

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO NORTE DE MINAS GERAIS

PRÓ-REITORIA DE EXTENSÃO

PROJETO DE EXTENSÃO - FLUXO CONTÍNUO

EDITAL127/2018 - DE FLUXO CONTÍNUO PARA REGISTRO E MONITORAMENTO DE PROJETOS DE EXTENSÃO NO SUAP, VINCULADOS AOS CAMPI DO IFNMG - EXERCÍCIO 2018

UNIDADE PROPONENTE

Campus: PIR
Foco Tecnológico: GESTÃO E NEGÓCIOS

IDENTIFICAÇÃO DO PROJETO

Título do Projeto: 3º Ciclo de palestras das Micro e Pequenas Empresas de Pirapora- Casos Barbearia Pirapora e PC Construtora			
Grande Área de Conhecimento: CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS		Área de Conhecimento: ADMINISTRAÇÃO	
Área Temática: Tecnologia e Produção		Tema: Empreendedorismo	
Período de Execução: Início: 11/06/2018 Término: 20/07/2018		Possui Cunho Social: Sim	
Nome do Responsável (Coordenador): Rosemary Barbosa da Silva Moura	Titulação: MESTRE+RSC-III (LEI 12772/12 ART 18)	Matrícula: 1010284	Vínculo: Voluntário
Departamento de Lotação: CÓPIPIR	Telefone:	E-mail: rosemary.moura@ifnmg.edu.br	

CARACTERIZAÇÃO DOS BENEFICIÁRIOS

Público Alvo	Quantidade Prevista de Pessoas a Atender	Quantidade de Pessoas Atendidas	Descrição do Público-Alvo
Instituições Governamentais Federais	30	-	-
Organizações de Iniciativa Pivada	30	-	-
Grupos Comunitários	15	-	-

EQUIPE PARTICIPANTE

PROFESSORES E/OU TÉCNICOS ADMINISTRATIVOS DO IFNMG			
Membro	Contatos	Bolsista	Titulação
Nome: Rosemary Barbosa da Silva Moura Matrícula: 1010284	Tel.: E-mail: rosemary.moura@ifnmg.edu.br	Não	MESTRE+RSC-III (LEI 12772/12 ART 18)

DISCRIMINAÇÃO DO PROJETO

<p>Resumo</p> <p>Como o próprio nome expressa esse trata-se do 3º Ciclo de Palestras acerca do Empreendedorismo das Micro e Pequenas Empresas de Pirapora é um evento organizado pelos alunos que estão cursando o 6º período do Bacharelado em Administração coordenado pela professora da disciplina de Micro e Pequenas Empresas.</p>

As duas versões anteriores provaram que essa aproximação dos alunos com os empresários colabora para desmistificar diversos aspectos do cotidiano dos negócios tais como: saúde financeira da empresa, dificuldades para iniciar um negócio próprio, as motivações para ter o próprio negócio, o uso ou não de recursos de terceiros, como recomeçar após uma falência, os desafios de profissionalizar uma gestão familiar.

Assim esse projeto visa entender as novas tendências no ramo de beleza masculina a partir da escuta de um empresário de barbearia e também as estratégias de sobrevivência do pequeno empresário da construção civil frente a crise econômica e a concorrência das grandes construtoras.

Justificativa

O ramo de barbearias tem evoluído e prosperado muito nos últimos anos, assim como todo o setor de beleza masculina. Segundo a ABF – Associação Brasileira de Franchising, o segmento de saúde, beleza e bem-estar teve crescimento médio de 10% na última década, chegando a atingir um faturamento de R\$100 bilhões, sendo que 30% do faturamento vem do público masculino. Já, de acordo com números revelados pela Euromonitor International, empresa de pesquisa que monitora o setor de beleza em 80 países, o mercado brasileiro de cuidados pessoais para homens tende a seguir com um belo desempenho. Nos últimos cinco anos, o setor de beleza masculina dobrou e deve continuar crescendo 7,1% ao ano até 2019, quando deve se tornar o maior mercado do mundo na categoria, movimentando US\$ 6,7 bilhões em vendas.

Dessa forma, o segmento de barbearia ganha cada vez mais notoriedade por ofertar um serviço cada vez mais especializado e sofisticado. Os estabelecimentos têm investido em decoração, técnicas, profissionais e produtos de qualidade, além de focar em proporcionar um momento de encontro entre amigos. Com isso, serviços extras como bar, sinuca e televisões para transmissão de esportes fazem parte do ambiente das barbearias modernas.

Seguindo essa tendência foi inaugurada em novembro de 2017 a Barbearia Pirapora com esse apelo de ser um ambiente mais sofisticado disponibilizando elementos de entretenimento para seus clientes. Então o propósito em ouvir esse empresário é entender como o mercado reagiu a essa novidade, visto que os preços trabalhados são diferentes, a princípio partindo da compreensão que o valor ofertado ao cliente difere dos concorrentes locais.

Segundo o Jornal das Associações Comerciais do Estado de São Paulo (2017), as construtoras de imóvel popular lideram recuperação do mercado imobiliário no Brasil. Elas são empresas de construção que desenvolvem moradias populares, enquadradas no Minha Casa- Minha Vida, têm puxado a recuperação do mercado imobiliário. No entanto esse é reconhecido pela existência de grandes nomes tais como: Direcional, MRV e Tenda que respondem por dois terços dos lançamentos e das vendas do terceiro trimestre entre as 11 incorporadoras listadas na Bolsa. Juntas, as três lançaram empreendimentos com valor de vendas estimado em R\$ 2 bilhões, um crescimento de 55,5% na comparação anual. As vendas no período totalizaram R\$ 2,1 bilhões, avanço de 23,5%.

Dados nacionais da Abrainc (associação de incorporadoras) mostram que as vendas de imóveis novos do Minha Casa, Minha Vida até agosto somaram 41,7 mil unidades, 23,6% mais que no mesmo período de 2016. Foram 33,4 mil lançamentos, alta de 13%.

O copresidente da MRV, Eduardo Fischer, reitera a perspectiva de mais lançamentos e vendas em 2018. Ele também avalia que há boa disponibilidade de recursos para financiar a compra de imóveis com juros baixos, ao contrário do restante do mercado. "As sinalizações do governo são de que a habitação popular é prioridade."

Já a Direcional avalia que ainda existe grande diferença no desempenho de cada ramo. Tanto o médio quanto o alto padrão sofrem com distratos, juros altos e baixa demanda. Diante disso, a companhia abandonou novos projetos nesse mercado. Mas no de moradias populares, a trajetória continua positiva.

No entanto, na cidade de Pirapora e região existem pequenos construtores de casas populares que concorrem com essas empresas reconhecidas nacionalmente na procura pelo recurso disponibilizado pelo Governo para financiamento da aquisição da casa própria e também na disputa do mesmo cliente. O interesse nesse pequeno empresário da construção civil é entender como quais estratégias ele tem adotado para sobreviver à crise da construção civil e aos grandes concorrentes.

Fundamentação Teórica

As tendências nas Barbearias para o público masculino

A Exame (2018) traz um levantamento do Instituto de Pesquisa Qualibest apontando que os homens brasileiros já se consideram "supervaidosos". Eles querem mais produtos dedicados ao público masculino. Este foi o recado dado no *Workshop* sobre o Mercado Masculino realizado pela ABIHPEC – Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos. Assim as barbearias tendem a oferecer um mix variado de serviços para o público masculino, que vai muito além dos tradicionais cortes de barba e cabelos.

O cardápio de serviços é bastante completo, pois a ideia é atender o homem contemporâneo em todas as suas demandas, para tanto oferece-se além do tratamento de barba e cabelo, podólogo, manicure, tratamentos capilares como tinturas, relaxamento, escova inteligente e reflexo invertido (revés), que suaviza os grisalhos e faz bastante sucesso entre os homens.

Já a depilação pode ser no rosto (incluindo design de sobrancelhas) ou peito, ombros, pernas, costas, braços e barriga. E na área de estética, o mix de serviços inclui massagens e tratamentos faciais como limpeza de pele e hidratação com vitamina C.

Algumas barbearias mais antenadas estão disponibilizando outro serviço diferenciado que é o dia do noivo, que foi desenvolvido para o homem passar suas últimas horas de solteiro ao lado de padrinhos, amigos e familiares. De três a sete horas, o pacote contratado pode envolver, além de corte de cabelo e barba, uma massagem relaxante, podologia entre outros.

A ideia é que o momento seja regado a muita descontração, por isso, aqui o brinde é com cerveja e com o papo para lá de animado. O lugar é bem no estilo Clube do Bolinha, onde as mulheres não entram e o noivo e seus acompanhantes curtem o último dia de solteiro, recebendo os mimos e cuidados.

O barbeiro não deve investir somente no aprimoramento de suas técnicas através de cursos ou na aquisição de tesouras, cremes e utensílios qualificados para fazer seu trabalho. É preciso analisar outras possibilidades de crescimento talvez mais agressivas e que garantam maior visibilidade para o negócio.

Seguindo essa tendência foi inaugurada em Pirapora em novembro de 2017 uma Barbearia com esse apelo. Ela é a primeira na região.

EMPREENDEDOR DA CONSTRUÇÃO CIVIL

Ser empreendedor no setor da Construção Civil é se perguntar todos os dias como fazer sua construtora crescer. É preciso ter muito jogo de cintura e construir bases sólidas em seus processos, principalmente em um mercado tão competitivo, com projetos tão complexos e inovadores.

O cenário é conhecido: ao perceber boas oportunidades, o empreendedor tende a começar um negócio com muita garra e vontade, mas encontra problemas por ter se preparado pouco para planejar e gerenciar o dia a dia de uma empresa, otimizar processos e investimentos, por exemplo.

O potencial de sucesso dos empreendedores brasileiros é maior do que a média mundial. É o que afirma o estudo "Cultura Empreendedora no Brasil: O potencial para empreender com Alto Impacto", realizado pela Endeavor (organização referência em fomento ao empreendedorismo no Brasil).

O estudo teve como base quatro pilares:

- Visão de Oportunidade;
- Proatividade;
- Criatividade;
- Sonho Grande.

Quando comparada à média mundial, a pontuação dos brasileiros é significativamente maior nos dois primeiros fatores, além de alcançar a maior média global.

Mesmo com todo esse potencial, segundo dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), metade das empresas fecha as portas após quatro anos da data de sua abertura. No caso específico da Construção Civil, com a crise na economia nacional, os cuidados devem ser redobrados e o empreendedor deve investir seus esforços de forma planejada e estruturada, sempre com o foco em como fazer uma construtora crescer.

De acordo com o SEBRAE, cerca de 50% dos pequenos empresários não sabem precisar se têm lucro ou prejuízo e quase 30% dos negócios encerram suas atividades antes do segundo ano de vida. As principais causas da mortalidade das micro e pequenas empresas no Brasil, de acordo com a entidade, são a falta de planejamento e de conhecimento dos aspectos de gestão de um negócio.

Mais do que nunca, o setor de construção civil precisa de empresas dispostas a mudar o cenário e devolver o otimismo à economia. E para isso, os empreendedores precisam estar dispostos a se dedicarem para perpetuar seu negócio.

Segundo Gonçalves (2017) o setor de construção civil tem sofrido com a crise econômica e com as denúncias políticas que impactaram ainda mais a operação das grandes construtoras. Além disso, a paralisação de algumas obras do governo federal atingiu negativamente a receita dessas companhias. Todos esses fatores criaram um momento propício para as empreiteiras menores ganharem mais espaço no mercado. De acordo com a Câmara Brasileira da Indústria da Construção

(CBIC), no Brasil, predominam as construtoras de pequeno porte – são 101.545 companhias com até quatro funcionários. No total, o País tem 233.343 mil empresas.

Outro ponto favorável para esse segmento é o custo operacional mais baixo, que facilita o crescimento, além da estrutura mais enxuta, também considerado um fator positivo em tempos de instabilidade econômica. E com as circunstâncias caminhando a favor, é hora de investir em tecnologia, aproveitar a ocasião e estar ainda mais bem preparado para quando o ritmo anterior for retomado.

Frente a essa realidade como está o empresário da pequena construtora no mercado piraporense?

Objetivo Geral

O objetivo geral dessa iniciativa é possibilitar aos participantes compreender a dinâmica do ambiente de negócios das micro e pequenas empresas, a partir da escuta dos micro e pequenos empresários de Pirapora e região, com atuação no ramo de beleza masculina e construção civil.

Metas

- 1 - Definir os tipos de empresas a serem convidadas, em seguida visitar os empresários e convidá-los a ministrar a palestra.
- 2 - Divulgar o evento interna e externamente e realizar as inscrições.
- 3 - Realizar o evento e solicitar aos alunos voluntários responsáveis pela organização que elaborem os relatórios .

Metodologia da Execução do Projeto

Após a divisão da turma do 6º bacharelado em equipes de trabalhos, acontece reuniões para mapear os casos que mais estão chamando a atenção na cidade de Pirapora ou mesmo na região mais próxima em relação ao mundo dos micro e pequenos empresários, podem ser casos de superação de falência, recomeços empresariais, diversificação do negócio, ampliação do negócio, um ideia de negócio inovadora [...].

Concluído esse mapeamento faz-se necessário uma reunião com todas as equipes para distribuir entre elas a quais casos vão se direcionar.

Após essa divisão, cada equipe se responsabiliza para contactar os empresários e convida-los a comparecer ao Instituto Federal do Norte de Minas Gerais e contar sua experiência para os participantes.

Uma vez que o convite foi aceito é preciso trabalhar a arte do material de divulgação: folder, chamadas no facebook, cartazes distribuídos pelo Campus, e-mail para outras instituições de ensino de Pirapora que trabalham com cursos de Administração.

Cadastro do evento em um site que permita a inscrição antecipada dos participantes e se possível a expedição de certificados.

Os casos Barbearia Pirapora e PC Construtora serão a segunda edição do 3º Ciclo de palestras, visto que está previsto outras edições ainda nesse ciclo.

Esse evento deve acontecer na sala de multimídias ou no auditório devido o número de participantes internos e externos.

Na data prevista os empresários convidados contam suas experiências e em seguida abre para a participação dos ouvintes, que geralmente tiram dúvidas, questionam algumas aspectos da forma de proceder dos empresários e assim sucessivamente.

O endereço para inscrição dos participantes no evento é: https://www.sympla.com.br/3-ciclo-de-palestras---o-empendedorismo-de-micro-e-pequenas-empresas-de-pirapora_315157 e <https://bit.ly/2Kx9NK9>

Resultados Esperados e Disseminação dos Resultados

- Que os acadêmicos se aproximem da realidade das micro e pequena empresas de Pirapora, especificamente do ramo de barbearia e construção civil;
- Que os participantes em geral compreendam a importância de se incentivar a abertura, a permanência e o sucesso dessa categoria empresarial para o bem estar socioeconômico da região;
- Uma aproximação entre a teoria estudada na disciplina de Micro e Pequenas Empresas e a prática dos empresários.

Referências Bibliográficas

- Barbearia e bar: entenda essa tendência!. Disponível em: <https://www.pelasbarbas.com.br/blog/barbearia-e-bar-tendencia/>. Acessado em: 05 de maio de 2018.
- Como fazer a sua construtora crescer: 5 dicas para aplicar no seu negócio. Disponível em: <https://www.sienge.com.br/blog/como-fazer-sua-construtora-crescer-5-dicas/>. Acessado em: 08 de maio de 2018.
- Construtoras de imóvel popular lideram recuperação do mercado imobiliário. Disponível em: <https://dcomercio.com.br/categoria/negocios/construtoras-de-imovel-popular-lideram-recuperacao-do-mercado-imobiliario>. Acessado em: 09 de maio de 2018.
- Momento é favorável para construtoras de pequeno porte. Disponível em: <http://www.homedecore.com.br/momento-e-favoravel-para-construtoras-de-pequeno-porte/>. Acessado em: 09 de maio de 2018.
- Ramo de barbearias não para de crescer: 30% do faturamento do setor de beleza vem do público masculino - Disponível em: <https://www.suafranquia.com/noticias/beleza-e-saude/2017/05/ramo-de-barbearias-nao-para-de-crescer-30-do-faturamento-do-setor-de-beleza-vem-do-publico-masculino/>. Acessado em: 09 de maio de 2018.

CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO

Meta	Atividade	Especificação	Indicador(es) Qualitativo(s)	Indicador Físico		Período de Execução	
				Unid.de Medida	Qtd.	Início	Término
1	1	- Discutir com as equipes responsáveis quais empresas devem ser convidadas; - Visitar os empresários que se adequam as finalidades do evento e convidá-los para palestrar.	Convites aceitos pelos empresários.	Número de convites aceitos	2	11/06/2018	04/07/2018
2	1	- Cadastrar o evento em um site que permita receber as inscrições dos participantes.	- Número de participantes inscritos que estiverem na palestra.	Número de inscritos no evento.	80	18/06/2018	05/07/2018
2	2	- Organizar a arte da divulgação do evento; - Divulgar o evento interna e externamente; - Incentivar a realização das inscrições.	- Divulgação do evento internamente e nas mídias sociais. - Procura por inscrição no evento.	Arte pronta para divulgação do evento	1	19/06/2018	04/07/2018
3	1	Realização do evento.	Realização do evento; Número de inscritos participando do evento.	Evento realizado	1	05/07/2018	05/07/2018

Meta	Atividade	Especificação	Indicador(es) Qualitativo(s)	Indicador Físico		Período de Execução	
				Unid.de Medida	Qtd.	Início	Término
3	2	Solicitar aos alunos voluntários organizadores do projeto que elaborem e entreguem o relatório final do projeto.	A relação estabelecida entre o conteúdo estudado na disciplina de micro e pequenas empresas e o teor das palestras.	Relatório entregue pelas equipes discentes	2	05/07/2018	20/07/2018

PLANO DE APLICAÇÃO

Classificação da Despesa	Especificação	PROEX (R\$)	DIGAE (R\$)	Campus Proponente (R\$)	Total (R\$)
TOTAIS		0	0	0	0

Anexo A

MEMÓRIA DE CÁLCULO

CLASSIFICAÇÃO DE DESPESA	ESPECIFICAÇÃO	UNIDADE DE MEDIDA	QUANT.	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL
TOTAL GERAL					-