

UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS

DÉBORA CRISTINA FORTES LOPES

ESTUDO DAS CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS DO NOVO PERFIL DE
BARBEARIA

MARIANA
2020

DÉBORA CRISTINA FORTES LOPES

ESTUDO DAS CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS DO NOVO PERFIL DE
BARBEARIA

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao curso de Graduação em
Administração da Universidade Federal de
Ouro Preto como requisito parcial para
obtenção do grau de Bacharel em
Administração.

Orientador: Prof. Antônio Carlos Miranda

MARIANA

2020

SISBIN - SISTEMA DE BIBLIOTECAS E INFORMAÇÃO

L864e Lopes, Debora Cristina Fortes .
ESTUDO DAS CARACTERÍSTICAS EMPREENDEDORAS DO NOVO PERFIL
DE BARBEARIA. [manuscrito] / Debora Cristina Fortes Lopes. - 2020.
28 f.

Orientador: Prof. Dr. Antônio Carlos Miranda.
Monografia (Bacharelado). Universidade Federal de Ouro Preto.
Instituto de Ciências Sociais Aplicadas. Graduação em Administração .

1. Barbearia conceito. 2. Barbearias. 3. Perfil empreendedor. 4.
Características empreendedoras. I. Miranda, Antônio Carlos. II.
Universidade Federal de Ouro Preto. III. Título.

CDU

Bibliotecário(a) Responsável: Essevalter De Sousa - SIAPE: 0.980.794



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL DE OURO PRETO
REITORIA
INSTITUTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E APLICADAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS



FOLHA DE APROVAÇÃO

Débora Cristina Fortes Lopes

Estudo das características empreendedoras do novo perfil de barbearias.

Monografia apresentada ao Curso de Administração da Universidade Federal de Ouro Preto como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Administração

Aprovada em 08 de dezembro de 2020

Membros da banca

Dr - Antônio Carlos Miranda - Orientador - Universidade Federal de Ouro Preto
Drª - Deborah Kelly Nascimento Pessoa - Universidade Federal de Ouro Preto
Drª - Carolina Machado Saraiva - Universidade Federal de Ouro Preto

Antônio Carlos Miranda , orientador do trabalho, aprovou a versão final e autorizou seu depósito na Biblioteca Digital de Trabalhos de Conclusão de Curso da UFOP em 03 de março de 2021



Documento assinado eletronicamente por **Antonio Carlos Miranda, PROFESSOR DE MAGISTERIO SUPERIOR**, em 03/03/2021, às 10:16, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site http://sei.ufop.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **0141740** e o código CRC **26555051**.

Referência: Caso responda este documento, indicar expressamente o Processo nº 23109.001940/2021-46

SEI nº 0141740

R. Diogo de Vasconcelos, 122, - Bairro Pilar Ouro Preto/MG, CEP 35400-000
Telefone: - www.ufop.br

RESUMO

Este trabalho busca relacionar as principais características empreendedoras com o crescimento dos novos modelos de barbearias, as barbearias conceito, que tem atraído o consumidor masculino moderno. Para o desenvolvimento do estudo foi realizada uma pesquisa bibliográfica sobre as características empreendedoras, os modelos de barbearia tradicional e barbearias conceito. Para coleta de dados foi realizada uma entrevista semiestruturada com os proprietários de duas barbearias conceito, uma na cidade de Ouro Preto – MG e a outra na cidade de Mariana – MG, e para obtenção dos dados foi feita uma análise qualitativa das transcrições das entrevistas. Através dos resultados obtidos foi possível identificar que os profissionais possuem perfis empreendedores diferentes apesar de atuarem no mesmo ramo e possuírem características empreendedoras semelhantes. O estudo e desenvolvimento de características específicas são fatores imprescindíveis para o crescimento das barbearias, mostrando a importância de se conhecer e aplicar essas características para garantir o sucesso do empreendimento.

Palavras chave: Barbearia Conceito, Barbearias, Empreendedorismo, Características Empreendedoras.

ABSTRACT

This work seeks to relate the main entrepreneurial characteristics with the growth of new models of barber shops, the concept barbershops, which has attracted the modern male consumer. For the development of the study, a bibliographical research was carried out on the entrepreneurial characteristics, the models of traditional barbershop and concept barber shops. For data collection, a semi-structured interview was conducted with the owners of two concept barber shops, one in Ouro Preto - MG and the other in Mariana - MG, and to obtain the data a qualitative analysis of the transcriptions of the changes was made. Through the results obtained it was possible to identify that the professionals have different entrepreneurial profiles even though working in the same market branch and having similar entrepreneurial characteristics. The study and development of specific characteristics are essential factors for the growth of barber shops, showing the importance of knowing and applying these characteristics to guarantee the success of the enterprise.

Keywords: Barber Shop Concept, Barber Shop, Entrepreneurship, Entrepreneurial Characteristics

LISTA DE SIGLAS

SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
ABIHPEC	Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	6
2. REFERENCIAL TEÓRICO	8
2.1 Empreendedorismo	8
2.2 Características e Perfil do Empreendedor	9
2.3 Barbearias Tradicionais.....	12
2.4 Barbearias Conceito.....	13
3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	15
4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS	16
5. CONCLUSÃO.....	23
6. REFERÊNCIAS	24
APÊNDICE 1 – Roteiro da Entrevista.....	26

1. INTRODUÇÃO

Muitas empresas são fundadas diariamente por indivíduos que percebem no mercado uma oportunidade nova de negócio. Essa percepção vem de características pessoais e motivações que levam esse indivíduo a empreender, como a necessidade de se reinventar, ter o próprio negócio, ter reconhecimento e mostrar seu potencial, fazer seu próprio tempo e alcançar a tão sonhada independência financeira.

Largamente ligado ao mercado contemporâneo, o empreendedor se conecta a diversos ramos, detectando o surgimento de uma novidade ou de adaptações que levam a melhorias dentro de um contexto já pré-existente o que pode, inclusive, contemplar atividades historicamente cotidianas da sociedade. Como exemplo, temos as barbearias, que são estabelecimentos que existem desde a Grécia Antiga e que atualmente apresentam-se em novos formatos, as chamadas “Barbearias Conceitos”.

Acompanhando a evolução da preocupação com a estética masculina, o mercado de produtos e serviços relacionados a esse público tem evoluído significativamente. As barbearias, que antes eram procuradas somente para cortar o cabelo de forma tradicional e clássica, ou apenas para aparar a barba, atualmente, seguindo uma tendência mundial, atendem homens que passaram a se cuidar mais, a se preocuparem com moda e tendências, priorizando assim o cuidado com a aparência.

As alterações ocorridas na visualização do padrão de consumo de beleza do público masculino levaram ao desenvolvimento de uma experiência maior, fato que agregou intimidade e confiabilidade, saltando de um simples serviço para a criação de um elo entre o prestador de serviço e seu cliente. Muito mais do que cortes de cabelo e feitiço de barba, os novos modelos de barbearias oferecem serviços adicionais e diferenciados, além de implantarem ao ambiente o conceito retrô.

Diante do exposto, este trabalho de pesquisa propõe responder ao seguinte questionamento: “Como as características e o perfil do empreendedor podem auxiliar no crescimento de uma barbearia conceito? ”

O presente estudo tem como objetivo principal identificar quais são as características empreendedoras principais e o perfil empreendedor dos proprietários das barbearias conceito e como essas características são necessárias no desenvolvimento do empreendimento. Além disso, busca aprofundar o conhecimento sobre o mercado e o novo modelo de barbearias, as chamadas “barbearias conceito”

ou “*barbershops*”, comparar o perfil de barbearias tradicionais com esse novo modelo de barbearia e também compreender as dificuldades e desafios do empreendedor em um mercado novo, investigando quais os principais métodos utilizados para se estabelecerem no mercado.

A necessidade desse estudo se faz em virtude do crescimento do mercado do novo modelo de barbearias, sendo útil então para auxiliar no entendimento das características e do perfil dos proprietários levados a empreender nesse novo mercado.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Empreendedorismo

Há diversas definições e estudos sobre o termo empreendedorismo, as quais surgem e evoluem ao longo do tempo, que são propostas por pesquisadores de diversos campos devido à sua importância no desenvolvimento de novos negócios. No entendimento de Dolabela (2006) o empreendedor é aquele que sonha e que batalha por tornar seu sonho uma realidade.

De acordo com Schumpeter (1988), empreendedorismo é um método de “destruição criativa”, onde novos produtos ou práticas de produção são substituídos no lugar de outros já existentes. Ainda sobre esse conceito, para Dolabela (2006) o empreendedorismo é constituído pelo processo de transformação de sonhos e desejos em realidade e riqueza.

Nesse sentido, o indivíduo empreendedor é aquele que encontra uma oportunidade e faz dela um negócio, quando uma ideia de inovação é concebida. Suas características podem mudar de acordo com as atividades que o empreendedor realiza na empresa (FILION, 1999).

Atualmente os empreendedores estão quebrando as barreiras comerciais e culturais, quebrando paradigmas e renovando o conceito econômico, tornando seu papel fundamental na sociedade (DORNELAS, 2012).

O campo de estudo do empreendedorismo é imenso, e vai muito além de apenas a criação de um negócio para geração de renda (BAGGIO; BAGGIO, 2014). Neste estudo, o conceito de empreendedorismo adotado é aquele no qual o empreendedor capta uma oportunidade e tem iniciativa e paixão para criar um negócio, e usa a criatividade nos recursos para modificar o ambiente econômico e social (DORNELAS, 2012).

Por fim, segundo Barreto (1998, p. 190) “empreendedorismo é habilidade de criar e constituir algo a partir de muito pouco ou de quase nada”. É a ampliação de uma organização em oposto à sua própria observação, análise ou descrição.

2.2 Características e Perfil do Empreendedor

São vários os motivos que podem levar um indivíduo a empreender, os quais vão do desemprego a necessidade de realizar objetivos. Esses motivos aliados às características empreendedoras influenciam o indivíduo a tornar-se um empreendedor. Para Dornelas (2012) existem fatores que podem influenciar o indivíduo a tornar-se empreendedor, os quais são: fatores ambientais, como oportunidade e políticas públicas; fatores sociais, como influência familiar e de pessoas de sucesso; e fatores pessoais, como realização pessoal e insatisfação com trabalho atual.

Ao analisar o perfil de um empreendedor, podemos detectar várias características próprias de cada indivíduo e podemos encontrar na literatura diversos estudos sobre as características empreendedoras. Para Ferreira (2010) não existe um perfil único de empreendedor no qual se inclui todas as características, porém algumas características são semelhantes aos empreendedores, como o ato de assumir os riscos, a motivação, a criatividade e o foco em um objetivo almejado. A mesma ideia é reforçada por Souza (2005, p.25) que considera que “não há um conjunto de características corretas ou imprescindíveis que possa dizer que uma pessoa é ou não empreendedora”.

Segundo Dornelas (2012) algumas características são essenciais para um empreendedor de sucesso, além do perfil pessoal e das características sociológicas e ambientais. Essas características são: ter visão do futuro do seu negócio; saber tomar decisões corretas na hora certa; fazer a diferença, agregando valor aos serviços e produtos; explorar ao máximo as oportunidades, transformando ideias em oportunidades; ter determinação e dinamismo, possuindo vontade de fazer acontecer e ultrapassando obstáculos; ter dedicação integral ao negócio; ser otimista e apaixonado pelo que faz. Ainda, ser independente e construir o próprio destino, criando algo novo e determinando seus próprios passos; ser líder e formador de equipe, sabendo valorizar, respeitar e estimular seu time; ser bem relacionados, construindo uma rede de contato que o auxilie no ambiente externo da organização; ser organizado, alocando recursos para melhor desempenho do negócio; planejar cada etapa do empreendimento; possuir conhecimento, buscando aprendizado contínuo para melhor êxito; assumir riscos calculados; e criar valor para a sociedade, buscando melhorar a vida das pessoas (DORNELAS, 2012).

Na visão de Dolabela (2008) as características que um empreendedor deve possuir para ser bem-sucedido são: perseverança, iniciativa, aprender com os erros, dedicação, capacidade de se diferenciar, criatividade, ser contra padrões impostos, ter comprometimento e liderança, ser protagonista e ter orientação para o futuro.

Além dessas características empreendedoras citadas, temos as características abordadas no Programa Técnico Empreendedor (EMPRETEC), utilizado pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). Esse programa é um modelo de treinamento baseado nas Competências Características do Empreendedor de Sucesso (CCE's) que busca desenvolver características do comportamento do empreendedor e identificar novas oportunidades de negócios.

As dez características trabalhadas pelo programa Empretec são: busca de oportunidades e iniciativa de negócios com novos serviços e produtos; persistência para enfrentar os obstáculos e alcançar o sucesso; enfrentamento dos desafios e riscos calculados; fazer sempre o melhor para satisfazer e exceder as expectativas dos clientes; comprometimento, esforço e dedicação do indivíduo com seu negócio; busca de informações, atualizando-se sempre sobre o mercado, serviços e novos produtos; estabelecimento de metas e objetivos de curto e longo prazo; planejamento e monitoramento sistemáticos, medindo e avaliando sempre os resultados do negócio; rede de contatos, apoio de pessoas que ajudam a alcançar os objetivos; e independência e auto confiança.

Para Markman e Baron (2003) dentre tantas características, a essencial ao empreendedor que tem ou quer ter sucesso é a persistência, sendo fundamental o trabalho intenso quando o projeto necessita de um acompanhamento mais dedicado. Em outra visão, Drucker (2002) considera que a característica mais importante seria a capacidade de assumir riscos calculados, pois bons empreendedores não contam com a certeza.

Com o rápido avanço da tecnologia e do cenário econômico, o empreendedor tem o desafio de tornar seu negócio sustentável além de pensar e agir com inovação. Drucker (2002) enfatiza que o empreendedor tem como instrumento principal a inovação, onde eles podem explorar a mudança como uma oportunidade, buscando entender seus princípios e colocá-la em prática. Com isso, é necessário que as características do empreendedor sejam bem definidas e administradas para que o empreendedor tenha sucesso em seu negócio.

As diferentes características que constituem um perfil empreendedor são qualidades essenciais para que o empreendedor e seu empreendimento tenha sucesso. Mesmo com características semelhantes, os empreendedores são diferentes entre si, cada um possui um perfil, sendo difícil classificá-los (Dornelas, 2005).

De acordo com Dornelas (2005) o empreendedor pode ser classificado em sete perfis: o empreendedor nato, o que aprende, o serial, o corporativo, o social, o por necessidade e o empreendedor herdeiro.

O empreendedor nato é o perfil mais conhecido, muitas vezes eles começam do nada e criam grandes negócios. Esses empreendedores são visionários, estão sempre à frente do seu tempo, são otimistas e tem total comprometimento para realização de seus sonhos. O empreendedor que aprende é o indivíduo que nunca pensou em ser empreendedor, se deparou com uma oportunidade e decidiu se dedicar a esse novo negócio. O empreendedor serial ou que cria novos negócios é o indivíduo que tem paixão pelo ato de empreender e pelo seu empreendimento. Esse tipo de empreendedor é dinâmico, é atento aos acontecimentos ao seu redor e gosta de desafios (DORNELAS, 2005).

O empreendedor corporativo vem da necessidade das organizações de inovar. Geralmente são executivos que trabalham com foco nos resultados, assumem riscos e tem que lidar com a falta de autonomia. São ambiciosos e gostam de planos com metas ousadas. O empreendedor social se envolve nas causas humanitárias, tem desejo de mudar o mundo e se realiza vendo seus empreendimentos trazendo resultado para o próximo e não para si. Não buscam desenvolver um patrimônio financeiro e sim contribuir para o desenvolvimento das pessoas e do ambiente em que vive. O empreendedor por necessidade é aquele que cria seu negócio por falta de alternativa, geralmente por estar desempregado sem conseguir um novo emprego. O empreendedor herdeiro recebe o legado de sua família, tendo que levar adiante o negócio, aprendendo a ser empreendedor com a família (DORNELAS, 2005).

2.3 Barbearias Tradicionais

O ofício de barbeiro no Brasil vem do período colonial, quando os jesuítas trouxeram o conhecimento e ensinaram os nativos brasileiros (SILVA, 2016). Os barbeiros desempenhavam funções diferentes daquelas que são realizadas atualmente. No início do ofício esses profissionais eram vistos como quem também realizava trabalhos de dentista e sangrias, os quais foram exercidos até início do século XX, perdurando, após esse período, apenas as atividades de feitiço de barba e cabelo (FUKELMAN; LIMA, 2012).

A atividade de barbeiro começava no ambiente familiar, e após um certo tempo de aprendizagem tornava-se um ofício. Eles trazem os valores e princípios que muitas vezes são herdados dos pais. Para o barbeiro tradicional, não bastava apenas saber fazer barba e cabelo, mas era preciso ter respeito aos clientes e transmitir seriedade, pois os homens daquela época tinham como algo essencial a virilidade masculina (TELES, 2012).

As barbearias eram vistas como um local importante onde, além dos serviços de barba e cabelo, era um local para os homens criarem suas reputações (BOURDIEU, 2012). Além disso, Massart (2012), assim como Fukelman e Lima (2012) ressaltam que as barbearias tradicionais são espaços que oferecem serviços específicos de cabelo e barba, remetendo a espaços de sociabilidade masculina onde via-se cenas da masculinidade entre as conversas de futebol e política, trocas de confidências e um momento de encontro com os amigos.

Após o aparecimento das lâminas descartáveis no mercado houve uma diminuição da procura por barbearias, e essas passaram a perder popularidade. Com a necessidade de resgatar o local de encontro dos homens, como era no passado, veio no século 21 o surgimento das Barbearias Conceito (CORDONI, 2016).

2.4 Barbearias Conceito

Com a mudança de comportamento de consumo dos homens, o mercado de beleza masculina tem apresentado um grande potencial de crescimento. Segundo a Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal (ABIHPEC, 2016) o homem atual busca um local exclusivo e diferenciado e procura por um profissional que entenda das tendências da moda, o que promove ainda mais o mercado das barbearias conceito e a necessidade do mercado brasileiro suprir essa demanda.

O homem moderno está cada vez mais vaidoso e preocupado com sua aparência, e essa mudança de comportamento tem influenciado nos novos modelos de barbearias, que podemos definir como barbearia conceito ou *barbershop*. Esse novo modelo de barbearia está sendo muito visado pelos empreendedores como uma oportunidade de negócio.

Combinando o conceito mais antigo das barbearias com o que o mercado atual vem oferecendo ao homem moderno, aliando conforto, estilo e variedade, surgiu então um espaço perfeito para uma experiência agradável e divertida. (CORDONI, 2016)

As barbearias conceito utilizam estratégias diferenciadas para atingir o novo público alvo. É comum observar nesses ambientes que o cliente tem a opção de relaxar e distrair com jogos de sinuca, poker e até vídeo game, beber uma cerveja ou bebidas destiladas. Tem-se então uma nova invenção do modelo de barbearia que surgiu para garantir a satisfação do cliente (CAVALCANTI; SANTOS, 2016).

Para Ramos e Valdisser (2019) um grande objetivo desse modelo de negócio é ter o cliente como centro de atenção, ao oferecer uma gama de serviços variados e um ambiente que o deixe confortável e a vontade. Com isso, o custo e o tempo de permanência do cliente dentro da barbearia aumentaram, devido a gama de serviços e produtos diferenciados oferecidos. Utilizando características visionárias, os barbeiros desse novo conceito buscam encontrar sucesso em seu negócio.

Além de propiciar um ambiente e serviços diferenciados, houve também mudanças nos instrumentos de trabalho. A navalha, que era a principal ferramenta utilizada pelos barbeiros antigos, foi substituída por aparelhos elétricos e descartáveis, os quais são mais higiênicos, evitando disseminação de doenças, e também tornam o trabalho mais rápido e conseqüentemente mais lucrativo, pois o barbeiro atenderia mais clientes realizando o serviço em menor tempo. Além do shampoo e da espuma

de barbear, inseriu-se diversos tipos de cosméticos masculinos nos serviços (TELES, 2012).

Para que os barbeiros conseguissem propagar o novo tipo de barbearia, era necessário se aperfeiçoar, entender quais os desejos e vaidades do homem atual. De acordo com Bettio, Cuciol e Hoepers (2012), no mercado da beleza também são exigidos aperfeiçoamento e inovação, sendo necessário além dos aprendizados passados, um curso profissionalizante do empreendedor que precisa estar bem capacitado para atender às novas exigências do mercado.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Com o intuito de obter os dados necessários referentes à solução do problema de pesquisa, foram utilizados alguns métodos e procedimentos de pesquisa para que fossem alcançados os objetivos propostos. O método definido para este trabalho foi o estudo de caso, uma estratégia de pesquisa abrangente que visa o conhecimento de uma determinada situação. Para Yin (2015) o estudo de caso é formado por um processo linear e comunicativo, compreendendo e definindo o caso, observando as preocupações e definindo um estudo para identificar possíveis soluções.

Quanto à finalidade, a pesquisa tem origem explorativa-descritiva. A pesquisa descritiva é realizada com o intuito de observar, registrar, analisar e correlacionar os fatos. De acordo com Gil (1999) as pesquisas descritivas têm a finalidade de descrever as características de um determinado grupo populacional ou fenômeno e estabelecer relações entre variáveis. A pesquisa exploratória busca relacionar-se com o fenômeno em estudo e a partir de uma nova percepção, descobrir novas ideias (CERVO et al., 2007).

Na parte descritiva buscamos descrever as principais características empreendedoras do proprietário e de que forma essas características se relacionam e auxiliam no crescimento do novo modelo de barbearias, as barbearias conceitos ou *barbershops*. Por meio da pesquisa exploratória foi possível identificar e analisar as características e o perfil encontrados nos empreendedores.

Para isso foram realizados os seguintes procedimentos: uma entrevista com os proprietários de duas barbearias conceito, sendo uma situada na cidade de Ouro Preto, e a outra na cidade de Mariana, ambas no estado de Minas Gerais. As entrevistas aconteceram de forma online devido a pandemia do novo corona vírus (COVID-19), e foram importantes para identificação das características empreendedoras.

Referente à forma de abordagem, a pesquisa da qual se trata este estudo pode ser caracterizada como qualitativa, a qual, de acordo com Guilhoto (2002) é um tipo de pesquisa que produz dados a partir do estudo de pessoas, lugares ou processos, na qual o pesquisador estabelece uma relação direta com o intuito de entender os dados estudados. A pesquisa qualitativa preocupa-se com aspectos da realidade que não podem ser quantificados, focando na compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais (GERHARDT; SILVEIRA, 2009).

4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

A coleta dos dados foi realizada através de uma entrevista com os proprietários de duas barbearias que se enquadram no estilo de barbearia conceito, ou *barbershops*. As barbearias estudadas foram a “Rock’n Road Bar-Bearia”, situada na cidade de Mariana, e a barbearia “O Barbeiro”, situada na cidade de Ouro Preto. Essa entrevista foi semiestruturada (Apêndice 1), com questões baseadas no tema estudado, servindo como um roteiro e permitindo que os entrevistados pudessem ter a liberdade de falar livremente sobre o assunto no decorrer da entrevista.

As entrevistas foram transcritas na íntegra e analisadas qualitativamente, relacionando as respostas dadas à literatura utilizada. Essas entrevistas tiveram como objetivo identificar o perfil empreendedor e as características empreendedoras presentes em cada entrevistado.

De acordo com as entrevistas foi possível inferir que os dois profissionais possuem perfis empreendedores diferentes. O entrevistado 1 da “Rock’n Road Bar-Bearia” trabalhava sempre trabalhou na área industrial, possui formação em Mecânica Industrial e Gestão de Contratos, e nunca teve nenhum tipo de negócio antes de abrir a barbearia. O que o motivou a empreender foi o fato de ter sido demitido, e após pesquisa de mercado, percebeu uma oportunidade na área da barbearia. É possível identificar então que a sua característica empreendedora é a de explorar oportunidade (DORNELAS, 2012). Seu relato revela essa característica:

“Eu fiquei desempregado após o rompimento da barragem. Fiquei bom tempo sem conseguir emprego, então, eu resolvi abrir a barbearia porque eu fiz uma pesquisa de mercado, vi que estava em ascensão, principalmente porque é um *life style* que eu gosto. Todo o conceito da barbearia já era uma coisa que gostava, essa questão de identidade mesmo”.

De acordo com os tipos de empreendedores apresentados por Dornelas (2005), ele se enquadra no perfil de Empreendedor que Aprende ou Inesperado, o que, segundo o autor, é o tipo de pessoa que se deparou com uma oportunidade de negócio, uma pessoa que nunca pensou em empreender, que via carreira em grandes empresas como a única possibilidade, e pelo motivo de demissão tomou a decisão de empreender.

Já o entrevistado 2 da “O Barbeiro” não tinha um negócio próprio antes de abrir sua barbearia, mas exercia o ofício em outra barbearia como funcionário, porém estava insatisfeito onde trabalhava e sempre teve vontade de montar sua própria barbearia. Ele já sabia um pouco do ofício de barbeiro, por já trabalhar com isso, mas com a ideia de abrir sua própria barbearia buscou cursos para se aperfeiçoar. Podemos classificá-lo, de acordo com os tipos de empreendedores listados por Dornelas (2005), como um Empreendedor Nato, que são indivíduos visionários e otimistas e se comprometem totalmente para realizar seus sonhos.

Quando perguntados se eles se consideravam empreendedores, os dois responderam que sim e definiram o que significa empreendedorismo para eles:

“Empreendedorismo pra mim é aquele cara que tem uma ideia de um negócio e coloca ele em prática, investir por conta própria em um negócio novo, procurar oportunidades pouco exploradas no mercado” (Entrevistado 1)

“Empreendedorismo pra mim são grandes inovadores que tem, como vou te dizer, que vem criando oportunidades e assumindo riscos, resumindo pra mim é isso aí, você vê uma oportunidade você tem que ir, mesmo que correndo risco você vai sair vitorioso ali na sua conquista”. (Entrevistado 2)

Acerca das características empreendedoras identificadas, algumas foram semelhantes nos dois profissionais e outras distintas entre eles.

Sobre ter feito um planejamento ou plano de negócios para abrir a barbearia, o entrevistado 1 relata a característica de planejar sempre foi percebida posteriormente a abertura da barbearia, e que no início fez algo bem simples:

“Eu pensei em quanto eu tinha pra gastar e quanto eu tinha pra investir na estrutura..., mas hoje vejo que um plano mais elaborado seria melhor”.

Já o entrevistado 2 não tinha nenhum planejamento relata que no começo ele tinha apenas uma meta de vendas para sobreviver:

“No começo eu só tinha uma meta: eu tenho que cortar dois cabelos (por dia) pra pagar o aluguel o resto eu me viro sabe, foi bem assim, e como eu trabalhava à noite pra manter minhas despesas a barbearia foi mais um sonho mesmo, eu falei: vai dar certo, eu vou fazer dar certo, eu só preciso de dois cabelos”.

Nesse caso pode-se observar a característica de persistência, que para Markman e Baron (2003) é a característica essencial para quem almeja sucesso, sendo necessário trabalhar intensamente.

Ao serem questionados sobre quais características que um empreendedor deve possuir eles responderam:

“Coragem, principalmente coragem. É muito difícil sair da sua zona de conforto ou da segurança de um trabalho remunerado pra trabalhar por conta própria. É preciso coragem de fazer uma coisa nova, de ampliar os horizontes e se dedicar a esse compromisso”. (Entrevistado 1)

“Então, tem que ter visão *né*? Você ver a oportunidade onde outra pessoa não vê, e igual eu falei - você tem que assumir o risco e fazer daquela oportunidade ali um momento único pra você e você sair vitorioso ali naquela conquista”. (Entrevistado 2)

Em relação ao estilo e conceito das barbearias, o entrevistado 2 relata que a barbearia “O Barbeiro” começou bem simples, como as barbearias atuais, e que aos poucos foi investindo na barbearia, na compra de móveis novos, cadeiras, freezer, mesa de sinuca, decoração, criando um novo estilo para o ambiente, tornando o local em uma barbearia conceito. Além dos serviços de corte de barba e cabelo, na barbearia “O Barbeiro” também são oferecidos serviços de alisamento e tintura capilar, limpeza de pele, além da venda de produtos masculinos como shampoo, *balm* e óleos.

Ao ser questionado acerca dos motivos que o levaram a modificar a barbearia para o estilo barbearia conceito, o entrevistado 2 respondeu:

“Dar mais conforto pro meu cliente e também pra mim sabe. Eu gosto de *tá* num lugar e *tá* satisfeito onde que eu *tô*. É muito ruim quando a gente chega e fala assim ‘olha aquela cadeira ali não tá muito legal pra *mim* trabalhar, eu quero uma cadeira melhor’ sabe. Aí é isso, é mais buscando sempre o conforto, é agregar valor mesmo na minha barbearia “

A barbearia “Rock’n Road Bar-Bearia”, já foi aberta com todo o estilo da barbearia conceito, como relata o proprietário:

“Já vem com uma proposta de uma barbearia com um apelo mais tradicional. Por exemplo, a gente faz barba na toalha quente, então é coisa que vem de barbearia de 1920. (...) é criar esse ambiente para o cliente, de conforto, de bem-estar”.

As duas barbearias possuem decoração do estilo barbearia conceito, como se tem visto nas grandes barbearias conceito que vem crescendo cada vez mais em nosso país, onde é possível observar cadeiras em estilo antigo, quadros, luminárias,

espaço para venda de produtos de higiene e beleza, bebidas, músicas, mesa de sinuca e outros jogos. Como pode-se observar em seus relatos:

“Toda decoração é retrô, as minhas cadeiras são todas retrô e aquele ambiente assim, das barbearias antigas, pra pessoa *vim*, se sentir à vontade, conversar, tomar uma cerveja, é criar esse ambiente para o cliente, de conforto de bem-estar” (Entrevistado 1)

“Eu coloquei uma sinuca e um freezer de cerveja pra se *vir*, tipo dois, três amigos, jogar uma sinuca, tomar uma cerveja, enquanto chega a vez deles. É um momento de distração também *né*? Hoje em dia não é mais um momento de cabelo e barba, é também com a gente mesmo *né*? Quando o cliente chega eu quero que ele tome uma cerveja, jogue uma sinuca, brinque, converse com a gente, porque é um momento de distração *né*? O cara tem que chegar ali e relaxar *né*? Não é só ‘vou ali cortar o cabelo, na correria, vou embora’. Tem que deixar o cliente mais à vontade, para deixar ele mais relaxado, tirar um tempo pra ele ali” (Entrevistado 2)

Nesses relatos podemos identificar as características de criatividade (DOLABELA, 2008) e capacidade de se diferenciar (DOLABELA, 2008), visto que os barbeiros buscaram uma diferenciação para o ambiente de trabalho.

E ao serem questionados acerca do que diferencia sua barbearia das outras da região, o entrevistado 2 relata que sua barbearia se diferencia pelo atendimento. Segundo ele o valor do corte de cabelo é o mais caro da cidade, por isso ele sempre oferece um atendimento diferenciado, um ambiente agradável e um serviço de qualidade. Com isso, é possível observar novamente a característica capacidade de se diferenciar (DOLABELA, 2008) e a característica qualidade e eficiência, pontuada pelo SEBRAE (2019). Para o entrevistado 1 sua barbearia se diferencia das outras pelo seu conceito, o apelo às barbearias tradicionais com utilização de métodos mais tradicionais para garantir o conforto do cliente, além de uma equipe bem treinada. Com isso, é possível observar também a característica de capacidade de se diferenciar e criatividade, descrita por Dolabela (2008).

A respeito da concorrência, os dois profissionais relatam que conhecem quem são seus concorrentes, o estilo das barbearias e como eles trabalham, podendo identificar em ambos profissionais a característica empreendedora apontada pelo SEBRAE de buscar informações, que é uma característica relacionada ao planejamento (SEBRAE, 2019).

A característica empreendedora de ser apaixonado pelo que faz (DORNELAS, 2012) foi identificada nos dois profissionais quando relataram que se sentem muito realizados com seu negócio. O entrevistado 1, por exemplo, relata que se arrepende de não ter empreendido nesse ramo antes.

A característica de ser visionário (DORNELAS, 2012), estabelecimento de metas (SEBRAE, 2019) e orientação para o futuro de (DOLABELA, 2008), podem ser percebidas nos dois profissionais quando foram indagados sobre criação de novos negócios no futuro. O entrevistado 2 respondeu que pensa em ter novos negócios, que vê a necessidade de outras fontes de renda, e que, atualmente, além de gerir e trabalhar na barbearia, se tornou representante regional de uma linha de produtos masculinos destinados a barbearias. O entrevistado 1 responde que tem vontade de abrir novos negócios, que a princípio seria abrir outra barbearia, mas o seu foco é investir na sua marca Rock'n Road, criar uma linha de camisetas e produtos para barba.

Essas características também foram percebidas quando indagados a respeito das expectativas de crescimento, pois os dois mostraram que buscam o crescimento de seu negócio. O entrevistado 2 relata que tem vontade de montar uma barbearia maior, com melhor estrutura e também uma equipe maior, pois ele percebe na cidade de Ouro Preto essa necessidade. Já o entrevistado 2 tem expectativa de, em curto prazo, abrir outra barbearia e investir em produtos de sua marca, e em um prazo maior tem expectativa de dobrar seus negócios.

Outra característica presente nos entrevistados é a dedicação (DORNELAS, 2012) e comprometimento (DOLABELA, 2008), pois ambos relataram que possuem dedicação total ao seu negócio. Além dessa característica, outra muito importante é a rede de contatos (SEBRAE, 2019), e ambos possuem uma rede de contatos ativos com fornecedores, parceiros de trabalho e clientes, construindo bons relacionamentos comerciais.

Indagados sobre a característica criação de valor para sociedade (DORNELAS, 2012), o entrevistado 2 relata que cria valor para sociedade onde vive, com a geração de empregos. Atualmente a barbearia possui três funcionários, e nas segundas-feiras ele oferece um curso de barbeiro para a população e quando precisa de um funcionário busca contratar os que fizeram curso com ele. O entrevistado 1 também relata que cria algum tipo de valor para sociedade como geração de emprego e bem-estar social.

A inovação é o instrumento principal do empreendedor, segundo Drucker (2002). Com as rápidas mudanças do mercado e preferências do consumidor, a inovação se torna uma característica importante. O entrevistado 2 relata que gosta de buscar inovações para sua barbearia, em produtos, serviços e design, e que essas inovações auxiliam no crescimento do seu negócio. O entrevistado 1 também relata que busca inovação para seu negócio, por meio de especializações para ele e sua equipe, e que essas inovações são importantes para o crescimento de sua barbearia.

Outra característica presente nos entrevistados é o conhecimento (DORNELAS, 2012). O entrevistado 2 relata que sempre está em busca de novos conhecimentos através de cursos e workshops, para ele e sua equipe, para que possa agregar valor ao seu serviço e estar atendo às novas demandas do mercado. O entrevistado 1 também relata que essa busca por conhecimento é necessária, pois está em um nicho de mercado competitivo e que especializações são necessárias.

Ao serem questionados acerca das dificuldades que enfrentaram ao abrirem seu negócio, o entrevistado 2 respondeu:

“[...]eu falo que o começo pra mim não foi difícil sabe? Porque eu queria muito, então pra mim foi muito fácil, enquanto eu estava sozinho foi muito fácil, minha meta era só fazer dois cortes de cabelo pra *mim* pagar o aluguel, como eu consegui mais no primeiro mês pra mim foi fácil. Pra mim o momento mais difícil foi quando eu precisei de outras pessoas pra minha barbearia funcionar sabe? O que que acontece, eu peguei um ponto maior confiando em um colaborador meu que estava comigo, eu falei “vamos pegar que eu vou estar com você..”, aí eu peguei esse ponto aqui, era eu e mais um só, com um aluguel muito mais caro e tinha um gasto muito maior, ei quando eu engrenei assim no ponto o movimento bombando aí o cara saiu e me deixou na mão me deixou sozinho, e sozinho eu não conseguia atender a demanda de cliente que a gente tinha sabe, aí eu precisei arrumar outro cara assim no susto, aí e só fui arrumando problemas sabe, os caras que não queria nada com nada, na hora que via aquele tanto de serviço falava ‘ah! não, não quero, tô ganhando pouco, ou tá trabalhando demais, você é chato demais’ aí só me deixavam na mão, e fiquei nisso e eu quase desisti, falava com minha esposa “ah eu não quero mais não, vou voltar pra uma barbearia menor, só eu, trabalhar sozinho sem dor de cabeça”. Aí pra mim esse foi o momento mais difícil da barbearia, quando eu precisei depender de outras pessoas pra minha barbearia funcionar [...]”.

Nesse relato é possível observar a característica de persistência e comprometimento (SEBRAE, 2019) e de ter perseverança (DOLABELA, 2012), pois, apesar da dificuldade enfrentada, ele conseguiu atender a demanda e contratar novos funcionários. Atualmente ele conta com funcionário com mais de três anos e um com dois anos de casa.

O entrevistado 1 respondeu:

“Era novo no negócio e no mercado, não conhecia bem o perfil do meu cliente e dos meus fornecedores. Administrar um negócio era uma coisa nova”.

Já no relato do entrevistado 1 acerca das dificuldades, é possível observar a característica de persistência apontado pelo SEBRAE (2019) e a característica de correr riscos calculados, apontada pelo SEBRAE (2019) e por Drucker (2002), visto que ele se tornou empreendedor em um ramo muito diferente de sua profissão, realizando uma pesquisa de mercado antes de investir no negócio.

A característica de explorar oportunidades, apontada por Dornelas (2012), também pode ser observada no entrevistado 2, quando relatou acerca da escolha do local da barbearia:

“Eu entrei num bairro bom, um bairro mais elitizado no caso, vamos dizer assim *né?* Mas não tinha nenhum concorrente aqui, e ainda até hoje não tem, eu digo bem próximo assim não tem *né?* E também isso me ajudou muito *né?* O bairro *tava* precisando de uma barbearia sabe, então eu já cheguei e peguei essa galera do bairro aqui”.

Em relação aos fatores que eles consideram mais importantes para o sucesso da barbearia, o entrevistado 2 relata que o bom atendimento que sua equipe presta é o que vem trazendo sucesso para seu negócio. Aqui é possível identificar a característica de qualidade e eficiência (SEBRAE, 2019). O entrevistado 1 relata que o fator mais importante para o sucesso de seu negócio é a inovação, buscar serviços diferentes e conceitos novos para os clientes, para ter uma marca sólida no mercado. Aqui também se identifica novamente a característica de inovação (DRUCKER, 2002).

5. CONCLUSÃO

Possuindo um ambiente mais retrô e serviços diferenciados, as barbearias conceito ou *barbershops*, são novos modelos de negócios que estão em ascensão, visto o crescente interesse dos homens pelo mercado de beleza. Nesse cenário, empreendedores têm visto uma oportunidade de empreender ou inovar seu negócio, alcançando o sucesso.

Com base nos relatos dos entrevistados e pesquisas bibliográficas realizadas em livros e artigos pertinentes ao tema, este trabalho atendeu ao objetivo principal que buscava identificar o perfil empreendedor e as características empreendedoras presentes nos barbeiros, aprofundar e compreender o mercado e o novo conceito de barbearias, comparar as barbearias tradicionais e as barbearias conceito, e identificar as dificuldades e desafios dos empreendedores em um novo mercado.

Nesse sentido, ao identificar o perfil empreendedor e as principais características empreendedoras presentes nos entrevistados, empresários de barbearia conceito, foi possível verificar que o estudo e desenvolvimento de características específicas, discutidas ao longo deste trabalho, são fatores imprescindíveis para o crescimento das barbearias.

Destaca-se que embora possuindo perfis diferentes, pôde-se encontrar algumas características semelhantes nos dois profissionais, e também características distintas, mostrando que mesmo possuindo um mesmo modelo de negócio cada empreendedor possui um conjunto de características empreendedoras específicas e mais adequadas ao seu perfil.

Destarte, o presente estudo mostrou a importância dos profissionais conhecerem e desenvolverem as características empreendedoras adequadas para que alcancem sucesso organizacional.

Este trabalho não tem a pretensão de esgotar o tema nem oferecer generalizações, sendo necessário a ampliação da pesquisa para novos ramos, que possam ofertar novos conhecimentos acerca do empreendedorismo.

6. REFERÊNCIAS

- ABIHPEC. Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos. **Mercado masculino avança 94% em 5 anos**. Disponível em: <https://abihpec.org.br/mercado-masculino-avanca-94-em-5-anos/> Acesso: 07 nov. 2019.
- BAGGIO, A. F.; BAGGIO, D. K. Empreendedorismo: conceitos e definições. **Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia, Passo Fundo**, v. 1, n. 1, p. 25-38, 2014.
- BARRETO, L. P. **Educação para o Empreendedorismo**. Salvador: Escola de Administração de Empresa da Universidade Católica de Salvador, 1998.
- BETTIO, D.; CUCIOL, J. A. B.; HOEPERS, S. M. **Universo masculino: Uma análise da oferta e procura de serviços de beleza**. Disponível em: <http://siaibib01.univali.br/pdf/Daniela%20de%20Bettio,%20Josiane%20Cuciol.pdf> Acesso: 10 out. 2019.
- BOURDIEU, P. **A dominação masculina**. 11. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2012.
- CAVALCANTI, C. G. E. R; SANTOS, M. S. G. **Perfil de consumo em Barbearias de Natal e a noção de gosto de classe**. Bahia, 2016. Disponível em: <http://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2016/resumos/R52-1210-1.pdf> Acesso: 12 out. 2019.
- CERVO, A. L. et al. **Metodologia científica**. 6 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
- DOLABELA, F. **Oficina do empreendedor**. Rio de Janeiro: Sextante, 2008.
- DOLABELA, F. **O segredo de Luísa**. 30. ed. São Paulo: Editora de Cultura, 2006.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo na prática: mitos e verdades do empreendedor de sucesso**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2005.
- DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. Rio de Janeiro: Campus, 2012.
- DRUCKER, P. F. **Inovação e espírito empreendedor: prática e princípios**. Trad. Carlos Malferrari. São Paulo: Pioneira, 2002
- FERREIRA, M. P. **Ser empreendedor: pensar, criar e moldar uma nova empresa: exemplos e caos brasileiros**. São Paulo: Saraiva, 2010.
- FILION, L. J. Empreendedorismo: empreendedores e proprietários-gerentes de pequenos negócios. **Revista de Administração Eletrônica**, v. 34, n. 4, abr. jun. 1999.

FUKELMAN, C.; LIMA, P. S. **Ofícios ambulantes**. Belo Horizonte: Museu de Artes & Ofício – MAO, 2012.

GERHARDT, T.; SILVEIRA, D. **Métodos de Pesquisa**. 1.ed. Rio Grande do Sul: Editora da UFRGS, 2009.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GUILHOTO, L. F. M. **O uso da internet como ferramenta para a oferta diferenciada de serviços a clientes corporativos: um estudo exploratório no setor de telecomunicações**. (Dissertação) Mestrado em Administração. Universidade de São Paulo: São Paulo, 2002.

MASSART, G. **Barbeiro, barbearias em Mindelo – Cabo Verde**. 2012. Disponível em: <http://www.buala.org/pt/cidade/barbeiros-barbearias-em-mindelo-cabo-verde> Acesso: 12 out. 2019.

MARKMAN, G. D.; BARON, R. A. Person–entrepreneurship fit: why some people are more successful as entrepreneurs than others. **Human resource management review**, v. 13, n. 2, p. 281-301, 2003.

RAMOS, M. R.; VALDISSER, C. R. Um estudo sobre a relação das características empreendedoras dos barbeiros com o novo conceito de barbearia. **GETEC**, v. 8, n. 21, p. 58-83, 2019.

SCHUMPETER, J. A. **A teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo, Nova Cultura, 1988.

SEBRAE. **Conheça as características empreendedoras desenvolvidas no EMPRETEC**. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/Programas/conheca-as-caracteristicas-empreendedoras-desenvolvidas-no-empretec,d071a5d3902e2410VgnVCM100000b272010aRCRD> Acesso: 07 out. 2019.

SILVA, M. A. **Um pouco da história da barbearia no Brasil**. 2016. Disponível em: <https://pt.linkedin.com/pulse/um-pouco-da-hist%C3%B3ria-barbearia-brasil-marcoaur%C3%A9lio-silva>. Acesso: 14 out. 2019.

SOUZA, E. C. L. Empreendedorismo: da gênese à contemporaneidade. In: SOUZA, E. C. L.; GUIMARÃES, T. A. (Org.). **Empreendedorismo além do plano de negócio**. São Paulo: Atlas, 2005.

TELES, E. L. **Ofício de Barbeiro: Memória, Tradições e Modernidades**. São Cristóvão, 2012.

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2015.

APÊNDICE 1 – Roteiro da Entrevista

Sobre o empreendedor

- Idade
- Nível de escolaridade
- Possui formação? Qual?

Sobre o empreendimento

- Nome da empresa, data da abertura, localização, número de funcionários
- Como surgiu a ideia de criar a barbearia?
- Qual o conceito do negócio? Para não induzir a resposta. Posteriormente, em função da resposta você faz a pergunta pertinente ao conceito.
Para resposta se já abriu como barbearia conceito: quais os motivos o levaram a empreender nesse ramo?
Para resposta que já tinha a barbearia e modificou: quais os motivos que o levou a modificar sua barbearia ao longo do tempo?
- Houve um planejamento ou plano de negócios para criação da barbearia?
- Conhece quem são seus concorrentes?
- O que diferencia sua barbearia das outras da região?
- Como foi a escolha do local da barbearia?
- Como faz a divulgação do seu negócio?
- Qual o público alvo da barbearia?
- O que faz para fidelizar seus clientes?
- Realiza um controle financeiro do seu negócio?

Identificando as características e o perfil empreendedor

- O que é empreendedorismo para você?
- Você se considera um empreendedor?
- Quais são, na sua opinião, as características de uma pessoa empreendedora?
- O que o motivou a empreender, e por que escolheu o segmento que atua?
- Você já teve outro tipo de negócio anteriormente? Em caso positivo porque não deu prosseguimento no mesmo?
- Pensa em criar novos negócios no futuro? Se sim, quais e porquê.
- Algum familiar possui negócio próprio?

- Você se sente realizado com seu negócio?
- Quais suas expectativas de crescimento?
- Como é sua dedicação com seu negócio?
- Você possui alguma rede de contato (networking) que o auxilia no ambiente externo? Como fornecedores, clientes e outras entidades.
- Você busca novos conhecimentos no seu ramo de negócio?
- Cria valor para a sociedade? Quais?
- Você busca inovar no seu negócio? Como? Você considera que essas inovações auxiliaram ou podem auxiliar no crescimento do seu negócio?
- Você costuma buscar novos conhecimentos e se aprimorar na sua área de atuação? E seus funcionários, você investe no aprendizado deles?
- Quais foram as maiores dificuldades que enfrentou depois que abriu seu negócio?
- Qual(is) fator(es) você considera mais importante para o sucesso do seu empreendimento?