional (VPL).

Esses números são bastante encorajadores e sugerem que o negócio tem potencial para ser rentável a longo prazo. No entanto, é importante lembrar que essas projeções são baseadas em estimativas e que a implementação do negócio exigirá um planejamento cuidadoso e atenção constante aos custos e, sempre dando atenção aos projetos para captação e fidelização de clientes.

16 CONCLUSÕES E CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base nas análises realizadas neste estudo de viabilidade, podemos concluir que a criação de uma barbearia inclusiva voltada para o público LGBTQIA+ é viável tanto em termos mercadológicos quanto financeiros. As evidências sugerem um mercado em ascensão no setor de beleza e bem-estar voltado para homens, incluindo aqueles que se identificam como LGBTQIA+. Com isso, foi possível atingir o objetivo do trabalho, uma vez que foi desenvolvido um plano de negócios para chegar a essa conclusão.

Neste sentido, embora tenha sido identificada a existência de uma única barbearia voltada para o público LGBTQIA+ na cidade de porto Alegre, observou-se a falta de um local que ofereça serviços especializados, relacionados aos cuidados com barba e cabelo, combinados com a oferta de um Pub, em um ambiente que acolha igualmente todas as pessoas, de acordo com sua realidade.

Em relação aos objetivos específicos propostos neste estudo, foram igualmente alcançados por meio de análises de mercado, estudos financeiros e pesquisas sobre parcerias estratégicas. Essas análises e investigações ajudaram a avaliar a viabilidade do empreendimento de uma barbearia inclusiva voltada para o público LGBTQIA+, fornecendo informações valiosas para a tomada de decisões e o desenvolvimento de um plano de negócios sólido.

O trabalho em questão sobre a viabilidade de uma barbearia inclusiva voltada para o público LGBTQIA+ pode trazer diversas contribuições significativas, para diferentes partes interessadas, como o autor, a sociedade em geral e a academia, principalmente no campo da gestão. Quanto ao autor do trabalho, teve a oportunidade de desenvolver habilidades de pesquisa e análise, além de aprofundar seus conhecimentos na área de gestão. Ao realizar o

estudo de viabilidade, o autor adquiriu experiência prática na avaliação de oportunidades de negócios, na elaboração de planos financeiros detalhados e na compreensão das necessidades e expectativas de um público específico.

Essa pesquisa também pode abrir portas para futuras oportunidades acadêmicas e profissionais, permitindo que o autor se destaque como especialista em empreendedorismo inclusivo. A sociedade, como um todo, também pode se beneficiar desse trabalho, pois uma barbearia inclusiva não apenas oferece serviços especializados para a comunidade LGBTQIA+, mas também promove a inclusão e a igualdade. A criação de espaços seguros e acolhedores para grupos historicamente marginalizados contribui para a construção de uma sociedade mais justa e tolerante. Além disso, a barbearia inclusiva fortalece a economia local, gerando empregos e estimulando o empreendedorismo.

Já para o campo da gestão, esse trabalho pode contribuir para a academia de diversas maneiras. Ele tende a preencher uma lacuna de pesquisa ao abordar o empreendedorismo inclusivo e seus impactos sociais. Ao explorar a viabilidade financeira e mercadológica de um negócio voltado para o público LGBTQIA+, o estudo amplia o conhecimento sobre estratégias de negócios inclusivos e as melhores práticas para atender a comunidades específicas. Essas descobertas podem servir de base para estudos futuros e inspirar outros pesquisadores a explorarem tópicos relacionados à gestão inclusiva e diversidade.

Em suma, o trabalho fortalece o entendimento sobre empreendedorismo inclusivo, promove a inclusão social e contribui para a construção de uma sociedade mais justa e igualitária. Na academia, ele amplia o conhecimento no campo da gestão, estimulando pesquisas futuras e inspirando outros estudiosos a investigar questões relacionadas à diversidade e inclusão em empreendimentos.

Durante a elaboração do estudo sobre a viabilidade dessa barbearia inclusiva, algumas limitações e restrições foram identificadas, conforme listado a seguir:

Disponibilidade de dados: A obtenção de dados precisos e confiáveis foi um desafio. Para realizar uma análise completa da viabilidade financeira e de mercado, o estudo depende de informações precisas sobre o público-alvo, concorrência, custos operacionais, entre outros fatores relevantes, o que pode afetar a precisão das conclusões do estudo;

Amostra limitada: Pelo escopo do estudo, foi difícil obter uma amostra representativa ou significativa para realizar pesquisas e coletar informações. Isso pode levar a generalizações limitadas ou conclusões restritas apenas à amostra específica utilizada, reduzindo a validade externa dos resultados;

Incertezas do mercado: O mercado é dinâmico e pode sofrer mudanças significativas ao longo do tempo, mesmo porque esse trabalho começou a ser escrito em um período de Pandemia por Covid-19, época em que a sociedade adquiriu hábitos diferentes de um período normal de convivência. O estudo de viabilidade foi realizado com base em condições de mercado existentes no momento, mas é importante reconhecer que as condições econômicas, demanda do público-alvo e comportamentos de consumo podem mudar. Isso pode impactar a precisão das previsões e projeções feitas no estudo;

Limitações financeiras: O estudo de viabilidade foi restrito por limitações orçamentárias, o que pode ter impactado a extensão e a abrangência das análises realizadas. Algumas análises mais detalhadas ou pesquisas adicionais não foram possíveis devido a recursos limitados, o que influenciou na profundidade das conclusões e recomendações.

Restrições de tempo: O tempo disponível para a realização do estudo também limitou os resultados. Em alguns casos, não foi possível realizar análises mais aprofundadas, explorar todas as perspectivas relevantes ou conduzir pesquisas adicionais devido a restrições de prazo. Isso afetou a extensão da análise e a profundidade das conclusões.

Ao interpretar os resultados do estudo, é importante levar em consideração essas limitações e reconhecer que elas podem influenciar a abrangência e a validade das conclusões apresentadas. Essas limitações podem fornecer oportunidades para pesquisas futuras ou estudos complementares mais abrangentes. Neste sentido, várias sugestões de estudos futuros podem se basear nessa pesquisa, tais como:

Análise aprofundada do perfil e necessidades do público LGBTQIA+: Este estudo poderia ser complementado por uma pesquisa mais detalhada sobre o perfil demográfico, preferências de consumo e necessidades mais específicas do público LGBTQIA+. Isso poderia fornecer *insights* valiosos para o desenvolvimento de estratégias de *marketing* direcionadas e serviços mais personalizados;

Avaliação da satisfação do cliente: Um estudo futuro poderá focar na avaliação da satisfação do cliente em uma barbearia inclusiva, o que envolverá coleta de *feedback* dos clientes LGBTQIA+ sobre sua experiência na barbearia, a qualidade dos serviços prestados, o ambiente inclusivo e outras dimensões relevantes. Isso ajudaria a identificar áreas de melhoria e a aprimorar continuamente a experiência do cliente;

Estudo comparativo com outras barbearias: Seria interessante realizar um estudo comparativo entre a barbearia voltada para o público LGBTQIA+ e outras barbearias convencionais. Isso poderia incluir uma análise da qualidade dos serviços, preços, atendimento ao cliente e ambiente, permitindo identificar as vantagens e diferenciais da barbearia inclusiva;

Avaliação do impacto social: Um estudo futuro poderá investigar o impacto social da barbearia inclusiva na comunidade LGBTQIA+. Isso deve envolver a análise dos efeitos na autoestima, na redução da discriminação e no fortalecimento da comunidade. Também poderá explorar como a barbearia pode atuar como um espaço seguro e promover a inclusão social;

Expansão e replicação do modelo: o presente estudo pode servir como base para a expansão e replicação do modelo de barbearia inclusiva em outras localidades. Um estudo futuro poderá explorar a viabilidade de abrir outras unidades da barbearia inclusiva em diferentes regiões e avaliar como o modelo se adapta a diferentes contextos socioculturais.

Essas sugestões de estudos futuros ajudariam a aprofundar o conhecimento sobre o empreendedorismo inclusivo, aprimorar estratégias de negócios voltadas para a comunidade LGBTQIA+ e fornecer *insights* valiosos para acadêmicos, empreendedores e profissionais interessados em promover a inclusão e a igualdade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABGLT - <https://www.abglt.org/>. Acesso em 15 de agosto de 2022.

ABF. https://www.abf.com.br/?gclid=CjwKCAjwhdWkBhBZEiwA1ibLmAN0z-H3eKIXVVNaLGICNhIjlrUDXYXnLiG2MHYkvObAiRYeMLvNxoCGUcQAvD_BwE
Acesso em 22 de agosto de 2022.

ABIHPEC 2020 <https://abihpec.org.br/comunicado/setor-de-higiene-pessoal-perfumaria-e-cosmeticos-consolida-alta-de-58-entre-os-meses-de-janeiro-e-setembro-de-2020/> Acesso em 16 de setembro de 2022.

ABIHPEC: <https://abihpec.org.br/brasil-e-o-quarto-maior-mercado-de-beleza-e-cuidados-pessoais-do-mundo/> Acesso em 19/08/2022

ARAUJO, M.C.C et al. “Bullying, preconceito e violência lgbtqia+fóbica em ambiente escolar: uma análise no instituto federal do rio grande do norte”. *Diversidade e Educação* 9, n° 2 (2021): 574–614. <https://doi.org/10.14295/de.v9i2.13266>. Acesso em 14 de setembro de 2022.

BASE – Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos 7(2):123-134, abril/junho 2010
WOODRUFF, R. B. (1997). Customer value: The next source for competitive advantage. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 25(2), 139-153. Acesso em 25 de outubro de 2022.

BLING. <https://blog.bling.com.br/pestacao-de-servico/#:~:text=A%20presta%C3%A7%C3%A3o%20de%20servi%C3%A7o%20se,atrav%C3%A9s%20de%20atividade%20em%20espec%C3%ADfico>. Acesso em 15 de agosto de 2022.

BOAVA, D. L. T.; MACEDO, F. M. F. Estudo sobre a essência do empreendedorismo. In.: XXX ENANPAD, Salvador, 2006. Anais... Salvador: ANPAD, 2006. acesso em 20 de outubro de 2022.

BRASIL ESCOLA <https://brasilecola.uol.com.br/o-que-e/geografia/o-que-e-impacto-ambiental.htm#:~:text=Trata%2Dse%20de%20altera%C3%A7%C3%B5es%20no,ou%20positivas%2C%20permanentes%20ou%20tempor%C3%A1rias.&text=Impactos%20ambientais%20s%C3%A3o%20altera%C3%A7%C3%B5es%20no,atividades%20humanas%20no%20espa%C3%A7o%20geogr%C3%A1fico%2%B9>. Acesso em 21 de outubro de 2022.

CONTA AZUL <https://blog.contaazul.com/o-que-e-simples-nacional/> Acesso em: 18 de maio de 2023

CRESWELL, John W. Estudo de caso: planejamento e métodos. 4. ed. Porto Alegre: Artmed, 2014.

DORNELAS, J.C.A. Empreendedorismo transformando ideia em negócios. 3. ed. Rio de Janeiro Elsevier 2008.

DORNELAS, José. Empreendedorismo, transformando ideias em negócios. 7 ed. São Paulo: Empreende, 2018.

ESTRATÉGIA ODS <https://www.estrategiaods.org.br/lgbtfobia-no-brasil-fatos-numeros-e-polemicas/#:~:text=Como%20define%20Maria%20Berenice%20Dias,O%20Politize!> Acesso em 02/09/2022.

EUROMONITOR INTERNACIONAL <https://www.suafranquia.com/noticias/saude-beleza-e-bem-estar/2017/05/ramo-de-barbearias-nao-para-de-crescer-30-do-faturamento-do-setor-de-beleza-vem-do-publico-masculino/#:~:text=do%20p%C3%BAblico%20masculino.-,Segundo%20Euromonitor%20Internacional%2C%20o%20setor%20de%20beleza%20masculina%20dobrou%20nos,o%20setor%20de%20beleza%20masculina>. Acesso em 20 de setembro de 2022

HUMPHREY, Albert S. SWOT Analysis for Management Consulting. Stanford Research Institute, 1960.

IBGE (2023) <https://agenciabrasil.ebc.com.br/direitos-humanos/noticia/2022-05/ibge-divulga-levantamento-sobre-homossexuais-e-bissexuais-no-brasil>. Acesso em 19/08/2022.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE), por meio da Agência Brasil, [https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/36780-com-taxa-de-8-8-desemprego-cresce-no-primeiro-trimestre-de-2023#:~:text=PNAD%20Cont%C3%ADnua-,Com%20taxa%20de%208%2C8%25%2C%20desemprego%20cresce,no%20primeiro%20trimestre%20de%202023&text=A%20taxa%20de%20desocupa%C3%A7%C3%A3o%20encerrou,2015%20\(8%2C0%25\)](https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/36780-com-taxa-de-8-8-desemprego-cresce-no-primeiro-trimestre-de-2023#:~:text=PNAD%20Cont%C3%ADnua-,Com%20taxa%20de%208%2C8%25%2C%20desemprego%20cresce,no%20primeiro%20trimestre%20de%202023&text=A%20taxa%20de%20desocupa%C3%A7%C3%A3o%20encerrou,2015%20(8%2C0%25)). Acesso em 31 de maio de 2023.

KOTLER, P. (1998). Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle. Atlas.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. Princípios de Marketing. 12 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

FUNDO BRASIL 2022 [https://www.fundobrasil.org.br/blog/o-que-significa-a-sigla-lgbtqia/#:~:text=%C3%89%20composta%20por%3A%20LGBTQQICAAPF2K%2B%20\(L%C3%A9sbicas,2%20Desp%C3%ADritos%20e%20Kink\)](https://www.fundobrasil.org.br/blog/o-que-significa-a-sigla-lgbtqia/#:~:text=%C3%89%20composta%20por%3A%20LGBTQQICAAPF2K%2B%20(L%C3%A9sbicas,2%20Desp%C3%ADritos%20e%20Kink)) Acesso em 13/08/2022.

FUNDO BRASIL: <https://www.fundobrasil.org.br/blog/a-lgbtfobia-no-brasil-os-numeros-a-violencia-e-a-cLOURESriminalizacao/> Acesso em 25/08/2022

LC (2006) http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp123.htm LEI COMPLEMENTAR Nº 123, DE 14 DE DEZEMBRO DE 2006. Acesso em 15 de outubro de 2022.

LEI FEDERAL 9. 841 (1999) http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9841imprensa.htm#:~:text=LEI%20No%209.841%2C%20DE%205%20DE%20OUTUBRO%20DE%201999.&text=Institui%20o%20Estatuto%20da%20Microempresa,e%20179%20da%20Constitui%C3%A7%C3%A3o%20Federal. Acesso em 18 de setembro de 2022.

LEITE, Maykon Stanley Ribeiro; GASPAROTTO, Angelita Moutin Segoria. ANÁLISE SWOT E SUAS FUNCIONALIDADES: o autoconhecimento da empresa e sua importância. Revista Interface Tecnológica, v. 15, n. 2, p. 184-195, 2018. Acesso em 13 de setembro de 2022.

LOURES, Esdras Santos. Apresentação de um plano de marketing mix baseado no modelo dos 4p's voltado a empresas do setor de agronegócios afim de atraí-las ao mercado de novas tecnologias da informação em especial os smartphones e tablets junto a aplicações móveis. 2014. <https://bdm.unb.br/handle/10483/9243> . Acesso em 24 de outubro de 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. Acesso em 13 de setembro de 2022.

NEILPATEL <https://neilpatel.com/br/blog/posicionamento-de-mercado/#:~:text=Posicionamento%20de%20mercado%20%C3%A9%20um,de%20destaque%20entre%20os%20consumidores..> Acesso em 19 de dezembro de 2022.

NOMUS. <https://www.nomus.com.br/blog-industrial/plano-mestre-de-producao/> . Acesso em 28 de dezembro de 2022.

OBSERVATÓRIO G <https://observatoriog.bol.uol.com.br/noticias/machismo-em-barbearias-geram-reclamacoes-de-homens-gays-na-web>. Acesso em 25 de setembro de 2022.

ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE. OMS declara fim da emergência de saúde pública de importância internacional referente à COVID-19. Disponível em: <https://www.paho.org/pt/noticias/5-5-2023-oms-declara-fim-da-emergencia-saude-publica-importancia-internacional-referente>. Acesso em: 26 maio 2023.

RS SUSTENTÁVEL <https://rssustentavel.com.br/blog/2021/08/08/barber-poc-garante-atendimento-acolhedor-para-p%C3%ABablico-lgbtqia/>. Acesso em 21 de setembro de 2022.

PORTER, M. E. (1980). Competitive strategy: techniques for analyzing industries and competitors. Simon and Schuster. Acesso em 11 de setembro de 2022.

PORTER, M. E. (1985). Competitive advantage: creating and sustaining superior performance. Free Press. Acesso em 11 de setembro de 2022.

PORTER, M. E. (1986). Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência. Campus. Acesso em 11 de setembro de 2022.

PORTER, M. E. Competição: estratégias competitivas essenciais. 6. Ed. São Paulo: Campus, 1999. Acesso em 11 de setembro de 2022.

SOBRAL, F., & Peci, A. (2008). Administração: teoria e prática no contexto brasileiro. São Paulo: Pearson Prentice Hall. Acesso em 18 de setembro de 2022.

SEBRAE <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ap/artigos/mercado-como-analisar-meu-concorrente,6118cf74de20f510VgnVCM1000004c00210aRCRD>. Acesso em 20 de outubro de 2022.

SEBRAE <https://www.sebrae-sc.com.br/blog/beleza-masculina#:~:text=No%20Brasil%2C%20o%20consumo%20no,como%201%C3%ADder%20global%20no%20segmento>. Acesso em 20 de outubro de 2022.

SEBRAE (2020) [reswellhttps://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/MS/Anexos/Como%20montar%20uma%20barbearia.pdf](https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/MS/Anexos/Como%20montar%20uma%20barbearia.pdf) Acesso em 20 de outubro de 2022.

SEBRAE. Use a matriz F.O.F.A. para corrigir deficiências e melhorar a empresa. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/use-a-matriz-fofa-para-corrigir-deficiencias-e-melhorar-a-empresa,9cd2798be83ea410VgnVCM2000003c74010aRCRD#:~:text=%C3%A9%20matriz%20F.O.F.A.%3F-,A%20matriz%20F.O.F.A.,%2C%20Oportunidades%2C%20Fraquezas%20e%20Amea%C3%A7as>. Acesso em: 07 de setembro de 2022.

SILVA, A. A. et al <https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos11/26714255.pdf> Acesso em 25 de setembro de 2022.

TOLEDO, G. L., & Hemzo, M. A. C. (1991). Posicionamento estratégico na comercialização de produtos industriais. RAE-Revista de Administração de Empresas, 31(1), 9-19. Acesso em 13 de setembro de 2022.

TERRA <https://www.terra.com.br/noticias/dino/com-clientes-mais-exigentes-mercado-de-barbearias-segue-em-ascensao,a18706e3d2c19aec6085f85818ac6d20aob99hep.html>. Acesso em 19 de outubro de 2022.

VANGARDI, <https://vangardi.com.br/o-que-e-vpl/>. Acesso em 21 de outubro de 2022.

VC S/A. Beleza masculina: um mercado em alta <https://vocesa.abril.com.br/empreendedorismo/beleza-masculina-um-mercado-em-alta/> Acesso em 18 de outubro de 2022.

APÊNDICE A - Pesquisa De Perfil De Consumidor

Este apêndice apresenta uma pesquisa de perfil de consumidor, bem como seu resultado, a pesquisa foi elaborada e implementada pelo autor, sendo em caráter sigiloso, a mesma teve como objetivo conhecer as preferências e as expectativas dos clientes em relação à barbearia inclusiva, bem como as suas características demográficas, como faixa etária e renda, e a sua disposição para gastar um determinado valor nos serviços oferecidos.

Pesquisa de Faixa Etária

Com base nas afirmações de Creswell (2014), que destaca a importância de uma abordagem metodológica adequada na realização de estudos de caso, esta pesquisa buscou compreender o fenômeno da preferência por uma barbearia inclusiva voltada para a comunidade LGBTQIA+. Foram coletados dados relevantes por meio de um questionário aplicado a uma amostra representativa. A análise desses dados nos permite obter insights sobre o perfil e as preferências do público.

Os resultados da pesquisa revelaram informações importantes. Em relação à faixa etária, verificou-se que a maioria dos participantes está na faixa de 18 a 24 anos representando 26% dos participantes da pesquisa, seguida por participantes na faixa etária de 35 a 49 anos (34%), conforme o gráfico 1 abaixo:

Qual é a sua idade?

133 respostas

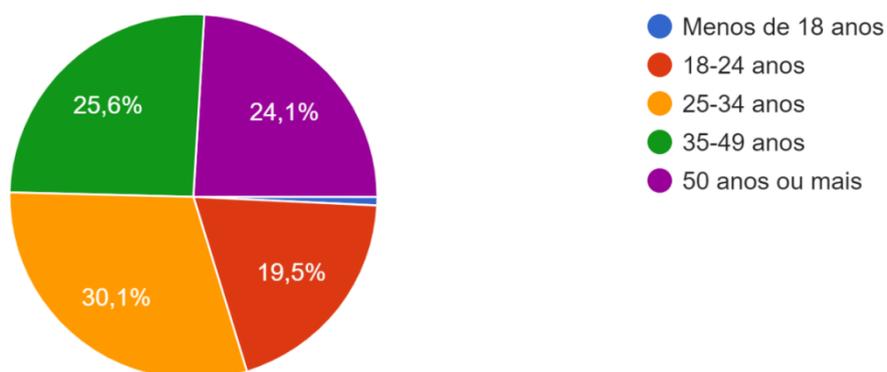


Figura 32: Pesquisa: faixa etária

Sobre esses resultados podemos notar que isso indica um grande interesse dos jovens nesse tipo de serviço oferecido pela Free Barber Shop, assim como participantes na faixa etária de 35 a 49 anos também demonstraram um interesse significativo, representando 34% do total. Esses números mostram que a Free Barber Shop consegue atingir um amplo público, abrangendo tanto os jovens quanto os adultos mais maduros. Essas descobertas fornecem uma base sólida para a empresa direcionar suas estratégias de marketing e atendimento, adaptando-se às preferências e necessidades desses grupos etários específicos.

Pesquisa de Renda do Consumidor

Conhecer a renda do consumidor é fundamental para definir o preço dos serviços, segmentar o público-alvo, planejar as estratégias de marketing e vendas e avaliar a demanda potencial, uma vez que é a renda do consumidor que determina o seu poder de compra.

Em termos de renda mensal, observou-se uma distribuição variada, com a maioria dos participantes reportando uma renda acima de 5 salários mínimos (51%), conforme o gráfico 2 abaixo:

Qual é sua renda mensal?

131 respostas

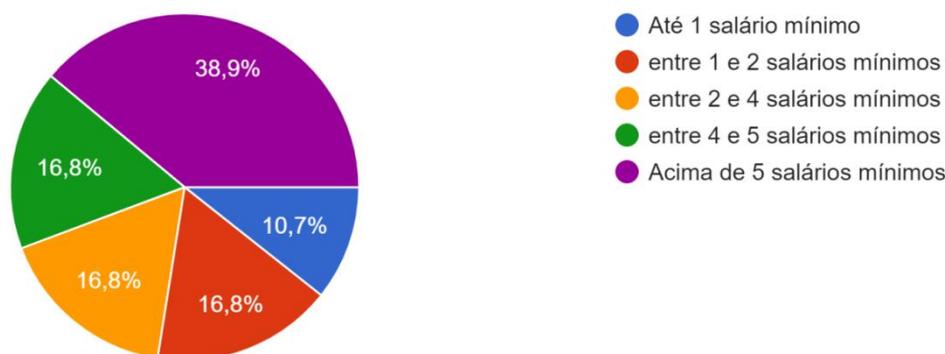


Figura 33: Pesquisa: Renda do consumidor

A pesquisa revelou que a maioria dos participantes possui uma faixa etária de 18 a 24 anos, seguida por participantes na faixa etária de 35 a 49 anos. Quanto à renda mensal, foi observada uma distribuição variada, com a maioria dos participantes reportando uma renda acima de 5 salários mínimos. Esses resultados fornecem à Free Barber Shop informações importantes para direcionar suas estratégias de marketing, adaptando seus serviços e

comunicação para atender às preferências e necessidades desses grupos demográficos específicos.

Pesquisa de Disposição Em Frequentar A Barbearia Lgbtqia+

Saber a disposição em frequentar uma barbearia voltada para a comunidade LGBTQIA+ é importante para entender as preferências e as expectativas deste segmento de mercado, que busca serviços de qualidade e personalizados.

Quando questionados sobre a disposição de frequentar uma barbearia inclusiva voltada para a comunidade LGBTQIA+, a maioria dos participantes respondeu afirmativamente (107), enquanto uma minoria respondeu negativamente (19) ou talvez (7), demonstrado na Gráfico 3 abaixo:

3. Você frequentaria uma barbearia inclusiva voltada para a comunidade LGBTQIA+?
133 respostas

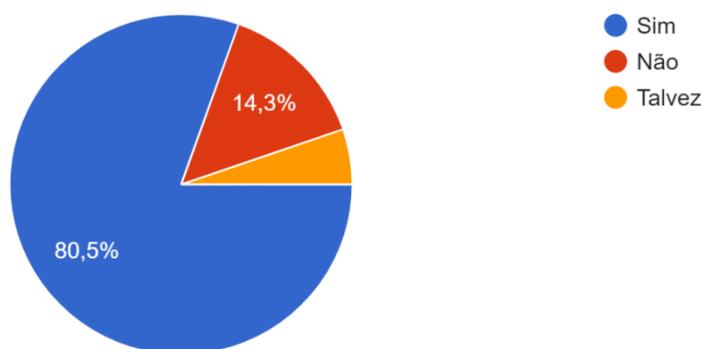


Figura 34: Pesquisa: Disposição de frequentar a barbearia

A resposta a essa pergunta foi que a maioria dos participantes mostrou uma disposição positiva em frequentar uma barbearia inclusiva voltada para a comunidade LGBTQIA+. Essa informação é essencial para a Free Barber Shop, pois valida a viabilidade e a demanda por esse tipo de estabelecimento. A resposta afirmativa de 107 participantes destaca um potencial mercado consumidor interessado em serviços de barbearia inclusivos e acolhedores. Embora uma minoria tenha respondido negativamente (19) ou talvez (7), o número expressivo de respostas positivas sugere uma oportunidade de atender a essa demanda específica e criar um ambiente inclusivo para todos os clientes. Com base nesses resultados, a Free Barber Shop pode desenvolver estratégias de marketing e comunicação direcionadas à comunidade LGBTQIA+, promovendo-se como um espaço seguro, acolhedor e inclusivo para todos os clientes, independentemente de sua orientação sexual ou identidade de gênero.

Pesquisa de Valor Mensal de Gasto

É muito importante conhecer o valor mensal que os clientes estariam dispostos a gastar nessa barbearia inclusiva, juntamente com o Pub, uma vez que, o Pub é um ambiente anexo à barbearia, onde os clientes podem consumir bebidas, petiscos e se divertir com jogos, música e outras atrações, dessa forma, se diferenciando de uma barbearia comum, por ter uma forma diferenciada de gastos com consumo. Tais informações são importantes para definir o preço dos serviços e produtos, segmentar o mercado, planejar as estratégias de marketing e vendas e avaliar a demanda e a rentabilidade do negócio.

Em relação ao valor mensal que estariam dispostos a gastar nessa barbearia inclusiva com um Pub no mesmo ambiente, a Gráfico 4 abaixo mostra que a maioria dos participantes indicou um valor inferior a R\$ 100 (52). Esse dado se mostrou muito importante para a precificação da Free Barber shop.

O Gráfico 4 abaixo mostra os números das respostas:

Quanto você estaria disposto a gastar mensalmente em uma barbearia inclusiva com um Pub no mesmo ambiente? R\$ 100 - R\$ 200 R\$ 201 - - R\$ 400 Mais de R\$ 400

130 respostas

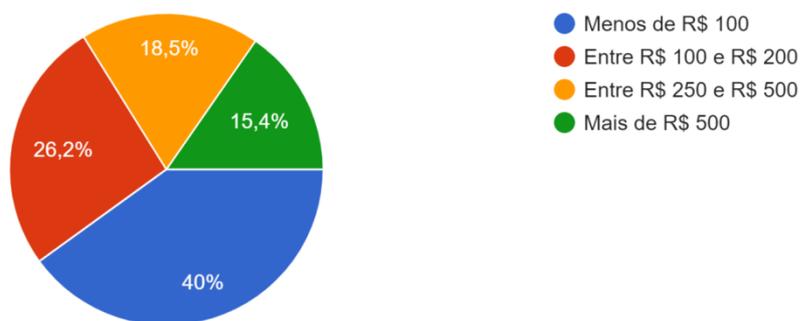


Figura 35: Pesquisa: Disponibilidade de gasto com a barbearia

Esses resultados revelaram que a maioria dos participantes indicou estar disposta a gastar um valor mensal inferior a R\$ 100 em uma barbearia inclusiva com um Pub no mesmo ambiente. Essa informação é de grande relevância para a precificação da Free Barber Shop, pois fornece uma diretriz sobre a faixa de preço que seria mais atrativa para os potenciais clientes. Com base nesses dados, a empresa pode ajustar sua estratégia de precificação, oferecendo opções de serviços e pacotes que estejam alinhados com o valor indicado pelos participantes. Essa abordagem ajuda a garantir que a barbearia seja acessível e competitiva em

termos de preço, aumentando assim o potencial de atrair um maior número de clientes interessados nesse tipo de serviço combinado com um ambiente de Pub.

Pesquisa Sobre Características de uma Barbearia Inclusiva

Por fim, essa pesquisa abordou acerca das características consideradas importantes em uma barbearia inclusiva na visão dos entrevistados. Conhecer as características consideradas importantes em uma barbearia é importante para entender as preferências e as expectativas deste segmento de mercado, que busca serviços de qualidade e personalizados. Além disso, é importante para diferenciar a barbearia inclusiva das barbearias convencionais.

Ao considerar as características mais importantes de uma barbearia inclusiva, a grande maioria dos participantes destacou a importância de um ambiente acolhedor e inclusivo (112), seguido pela valorização de profissionais capacitados e sensíveis às necessidades da comunidade LGBTQIA+ (111). Preços acessíveis (60), variedade de serviços oferecidos (73) e localização conveniente (59) também foram mencionados como aspectos relevantes, conforme o gráfico 5 abaixo:

Na sua opinião, quais são as características mais importantes de uma barbearia inclusiva? (Pode marcar várias opções)

133 respostas



Figura 36: Pesquisa: Características importantes de uma barbearia

RESULTADOS DA PESQUISA

Os resultados da pesquisa foram claros em relação às características mais importantes de uma barbearia inclusiva. A grande maioria dos participantes enfatizou a importância de um ambiente acolhedor e inclusivo, seguido pela valorização de profissionais capacitados e sensíveis às necessidades da comunidade LGBTQIA +. Também foi notória a importância de preços acessíveis, variedade de serviços oferecidos e uma localização conveniente. Esses resultados ajudarão na orientação da Free Barber Shop na criação de um ambiente acolhedor,

na seleção e treinamento de sua equipe, na definição de preços competitivos, na diversificação de seus serviços e na escolha de uma localização estratégica. Com base nessas informações, a empresa poderá aprimorar sua proposta de valor e proporcionar uma experiência positiva e satisfatória aos clientes, atendendo às suas expectativas e necessidades específicas.