**Barbearia Bela Vista**

**ABSTRACT:** With the advancement of globalization, some small companies have difficulties in adapting to new technologies in view of this, this work aims to create a web page to improve the dissemination of Barbearia Bela Vista, the company is located in the municipality of Redenção Pará To carry out this project, a qualitative survey was carried out and a questionnaire was applied through google forms in which 3 hairdressers who were partners of the company participated. So that I could find out what would be the best way to improve the quality of the barbershop's publicity and, finally, I defined the best tool to use to satisfy the customer's desire and thus executes the salon's web page aimed at the male audience.

**Resumo**: Com o avanço da globalização, algumas empresas pequenas, possuem dificuldades em adaptar-se com novas tecnologias à vista disso, este trabalho tem por objetivo cria uma página web para aprimorar a divulgação da Barbearia Bela Vista, a empresa está localizada no município de Redenção Pará. Para realizar este projeto foi feito um levantamento de caráter quantitativo sedo aplicado um questionário através do google formes onde participaram 3 cabelereiros sócios da empresa. Para que pudesse levantar qual seria a melhor forma de melhora a qualidade de divulgação da barbearia e por fim defini qual melhor ferramenta utilizar para satisfazer o desejo do cliente e a assim executa a página web da barbearia.

**Palavras chaves**: Barbearia, masculino

**Introdução**

Vivemos em uma época onde a vaidade masculina esta cada vez mais em alta, diante disso percebe-se o aumento de barbearias espalhada pela cidade, é estão ficado cada vez mais modernas e ousadas com cortes que vão desde do clássico ao mais ousado. Para Ourahmoune (2016), na atualidade, os homens estão consumindo produtos e serviços que, até pouco tempo, eram negados a eles, pelo fato de serem considerados femininos, como cosméticos, “lingeries” e itens decorativos. Antes qualquer tipo serviço masculino na área da beleza era mal visto pela sociedade, porém esses estigmas vêm sedo quebrado.

O público masculino tem passado por transformações que vem se destacado cada vez mais no mercado da beleza, dessa maneira, a procura por serviços de barbeariascrescem cada dia mais. Segundo um levantamento realizado pela Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos ([ABIHPEC, 2016](https://www.redalyc.org/journal/1551/155162314004/html/#B3)), os homens brasileiros vêm, progressivamente, questionando convenções sociais e estereótipos de gênero que instituíam o que deveriam consumir pelo fato de serem "machos".A vaidade masculina antes era vista de forma preconceituosa hoje este padrões perderam espaço .

As barbearias sofreram durante a pandemia COVID-19 com o fechamento de serviços não essenciais decretados pela secretaria municipal de saúde o movimento da barbearia diminuiu os proprietários precisaram se adequar a maneira de atendimentos, ampliando o tempo entre um cliente e outro para realizar a higienização. Em virtude disso a empresa teve dificuldade para continuar os atendimentos. **Como a páginas web**

**Justificativa**

As paginas web tem se tornado um novo meio para se alcançar um maior numero de pessoas com uma marca ou um serviço.

**HIPÓTESE**

***Objetivo Geral***

Este trabalho tem por objetivo geral criar uma página web para o agendamento de atendimentos na Barbearia Bela Vista.

***Objetivos Específicos***

* *Criar uma página web*
* *Divulgar a barbearia*
* *identificando onde estão os seus clientes*

**METODOLOGIA**

Esta pesquisa caracteriza-se de uma metodologia de cunho quantitativo pois foi utilizada a ferramenta do google forms e também foram realizadas pesquisas em artigos acadêmicos afim de busca informações a respeito de barbearias, a pesquisa foi realizada na Barbearia Bela Vista localizada na cidade de Redenção Pará, sendo que a mesma trabalha tanto com o público adulto e infantil

**A parti da coleta de dados pode-se observar**

Em virtude da COVID-19 determinação de fechamento de serviços não essenciais decretados pela secretaria municipal de saúde o movimento da barbearia diminuiu. proprietário precisou adequar os atendimentos, ampliando o tempo entre um cliente e outro

Muitas empresas tiveram dificuldade o retorno do trabalhar presencial por não essenciais, como é o caso da barbearia, o proprietário precisou adequar os atendimentos, ampliando o tempo entre um cliente e outro e para higienizar o ambiente, de acordo com as normas sanitárias municipais. Para a elaboração da coleta de dados, optou-se por um questionário adaptado ao modelo utilizado por Máximo (2015). Foi realizado um pré-teste com 10 respondentes para evitar a ocorrência de erros. A partir disso, foi feito alguns ajustes a fim de melhorar a interpretação das questões e, então, ser aplicado o questionário definitivo. Logo, o questionário foi composto de 15 questões fechadas, 6 questões de escala Likert e 2 questões abertas. A aplicação dos

o. A pesquisa foi realizada na Barbearia D’ Moura, localizada na cidade Panambi, noroeste do estado do Rio Grande do Sul, Brasil. Com relação aos procedimentos técnicos, este estudo também se classifica como uma pesquisa bibliográfica, pois foram utilizadas fontes como livros, dissertações e artigos científicos sobre o tema. Além disso, classifica-se como uma pesquisa de levantamento, em razão da busca de informações a respeito da opinião do público masculino sobre o tema e também estudo de caso, por se tratar de um pesquisa com apenas um objeto de

Para que seja alcançado o objeto da pesquisa, torna-se necessário apresentar o caminho a ser percorrido, ou seja, o método.

**Trabalhos Correlatos**

**REFERÊNCIAS**