

Título: ESTUDO DE CASO: BARBEARIA BRUNO BRITO BARBESHOP COM ÊNFASE NO EMPREENDEDORISMO EM MICROEMPRESAS**Autores:** SILVA, I. P. D.; SILVA, I. P. D.**Resumo:**

A geração de oportunidades para o desenvolvimento de novos negócios no Brasil tem por essência o estímulo ao empreendedorismo. Atualmente, segundo estatísticas, as microempresas equivalem a 99% dos estabelecimentos empresariais em atividade, constituindo a base econômica brasileira. O motor da economia e o grande agente de mudanças e inovações é aquele empreendedor capaz de desenvolver o crescimento econômico. Neste contexto, o presente estudo, tem por objetivo apresentar e discutir as possibilidades para o desenvolvimento de um empreendimento do tipo barbearia conceito. As barbearias tradicionais no século XVIII eram especializadas em cabelos e barbas e conseguiu ganhar seu espaço com uma cadeira, uma bacia com água e uma navalha. O comportamento masculino mudou impulsionando os homens a se preocuparem cada vez mais com a sua estética. Com isso reapareceram as “antigas” barbearias com estilo das décadas de 50 e 60, porém com espaços sofisticados, com cadeiras reclináveis confortáveis e carta de serviços diferenciados. Através de uma metodologia estudo de caso com caráter bibliográfico e descritivo, de natureza qualitativa e quantitativa propõe-se identificar através de questionários realizados na pesquisa de campo com os clientes e com o proprietário, como a cultura empreendedora pode influenciar na excelência de uma prestação de serviços. O negócio objeto do estudo é a Barbearia Bruno Brito Barbershop, localizada na Colônia Santa Isabel da cidade de Betim-MG, historicamente isolada em função do tratamento da hanseníase. O diferencial competitivo da Barbearia Bruno Brito Barbershop relaciona-se à convergência de relacionamento e atendimento personalizado que primam pela excelência e qualidade dos serviços prestados, segundo as tendências internacionais de cortes de barba, cabelo e bigode. O mercado de beleza busca em nichos específicos diferenciais para atender ao público masculino, que nos dias atuais gastam mais tempo e dinheiro para cuidar da aparência. De acordo com pesquisas do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), os brasileiros do sexo masculino gastam com estética mais de R\$80 milhões por ano. O proprietário Bruno Henrique investiu em um ambiente que remete às décadas passadas, com um estilo retrô bem nítido na sua marca e na sua decoração, sem deixar de lado toda a modernidade que faz da barbearia um referencial no seu ramo de atividade. A barbearia em questão identifica-se, de forma muito clara, com o ambiente ao qual está instalada, por se tratar de um bairro que ainda preserva uma arquitetura da década de 30 e 60. Diferente das mulheres, o público masculino requer atenção dobrada, pois na maioria dos casos são conquistados no primeiro atendimento, ou seja, o imediatismo nos resultados tem que acontecer. Acredita-se que o empreendedorismo é determinante para o sucesso profissional daqueles que almejam reconhecimento e que planejam ações significativas para o crescimento do empreendimento.

Palavras-chave: Estética, Empreendedorismo, Barbearia.