

## INTERVENÇÃO APLICADA A UM SALÃO DE BELEZA PARA ADEQUAÇÃO DOS ASPECTOS FINANCEIROS

### RESUMO

O relato técnico tem como objetivo apresentar os resultados de intervenções aplicadas nos aspectos financeiros de um salão de beleza, após a realização de uma consultoria na pequena empresa no mês de março em 2016. Foram identificadas dificuldades para apuração do lucro obtido pela organização, resistência para utilização de sistema de informação para controles dos processos e na percepção e formação do preço de venda. Foram realizadas a contabilização das receitas; cálculo da margem de contribuição e do resultado do estabelecimento. A partir do conhecimento do resultado, foi definida uma meta de pró-labore à proprietária, deixando de destinar todo lucro da organização para gastos pessoais. Identificou-se também os valores que podem ser destinados a novos investimentos e futuras necessidades de capital de giro em função da previsão de mudança para uma nova sede. Foi reforçado junto à empresária a importância da utilização de software, tanto para controle efetivo das receitas e despesas, como também para melhoria do do atendimento.

**Palavras chave:** Contabilidade Gerencial. Sistemas de Informação. Salão de Beleza.

**Bruna Fernanda Dias<sup>1</sup>**  
**Luiz Gustavo Santos Barboza<sup>2</sup>**  
**Geysler Rogis Flor Bertolini<sup>3</sup>**  
**Delci Grapegia Dal Vesco<sup>4</sup>**

---

<sup>1</sup> Graduação em Ciências Contábeis pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná - UNIOESTE, Paraná (Brasil). E-mail: [brunafernandadiass@gmail.com](mailto:brunafernandadiass@gmail.com)

<sup>2</sup> Mestrando em Administração pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná - UNIOESTE, Paraná (Brasil). E-mail: [luizgustavo\\_sb@hotmail.com](mailto:luizgustavo_sb@hotmail.com)

<sup>3</sup> Doutor em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC, Santa Catarina (Brasil). Professor de Sustentabilidade Econômica, Social e Ambiental pela Universidade Estadual do Oeste do Paraná - UNIOESTE, Paraná (Brasil). E-mail: [geysler\\_rogis@yahoo.com.br](mailto:geysler_rogis@yahoo.com.br)

<sup>4</sup> Doutora em Contabilidade e Administração pela Fundação Universidade Regional de Blumenau, FURB, Santa Catarina (Brasil). Coordenadora do Programa de Mestrado em Contabilidade da Universidade Estadual do Oeste do Paraná - UNIOESTE, Cascavel (Brasil). E-mail: [delcigrape@gmail.com](mailto:delcigrape@gmail.com)

## INTERVENTION APPLIED TO BEAUTY PARLOR FOR FINANCIAL ASPECTS

### ABSTRACT

The technical report aims to present the results of implemented interventions in the financial aspects of a salon, after conducting a consultation on small business in March 2016. Profit difficulties for determination of were identified obtained by the organization, resistance to use of information system controls processes and awareness and training of the sales price. The accounting of revenue were made; calculation of the contribution margin and the result of the establishment. From the result of knowledge, it has been set a target of management fees to the owner, leaving aside all profit organization for personal expenses. Also identified up the values that can be for new investments and future working capital needs due to change of forecast for a new headquarters. It was reinforced by the entrepreneur the importance of the use of software for both effective control of revenues and expenses, as well as to improve the service.

**Keywords:** Managerial Accounting. Information systems. Beauty Parlor.

## INTRODUÇÃO

A vaidade feminina e masculina contribui para um mercado em ascensão que movimentou mais de R\$ 38 bilhões por ano no Brasil (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas [SEBRAE] 2015). O Brasil ocupa a quarta posição do mercado mundial de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos. O mercado é liderado pelos Estados Unidos, enquanto a China e o Japão ocupam a segunda e a terceira colocação, respectivamente (Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos [ABIHPEC] 2016).

Essa tendência de mercado cresceu em consonância com o crescimento da formalização de Micro Empreendedores Individuais (MEIs), profissionais que faturam até R\$ 60 mil por ano. Entre os anos de 2010 e 2015, o número de registros nesse segmento teve um incremento de 567%, passando de 72.309 para 482.455 em janeiro de 2015, segundo dados do Sebrae Nacional (2015).

Apesar dos números indicarem uma elevada expansão sequencial do segmento de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos, até 2014, no ano 2015 ocorreu um fenômeno pela primeira vez em 20 anos no setor. Fatores como a elevação do IPI e a recessão econômica influenciaram o setor a apresentar retração aproximada de 8%, conforme indica o relatório divulgado pela ABIHPEC (2016).

Os dados do Sebrae apontam cerca de 532 mil pequenos negócios no segmento de beleza no país, incluindo MEI, microempresas e empresas de pequeno porte de cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza. Representa um crescimento quase cinco vezes em relação a 2010, época em que havia um pouco mais de 113 mil pequenos negócios do ramo. Os cabeleireiros formam a segunda maior categoria deste tipo de empreendedor, atrás somente de vendedores de roupas. Segundo a ABIHPEC, o setor contribui com 1,8% do PIB brasileiro (SEBRAE, 2015).

Nas instituições de pequeno e médio porte predomina-se a cultura das empresas familiares. A empresa familiar tem destaque no cenário nacional em aspectos como a quantidade, mas também pela rapidez com que abrem e fecham. É comum a tomada de decisão por parte de empresários dessas organizações sem a devida verificação de projetos, onde se verificam cenários quase sempre de curto prazo, onde são pensadas apenas para soluções de problemas a curto prazo (Souza Neto, 1999).

As atitudes desses empresários são muito distantes dos conceitos oferecidos pela área acadêmica ou pelas grandes empresas em operação no mercado. Decisões sobre investimentos na geração de novos produtos, aquisição ou formação de novas unidades são tomadas sem a devida verificação de informações contábeis (demonstrações financeiras) (Souza Neto, 1999).

Diversas pesquisas empíricas apontam a existência de um aparente paradoxo no que diz respeito à prática da contabilidade gerencial. Mesmo com fatores facilitadores do ambiente externo e do rol de técnicas e instrumentos à disposição dos gestores empresariais, o que se observa na prática é um baixo grau de implementação de novas técnicas e conceitos de contabilidade gerencial nas organizações (Guerreiro; Pereira; Rezende, 2008).

O desenvolvimento deste estudo foi resultado de uma consultoria realizada para um salão de beleza. Trata-se de uma empresa de pequeno porte, localizada na região oeste em Cascavel/PR. Está em atividade há mais de 10 anos, oferecendo serviços como corte, pintura, mega hair, manicure e escovas, em sua sede própria e possui cinco funcionários.

O objetivo deste relato técnico é apresentar os resultados de intervenções aplicadas nos aspectos financeiros da organização em estudo. Desta forma, o presente estudo buscou principalmente responder: **Quais os resultados das intervenções para adequar os controles financeiros no Salão de Beleza Andressa Hair?**

A pesquisa sobre empresas familiares tem vivenciado um importante momento em termos de produção científica. A relevância da pesquisa sobre esse tipo particular de organização pode ser observada a partir da inserção da temática em diversos periódicos internacionais com alto fator de impacto, da criação e da consolidação de revistas especializadas sobre o tema, do estabelecimento de edições especiais em periódicos de diversas disciplinas e do surgimento de instituições acadêmicas e profissionais voltadas para a discussão de perspectivas teóricas e práticas associadas a esses objetos (Borges et al., 2016).

Assim posto, a contribuição técnica está no diagnóstico realizado na empresa, pois esses temas são estratégicos para a empresa e a possibilidade de entendimento, melhoria da gestão e do desempenho organizacional podem aprimorar a competitividade da empresa.

---

## FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### Contabilidade Gerencial – Controles financeiros básicos

O sucesso organizacional pode estar condicionado pelo conteúdo das informações que orientam os processos de gestão e, conseqüentemente, pelas informações que as ferramentas de contabilidade gerencial podem fornecer aos seus gestores (Espejo et al., 2009).

A contabilidade de custos passou nas últimas décadas de mera auxiliar na avaliação de estoques e lucros globais, para uma importante ferramenta de controle e decisão gerencial. O significativo aumento da competitividade que vêm ocorrendo nos mercados gera ainda maior relevância dos custos para a tomada de decisão em uma organização. Para as empresas definirem seus preços, não basta apenas levar em consideração os custos ocorridos, mas também devem considerar os preços praticados no mercado em que atuam. Logo, conhecer os custos é essencial para identificar se o produto ou serviço é rentável, ou, caso não rentável seja, se há possibilidade da redução do custo em análise (Martins, 2006).

Modifica-se, portanto, o cenário onde as informações contábeis são direcionadas apenas para o Fisco, passando a elaboração de demonstrações para atender as empresas de forma gerencial interna, auxiliando com maior efetividade o processo decisório e com isso, diminuindo a margem de risco e incerteza presente em todo ambiente de tomada de decisão (Nunes; Miranda; Ferreira, 2010; Silva et al., 2010). A função de um contador não deve se limitar a oferecer informações à apuração dos resultados mensais, mas deve englobar a análise de todas as ações envolvidas, identificando de forma clara o desempenho da empresa, e conseguindo, assim, uma efetiva preservação do patrimônio da entidade (Nunes; Miranda; Ferreira, 2010).

### Formação do preço

A formação do preço de uma mercadoria ou serviço é essencial a estratégia da empresa, e compreende uma análise detalhada da composição dos custos. Para Kotler e Armstrong (1999) a maneira eficiente de identificar o preço para a venda é conhecer profundamente os custos do produto ou serviços e identificar o preço de venda dos concorrentes.

Nesse sentido, os custos devem ser identificados de acordo com cada produto ou serviços e os concorrentes indicam um parâmetro a ser seguido. Com isso, para definir o preço de venda são necessários conhecimentos sobre os custos variáveis.

A partir do preço praticado no mercado e conhecimentos sobre os custos variáveis, pode-se identificar a Margem de Contribuição Unitária (MCU). Assim, a definição da MCU para um produto ou serviços define quando se deduz do valor do preço de venda, as despesas de comercialização e o preço do custo unitário (Oliveira, 2005).

Santos (2000) ressalta sobre a importância do conhecimento da margem de contribuição, pois auxilia os gestores a verificar qual produto ou serviço merece maior esforço para a venda, as margens são fundamentais para verificar qual seguimento deve-se insistir e o esclarecimento sobre a contribuição da rentabilidade pode-se estipular o lucro almejado.

Para Assef (1997), a margem de contribuição pode ser descrita de duas formas a partir da margem de contribuição objetivada, que é a margem estabelecida de gestão para a formação do preço, e através do preço de venda fixado pelo mercado onde a empresa se insere, ou seja, o preço é pré-fixado pela concorrência e deve-se otimizar a redução dos custos variáveis para melhor resultado da margem de contribuição.

## Princípio da entidade

A Resolução n.º 750/93 do Conselho Federal de Contabilidade (1993) apresenta os Princípios de Contabilidade, os quais representam a base das doutrinas e teorias da Contabilidade nacional, de acordo com o entendimento científico e profissional. Os seis princípios vigentes atualmente são os da Entidade, Continuidade, Oportunidade, Registro Pelo Valor Original, Competência e Prudência.

Destaca-se para a presente pesquisa, o princípio da entidade, que de acordo com a resolução em referência, em seu artigo quarto, orienta:

**Art. 4º** O Princípio da ENTIDADE reconhece o Patrimônio como objeto da Contabilidade e afirma a autonomia patrimonial, a necessidade da diferenciação de um Patrimônio particular no universo dos patrimônios existentes, independentemente de pertencer a uma pessoa, um conjunto de pessoas, uma sociedade ou instituição de qualquer natureza ou finalidade, com ou sem fins lucrativos. Por consequência, nesta acepção, o Patrimônio não se confunde com aqueles dos seus sócios ou proprietários, no caso de sociedade ou instituição.

**Parágrafo único** – O PATRIMÔNIO pertence à ENTIDADE, mas a recíproca não é verdadeira. A soma ou agregação contábil de patrimônios autônomos não resulta em nova ENTIDADE, mas numa unidade de natureza econômico-contábil.

Para Souza Neto (1999), apesar da orientação técnica proposta pela contabilidade, de forma prática a esta simples separação entre patrimônio da Pessoa Jurídica e da pessoa física não ocorre na maioria das empresas familiares. As decisões acerca de investimentos são comumente tomadas sem a devida verificação dos dados contábeis, não sendo raras situações como construções para utilização da pessoa jurídica em terrenos de propriedade dos sócios, ou até mesmos apartamentos de uso dos sócios dispostos em sobrelojas, onde os gastos são lançados como gastos da entidade.

A situação se agrava em relação à interpretação dos demonstrativos contábeis, uma vez poucas empresas de natureza familiar o fazem de forma correta, geralmente por dificuldade de interpretação ou pela falha na elaboração desses demonstrativos, que poderiam ser utilizados como instrumentos gerenciais (Souza Neto, 1999). A contabilidade mais moderna vem criando sistemas de informação que permitam melhor gerenciamento de custos, com base nesse enfoque. O capítulo seguinte aborda de forma mais específica os Sistema e Informação (Martins, 2006).

### **Sistemas de Informação Gerencial**

Os Sistemas de informação são importante para uma empresa pois permitem melhorar o fluxo de informações entre seus departamentos, além de permitir o melhor aproveitamento do fluxo de informações para a tomada de decisão. Uma organização, que possui como função principal a geração de produtos ou serviços visando o lucro, devem aprimorar seus processos de produção, o que tende a gerar uma redução das perdas, e logo, a maximização do resultado. Essas condições são possíveis quando existem um bom controle sobre as operações internas e sobre o relacionamento entre elas. Um filtro eficiente de um conjunto de dados, transformando-os em informações relevantes pode definir o sucesso ou fracasso organizacional (Batista, 2004).

Os sistemas de Informação (SI) podem oferecer suporte para a sobrevivência e a prosperidade das empresas no ambiente competitivo, independente de seu porte ou ramo de atividade (Gassen, 2008). O uso da TI é amplamente difundido nos dias de hoje. Até pouco tempo, dispor dessas ferramentas tecnológicas era de difícil acesso às pequenas empresas. No entanto, atualmente sua utilização é mais viável, se tornando uma realidade comum. Apesar disso, seu uso alinhado com a gestão dos negócios ainda está em um estágio ainda principiante (Santos, 2016) .

---

## MÉTODO DO RELATO, CONTEXTO DA SITUAÇÃO- PROBLEMA E INTERVENÇÃO REALIZADA

O Salão de Beleza Andressa Hair apesar de apresentar crescimentos contínuos nos últimos anos, esses dados são conhecidos, devido ao aumento de atendimentos e no número de funcionários contratados, que formam uma equipe com cinco colaboradores, até 2016. Com isso, o suporte a empresária foi prestado com o intuito de auxiliar na gestão do empreendimento.

A partir desse contexto, buscou-se uma aproximação da gestora-proprietária para conhecer os procedimentos realizados em relação aos aspectos financeiros. Cabe ressaltar que o principal fato a ser descrito se refere ao desconhecimento da proprietária sobre o lucro gerado pelo negócio.

Apesar do desconhecimento, a empresa apresentava um controle manual das receitas obtidas, por meio de fichas preenchidas no atendimento de cada cliente. Além disso, esse controle era necessário devido à forma de pagamento aos funcionários realizados por comissão, os quais são definidos conforme o tipo dos serviços prestados e com isso o controle do caixa era contabilizado diariamente.

Além disso, o salão possui um computador com sistema adequado para anotações de agenda com respectivos horários de cada cliente e controle de caixa. No entanto, não havia utilização devido à resistência dos funcionários e falta a imposição da gestora em relação ao controle.

Outro aspecto relevante identificado refere-se aos custos dos serviços, que apesar das comissões facilitarem a compreensão, não havia qualquer entendimento sobre a formação do preço de venda. Ademais, procurou-se conhecer planejamentos futuros para o empreendimento para que as modificações propostas contribuíssem para o alcance das metas estabelecidas pela empresária.

Diante dos fatos descritos, buscou-se intervir propondo mudanças para que a gestão da organização inteire-se sobre o lucro da empresa e margem de contribuição por atividade. Buscou ainda planejar ações para alcance das metas estabelecidas. Por meio disso, a primeira ação realizada foi à contabilização da receita com a utilização das fichas anotadas por atendimento de cada cliente dos serviços prestados.

Assim, verificaram-se os gastos com os custos e despesas, os quais são anotados diariamente pela gestora. Além disso, as receitas foram separadas por atividades com o



propósito de identificar quanto cada atividade contribui para o resultado da empresa, dados obtidos referem-se a maio de 2016, conforme descrito no Quadro 1:

**Quadro 1.** Margem de contribuição por atividade

Atividade	Corte	Manicure	Escova	Depilação	Sobrancelha	Hidratação
<b>Receita</b>	R\$4.500,00	R\$ 6.800,00	R\$ 3.750,00	R\$2.000,00	R\$ 3.000,00	R\$ 4.200,00
<b>Custos variáveis (-)</b>	R\$2.250,00	R\$5440,00	R\$1.875,00	R\$1.200,00	R\$ 1.500,00	R\$ 2.100,00
<b>Margem de contribuição</b>	R\$2.250,00	R\$ 1.350,00	R\$1.875,00	R\$ 800,00	R\$1.500,00	R\$ 2.100,00
<b>Margem de contribuição percentual</b>	50%	20%	50%	40%	50%	50%

Fonte: Dados pesquisados

O Quadro 1 apresenta a margem de contribuição por atividade, os quais resalta-se a receita por atividade e os custos, indicando assim, o quanto cada serviço contribui para o resultado global da empresa. Assim, ao identificar a receita por atividade subtraem-se os custos variáveis, o resultado divide-se pela receita para obter a margem de contribuição percentual.

Com isso, identificaram-se os serviços com menor margem de contribuição, como o de manicure, que, apesar do baixo retorno, é uma atividade essencial ao salão, pois, muitos clientes adquirem cuidados com as unhas. Esta atividade apresenta a maior receita das atividades desenvolvidas e contribui para a movimentação de clientes no empreendimento assim com a venda de demais serviços.

Os custos variáveis identificados para os serviços são descritos como mão de obra direta e produtos utilizados diferenciados de acordo com o serviço. Após identificar as receitas e os custos, buscou-se calcular a margem de contribuição de cada serviço prestado considerando os custos variáveis. A partir dos dados apresentados obteve-se a margem de contribuição unitária, conforme apresentado no Quadro 2:

## Quadro 2. Margem de contribuição unitária

Atividade	Corte	Manicure	Escova	Depilação	Sobrancelha	Hidratação
<b>Receita</b>	R\$ 60,00	R\$ 17,00	R\$ 25,00	R\$ 20,00	R\$ 20,00	R\$ 60,00
<b>Custos variáveis (-)</b>	R\$ 30,00	R\$ 13,60	R\$ 12,50	R\$ 12,00	R\$ 10,00	R\$ 30,00
Mão de obra direta	R\$ 30,00	R\$ 6,80	R\$ 12,50	R\$ 10,00	R\$ 10,00	R\$ 15,00
Produtos	R\$ 0,00	R\$ 6,80	R\$ 0,00	R\$ 2,00	R\$ 0,00	R\$ 15,00
<b>Margem de contribuição</b>	R\$ 30,00	R\$ 3,40	R\$ 12,50	R\$ 8,00	R\$ 10,00	R\$ 30,00

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

Desta forma, alguns serviços compõem-se da utilização apenas da mão de obra e não há utilização de produtos, como o item sobrancelha, visto que são necessários apenas a pinça e o profissional para a realização do atendimento. Faz-se importante relatar que o cálculo da mão de obra está baseado na comissão remunerada aos profissionais. Como exemplo, o serviço de hidratação possui percentual de 15% de comissão.

A partir disso buscou-se saber o resultado global da empresa, somaram-se todos os custos variáveis e ainda e os custos fixos. Assim chegou-se ao lucro, no entanto não havia definição do pró-labore, como descrito no Quadro 3:

## Quadro 3. Demonstração do resultado mensal

<b>1 – Receita de Serviços</b>	<b>24.250,00</b>
Corte	4.500,00
Manicure	6.800,00
Escova	3.750,00
Depilação	2.000,00
Sobrancelha	3.000,00
Hidratação	4.200,00
<b>2 - Custos variáveis (-)</b>	<b>14.365,00</b>
Mão de obra direta	10.395,00
Produtos	3.970,00
<b>3 - Custos fixos (-)</b>	<b>2.295,00</b>
Aluguel	1.200,00
Água	200,00
Energia Elétrica	400,00
Telefone/internet	150,00
Tarifas com cartão de crédito	300,00
Programa de software	45,00
Pró-Labore	-
<b>Lucro Líquido (1-2-3)</b>	<b>R\$ 7.590,00</b>

Fonte: Dados da pesquisa (2016).

No Quadro 3 relata-se o resultado mensal da empresa de acordo com os dados fornecidos pela empresária, em relação aos custos fixos, pondera-se sobre a não identificação da forma de tributação, pois a empresa está em mudança quanto a esse quesito. Além disso, justifica-se quanto à formação do lucro líquido composto pela receita total menos os custos variáveis e fixos.

Diante dos dados conhecidos, indagou-se sobre possíveis metas ou objetivos, das quais foi relatada pela gestora a expansão do empreendimento para como locação na mesma região de um espaço com melhor estrutura para que outros tipos de serviços sejam oferecidos.

A partir do conhecimento adquirido em relação ao empreendimento, estabeleceu-se uma estimativa para o pró-labore da proprietária. Cabe reforçar que até então o lucro da empresa desconhecido, era todo destinado para gastos pessoais da empresária.

Nesse contexto, estimou-se um valor de R\$ 4.000,00 para retirada como pró-labore, considerando o impacto na formação do preço de venda e o lucro líquido. Via de regra considera-se a retirada do pró-labore pela gestora na formação do preço de venda, gerando um impacto considerável. No entanto, devido aos salões de beleza utilizarem a formação do preço de venda por meio do preço fixado no mercado onde se insere, de forma que o aumento no curto prazo não é repassado aos clientes.

Com isso, outro fator relevante que impacta no preço de venda dos serviços é a meta de expansão do empreendimento. A ampliação dos tipos de serviços oferecidos com um local maior e melhor estruturado implica no aumento de despesas, visto maior valor a ser pago referente ao aluguel.

Nesse contexto, a empresária pretendia associar-se com uma esteticista com o intuito de alugar parte do local para realização específica de serviços estéticos. São fatores relevantes a serem considerados para o projeto de expansão a contribuição para aluguel que será recebido mediante os serviços estéticos realizados no local, e o possível aumento do fluxo de clientes na empresa e o respectivo aumento no número de atendimentos.

No entanto, faz-se relevante descrever sobre o planejamento considerando as variáveis, como desistência da esteticista para a realização de seus serviços no Salão. Ainda, a mudança de local pode reduzir o número de atendimentos no início, e com aumento dos preços em decorrência do dispêndio referente à locação.

Por outro lado, as mudanças podem ocasionar no aumento das vendas dos serviços, devido a novos serviços disponíveis, além do local ao qual se pretende locar com fluxo considerável de pessoas no local. Nesse sentido, é reforçada a importância do planejamento

quanto à mão de obra direta para atender a agenda dentro o horário estabelecido para consolidar o comprometimento com os clientes.

Assim, ao planejar a expansão da empresa restringiu-se que o lucro líquido, após a identificação do pró-labore de R\$ 4.000,00 obteve R\$ 3.590,00 de lucro como apresentará o Quadro 4.

#### Quadro 4. Demonstração do resultado mensal

<b>1 – Receita de Serviços</b>	<b>24.250,00</b>
Corte	4.500,00
Manicure	6.800,00
Escova	3.750,00
Depilação	2.000,00
Sobrancelha	3.000,00
Hidratação	4.200,00
<b>2 - Custos variáveis (-)</b>	<b>14.365,00</b>
Mão de obra direta	10.395,00
Produtos	3.970,00
<b>3 - Custos fixos (-)</b>	<b>6.295,00</b>
Aluguel	1.200,00
Água	200,00
Energia Elétrica	400,00
Telefone/internet	150,00
Tarifas com cartão de crédito	300,00
Programa de software	45,00
Pró-Labore	4.000,00
<b>Lucro Líquido (1-2-3)</b>	<b>R\$ 3.590,00</b>

Fonte: Dados pesquisados.

O Quadro 4 indica o resultado considerando a retirada de pró-labore, apresentando o lucro líquido que será destinado a poupar, para cobrir os futuros gastos necessários para a mudança de local, como novos móveis e utensílios. Além disso, permite formar uma reserva de capital de giro suficiente para manter o empreendimento, caso o movimento inicial não ocorra da forma esperada.

## APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DAS CONTRIBUIÇÕES

A partir dos dados e informações relatadas à empresária, observa-se mudança relevante quanto à gestão do empreendimento. Nesse sentido, ressalta-se como imprescindível a consciência do **princípio da entidade**, visto a conscientização da separação financeira da pessoa física e jurídica.

Por outro lado, a gestora considera a resistência dos funcionários em não utilizar o sistema para controle da agenda e financeiro. Com isso, há aumento dos custos fixos e não há um controle efetivo do fluxo de caixa que pode ser monitorado via sistema caso os dados sejam inseridos. A falta de alimentação do sistema impede ainda o controle da agenda e o envio de aviso aos clientes com mensagens via celular com uma hora de antecedência do agendamento, por meio de ferramenta suportada pelo software, o que permitiria uma melhora no atendimento.

Contudo, ressalta-se a necessidade da utilização do software para realizar o planejamento de expansão de forma eficiente e segura com relação a receitas e despesas, e ainda melhorar o atendimento. Sugere-se à administração realizar o pagamento das comissões aos colaboradores das informações inseridas no sistema para adesão ao controle.

Além disso, ressalta-se que o auxílio à gestora gerou resultados consideráveis para a identificação da situação financeira da empresa e que o acompanhamento faz-se necessário para o planejamento de expansão.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise da organização possibilitou a intervenção por meio da implantação de processos simples, mas que geram resultado de positivo pra organização, uma vez que afetam os aspectos financeiros da empresa. O estudo permitiu identificar uma situação comum nas empresas de pequeno porte, em especial àquelas de cunho familiar, que é a baixa aplicação de controles financeiros e contábeis efetivos nessas organizações.

A empresa analisada realizava controles manuais, o que gerava dados que não eram suficientes para serem transformados em informações gerenciais. A identificação da margem de contribuição, da formação do preço e do lucro permitiu apresentar um panorama real da situação financeira da organização. As informações permitem tomadas de decisão com maior embasamento. Como por exemplo a definição de pró-labore, ou ainda, a projeção de recursos disponíveis para futuros investimentos e reservas de capital de giro para uma mudança da sede da empresa, planejada pela proprietária.

A inutilização do software de gestão já adquirido na empresa é apresentado como um ponto fraco a ser corrigido. É sugerida sua utilização em substituição aos controles manuais, possibilitando maior segurança e eficácia das informações, que devem ser utilizadas para as tomadas de decisão. O sistema permite ainda um controle dos atendimentos e uma

comunicação de forma sistêmica ao cliente, sendo sugerida também a utilização dessa ferramenta, para melhoria do atendimento.

Permite-se concluir que o objetivo proposto pelo relato técnico foi atingido, sendo apresentadas as intervenções aplicadas no salão de beleza. É notória a contribuição para a empresa, uma vez que as orientações permitirão uma gestão mais precisa em relação aos aspectos financeiros da organização, possibilitando maior controle e utilização de forma mais eficaz dos recursos financeiros.

Estudos futuros são sugeridos para monitorar a implantação dos controles financeiros elaborados. Novas pesquisas podem vir a ser aplicadas para analisar a viabilidade da alteração do endereço da sede da empresa.

## REFERÊNCIAS

Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos. (2016). *Panorama do Setor de HPPC 2016*. São Paulo.

Assef, R. (1997). *Guia prático de formação de preços: aspectos mercadológicos, tributários e financeiros*. Rio de Janeiro: Campus.

Batista, E. de O. (2004). *Sistema de Informação: o uso consciente de tecnologia para o gerenciamento*. São Paulo: Saraiva.

Borges, A. F. et al. (2016). Empreendedorismo em empresas familiares : a pesquisa atual e os desafios futuros. *RAM*, v. 17, n. 2, p. 93–121.

Conselho Federal de Contabilidade. (1993). Resolução CFC N° 750/93. Brasília. Disponível em: [cfc.org.br/sisweb/sre/docs/RES\\_750.doc](http://cfc.org.br/sisweb/sre/docs/RES_750.doc)

Espejo, M. M. dos S. B. et al. (2009). Uma análise crítico-reflexiva da compreensão da adoção dos artefatos de contabilidade gerencial sob uma lente alternativa - a contribuição de abordagens organizacionais. *Revista de Contabilidade e Organizações*, v. 3, n. 5, p. 25–43.

Gassen, T. B. (2008). *Sucesso da adoção de sistemas de informação em pequenas empresas*. 2008. 114 f. Dissertação (Mestrado em Administração). UFSM, Santa Maria.

Guerreiro, R.; Pereira, C. A.; Rezende, A. J. (2008). Em busca do entendimento da formação dos hábitos e das rotinas da contabilidade gerencial: um estudo de caso. *RAM*, v. 7, n. 2, p. 78–101.

Kotler, P.; Armstrong, G. (1999). *Princípios de Marketing*. 1. ed. Rio de Janeiro: LTC.  
Martins, E. (2006). *Contabilidade de Custos*. 9. ed. São Paulo: Atlas.

Nunes, K. D. P.; Miranda, L. C.; Ferreira, K. A. S. (2010). Dura Lição: Aprendendo Com Os Pequenos Empresários Que Fecharam Seus Negócios. *Revista da Micro e Pequena*

---

*Empresa FACCAMP*, v. 4, n. 2, p. 48–63.

Oliveira, H. R. (2005). Formação do preço de venda na micro e pequena empresa comercial varejista. IX CONGRESSO INTERNACIONAL DE CUSTOS. *Anais...* Florianópolis.

Santos, J. J. (2000). *Análise de custos: remodelado em ênfase para custo marginal, relatórios e estudos de casos*. 3. ed. São Paulo: Atlas.

Santos, E. A. (2016). *Alinhamento entre as estratégias de negócios e de tecnologia de informação: como implementar sistemas de informação em pequenas empresas*. 2016. 98 f. Dissertação (Mestrado em Economia). UFRS, Santa Maria.

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (2016). *Microempreendedores individuais do mercado de beleza crescem 567% em 5 anos*. Disponível em: <http://www.sebraesp.com.br/index.php/42-noticias/empreendedorismo/15720-microempreendedores-individuais-do-mercado-de-beleza-crescem-567-em-5-anos>. Acesso em: 10 set. 2016.

Silva, D. J. C.; et al. (2010). Para que Serve a Informação Contábil nas Micro e Pequenas Empresas? *Revista Contemporânea de Contabilidade*, n. 82, p. 1–15.

Souza Neto, R. de. (1999). Princípio da entidade e a empresa familiar. *Revista de Contabilidade do Mestrado em Ciências Contábeis da UERJ*, v. 4, n. 1, p. 41–45.