



Universidade de Brasília (UnB)
Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Gestão de Políticas Públicas
(FACE)
Departamento de Ciências Contábeis e Atuariais (CCA)
Curso de Graduação em Ciências Contábeis

Maria Clara de Almeida Prates

**ANÁLISE ACERCA DO USO DAS INFORMAÇÕES CONTÁBEIS NAS MICRO E
PEQUENAS EMPRESAS DE SALÕES DE BELEZA DO NÚCLEO BANDEIRANTE**

Brasília – DF
2021

Professora Doutora Márcia Abrahão Moura
Reitora da Universidade de Brasília

Professor Doutor Enrique Huelva Unternbäumen
Vice-Reitor da Universidade de Brasília

Professor Doutor Diêgo Madureira de Oliveira
Decano de Ensino de Graduação

Professor Doutor José Márcio de Carvalho
**Diretor da Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Gestão de Políticas
Públicas**

Professor Doutor Sérgio Ricardo Miranda Nazaré
Chefe do Departamento de Ciências Contábeis e Atuarias

Professor Doutor Alex Laquis Resende
Coordenador de Graduação do curso de Ciências Contábeis - Diurno

Professor Doutor José Lúcio Tozetti Fernandes
Coordenador de Graduação do curso de Ciências Contábeis - Noturno

Maria Clara de Almeida Prates

ANÁLISE ACERCA DO USO DAS INFORMAÇÕES CONTÁBEIS NAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DE SALÕES DE BELEZA DO NÚCLEO BANDEIRANTE

Trabalho de Conclusão de Curso (Monografia) apresentado ao Departamento de Ciências Contábeis e Atuariais da Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Gestão de Políticas Públicas como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis.

Linha de Pesquisa: Contabilidade para Tomada de Decisões

Área: Contabilidade Financeira

Orientador: Prof. Dr. José Marilson Martins Dantas.

Ficha Cartográfica

Maria Clara de Almeida Prates

ANÁLISE ACERCA DO USO DAS INFORMAÇÕES CONTÁBEIS NAS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DE SALÕES DE BELEZA DO NÚCLEO BANDEIRANTE

Trabalho de Conclusão de Curso (Monografia) apresentado ao Departamento de Ciências Contábeis e Atuariais da Faculdade de Economia, Administração, Contabilidade e Gestão de Políticas Públicas como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis, sob a orientação da Prof. Dr. José Marilson Martins Dantas.

Aprovado em 28 de outubro de 2021.

Prof. Dr. José Marilson Martins Dantas
Orientador

Prof.^a Dr.^a Clesia Camilo Pereira
Professora – Examinadora

Brasília – DF, outubro de 2021.

AGRADECIMENTOS

Inicialmente, agradeço a Deus, por ter conseguido chegar até aqui, por ter sido mais que um porto de segurança e conforto, a fé que em certos momentos parecia ter sido abalada ao longo de todo este caminho, mostrou-se ser apenas mais forte do que eu imaginava.

Agradeço também a todos aqueles que permaneceram ao meu lado em todos os momentos, principalmente a minha mãe, a maior motivadora desta jornada que tracei, sempre sendo a minha base de apoio e inspiração, ela acreditou em mim em todos os momentos, em especial aqueles que se provaram ser os mais difíceis. Obrigada mãe, por tudo.

Agradeço ao meu orientador prof. Marilson, por aceitar embarcar nesta etapa final, sua ajudar foi muito significativa e importante para mim.

RESUMO

As Micro e Pequenas Empresas desempenham um importante papel dentro da economia do país, porém muitas delas não possuem uma gestão apropriada, podendo afetar os negócios negativamente. Por meio disto, o presente trabalho buscou analisar a forma de gestão e o uso das informações contábeis dos salões de beleza situados na cidade-satélite do Distrito Federal, Núcleo Bandeirante. Foram coletadas informações em 26 salões de beleza da região, analisando características dos empresários e das empresas, relacionados, principalmente, quanto à gestão executada no empreendimento. Também foram levantadas informações relacionadas ao cenário de pandemia e a percepção dos empreendedores desta situação. Os principais resultados obtidos mostraram que a gestão e o uso das informações contábeis não são satisfatórios nem colaborativos para os negócios. Outro levantamento realizado, com o sindicato do setor da beleza no Distrito Federal, o SIMBELEZA, resultou que poucos salões são associados e a sua percepção em relação à gestão feita pelos proprietários também é ineficiente, pois como observado ao longo do estudo, os profissionais da beleza dedicam-se a sua profissão, lidando com o cliente, e não ao gerenciamento de seus negócios.

Palavras-chave: Micro e Pequenas Empresas. Salões de Beleza. Informação Contábil. Gestão.

ABSTRACT

Micro and Small Companies play an important role within the country's economy, but many of them don't have proper management and can negatively affect business. Through this, the present study sought to analyze the form of management and the use of accounting information of beauty salons located in the satellite city of the Distrito Federal, Núcleo Bandeirante. Information was collected from 26 beauty salons in the region, analyzing the characteristics of the entrepreneurs and the company's, related mainly to the management performed in the business. Information related to the pandemic scenario and the perception of entrepreneurs in this situation was also surveyed. The main results obtained showed that management and the use of accounting information are neither satisfactory nor collaborative for business. Another survey conducted, with the union of the beauty sector in the Distrito Federal, SIMBELEZA, resulted that few salons are associated and their perception regarding the management made by the owners is also inefficient because as observed throughout the study, beauty professionals are dedicated to their profession, dealing with the customer, and not to the management of their business.

Keywords: Micro and Small Companies. Beauty Salons. Accounting Information. Management.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Gênero dos empreendedores.....	27
Gráfico 2 – Faixa etária dos empreendedores.....	28
Gráfico 3 – Grau de escolaridade dos empreendedores	29
Gráfico 4 – O salão de beleza possui sócios?.....	30
Gráfico 5 – Tipos de empresas de salões de beleza.....	30
Gráfico 6 – O salão de beleza tem funcionários?.....	31
Gráfico 7 – Quantidade de funcionários.....	31
Gráfico 8 – Vínculo empregatício dos salões de beleza com os funcionários.....	33
Gráfico 9 – A empresa tem um contador?.....	33
Gráfico 10 – O empreendedor registra as informações da empresa?.....	34
Gráfico 11 – Forma de contabilização das informações contábeis dos salões de beleza.....	34
Gráfico 12 – A gestão da empresa é adequada?.....	35
Gráfico 13 – Pretende continuar as atividades do salão de beleza por muitos anos?.....	36
Gráfico 14 – A pandemia de COVID-19 afetou seu negócio?.....	37
Gráfico 15 – A receita da empresa, em 2020, foi inferior à dos anos anteriores?.....	37
Gráfico 16 – No período da pandemia achou que seu negócio estava em risco?.....	38
Gráfico 17 – Sentiu dificuldades para realizar a reabertura durante o período da pandemia?.....	39
Gráfico 18 – O salão de beleza divulga seus serviços em alguma rede social?	40

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABIHPEC	Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos
ABSB	Associação Brasileira de Salões de Beleza
CNAE	Classificação Nacional de Atividades Econômicas
CNPJ	Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas
COVID-19	Coronavírus
DF	Distrito Federal
EIRELI	Empresa Individual de Responsabilidade Limitada
EPI	Equipamento de Proteção Individual
EPP	Empresa de Pequeno Porte
GEM	<i>Global Entrepreneurship Monitor</i>
ME	Microempresa
MEI	Microempreendedor Individual
MPE	Micro e Pequena Empresa
OMS	Organização Mundial da Saúde
PIB	Produto Interno Bruto
RFB	Receita Federal do Brasil
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SESC	Serviço Social do Comércio
SIMBELEZA	Sindicato dos Salões, Institutos e Centros de Beleza, Estética do Distrito Federal
SLU	Sociedades Limitadas Unipessoais

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	12
2. REVISÃO DA LITERATURA.....	16
2.1. Micro e pequenas empresas e o uso das informações contábeis.....	16
2.2. Contabilidade Gerencial.....	17
2.3. Micro e pequenas empresas.....	18
2.4. Micro e pequenas empresas de salões de beleza.....	20
2.4.1. <i>Profissionalização dos empreendedores e funcionários.....</i>	<i>22</i>
2.5. Entidades representativas dos salões de beleza.....	22
2.6. Pandemia de COVID-19.....	23
3. PROCEDER METODOLÓGICO.....	25
4. APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	27
4.1. Análise dos questionários realizados nos salões de beleza.....	27
4.1.1. <i>Características dos empreendedores.....</i>	<i>27</i>
4.1.2. <i>Características das empresas.....</i>	<i>29</i>
4.1.3. <i>Características da gestão das empresas.....</i>	<i>33</i>
4.1.4. <i>Impacto da pandemia de COVID-19 nas empresas.....</i>	<i>36</i>
4.2. Análise do questionário realizado com o sindicato de salões de beleza do DF.....	40
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	43
REFERÊNCIAS.....	47
APÊNDICE 1 – QUESTIONÁRIOS UTILIZADO NA PESQUISA.....	52

1. INTRODUÇÃO

O empreendedorismo está muito presente na economia brasileira. O principal motivo para a abertura de empresas é caracterizado pela escassez de emprego, como citado pelo *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)* de 2020.

As Micro e Pequenas Empresas (MPEs) tornam-se uma alternativa, para a população que embarcou na conveniência de empreender, em busca de segurança e sobrevivência, obtendo meios de renda (ASSUNÇÃO, QUEIROZ e COSTA, 2017). Os empreendedores optam abrir MPEs pela facilidade que existe na regulamentação brasileira, como a conhecida Lei Geral das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, que se trata da Lei Complementar 123/2006, que trouxe simplificação e desburocratização, estimulando a regularização de muitas empresas (SEBRAE, 2021a).

De acordo com o GEM (2020), o número de empresas formalizadas só aumenta ao longo dos anos, onde grande parte delas aderem ao regime de tributação do Simples Nacional. O Simples Nacional, é o regime tributário simplificado, comumente escolhido pelas MPEs para efetuar o recolhimento de contribuições aos órgãos competentes.

Diante do presente cenário econômico do Brasil, apesar da grande importância das MPEs para a economia, ainda é observado que muitas possuem dificuldades para se manter no mercado. De acordo com Silva *et al.* (2010), um amplo número de MPEs não possuem planejamento, pesquisas de mercado e plano de negócios, pois contam com uma gestão deficitária.

De acordo com a Lei Complementar 123/2006, o microempreendedor individual é dispensado de emitir documentos fiscais, necessitando apresentar à Secretaria da Receita Federal do Brasil apenas a comprovação da receita bruta de vendas ou prestação de serviços, assim também dispensando a utilidade de um contador. No caso das microempresas e empresas de pequeno porte é exigido que mantenham o livro-caixa, escriturando a movimentação financeira e bancária, o que não dispensa a necessidade de um contador, mesmo tais empresas sendo adotantes do Simples Nacional.

As informações contábeis poderiam ser uma ferramenta chave para o auxílio e melhor desempenho das MPEs, podendo dar ao gestor uma melhor visão, controle e posicionamento de sua empresa. Porém, a dificuldade existente de muitos micro e pequenos empreendedores em compreender as informações contábeis acabam os estimulando a cultivar a cultura de não utilização das informações contábeis (DRUMER, 2018; MOREIRA, 2013).

No presente estudo será abordado uma das atividades, ligada ao setor de serviços, que obtém um amplo e crescente mercado de trabalho, as atividades de cabeleireiros e outras

atividades de tratamento de beleza, como referido pela Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE).

A vaidade sempre esteve presente na sociedade, como um sentimento que impulsiona o desejo do indivíduo de ser reconhecido e admirado pelos outros. Com isso, a busca por cuidados com a beleza e a busca de produtos para tais fins vem impulsionando o desenvolvimento de novas tecnologias, deste modo, motivando o crescimento deste setor (SILVA, 2019; OXFORD LANGUAGES, 2021).

Grande parte dos salões de beleza estão enquadradas como MPes, em sua maioria são Microempreendedores Individuais (MEIs) (DIAS *et al.*, 2016). Mas a quantidade de profissionais/empregados nessa área é difícil de ser acurada, principalmente, pelo fato de a maior parte serem compostos por profissionais autônomos.

Em decorrência ao setor da beleza ser um dos mais crescentes e promissores, também é gradual a preocupação com a segurança e direitos da classe trabalhadora, juntamente com o desafio da sua formalização. Os sindicatos são as organizações que representam os interesses dos trabalhadores (DIEESE, 2017), neste caso o profissional da beleza, sendo eles cabeleireiras(os), manicures(os) e muitos outros.

Apesar de ser um mercado em ampla ascensão e possuir um notório impacto econômico, o setor enquadrado em cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza, ainda é pouco representado por sindicatos.

Ao levantar informações dos sindicatos ligados aos salões de beleza, institutos de beleza, cabeleireiros e similares, é percebido que a quantidade é pequena e poucos profissionais estão associados. Em muitos estados a categoria não possui um sindicato próprio, assim sendo normalmente representado por sindicatos ligados a serviços de hospitalidade, o que de alguma forma, enviesa o interesse da classe trabalhadora. Em capitais de maior potencial econômico, como São Paulo, há uma maior representação, em números, através dos sindicatos, o que seria ideal se ocorresse hegemonicamente em todo o país.

Através dos sindicatos são realizadas negociações coletivas que objetivam ampliar direitos regidos por leis e garantir novas conquistas, como uma média salarial para a categoria. Atualmente, o salário médio mensal destes profissionais encontra-se em torno de 1.223,63 reais, sendo o maior de R\$ 1.553,57 e o menor de R\$ 1.045,00. A média do piso salarial, definido pelo sindicato, está em torno de 1.162,22 reais ao mês, sendo o maior de R\$ 1.477,53 e o menor de R\$ 1.045,00, segundo uma pesquisa por amostragem do site dissídio.com.br.

Retomando o ponto exposto inicialmente, relacionado com o uso de informações contábeis, agora direcionado para as empresas de salões de beleza, é percebido, como diversas MPEs, que não há um uso efetivo delas. O ramo dos salões de beleza é um dos que mais necessitam deste tipo de informação, pois se trata de um setor que constantemente sofre mudanças, com surgimento de novas tendências, que podem ocorrer da noite para o dia. Isso implica bastante na quantidade de investimento que os profissionais da beleza precisam atribuir a sua carreira, como uma melhor formação profissional e aquisição de produtos.

Parte do trabalho também buscou analisar os efeitos da pandemia do COVID-19 neste ramo do setor da beleza. Os efeitos da pandemia foram devastadores para a economia, com as medidas protetivas, o que afetou muitos MPEs. Muitas empresas não possuíam boas gestões, ou seja, não tinham uma segurança financeira, uma reserva de dinheiro, para manter os empreendimentos em momentos críticos e instáveis, como o que ocorreu durante a pandemia.

De acordo com o painel do Sebrae, com dados da Receita Federal do Brasil (RFB), no setor da beleza, apenas a atividade de cabeleireiros, manicure e pedicure, são aproximadamente, 826.111 pequenos negócios estão sendo seriamente afetados por essa crise.

O problema enfrentado pelos salões de beleza, em sua maioria, neste cenário, se dá pela falta ou substancial diminuição da receita, que somado às despesas e custos fixos vem abalando os empreendedores, e em certos casos, os deixando com apenas a solução de fechar seu negócio.

Diante da contextualização apresentada, a presente pesquisa, que terá um enfoque nas empresas de salões de beleza situadas na cidade-satélite do Distrito Federal (DF), Núcleo Bandeirante, se depara com o questionamento: em termos de utilidade das informações contábeis, as empresas de cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza, estavam atendidas de maneira satisfatória?

Assim, o presente estudo tem como objetivo compreender o uso das informações contábeis nas micro e pequenas empresas de salões de beleza, situadas no Núcleo Bandeirante, e a aplicação destas informações na gestão financeira destas empresas.

Para o alcance do objetivo geral, foram definidos como objetivos específicos: a caracterização do perfil dos empresários e suas empresas que foram entrevistadas; a utilização das informações contábeis pelos empreendedores; a visão do sindicato sobre essa categoria; e os efeitos da pandemia sobre este setor.

O trabalho está estruturado em mais cinco seções: revisão da literatura, trazendo outros estudos acerca do assunto exposto, que sustentam a produção do presente trabalho; metodologia, expondo os objetivos da pesquisa, como foram coletados os dados e

informações usados no estudo e maiores explicações acerca do método desenvolvido; apresentação e discussão dos resultados, que evidenciam os dados e informações coletados no estudo, baseando-se na sustentação das informações expostas na revisão da literatura; considerações finais, que abarca os principais achados e contribuições da pesquisa; e as referências.

2. REVISÃO DA LITERATURA

2.1. Micro e pequenas empresas e o uso das informações contábeis

Diferente das médias e grandes empresas que são obrigadas a apresentar ao fisco informações contábeis anualmente, as MPÊs ficam isentas deste tipo de exercício, deste modo, a grande maioria dos pequenos empreendimentos atua no mercado sem um significativo nível de conhecimento da situação de suas próprias empresas.

Pela razão da estimulação da criação de MPÊs serem os fatores de necessidade, é perceptível que a falta de planejamento é algo bastante comum, onde pesquisas de mercado, um plano de negócios não será naturalmente encontrado nessas empresas. Ademais, tais empreendimentos, geralmente, pertencem a um indivíduo ou grupo familiar que possuem uma gestão pouco especializada (SILVA *et al.*, 2010).

A contabilidade surgiu em face da necessidade de o homem obter informações econômicas e financeiras a respeito de seus negócios. Atualmente, a revolução da tecnologia, a competitividade, dentre outros desenvolvimentos do mercado, tornou os negócios mais dinâmicos e competitivos. Assim, impondo uma necessidade de aplicação da contabilidade para auxiliar o gestor do negócio, que nos casos das MPÊs são em maioria o próprio empreendedor. A contabilidade também é fundamental para auxiliar as empresas em suas necessidades informativas, contribuindo para uma gestão mais eficiente (FREY e FREY, 2003; DRUMER, 2018).

O objetivo da informação contábil é auxiliar na tomada de decisões (HORNGREN, SUNDEM e STRATTON, 2004). Drumer (2018) afirma que, a informação contábil é fundamental para o planejamento e tomada de decisão, que ela se dá por meio dos demonstrativos contábeis (Balanço Patrimonial, Fluxo de Caixa, Demonstração do Resultado, dentre outros) e contabilidade de custos, gerando informações acerca do controle do patrimônio da organização, controle de custos e despesas, necessários para oferta de produtos, controle de informações para gestão financeira e apuração dos resultados de cada período e outras.

Se, por um lado, temos essa importância do uso das informações contábeis, do outro, temos a situação em que muitos usuários (gestores/empreendedores) não conseguem elaborar e/ou compreender as informações contábeis que poderiam ser utilizados na evidência de eventos econômicos e financeiros. Por essa falta de habilidade em entender e manusear tais dados fornecidos pela contabilidade, as MPÊs acabam cultivando uma cultura de não utilização da informação contábil (MOREIRA *et al.*, 2013).

Um dos papéis do contador deveria ser como um intermediário, em adequar a contabilidade e as informações geradas, às reais necessidades dos gestores, podendo assim auxiliar na tomada de decisão e estar informado sobre o financeiro da empresa. Porém, no Brasil, o contador ainda é visto como um mero organizador das informações tributárias para atender as demandas dos órgãos fiscais governamentais (DRUMER, 2018).

Em certos casos, após a implementação do Simples Nacional, as empresas adotantes deste regime de tributação simplificado, presumiram que não havia a necessidade de um contador para realizar as obrigações tributárias, o que na prática só desobriga ao microempreendedor individual, e mesmo nessa exceção, os empreendedores não tem uma boa intimidade com gestão e informação disponível, sendo que a “informação contábil com o dia a dia da empresa é muito grande, certamente não poderá ser relegada a fins exclusivamente fiscais, mas, principalmente sustentar tecnicamente as decisões estratégicas das organizações” (SILVA *et al.* 2010).

2.2. Contabilidade Gerencial

Dentro do exercício da contabilidade, temos a contabilidade financeira e a contabilidade gerencial. A contabilidade gerencial “envolve o fornecimento de informações a gerentes para uso na própria organização” (GARRISON, 2013). Diferente da contabilidade financeira, que é mais voltada para o usuário externo (investidores, fornecedores, dentre outros), a contabilidade gerencial tem maior foco para o usuário interno, ou seja, os gestores (BORGES e LEAL, 2012), no caso das MPEs são, geralmente, os próprios empreendedores.

Para se alcançar lucro, o empreendedor busca, constantemente, reduzir custos e melhorar a qualidade de seus produtos e serviços, para agradar o cliente que procura o melhor serviço e maior qualidade. Para auxiliar a empresa a conquistar tais finalidades, surgiu a contabilidade gerencial, oferecendo detalhes e informações que não eram contemplados na contabilidade financeira (MARION e RIBEIRO, 2017).

Conforme referido por Garrison (2013), a contabilidade gerencial “divulga informações para os gestores da empresa com o propósito de: planejamento, controle, e tomada de decisões”. Às informações como o planejamento estabelecem objetivos e especifica um modo de alcançá-los. O controle coleta *feedback*, que garante que um plano seja executado ou modificado adequadamente, conforme as atuais circunstâncias. E a tomada de decisões envolve escolher a melhor ação dentre as alternativas expostas. Tais processos buscam um melhor engajamento da empresa dentro do mercado econômico (GARRISON, 2013).

Dentro de uma empresa é importante conhecer os custos e despesas existentes. As despesas são os gastos ligados à área administrativa e comercial, não se envolvem diretamente no processo de realização do serviço. Os custos são gastos necessários para fabricar produtos ou realizar serviços de uma determinada empresa, eles não são investimento (PADOVEZE, 2010).

Marion e Ribeiro (2017), também conceituam custos como gastos com bens e serviços aplicados ou consumidos na fabricação de outros bens. E as despesas como gastos advindos do consumo de bens e utilização de serviços da área administrativa, comercial e financeira.

Os custos variáveis variam, no total, em proporção direta as variações no nível de atividade. São custos que têm relação direta e proporcional com o volume de produção, venda ou outra atividade, sendo, quanto maior a produção ou serviço, maior serão os custos (GARRISON, 2013; PADOVEZE, 2010). Exemplos destes custos é a quantidade de insumos usados no processo de produção ou serviço.

Os custos fixos permanecem constantes, no total, independentemente das variações no nível de atividade dentro do intervalo relevante, ou seja, o valor destes gastos permanece inalterado durante o exercício, independente do volume de produção ou volume de serviço realizado (GARRISON, 2013; PADOVEZE, 2010). Como exemplo para estes custos estão o aluguel de um imóvel, conta de telefone e internet.

Os custos mistos contêm elementos de custo variável e elementos de custo fixo (GARRISON, 2013). Exemplos destes custos são energia elétrica e água.

Para o empreendedor entender o comportamento dos custos e auxiliar o planejamento, controle e tomada de decisões é indicado empregar a margem de contribuição. A margem de contribuição “é a quantia restante que resulta das receitas de venda depois da dedução das despesas variáveis. Essa quantia contribui para cobrir as despesas fixas e, então, para os lucros do período” (GARRISON, 2013).

2.3. Micro e pequenas empresas

O empreendedorismo no Brasil nunca esteve tão em alta como nos últimos anos. Grande parte dessa parcela de empreender se dá devido à necessidade e não pela oportunidade, pois estes empresários são basicamente compostos por indivíduos que perderam ou até mesmo não tiveram oportunidade de entrar na linha de emprego formal tradicional, ou seja, buscam meios de segurança e sobrevivência, motivados, principalmente pela ausência de possibilidades de encargos, o que demonstra a falta de trabalho diante da grande demanda por postos de trabalho, conforme exposto por Assunção, Queiroz e Costa (2017), gerando a então necessidade de obter outros meios de renda.

Conforme os últimos dados, de 2019, apresentados pelo GEM (2020), “estima-se que haja 53,5 milhões de brasileiros (18-64 anos) à frente de alguma atividade empreendedora”.

Diante deste cenário, a abertura de micro e pequenas empresas tornam-se um bom meio para regularizar as atividades exercidas por essas pessoas, além de poder oferecer uma melhor oportunidade de mercado a elas. De acordo com Dumer (2018), as MPEs são organizações que possuem uma forte participação na oferta de bens e serviços no Brasil, sendo tão expressivas quanto as grandes organizações existentes, além de gerarem significativos números de trabalhos formais. Segundo a última pesquisa realizada pelo Sebrae (2014), às MPEs compuseram, em 2011, 27% do Produto Interno Bruto (PIB) brasileiro. Ao longo de 30 anos essas empresas vêm desempenhando um relevante papel socioeconômico (SEBRAE, 2014).

Para a economia brasileira as MPEs impactam positivamente acerca da geração de empregos nos médios e grandes centros urbanos, além de favorecer o desenvolvimento em regiões interioranas do país, promovendo renda, introduzindo novos negócios e disponibilizando produtos e serviços a essas regiões mais distantes das grandes metrópoles (DUMER, 2018).

As MPEs representam mais da metade dos empregos privados existentes no país, no período entre 2006 e 2016, o número de MPEs cresceu 21,9%, gerando 5 milhões de novos postos formais de trabalho. Em 2016, 99% dos estabelecimentos faziam parte das MPEs, sendo responsáveis por mais da metade dos empregos com carteira de trabalho (54,5%) e pelo pagamento de 44% do volume de salários no país (SEBRAE, 2018).

Em 2006, com a percepção deste grande potencial existente em relação às MPEs, foi intitulada uma lei, Lei Complementar 123/2006, ou como conhecida, a Lei Geral das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, com objetivo de regulamentar o disposto na Constituição Brasileira, que prevê favorecimento e tratamento diferenciado às micro e pequenas empresas. Essa Lei “uniformizou o conceito de micro e pequena empresa ao enquadrá-las com base em sua receita bruta anual”. Além disso, trouxe benefícios para estes empreendimentos, como: simplificação e desburocratização; facilidades para acesso ao mercado; facilidades para obtenção de crédito e à justiça; e estímulo à inovação e à exportação (SEBRAE, 2021a).

Por meio desta Lei Complementar, é implementado o Simples Nacional, que é a abreviação do nome “Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas Microempresas e Empresas de Pequeno Porte” (SIMPLES NACIONAL, 2021a), um regime tributário específico para micro e pequenos negócios, que apresenta

redução de carga e simplificação dos processos de cálculo e recolhimento dos impostos (SEBRAE, 2021a).

A EIRELI (Empresa Individual de Responsabilidade Limitada), que era um modelo de MPE, exceto para MEI, no qual também poderia optar pelo regime de tributação do Simples Nacional, sendo constituída com apenas um sócio, de responsabilidade limitada, sem limite de faturamento, mas que exigia um montante mínimo de 100 salários-mínimos na integralização do capital social (SEBRAE, 2019), foi posta ao fim pela Lei 14.195/2021, de 26 de agosto de 2021. No artigo 41, da Lei, é referido que as EIRELIs existentes serão transformadas em Sociedades Limitadas Unipessoais (SLUs) independentemente de qualquer alteração em seu ato constitutivo. Na SLU, diferente da EIRELI, não exige um valor mínimo para a integralização do capital social.

Como apontado pelo GEM (2020), o número de empresas formalizadas só aumenta ao longo dos anos. Em 2019, existiam em torno de 14.526.469 adesões ao Simples Nacional. Conforme referido pelo Simples Nacional (2021a) e Sebrae (2021a), as MPEs se caracterizam em três tipos, seguindo o critério da receita bruta anual ou número de funcionários:

- Microempreendedor Individual (MEI): igual ou inferior a R\$ 81.000,00 ao ano, pode contratar um único funcionário;
- Microempresa (ME): igual ou inferior a R\$ 360.000,00 ao ano, pode contratar até 9 funcionários na área de comércio ou serviço, ou até 19 funcionários na área da indústria;
- Empresa de Pequeno Porte (EPP): superior a R\$ 360.000,00 e igual ou R\$ 4.800.000,00 ao ano, pode contratar de 10 a 49 empregados na de comércio ou serviço, ou de 20 a 99 empregados na área da indústria.

Segundo a Lei Complementar 123/2006, art. 3, inciso XI, § 14, a ME e EPP podem auferir receitas no mercado interno até o limite citado anteriormente, e adicionalmente receitas decorrentes da exportação de mercadorias ou serviços, desde que estas receitas de exportação também não exerçam os limites do critério da receita bruta anual, sendo assim, estas empresas podem faturar no mercado interno e externo R\$ 720 mil, no caso da ME, ou R\$ 9,6 milhões, no caso da EPP.

2.4. Micro e pequenas empresas de salões de beleza

Por meio da Lei 12.592/2012 foi reconhecido as profissões de cabeleireiro, barbeiro, esteticista, manicure, pedicure, depilador e maquiador, tornando essas profissões legalmente reconhecidas e regulamentadas em todo o território nacional. Isso trouxe uma democratização

à profissão e protegeu o emprego e carreira de muitos trabalhadores do setor (SEBRAE, 2021b).

Os salões de beleza são conhecidos como estabelecimentos de salões de cabeleireiro, de procedimentos estéticos não clínicos e esmalterias. O CNAE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) pertencente a essa classe se dá pelo 96.02-5, que se trata de cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza.

Grande parte dessas empresas estão enquadradas como MPÉs, o que garantiu uma formalização destes estabelecimentos, de uma forma mais facilitada e acessível aos indivíduos pertencentes à categoria.

Segundo a matéria do BuyCo. (2020), “o setor de beleza no Brasil é um dos mais promissores e que mais cresce no país”. Como relatado pela matéria da Forbes, o Brasil, conforme a última pesquisa de mercado *Euromonitor Internacional*, “é o quarto maior mercado de beleza e cuidados pessoais do mundo”, ficando atrás apenas dos Estados Unidos, China e Japão. Movimentando, cerca de, 30 bilhões de dólares dentro da economia do país.

De acordo com o GEM (2020), as atividades de cabeleireiro e outras atividades de tratamento de beleza, são exercidas pelo gênero feminino em segundo lugar, ficando atrás apenas de serviços domésticos.

A vaidade sempre esteve presente na sociedade, como um sentimento que impulsiona o desejo do indivíduo de ser reconhecido e admirado pelos outros. Com isso, a busca por cuidados com a beleza e de produtos para tais fins vem impulsionando o desenvolvimento de novas tecnologias e produtos, deste modo, motivando o crescimento do setor, o que demanda cada vez mais serviços especializados, conforme os pedidos dos clientes, que normalmente são conduzidos pelas inovações e tendências do mercado. Atualmente, o Brasil é um dos principais *players* globais do mercado de salões de beleza, mesmo diante dos cenários econômicos de crise ocorridos recentemente (SILVA, 2019; OXFORD LANGUAGES, 2021; BUYCO., 2020).

Segundo o último boletim emitido pelo Ministério da Economia (Boletim do 1º quadrimestre/2021), 48.764 empresas, que exercem as atividades de cabeleireiros, manicure e pedicure, foram abertas no primeiro quadrimestre de 2021, chegando a representar um aumento de 17,7% em relação ao terceiro quadrimestre de 2020. Atualmente, as empresas de salões de beleza ativas chegam a ser superiores a 1 milhão, segundo informado pelo Ministério da Economia, por meio de dados do Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ). Segundo dados do painel de Total de Empresas do DataSebre, hoje cerca de 946.145 são MEIs (informações do dia 23/09/2021). Poucas empresas estão enquadradas como EPPs.

De acordo com o Ministério da Economia, no painel mapa das empresas, no terceiro trimestre de 2021, o Distrito Federal possuía 21.669 empresas de atividades de cabeleireiros, manicure e pedicure, e atividades estéticas e outros serviços com a beleza.

2.4.1. Profissionalização dos empreendedores e funcionários

Hoje os diversos profissionais atuantes nos salões de beleza se capacitam em suas profissões por meio, principalmente, de cursos profissionalizantes. A qualificação nesta área é importante, para o crescimento dos profissionais que se qualificam e assim acabam ganhando vantagem competitiva, já que suas prestações de serviços são oferecidas a clientes que estão ficando mais exigentes e bem-informados (BORGGO, 2015).

Os profissionais da beleza precisam de um estudo constante e atualização em relação às novas técnicas e produtos que surgem diariamente no mercado. Pois o aprimoramento profissional além de conquistar uma boa margem de clientes ainda oferece um aumento dos rendimentos, elevando a vida financeira do indivíduo (BORGGO, 2015). Apesar disso, no trabalho de Borgo (2015), também é mencionado todo o investimento que normalmente é esperado para o aprimoramento técnico destes profissionais, porém ainda é percebido uma falta de mão de obra qualificada nesta área.

Pela necessidade de acompanhar as novas tendências, que surgem em uma velocidade implacável, os empresários dos salões de beleza, em busca de uma melhor formação profissional (habilidades técnicas, novos produtos, etc.), acabam deixando de lado a parte administrativa (SILVA, 2019).

Empresários de salão e de centros de estética analisam o resultado de uma forma muito amadora. Se suas finanças pessoais estiverem em ordem, se der para viajar ou não entrar no cheque especial, é sinal de que o negócio está indo bem (SEBRAE SP, 2016).

O foco maior, destes empreendedores dos salões de beleza, está na prestação de serviços, atuando diretamente no atendimento ao cliente. Assim, sendo raros os casos daqueles que realmente dedicam-se à gestão ou administração do negócio (SEBRAE SP, 2016).

2.5. Entidades representativas dos salões de beleza

Os sindicatos são organizações que tem o intuito de representar os interesses dos trabalhadores, para compensar o poder dos empregadores na relação contratual que pode ser desigual e conflituosa para o elo mais fraco das partes, que é o empregado (DIEESE, 2017),

ou neste caso o profissional da beleza, sendo eles cabeleireiras(os), manicures(os) e muitos outros.

Apesar de ser um mercado em ampla ascensão e possuir um notório impacto econômico, o setor enquadrado em cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza, ainda é mal retratado diante da representação sindical. Em uma rápida pesquisa, realizada na internet, os sindicatos ligados, diretamente, aos salões de beleza, institutos de beleza, cabeleireiros e similares, ainda é muito tímido e tênue. Em muitos estados a categoria não possui um sindicato próprio, assim sendo normalmente representado por sindicatos ligados a serviços de hospitalidade, o que de alguma forma enviesa um pouco o interesse da classe trabalhadora. Em capitais de maior potencial econômico, como São Paulo, é visto que há uma maior representação, em números, através dos sindicatos, o que seria ideal se ocorresse hegemonicamente em todo o país.

Através dos sindicatos é realizado negociações coletivas que objetivam ampliar direitos regidos por leis e garantir novas conquistas, como uma média salarial para a categoria. Atualmente, o salário médio mensal dos profissionais da beleza, como cabeleireiras(os), manicures(os), pedicures(os) e outros, encontra-se em torno de 1.223,63 reais, sendo o maior de R\$ 1.553,57 e o menor de R\$ 1.045,00. A média do piso salarial, definido pelo sindicato, está em torno de 1.162,22 reais ao mês, sendo o maior de R\$ 1.477,53 e o menor de R\$ 1.045,00. E a jornada média semanal é de 43 horas, sendo, como assegurado pela legislação trabalhista, a maior de 44 horas semanais e a menor de 42 horas semanais, segundo uma pesquisa por amostragem do site dissidio.com.br (2021).

2.6. Pandemia de COVID-19

Um dos cenários ocorridos recentemente, especificamente em 2020, que será registrado de forma histórica, foi o acontecimento da pandemia de COVID-19. O COVID-19 deu início na China, no fim de 2019, e em poucos meses se pulverizou por todo o mundo, como sendo uma doença respiratória que poderia trazer altos riscos de saúde à pessoa infectada. A Organização Mundial da Saúde (OMS) classificou a doença como pandemia de alto nível de contágio, neste período, medidas de prevenção, como isolamento social, *lockdown*, quarentena, impedimento do comércio, dentre outros, se tornaram fundamentais para a contenção da nova crise sanitária, o que acabou influenciando no funcionamento de diversas empresas (PREMEBIDA, 2021).

Os efeitos da pandemia, principalmente as medidas para contenção, foram devastadores para a economia, os MPEs podem ser considerados como os mais afetados por ela. Muitos MPEs, como ressaltado anteriormente, não possuíam boas gestões, ou seja, não

tinham uma medida de segurança financeira para manter os empreendimentos em momentos críticos e instáveis, como o que ocorreu durante a pandemia.

O setor de salões de beleza foi, provavelmente, um dos mais afetados negativamente, pois as restrições impostas a eles, relacionadas à abertura dos estabelecimentos, já que se tratava de serviços não essenciais, foi uma das mais severas.

Em consequência, o prolongado período de fechamento obrigatório apresentou para muitos dos empreendedores a substancial diminuição de suas receitas e o esgotamento do que ainda restava delas, somando aos gastos e custos fixos tornou a situação destes estabelecimentos críticos, tornando-os segmentos vulneráveis à crise do coronavírus.

O resultado desta crise nos salões foram perdas enormes, como redução de investimentos nos estabelecimentos, acúmulo de dívidas, demissões de funcionários e até o fechamento de vários salões de beleza.

Em meio a esta situação, foram implementadas medidas para reduzir o fardo de algumas despesas dos empreendedores, como a prorrogação, em três e seis meses, do pagamento do Simples Nacional, em virtude da pandemia de COVID-19 (SIMPLES NACIONAL, 2021b).

De acordo com o painel do Sebrae, com dados da Receita Federal do Brasil (RFB), no segundo semestre de 2021, os pequenos negócios do setor da beleza, ligados ao CNAE de cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza, aproximadamente, 1,06 milhão deles, estão sendo seriamente afetados por esta crise.

Conforme o último boletim emitido pelo Ministério da Economia (Boletim do 1º quadrimestre/2021), as atividades de cabeleireiros, manicure e pedicure, no primeiro quadrimestre de 2021, teve uma queda de crescimento de 13,6% em relação ao mesmo período do ano de 2020, ou seja, o crescimento foi menor do que estava ocorrendo em anos anteriores. E o número de empresas, do setor da beleza, fechadas no primeiro quadrimestre de 2021 foi maior que dos outros períodos, porém, como referido pelo Ministério da Economia, a abertura de empresas de atividades de cabeleireiros, manicure e pedicure, supera o número de empresas fechadas.

3. PROCEDER METODOLÓGICO

No presente estudo, com o intuito de esclarecer e assimilar o objetivo apontado inicialmente, compreender o uso das informações contábeis, nas micro e pequenas empresas de salões de beleza, situadas no Núcleo Bandeirante, e a aplicação destas informações na gestão financeira das empresas da região, foi realizada uma pesquisa descritiva.

A pesquisa descritiva, de acordo com Gil (2017), objetiva descrever características de determinada população ou fenômeno, também podendo ser elaboradas para identificar possíveis relações entre variáveis. As informações e dados utilizados neste estudo são compostos por levantamento e análise de materiais bibliográficos, “com base em material já publicado” (GIL, 2017), como livros, leis, artigos, teses, textos jornalísticos, principalmente aqueles que sustentam a seção 2, da revisão da literatura, que abarcam a base do trabalho.

Em relação à abordagem do problema, o trabalho se configura como qualitativa. A pesquisa qualitativa “compreende um conjunto de diferentes técnicas interpretativas que visam a descrever e a decodificar os componentes de um sistema complexo de significados” (NEVES, 1996). Neves (1996) ainda ressalta que a pesquisa qualitativa, possui o objetivo de traduzir e expressar sentido dos fenômenos sociais, reduzir a distância entre o indicado e indicador, no que se refere à teoria e os dados, assemelhando a uma interpretação dos fenômenos empregados no dia a dia.

Os dados obtidos para a elaboração do presente trabalho foram apanhados através de entrevistas, baseadas em um questionário (apêndice 1) previamente elaborado, buscando descrever e decodificar a forma de gestão das MPEs de salões de beleza. Foi estabelecido uma quantidade máxima de salões de beleza a serem visitados para a aplicação do questionário, por causa da limitação imposta perante o cenário da pandemia de COVID-19, buscando manter a segurança que a situação impõe.

A região administrativa, Núcleo Bandeirante, foi selecionada pela sua forte concentração comercial e por ser uma cidade-satélite de fácil locomoção, oferecendo facilidade para coleta de dados, principalmente diante do período restritivo da pandemia.

Também foi realizada uma entrevista, por meio de um questionário (apêndice 1), com o SIMBELEZA (Sindicato dos Salões, Institutos e Centros de Beleza, Estética do Distrito Federal), em relação aos salões que são associados e a visão desta entidade sindical sobre estes estabelecimentos e seus comportamentos.

A amostra coletada da pesquisa é constituída de micro e pequenas empresas de salões de beleza, situados em uma região administrativa do Distrito Federal, Núcleo Bandeirante, no período da primeira semana de outubro de 2021. Foram visitados 30 estabelecimentos,

mantendo todas as medidas de segurança, conforme recomendado pelo Ministério da Saúde, como uso de máscaras, manter distância de pelo menos 1 metro, evitar contatos físicos (apertos de mão), dentre outros, devido à pandemia.

A entrevista realizada com o sindicato foi feita por via telefônica, no período da primeira semana de outubro de 2021, um membro da equipe do sindicato se disponibilizou a contribuir com o presente questionário. Ao fim foi remetida uma cópia, enviada via e-mail, deste questionário para a SIMBELEZA, para conhecimento.

Dos 30 salões de beleza, 26 concordaram em responder ao questionário, os 4 não respondidos, o(a) proprietário(a) não se encontrava presente no local, impossibilitando a aquisição dos dados, que deveriam ser apanhados pelo empreendedor do estabelecimento.

Para a coleta de amostras dos salões de beleza, foi realizada uma entrevista com base no questionário que continha 20 perguntas, que buscavam informação a respeito da empresa, dos empresários, a forma de gestão destes empreendedores e influência da pandemia sobre os estabelecimentos.

Na entrevista realizada com o SIMBELEZA, baseada em um questionário previamente elaborado, continha 12 perguntas a respeito da percepção do sindicato com seus associados e os demais salões de beleza.

As informações obtidas foram tratadas, consolidadas e analisadas em uma planilha, para comporem a seção 4, apresentação e discussão dos resultados.

4. APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

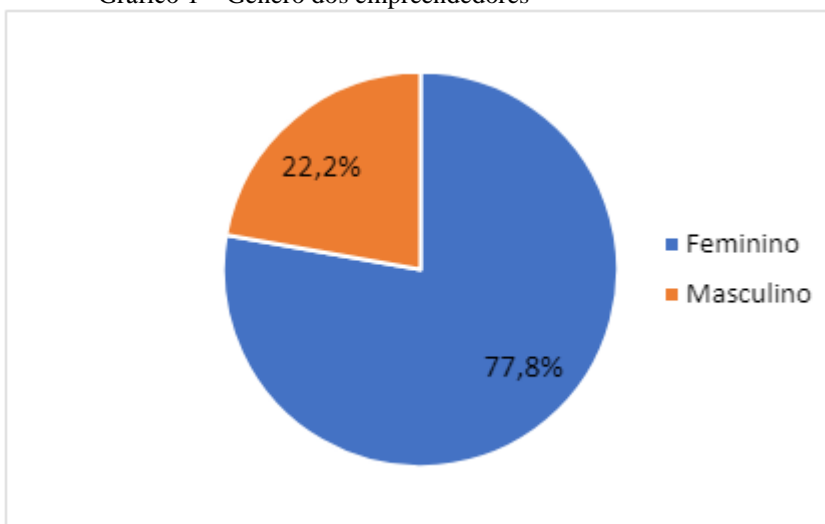
4.1. Análise dos questionários realizados nos salões de beleza

O Núcleo Bandeirante foi uma das primeiras ocupações dos candangos, e hoje é uma cidade-satélite do Distrito Federal. Ainda hoje possui uma forte concentração comercial, na qual são oferecidas atividades de prestação de serviço e comércio, como referido pela Administração Regional do Núcleo Bandeirante (2020). Uma das atividades de prestação de serviços muito presentes na região são a de cabeleireiros, manicure, pedicure, atividades estéticas e outros serviços com a beleza. Por meio dessa percepção, foram analisados os dados levantados pelo questionário (apêndice 1).

4.1.1. Características dos empreendedores

Na última pesquisa publicada pelo GEM (2020), dentre as atividades econômicas mais comuns entre os empreendedores, as de cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza foram mais frequentes entre as mulheres do que entre os homens. No gráfico 1 foi observado que o mesmo cenário ocorreu nos estabelecimentos que foram visitados, para a realização da entrevista. Dos empresários destes salões, a maioria é do gênero feminino, com 77,8%. O gênero masculino é representado com um percentual de 22,2%.

Gráfico 1 – Gênero dos empreendedores

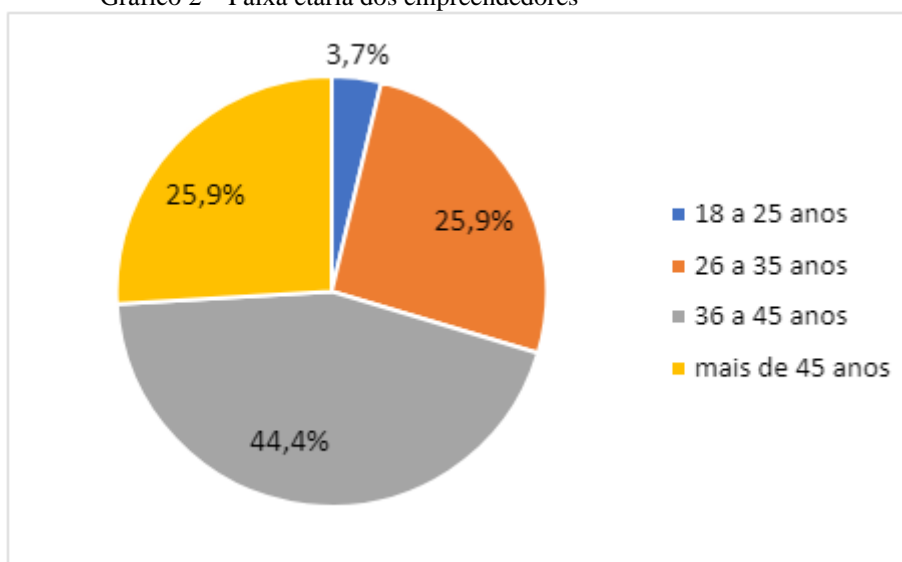


Fonte: Elaborada pelo autor.

De acordo com a pesquisa do GEM (2020), entre os jovens, de 18 a 34 anos, a atividade de cabeleireiros e outras de tratamento de beleza, foram as atividades econômicas com maior percentual. Já entre a faixa de 35 aos 54 anos, não foram as atividades mais exercidas por esta faixa etária. No gráfico 2 é exposta a faixa etária dos entrevistados. Diferente do relatado no GEM (2020), a maior parte dos empreendedores de salões de beleza

questionados alegou ter a idade entre 36 a 45 anos, compondo um percentual de 44,4%. Enquanto a faixa etária de 26 a 35 anos e mais de 45 anos mostrou ter o mesmo percentual de 25,9%. Já a faixa de 18 a 25 anos foi a que apresentou menor número dentre empresários de salões de beleza questionados, com 3,7%. Ou seja, entre as idades de 18 a 36 anos teve um percentual menor, de 29,6%, em relação à da idade de 36 a mais de 45 anos, com 70,3%.

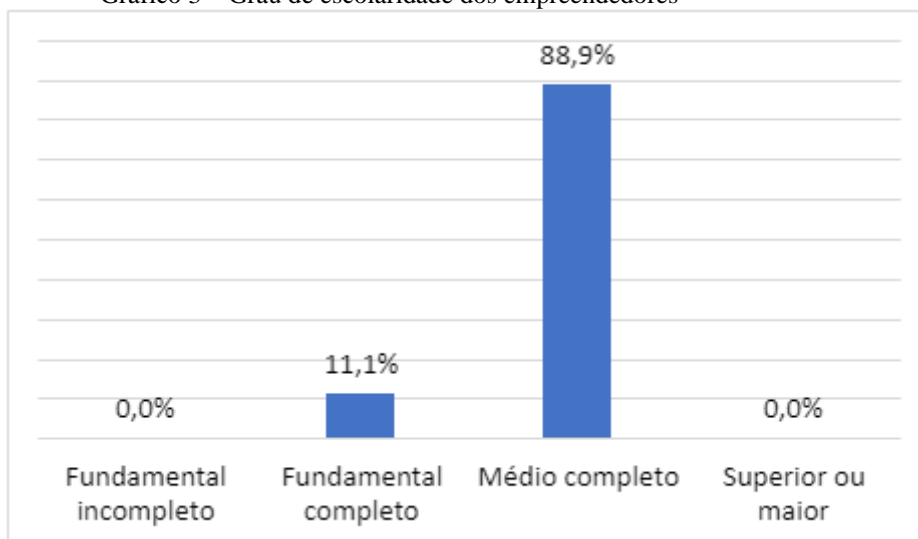
Gráfico 2 – Faixa etária dos empreendedores



Fonte: Elaborada pelo autor.

De acordo com a última pesquisa do GEM (2020), realizada em todo o território brasileiro e com os empreendedores de diversas atividades econômicas, cerca de 5,5 milhões de empreendedores existentes no Brasil possuem o fundamental incompleto, seguido por 6,8 milhões com o fundamental completo, 14,9 milhões com o médio completo e 5,0 milhões com o superior ou maior. No gráfico 3 é representado o percentual do grau de escolaridade dos empreendedores de salões de beleza que foram visitados. Em parte, semelhante à pesquisa do GEM (2020), segundo as respostas dos entrevistados, a maioria possuía o ensino médio completo, com 88,9%. E 11,1% destes entrevistados alegaram ter apenas o ensino fundamental completo. Nenhum dos respondentes relatou possuir o fundamental incompleto, e da mesma maneira, nenhum deles declarou possuir o ensino superior ou maior.

Gráfico 3 – Grau de escolaridade dos empreendedores



Fonte: Elaborada pelo autor.

A sétima questão do questionário perguntava se o empreendedor do salão de beleza era o principal prestador do serviço no estabelecimento, todos os entrevistados alegaram que sim. Segundo a pesquisa realizada pelo Sebrae SP (2016), a maioria dos empresários deste segmento são compostos por profissionais que trabalharam em outro estabelecimento, normalmente exercendo os mesmos serviços.

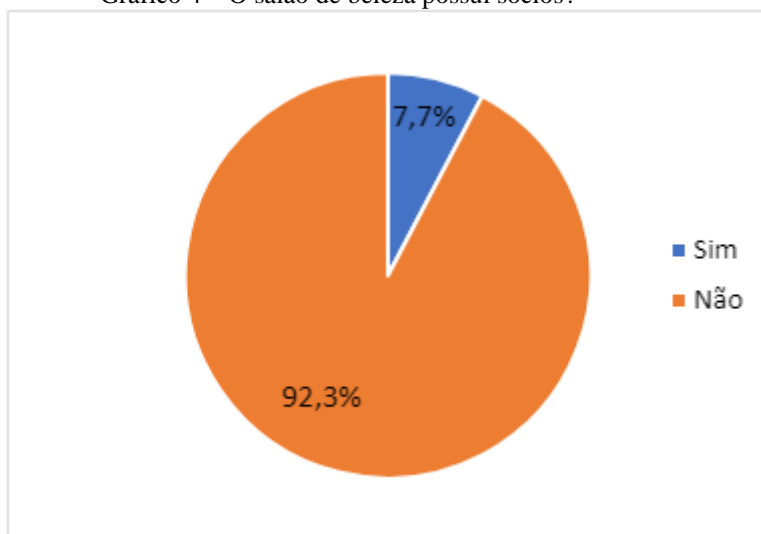
A oitava questão, dependente da questão anterior, perguntava se o empreendedor realizou cursos de profissionalização para realizar os serviços do estabelecimento, todos os entrevistados responderam que sim. Como referido pelo Sebrae SP (2016), o foco maior, destes empreendedores dos salões de beleza, está na prestação de serviços, atuando diretamente no atendimento ao cliente.

4.1.2. Características das empresas

Dos 26 estabelecimentos de salões de beleza, todos os entrevistados responderam que a empresa se encontra formalizada, possuindo Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) e sendo adotantes do Simples Nacional.

No gráfico 4 são apresentados os dados referentes à segunda questão do questionário, se os salões de beleza possuem algum sócio na constituição de suas empresas. Foi observado que 92,3% destes estabelecimentos a pessoa jurídica era constituída apenas por um empresário, sem a participação de um sócio, ou seja, as empresas não são constituídas como LTDA, SLU, dentre outros tipos de organização. Apenas 7,7% possuíam sócios, em outros termos, 2 salões alegaram possuir sociedade empresarial, na qual um deles ambas as sócias exerciam as atividades do estabelecimento, enquanto o outro a sociedade existia apenas no papel, o sócio não tinha nenhuma participação no empreendimento.

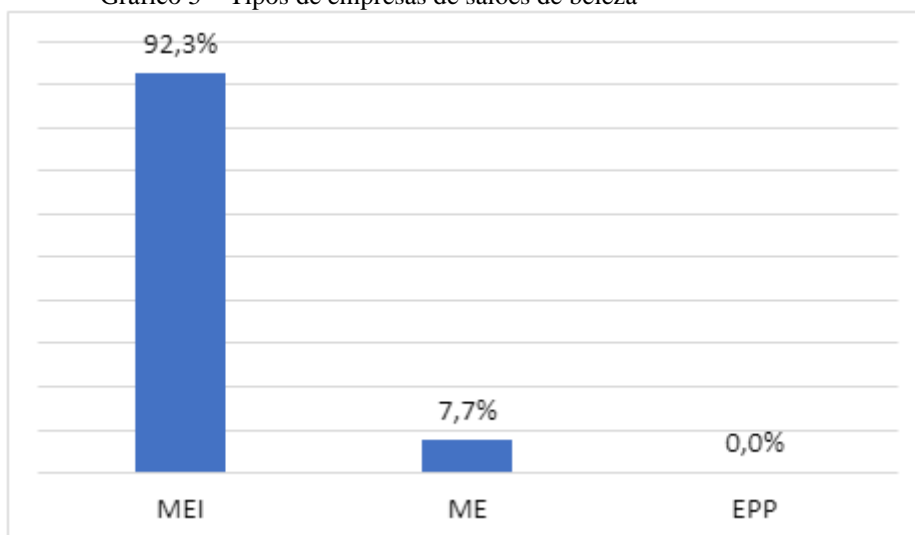
Gráfico 4 – O salão de beleza possui sócios?



Fonte: Elaborada pelo autor.

No gráfico 5 é apresentado o tipo de empresas dos salões de beleza desta região. Como referido anteriormente na seção 2, na revisão da literatura, a maioria dos salões de beleza optam por serem MEI, o mesmo contexto foi percebido nos dados obtidos no questionário. A maioria dos estabelecimentos visitados são MEI, sendo 92,3% dos salões de beleza entrevistados. Apenas 7,7% destes salões são ME. Nenhum dos salões alegou ser uma EPP. O resultado foi similar ao observado no gráfico 4, os salões que possuem sócios são os mesmos que alegaram ser ME.

Gráfico 5 – Tipos de empresas de salões de beleza

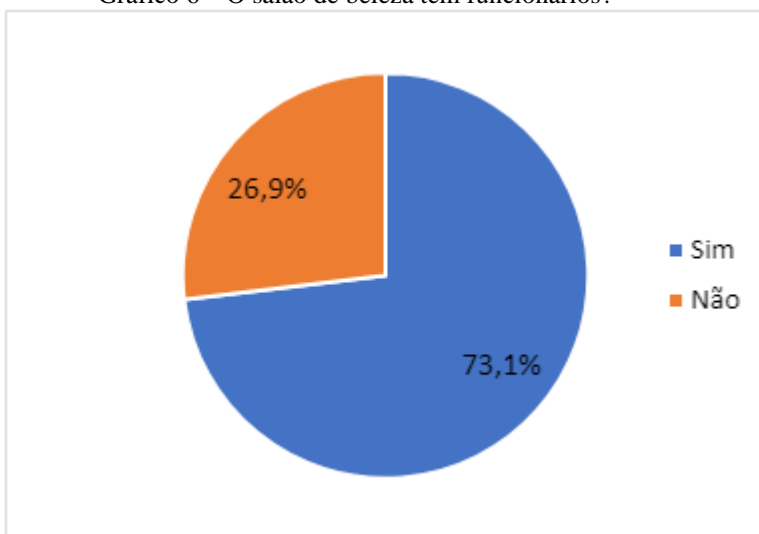


Fonte: Elaborada pelo autor.

A Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC) (2021), estima que os salões de beleza, no primeiro trimestre de 2021, possuíam oportunidade de trabalho para cerca de mais de 1,83 milhão de trabalhadores. Segundo as respostas dadas pelos entrevistados, 73,1% dos salões visitados possuíam ao menos um

empregado. Apenas 26,9% declararam que não tinham nenhum funcionário em seus estabelecimentos, conforme observado no gráfico 6.

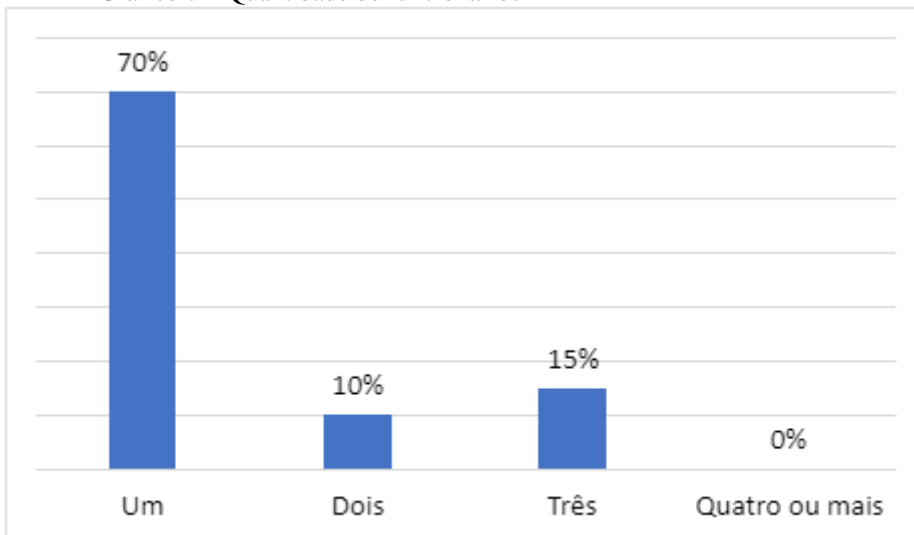
Gráfico 6 – O salão de beleza tem funcionários?



Fonte: Elaborada pelo autor.

Em relação à quantidade de funcionários, aqueles salões de beleza que afirmaram ter algum empregado, conforme o gráfico 7, 70% confirmaram ter um, 10% responderam ter dois e 15% disseram ter três empregados. Nenhum dos salões de beleza respondeu ter quatro funcionários ou mais.

Gráfico 7 – Quantidade de funcionários



Fonte: Elaborada pelo autor.

Para enfatizar a movimentação de empregos nesta área, com as informações dispostas no painel do DataSebrae, o total de empregados registrados, no ano de 2018, era cerca de 83.314, com um total de massa salarial de 120,6 milhões.

O gráfico 8 mostra a relação do vínculo empregatício que os salões de beleza, que afirmaram ter funcionários, possuem com estes. De acordo com as respostas obtidas nas entrevistas, 63,2% dos estabelecimentos de salões de beleza mantêm um vínculo com seus funcionários por meio de comissão, no qual o trabalhador recebe um percentual sobre o serviço que foi realizado. Também foi notado que, 36,8% dos salões de beleza adotam a prática do salão parceiro.

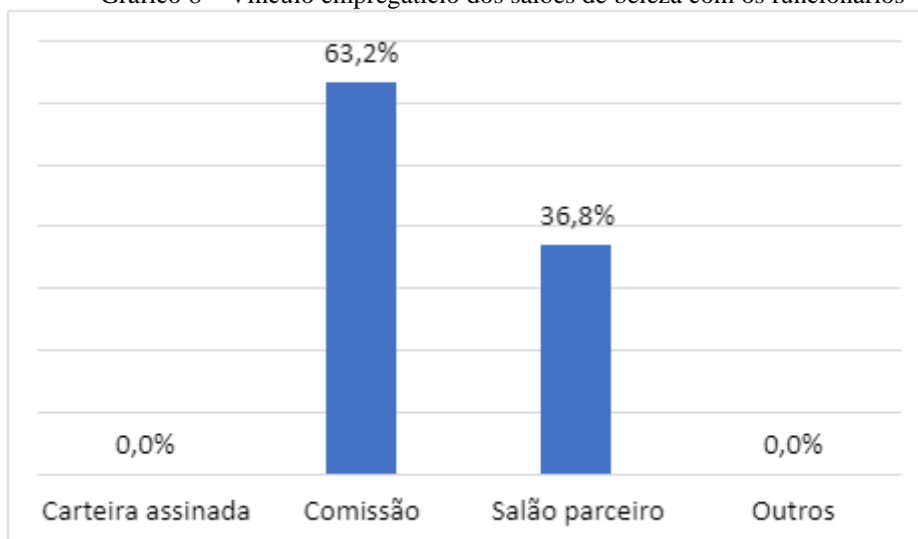
A Lei 13.352/2016, que acrescentou artigos na Lei anterior, a Lei 12.592/2012, sanciona a prática do salão parceiro, no artigo 1º declara que “os salões de beleza poderão celebrar contratos de parceria, por escrito, nos termos definidos nesta Lei, com os profissionais que desempenham as atividades de Cabeleireiro, Barbeiro, Esteticista, Manicure, Pedicure, Depilador e Maquiador”. No qual estes prestadores de serviços autônomos passam a trabalhar formalmente sem um vínculo empregatício com o salão, sendo estabelecido apenas um contrato de parceria formalizado por escrito. Para a formalização de trabalho, estes parceiros devem possuir um CNPJ, no qual deverão assinar o contrato, contendo os detalhes da relação de trabalho, com o salão, que também deverá ter CNPJ (SEBRAE, 2021b; RODRIGUES, 2016). Sendo semelhante ao vínculo de comissão, onde o estabelecimento recebe dos clientes e repassa ao parceiro o percentual das comissões dos serviços realizados. Os parceiros podem optar por ser uma MPE, normalmente são MEIs, o que traz mais vantagens e seguranças ao profissional autônomo, como benefícios garantidos pelo MEI (aposentadoria, auxílios, etc.), a não subordinação entre o salão e o parceiro, dentre outros.

Porém os salões de beleza não poderiam ser MEI para celebrar essa parceria com o prestador de serviço. Tal fato não foi observado nas entrevistas, pois os salões que eram MEIs celebravam a parceria com os parceiros que também eram MEIs, pode-se perceber que ainda há uma confusão a respeito dessa lei dentro dos estabelecimentos de beleza.

Neste caso em que os salões afirmam ter funcionários, por meio do salão parceiro, pode ser referido que estes estabelecimentos de fato não possuem funcionários, pois ocorre a um vínculo entre pessoas jurídicas, no qual cada parte assume suas próprias obrigações fiscais, e o salão de beleza se abstém do vínculo empregatício.

Nenhum dos salões de beleza visitados possuíam empregados com carteira assinada ou outras formas de vínculo empregatício, como representado no gráfico 8.

Gráfico 8 – Vínculo empregatício dos salões de beleza com os funcionários



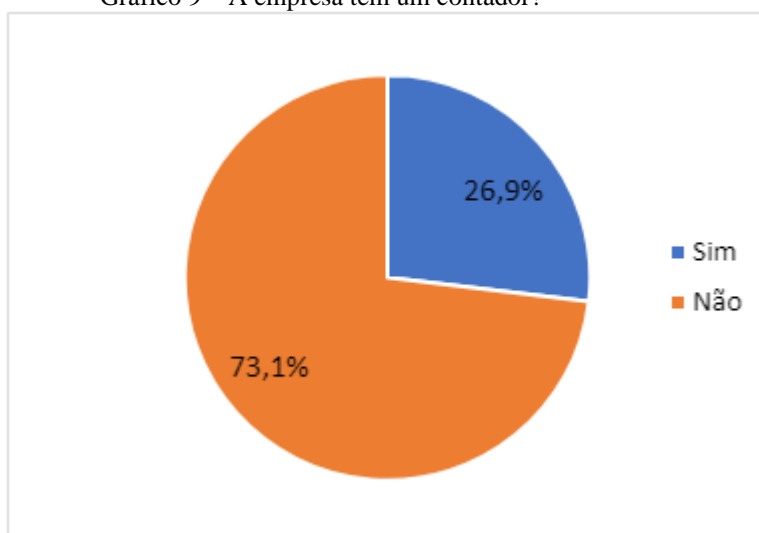
Fonte: Elaborada pelo autor.

Na décima questão do questionário foi indagado se a empresa, o empreendedor ou algum funcionário possuíam algum vínculo com o sindicato, neste caso o SIMBELEZA, e todos os 26 entrevistados responderam que não estavam associados a nenhum sindicato.

4.1.3. Características da gestão das empresas

Dos salões de belezas que foram visitados, foi questionado se a empresa possuía um contador. Conforme o gráfico 9, 73,1% responderam que a empresa não possuía um contador, e 26,9% disseram que a empresa tinha um contador.

Gráfico 9 – A empresa tem um contador?

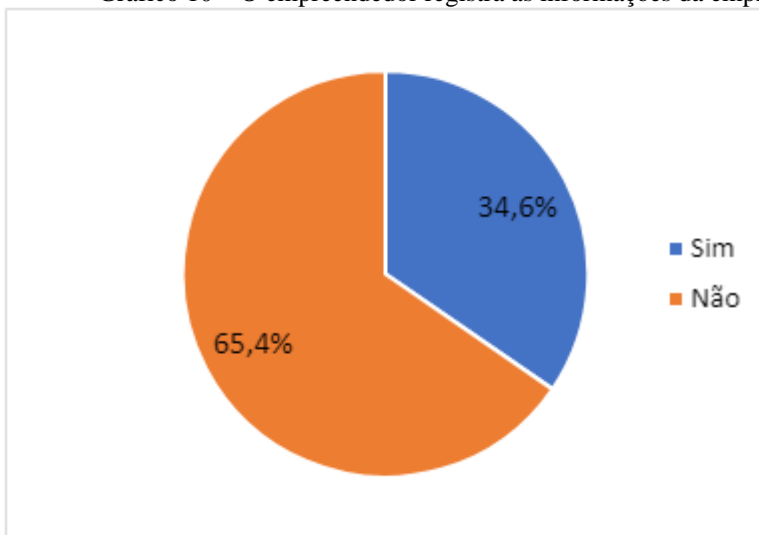


Fonte: Elaborada pelo autor.

Foi questionado aos empreendedores dos salões de beleza se eles realizavam algum tipo de registro das informações contábeis do que ocorria diariamente na empresa, como anotação de receitas e despesas decorridas em certos períodos, como os do mês. Como

observado no gráfico 10, mais da metade dos salões visitados, sendo 65,4%, responderam que não faziam nenhum tipo de registro dessas informações, e 34,6% afirmaram que faziam o registro de tais informações.

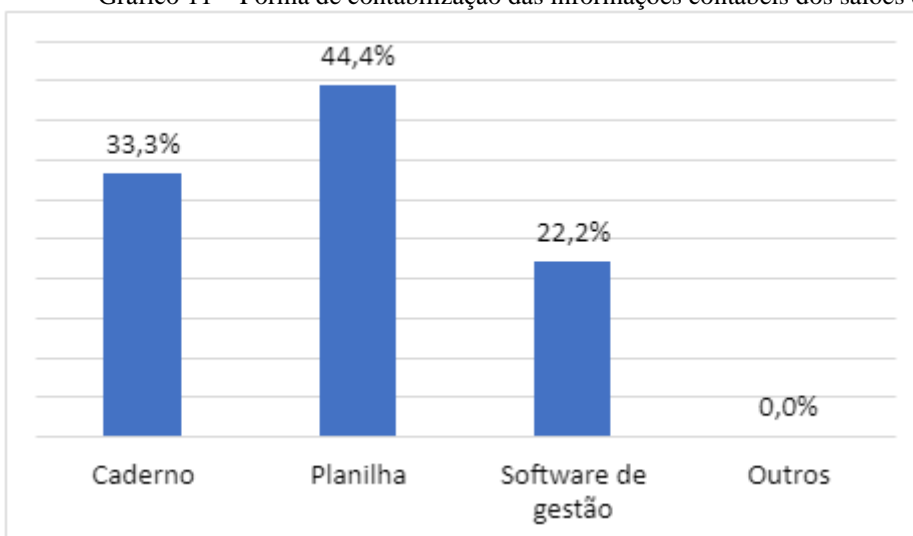
Gráfico 10 – O empreendedor registra as informações da empresa?



Fonte: Elaborada pelo autor.

Dentre os salões de beleza, os 34,6%, que afirmaram fazer o registro das informações contábeis dos estabelecimentos, foi perguntado qual era a forma que o empreendedor contabilizava estas informações. Como observado no gráfico 11, 44,4% responderam registrar essas informações em uma planilha, 33,3% afirmaram fazer estes registros em um caderno, enquanto 22,2% responderam que realizavam o registro destas informações em um *software* de gestão. Dentre as respostas, nenhum empreendedor respondeu fazer o registro em outro formato dos que foram apresentados anteriormente.

Gráfico 11 – Forma de contabilização das informações contábeis dos salões de beleza



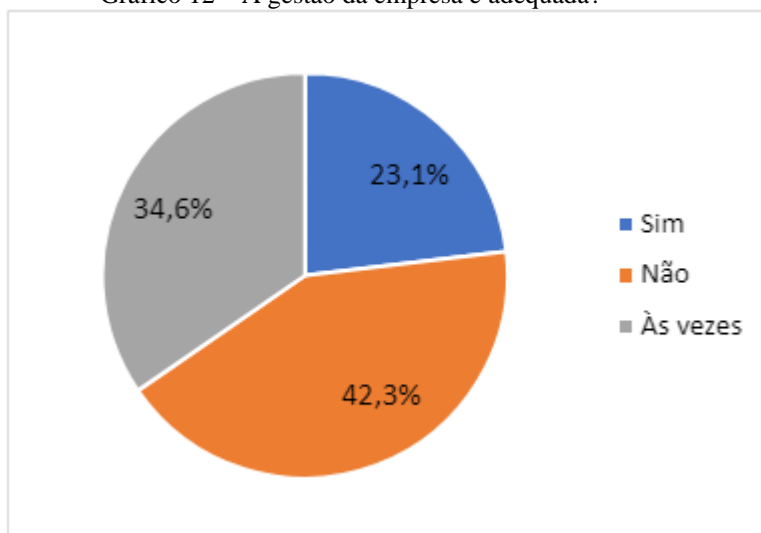
Fonte: Elaborada pelo autor.

A dedicação de formação dos empreendedores de salões de beleza está muito mais direcionada ao caráter técnico do que administrativo, onde os empresários de salão possuem uma formação centrada em cursos técnicos, cursos em instituições do setor da beleza e outros cursos livres de tema da beleza. Os investimentos em novas preparações também priorizam este aspecto. Assim, sendo raros os casos daqueles que realmente dedicam-se à gestão ou administração do negócio, ou seja, empreendedores não são engajados na gestão de seus negócios (SEBRAE SP, 2016).

Empresários de salão e de centros de estética analisam o resultado de uma forma muito amadora. Se suas finanças pessoais estiverem em ordem, se der para viajar ou não entrar no cheque especial, é sinal de que o negócio está indo bem. Existem várias declarações de mistura de gastos pessoais e da empresa no mesmo pacote (SEBRAE SP, 2016).

Diante disto, na décima sexta questão foi perguntada se os empreendedores achavam a gestão da empresa adequada, conforme exposto no gráfico 12, 42,3% não acreditavam que a gestão que realizavam nos salões era adequada ou eficiente, 34,6% disseram que às vezes era adequada, e 23,1% responderam que a atual gestão realizada na empresa era adequada e satisfatória.

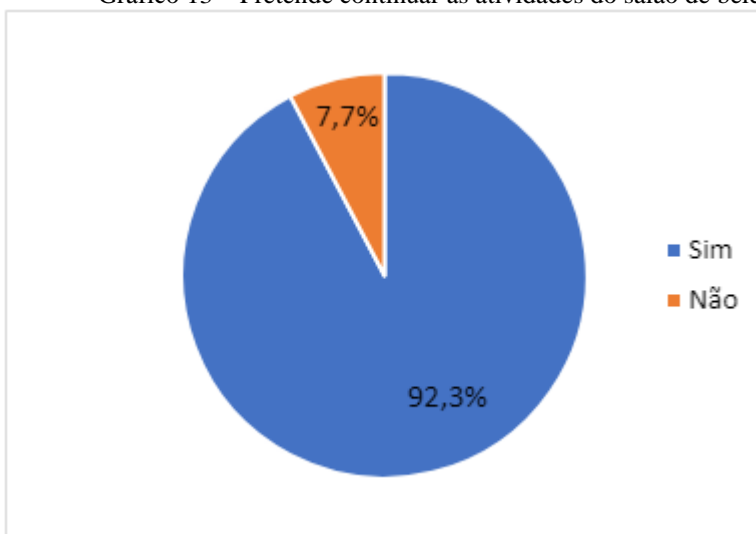
Gráfico 12 – A gestão da empresa é adequada?



Fonte: Elaborada pelo autor.

Foi perguntado aos entrevistados se eles pretendiam continuar as atividades que exerciam em seus salões de beleza, e se tinham a intenção de manter os estabelecimentos por mais anos, e conforme exposto no gráfico 13, 92,3% afirmaram que pretendem continuar com as atividades e os salões de beleza por muitos anos, apenas 7,7% responderam que não pretendiam exercer as atividades ou manter o salão aberto por mais tempo.

Gráfico 13 – Pretende continuar as atividades do salão de beleza por muitos anos?



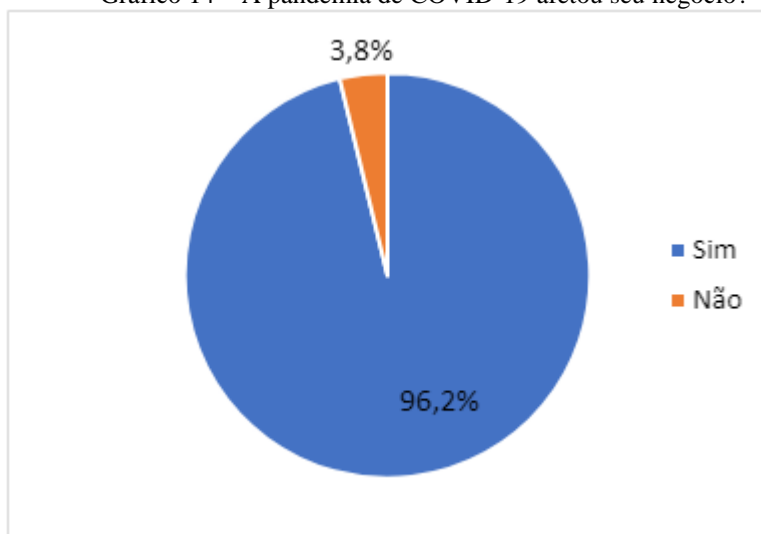
Fonte: Elaborada pelo autor.

4.1.4. Impacto da pandemia de COVID-19 nas empresas

Como referido na revisão da literatura, os salões de beleza foi um dos segmentos do mercado que mais sofreu durante o período da pandemia, principalmente no início dela. De acordo com decretos que foram instituídos para conter a pandemia, as atividades de salão de beleza eram listadas como não essenciais, assim sendo obrigadas a não abrirem os estabelecimentos durante o período determinado, com o objetivo de conter aglomerações e circulação de pessoas. No Distrito Federal, estas atividades foram suspensas por, ao menos, 15 dias.

Diante deste contexto, foi perguntado aos empreendedores dos salões de beleza visitados, se a pandemia tinha afetado seus negócios. A maior parte, 96,20%, responderam que seus negócios tinham sido afetados e 3,8% disseram que a pandemia não tinha afetado seus empreendimentos, como retratado no gráfico 14.

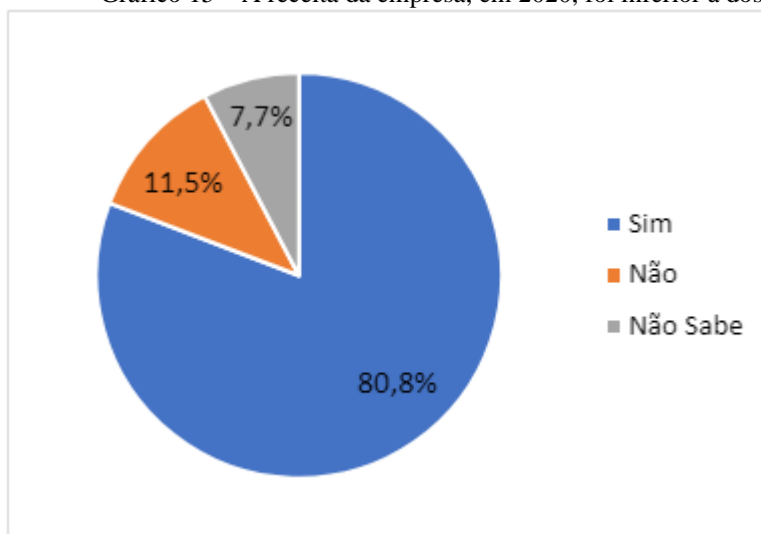
Gráfico 14 – A pandemia de COVID-19 afetou seu negócio?



Fonte: Elaborada pelo autor.

Após os fins dos decretos, que restringiu a abertura das atividades não essenciais, e a reabertura do comércio, foi questionado aos empreendedores se eles sentiram diferença nas receitas que obtiveram no ano de 2020 em relação aos anos posteriores ao da pandemia em seus salões. No gráfico 15, mostra que 80,8% afirmaram que as receitas dos serviços prestados em 2020 foram inferiores ao período anterior a pandemia, 11,5% responderam que não sentiram diferença nas receitas do salão no período da pandemia em relação há anos anteriores, e 7,7% disseram não saber se houve uma diferença. No caso dos empreendedores que disseram não saber se havia uma diferença na receita na época da pandemia com o de outros anos, foi questionado o porquê, sendo relatado que estes empreendedores abriram seus negócios alguns meses antes do cenário causado pela COVID-19.

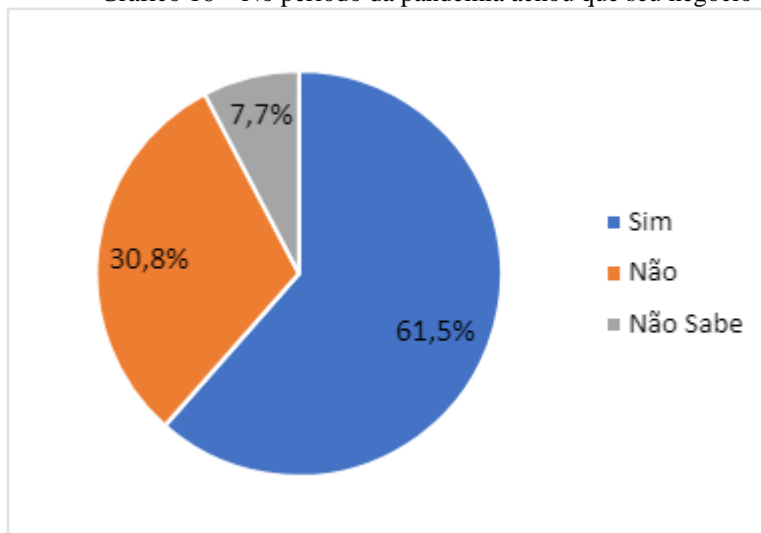
Gráfico 15 – A receita da empresa, em 2020, foi inferior à dos anos anteriores?



Fonte: Elaborada pelo autor.

Na décima sétima questão foi perguntada se o empreendedor sentiu que o seu negócio estava em risco no período da pandemia, conforme o gráfico 16, 61,5% responderam que sim, que achavam que seus salões de beleza poderiam estar em risco de fechamento, pois a diminuição das receitas foi significativa. Já 30,8% disseram não achar que seus negócios estavam em risco, pois sabiam que iriam recuperar-se dessa crise. E 7,7% não sabiam se seus estabelecimentos estavam, de fato, em risco.

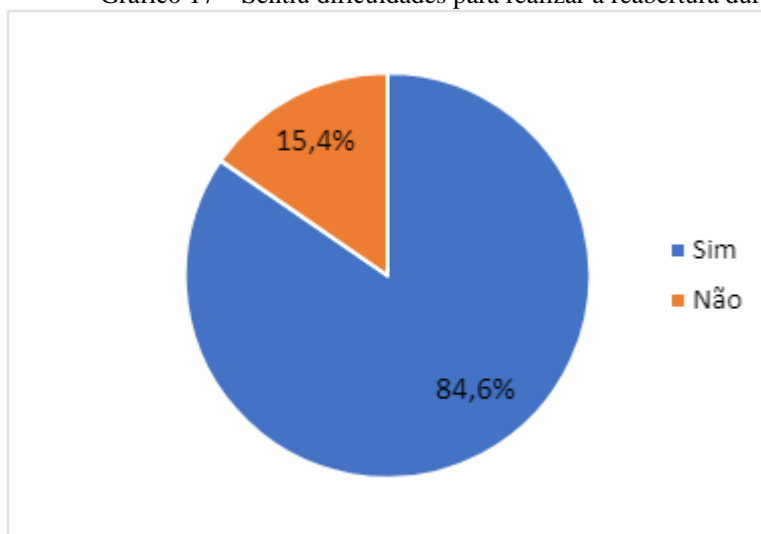
Gráfico 16 – No período da pandemia achou que seu negócio estava em risco?



Fonte: Elaborada pelo autor.

No gráfico 17 é apresentada a questão em relação à abertura dos salões de beleza durante o período da pandemia, onde foi perguntado se houve dificuldades para realizar a reabertura dos estabelecimentos. Pois, de acordo com novos decretos e recomendações do Ministério da Saúde, a reabertura do comércio deveria ser realizada de forma segura, preservando o distanciamento social, uso de máscaras, limite de pessoas em determinados espaços, uso de EPI (Equipamento de Proteção Individual), disponibilização de álcool em gel, medição de temperatura, entre outros. Das respostas obtidas, 84,6% disseram que sentiram dificuldades no momento da reabertura, pois tinham que adaptar-se às novas normas impostas, além de precisarem investir para essa adaptação, como a compra de equipamentos, produtos de desinfecção, etc. E 15,4% responderam que não sentiram dificuldades para realizar a abertura de seus negócios.

Gráfico 17 – Sentiu dificuldades para realizar a reabertura durante o período da pandemia?



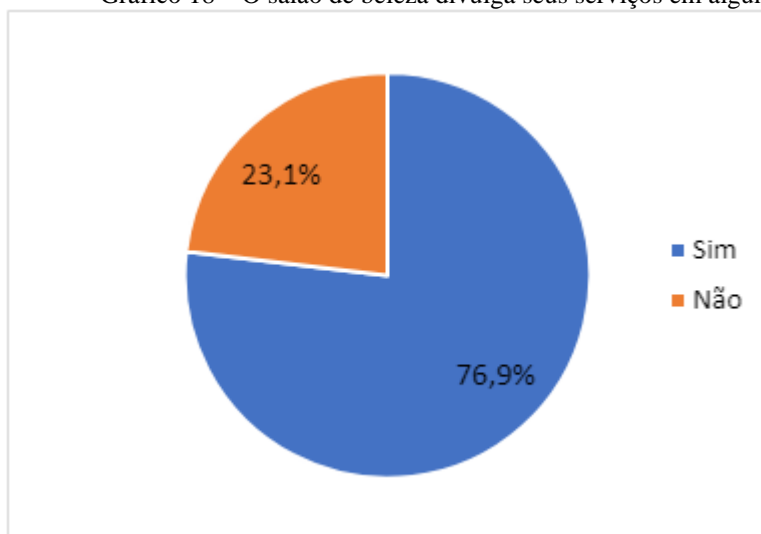
Fonte: Elaborada pelo autor.

A décima nona pergunta questionava se os empreendedores sentiram diferença nos negócios ao abrirem em 2020, todos os 26 respondentes afirmaram que mesmo após a reabertura, a quantidade de serviços realizados nos salões de beleza foi muito inferior comparado aos dos anos anteriores, o número de clientes havia diminuído, impactando em seus faturamentos.

Segundo a pesquisa da Associação Brasileira de Salões de Beleza (ABSB, 2020), 82% dos salões de beleza tiveram queda no seu faturamento, e dos que buscaram empréstimo bancário, mais da metade destes tiveram o mesmo negado. E 64% dos salões já esperavam ter um faturamento no final do ano de 2020 inferior ao de 2019.

Na última questão do questionário foi perguntado se o salão de beleza divulgava seus serviços em alguma rede social, 76,9% afirmaram que faziam este tipo de propaganda, pois atraía mais clientes aos seus estabelecimentos, e 23,1% não realizavam a divulgação de seus trabalhos em nenhuma rede social, conforme demonstrado no gráfico 18.

Gráfico 18 – O salão de beleza divulga seus serviços em alguma rede social?



Fonte: Elaborada pelo autor.

4.2. Análise do questionário realizado com o sindicato de salões de beleza do DF

O Sindicato dos Salões Barbeiros Cabeleireiros e Institutos de Beleza do Distrito Federal, o SIMBELEZA, é a entidade sindical que atualmente está em exercício no DF. Como qualquer sindicato, seu papel é defender os interesses dos empregados que exercem as atividades ligadas aos salões de beleza. Em meio a isso, foi preparado um questionário (apêndice 1) a ser assimilado acerca do sindicato e sua percepção a respeito dos salões de beleza.

A primeira questão perguntava qual era a percepção do sindicato quanto a quantidade de salões de beleza que são formalizados em relação ao total de salões que operam em todo o Distrito Federal, segundo o membro da equipe do sindicato os salões de beleza, o número dos formalizados são altos, porém ainda há uma significativa quantidade destes estabelecimentos que não são formalizados, fato pode ser devido a pouca fiscalização presente no estado.

Foi questionado quanto ao número de salões vinculados ao sindicato, se essa quantidade era alta, e conforme relato por eles, a quantidade de salões de beleza vinculados ao sindicato é mínima, principalmente, comparado com o número de salões que existem no DF.

O motivo que o SIMBELEZA acredita que este número, de associados, é baixo pode ser devido ao fato de não ser um vínculo obrigatório, no qual muitos empreendedores de salões de beleza não sentem necessidade de se associarem, também pela existência de benefícios que são existentes no sindicato serem disponibilizados para os empreendedores sem este vínculo, como a Lei do Salão Parceiro. Porém existem benefícios oferecidos apenas pelo sindicato, como as convenções coletivas, que são de interesse aos trabalhadores com vínculo empregatício por carteira assinada, a possibilidade de participação do sistema S, que

oferece vantagens aos profissionais em instituições do governo, como SESC, SEBRAE, entre outros.

A outra questão estava relacionada a que tipo de empresa era a maioria dos salões de beleza que estavam associados ao sindicato, foi respondido que a maior parte dos salões de beleza associados ao sindicato são enquadrados como Empresas de Pequeno Porte (EPP).

A quinta pergunta questionava se o SIMBELEZA cobrava algum tipo de taxa ou contribuição do salão de beleza ou funcionário associado a ele, e foi respondido que sim, pois é a única entrada de receita que existe para manter o sindicato e, conseqüentemente, a equipe que trabalha nele.

Em relação à quantidade de salões de beleza que saem ou deixam o sindicato, foi respondido que é muito baixo, pois os salões associados possuem interesse nos serviços que são oferecidos. O SIMBELEZA também busca uma maior fidelização com seus associados, tentando contribuir cada vez mais com eles. Já aqueles que deixavam o sindicato ocorriam, principalmente, pelo fechamento destas empresas, uma vez que, como referido antes, os salões que saem da associação são poucos.

A oitava questão do questionário perguntava qual a percepção do sindicato quanto à quantidade de abertura de salões de beleza da região em relação à capacidade da existência de clientes, e segundo o membro da equipe do sindicato, é alta, visto que a quantidade de salões de beleza em relação a quantidade de clientes existentes é proporcional, apesar de ser um ramo com muitos estabelecimentos e concorrência, possui uma boa demanda de procura por estes serviços. Apesar de o DF possuir mais de 21 mil salões de beleza, ainda existe a falta de profissionais que dispõem de serviços qualificados.

A outra questão busca compreender a percepção do SIMBELEZA quanto a quantidade de fechamento de salões de beleza dentro do DF, e segundo o sindicato, estes fechamentos eram altos, sendo cerca de 40%, não podendo traçar um motivo exato, mas a alta concorrência e falta de profissionalização pode ser um dos principais motivos deste efeito.

Também foi perguntado ao SIMBELEZA qual era a percepção quanto à capacidade dos “donos” de salões de beleza em realizar uma gestão financeira adequada de suas empresas, o sindicato respondeu que a capacidade destes empresários em realizar uma gestão adequada era baixa, pois grande parte dos empreendedores dos salões de beleza são aqueles que executam os principais serviços, então eles se especializam em suas profissões, como o de cabeleireiro(a), eles não são bons gestores, muitos não possuem um conhecimento básico de gestão. Buscando melhorar esta realidade, o SIMBELEZA procura auxiliar a forma de

gerir estes negócios, oferecendo cursos ligados à gestão de empresas ou direcionar estes empreendedores ao Sebrae, para serem mais informados a respeito disto.

Outra questão levantada foi sobre se a forma de gestão realizada nos salões de beleza pode estar ligada com o fechamento de alguma dessas empresas, em resposta foi dito que a maioria dos “donos” de salões de beleza investem alto no início de seus negócios, porém com suas poucas habilidades de gestão, não conseguem controlar bem o andamento de suas atividades, eles não possuem um real controle financeiro, então começam a acumular prejuízo levando ao fechamento dos estabelecimentos.

A última questão da entrevista abordava qual a percepção do sindicato em relação ao uso das redes sociais pelos salões de beleza, em resposta foi afirmado que era alto. Segundo o membro da equipe do SIMBELEZA, após a pandemia a divulgação dos serviços em redes sociais aumentou bastante e foi o que manteve a estabilização de muitos negócios.

Ao fim do questionário foi observado que o SIMBELEZA ainda não é uma entidade sindical fortemente estabelecida na região, possui poucos associados, porém aqueles que são, mantem-se íntegros com a associação, já que as ações realizadas, como ações coletivas, são de grande interesse destes salões de beleza. O sindicato mostrou-se estar bem engajado com a atual situação dos salões de beleza do DF, demonstrando preocupação com as empresas deste ramo, pois como relatado, os empreendedores de salões de beleza não são gestores apropriados, lidam com a gestão dos empreendimentos de forma bastante amadora e despreocupada, o que leva o sindicato a buscar maneiras de contornar este contratempo.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O empreendedorismo no Brasil é, atualmente, a medida de escape de muitos brasileiros, em especial aqueles que perderam a oportunidade de entrar no trabalho formal. A abertura de MPEs, realizada por estes indivíduos, garante a eles uma formalização de seus negócios de forma mais simplificada e facilitada. Essa realidade pode ser bem perceptível, como visto ao longo da pesquisa, pois a maioria das empresas existentes no território brasileiro é composta por MEPs, impactando positivamente, gerando empregos e renda a estes cidadãos. O Simples Nacional foi um sistema importante, que trouxe um grande apoio às micro e pequenas empresas, pois o regime simplificado de tributação acarretou benefícios a tais empreendedores, principalmente a simplificação para a arrecadação dos tributos, podendo ser realizada com um único documento.

Um dos contratempos deparados na presente pesquisa está relacionado a gestão deficitária dentro das MPEs. A falta de uso das informações contábeis nestas empresas é muito aparente, impactando no interior delas. É necessário ter um conhecimento básico do que ocorre no próprio empreendimento, contabilidade gerencial é uma ferramenta que fornece tais informações aos gestores, assim melhorando o planejamento, controle e tomada de decisões deles.

As atividades de cabeleireiros, manicure e pedicure, é uma das que mais cresce no país. Os salões de beleza, o foco principal deste trabalho, evidencia que como as outras MPEs, cometem erros similares, como a falta de utilização das informações contábeis dentro dos estabelecimentos, prejudicando a gestão, não sendo eficiente e produzindo um melhor desempenho.

Como outras MPEs, os empreendedores do setor da beleza ficam a cargo da responsabilidade de executar os serviços da empresa e também geri-la. Grande parte destes profissionais focam mais em suas áreas de profissionalização e quase não se dedicam a gestão de seus negócios, realizando-as de forma amadora e fugaz.

Mesmo as atividades de cabeleireiros e outras de atividades de tratamento de beleza serem extensas e abarcarem todos os estados brasileiros, foi percebido que a quantidade de entidades sindicais que representam este setor ainda é muito pequena e poucos profissionais da beleza são associados a elas.

O ano de 2020 foi marcante para o setor econômico de diversos países. No Brasil não se apresentou diferente, o comércio não essencial sofreu com as medidas que precisaram ser adotadas para conter a doença, tal cenário mostrou a realidade de diversas MPEs, a maioria não possuía uma medida de segurança financeira para se precaver em imprevistos, mostrou o

quão débil era à gestão destas empresas. Os salões de beleza podem ser vistos como um dos setores que mais sofreram diante dessa crise, pois suas receitas provêm, principalmente, de serviços que são prestados de forma presencial.

Na pesquisa levantada neste estudo, com base nos salões que foram entrevistados na cidade-satélite do DF, Núcleo Bandeirante, todos os estabelecimentos eram formalizados, ou seja, possuíam CNPJ. A maioria dos empreendedores deste ramo são mulheres, similar ao apontado pelo GEM (2020), a faixa etária mais frequente entre estes empreendedores era de 36 a 45 anos e a maioria dos empreendedores possuíam o ensino médio, sendo eles os principais prestadores de serviço do estabelecimento, e que para alcançar a posição profissional, realizaram diversos cursos de profissionalização.

Foi percebido que quase todos os salões que participaram da pesquisa eram MEI, semelhante ao observado nos dados do DataSebrae, que relatava o mesmo. A maioria possui funcionários, que trabalhavam no estabelecimento de forma informal por meio de comissões, e em nenhum deles foi observado a filiação a um sindicato, como o SIMBELEZA.

A maior parte dessas empresas não possuía um contador, pelo fato de serem MEIs, que não são obrigadas a terem um. Muitos destes empreendedores ainda não fazem uma contabilização, um registro, dos eventos que ocorrem dentro da empresa, porém aqueles que faziam este exercício realizavam frequentemente em planilhas. A maioria admite que a gestão do salão de beleza não é muito eficiente.

O impacto do COVID-19 nos salões de beleza visitados foi semelhante ao percebido que ocorreu em todo o território nacional, a pandemia realmente afetou bastante este ramo. A queda da receita foi um dos maiores problemas alegados pelos salões visitados, trazendo risco à continuidade do empreendimento. Após a reabertura, os estabelecimentos precisaram se adaptar à nova realidade, e todos afirmaram que a quantidade de serviços demandados diminuiu substancialmente, comparada com anos anteriores. Neste cenário de pandemia, o volume de salões de beleza e profissionais da beleza, que começaram a divulgar seus trabalhos e fazer publicidade em redes sociais, cresceu bastante. Pode-se destacar que o *Instagram* foi a ferramenta mais forte e aliada a estes indivíduos, já que hoje esta rede é dita como uma rede de negócios, não mais como uma rede social de compartilhamento de fotos pessoais.

Na outra parte da pesquisa, levantada junto ao sindicato atuante no DF, o SIMBELEZA, foi analisada sua percepção em relação aos salões de beleza da região. A quantidade de salões que hoje estão vinculados ao SIMBELEZA é muito baixa, principalmente comparado com o número de salões existentes no DF, que são mais de 21 mil.

E dentre os salões associados, a maior parte deles eram EPPs. As receitas do SIMBELEZA são obtidas apenas por meio das taxas e contribuições que os salões associados pagam a eles. São poucos os casos de salões que deixam o sindicato, e quando ocorre se dá devido ao fechamento deles.

Na visão do sindicato a concorrência e a falta de profissionalização podem ser alguns dos motivos para o fechamento dos salões de beleza no estado. O SIMBELEZA afirma que a capacidade de gestão dos proprietários de salões de beleza é muito baixa, pois como referido antes, eles são voltados às suas profissões, como o de cabeleireiro(a), e essa pouca habilidade de gestão acaba pesando no controle da empresa, levando ao acúmulo de prejuízos e possivelmente o fechamento dos estabelecimentos. Em relação à percepção do sindicato sobre a divulgação dos salões e funcionários dos seus serviços em redes sociais, o SIMBELEZA enfatizou que esta atividade aumentou, trazendo mais estabilização em muitos negócios, atraindo e incentivando mais clientes.

Ao fim da pesquisa percebe-se que mesmo diante de ocorrências, imprevistos e outros acontecimentos, o ramo de salões de beleza ainda se mantém em crescimento e recuperação, mesmo sendo uma atividade classificada como não essencial, pode ser vista como uma atividade de extensa importância, pois deixou de ser um serviço de “luxo” e tornou-se um serviço de bem-estar para muitos cidadãos. É perceptível que a tecnologia vem estimulando o setor, as redes sociais nunca estiveram tão lotadas com variedades e novidades ligadas à área da beleza.

Em suma, o objetivo desta pesquisa foi compreender o uso das informações contábeis nas micro e pequenas empresas de salões de beleza, localizadas no Núcleo Bandeirante, e a aplicação destas informações na gestão financeira delas. Conclui-se que o uso das informações contábeis nestas empresas é muito escasso, a contabilização de informações básicas, como receitas e despesas não são realizadas de maneira efetiva por muitos destes empreendedores que foram entrevistados, o que tende a levar o estabelecimento a ter uma gestão insatisfatória, como ressaltado pelo SIMBELEZA, os empreendedores de salões de beleza não são bons gestores. Tal fato foi bem observado na situação que decorreu durante a pandemia, no qual muitos empreendedores relataram sentir que seus negócios estavam em risco, pois não tinham uma segurança financeira, ou seja, não tinham uma reserva monetária para lidar com os imprevistos que ocorreram, enfatizando a gestão insatisfatória, onde não houve um ideal planejamento, controle e efetiva tomada de decisões, resultando em uma elaboração e aplicação inábil das informações contábeis nos salões.

Portanto, sugere-se que para novas pesquisas seja analisada a recuperação das atividades de cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza, após a estabilização da pandemia e se houve mudanças na forma de gestão dos salões de beleza depois dos problemas enfrentados, gerados pelo cenário de COVID-19.

REFERÊNCIAS

ABIHPEC - Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos. Publicações. Panorama do Setor de HPPC. Panorama do Setor - Atualização agosto 2021. Disponível em: <<https://abihpec.org.br/institucional/comunicacao-e-marketing-2/publicacoes/>>. Acesso em 23 de setembro de 2021.

ABSB - Associação Brasileira de Salões de Beleza. Relatório Anual 2020. 2020. Disponível em: <<http://www.saloesbrasil.com.br/site/relatorio-anual-2020/>>. Acesso em 12 de outubro de 2021.

ASSUNÇÃO, A.G.; QUEIROZ, F.A.; COSTA, R.A.T. As variáveis necessidade e oportunidade e as suas influências na abertura de micro e pequenas empresas: um estudo de campo no centro comercial de Macapá-Ap. Saber Humano, ISSN 2446-6298, V. 7, n. 10, p. 126-143, jul./dez. 2017.

BRASIL. Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006. Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte e dá outras Providências. Diário Oficial da União, Brasília, DF. 15. dez. 2006.

BRASIL. Lei nº 12.592, de 18 de janeiro de 2012. Dispõe sobre o exercício das atividades profissionais de Cabeleireiro, Barbeiro, Esteticista, Manicure, Pedicure, Depilador e Maquiador. Diário Oficial da União, Brasília, DF. 19 jan. 2012.

BRASIL. Lei nº 13.352, de 27 de outubro de 2016. Altera a Lei no 12.592, de 18 de janeiro de 2012. Diário Oficial da União, Brasília, DF. 28 out. 2016.

BRASIL. Lei nº 14.195, de 26 de agosto de 2021. Institui o Código Civil. Diário Oficial da União: Edição 163, Seção 1, Pg. 4, Brasília, DF. 27 ago. 2021.

BORGES, L.F.M.; LEAL, E.A. Contabilidade Gerencial: a Utilização das Informações Contábeis Gerenciais Pelos Gestores das Micro e Pequenas Empresas. IX SEGeT - Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia. Rio de Janeiro. 2012.

BORGO, E.M.S. Qualificação profissional no setor de beleza: estudo de caso de uma escola de cabeleireiros. Dissertação (Mestrado Profissional em Gestão Social, Educação e Desenvolvimento Regional) – Faculdade Vale do Cricaré, São Mateus - ES, 2015.

CONHEÇA a RA. Administração Regional do Núcleo Bandeirante. 2020. Disponível em: <<https://www.bandeirante.df.gov.br/category/sobre-a-ra/conheca-a-ra/>>. Acesso em 09 de outubro de 2021.

DATASEBRAE. Painéis. Total de empresas. Empregados. Disponível em: <<https://datasebraeindicadores.sebrae.com.br/resources/sites/data-sebrae/data-sebrae.html#/Empregados>>. Acesso em 23 de setembro de 2021.

DATASEBRAE. Painéis. Total de empresas. Empresas. Disponível em: <<https://datasebraeindicadores.sebrae.com.br/resources/sites/data-sebrae/data-sebrae.html#/Empresas>>. Acesso em 23 de setembro de 2021.

DIAS, B.F.; BARBOZA, L.G.S.; BERTOLINI, G.R.F.; VESCO, D.G.D. Intervenção aplicada a um salão de beleza para adequação dos aspectos financeiros. *International Journal of Professional Business Review (JBReview)*. São Paulo. V.1 N.2. pp.76-90. Jul/Dez, 2016.

DIEESE. Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos. Nota técnica: a importância da organização sindical dos trabalhadores. Número 177 (atualização da NT nº 151/2015). Abril de 2017.

DUMER, M.C.R. Importância e utilização da contabilidade de custos nas micro e pequenas empresas: uma análise comparativa com outras ferramentas contábeis pela matriz de Slack. *Revista de Gestão e Contabilidade da UFPI - GeCont*. v.5, n.2. Floriano-PI. 2018.

FREY, I.A.; FREY, M.R. O uso de informações contábeis na pequena empresa. *Revista Pensar Contábil*. Rio de Janeiro. 2003.

GARRISON, Ray H. Contabilidade Gerencial [recurso eletrônico] / Ray H. Garrison, Eric W. Noreen, Peter C. Brewer; tradução: Christiane de Brito; revisão técnica: Luciane Reginato. 14. ed. Dados eletrônicos. Porto Alegre: AMGH. 2013.

GEM - Global Entrepreneurship Monitor. Empreendedorismo no Brasil: Relatório Executivo. Brasília. 2020.

GEM - Global Entrepreneurship Monitor Empreendedorismo no Brasil: 2019. Coordenação de Simara, Maria de Souza Silveira Greco; diversos autores. IBQP. Curitiba. 2020.

GIL, A.C. Como Elaborar Projetos de Pesquisa. 6ª edição. Grupo GEN: Atlas. São Paulo. 2017.

HORNGREN, C.T.; SUNDEM G.L.; STRATTON, W.O. Contabilidade Gerencial. Traduzido para o português por Elias Pereira. 12ª ed. Editora Pearson: Prentice Hall. São Paulo. 2004.

MARION, J.C.; RIBEIRO, O.M. Introdução à contabilidade gerencial. 3ª ed. Editora Saraiva. São Paulo. 2017. 9788547220891.

MINISTÉRIO DA ECONOMIA. Governo Digital. Empresas & Negócios. Mapa de Empresas. Painel mapa de empresas. 2021. Disponível em: <<https://www.gov.br/governodigital/pt-br/mapa-de-empresas/painel-mapa-de-empresas>>. Acesso em 10 de setembro de 2021.

MINISTÉRIO DA ECONOMIA. Governo Digital. Empresas & Negócios. Mapa de Empresas. Boletim do Mapa de Empresas. Disponível em: <<https://www.gov.br/governodigital/pt-br/mapa-de-empresas/>>. Acesso em 22 de setembro de 2021.

MOREIRA, R.L.; ENCARNAÇÃO, L.V.; BISPO, O.N.A.; ANGOTTI, M.; COLAUTO, R.D. A importância da informação contábil no processo de tomada de decisão nas micro e pequenas empresas. Revista Contemporânea de Contabilidade. ISSN 2175-8069. v.10, n.19, p.119-140. UFSC, Florianópolis. 2013.

NEVES, J.L. Pesquisa qualitativa - características, usos e possibilidades. Caderno de Pesquisas em Administração, v.1, nº 3, 2º sem. São Paulo. 1996.

O PROMISSOR mercado de salões de beleza do Brasil. BuyCo. 2020. Disponível em: <<https://buyco.com.br/mercado-de-saloes-de-beleza/>>. Acesso em 02 de agosto de 2021.

Oxford Languages and Google. OXFORD LANGUAGES. 2021. Disponível em: <<https://languages.oup.com/google-dictionary-pt/>>. Acesso em 24 de agosto de 2021.

PADOVEZE, C. L. Contabilidade gerencial: um enfoque em sistema de informação contábil, 7ª edição. Editora Atlas S.A.: Grupo GEN. São Paulo. 2010. 9788522486960.

PREMEBIDA, E. A. E-commerce em 2020, um cenário de oportunidades em meio a pandemia. *Research, Society and Development*, v. 10, n. 2, e59210212984. 2021. <http://dx.doi.org/10.33448/rsd-v10i2.12984>.

RODRIGUES, A. Salão - parceiro e o profissional - parceiro. O que a legislação diz sobre isso? Jusbrasil. 2016. Disponível em: <<https://alexandre1rm2.jusbrasil.com.br/noticias/436513762/salao-parceiro-e-o-profissional-parceiro-o-que-a-legislacao-diz-sobre-isso>>. Acesso em 12 de outubro de 2021.

SALÁRIO de cabeleireiro 2021 - Reajuste salarial atual. DISSÍDIO.COM.BR - Dissídios, Salários 2021, Convenções e Acordos Coletivos. 2021. Disponível em: <<https://dissidio.com.br/salario/cabeleireiro/>>. Acesso em 18 de agosto de 2021.

SEBRAE. Anuário do trabalho nos pequenos negócios: 2016. 9.ed / Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas; Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos [responsável pela elaboração da pesquisa, dos textos, tabelas, gráficos e mapas]. São Paulo-SP: DIEESE, 2018.

SEBRAE. Confira as diferenças entre Microempresa, Pequena Empresa e MEI. Leis / Lei geral das micro e pequenas empresas. (2021a). Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-as-diferencas-entre-microempresa-pequena-empresa-e-mei,03f5438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>>. Acesso em 28 de julho de 2021.

SEBRAE. MEI: Você sabe o que é a lei salão parceiro? - Como aderir a lei salão parceiro? Publicado em 03/09/2021. Atualizado em 03/09/2021. (2021b). Disponível em: <<https://www.sebraeatende.com.br/artigo/mei-voce-sabe-o-que-e-lei-salao-parceiro>>. Acesso em 12 de outubro de 2021.

SEBRAE. Participação das micro e pequenas empresas na economia brasileira. Relatório Brasil. Brasília. 2014.

SEBRAE. Pequenos negócios em segmentos mais vulneráveis à crise do coronavírus. Disponível em: <<https://paineis-lai.sebrae.com.br/single/?appid=f9c6ba40-ae97-4aee-804e-2eff863f4a6f&sheet=ce0f6f6d-5f3f-45e1-a4bd-31363554586b&opt=currsel&select=clearall>>. Acesso em 18 de Agosto de 2021.

SEBRAE SP. Pesquisa Setor/Segmento Beleza & Estética - Relatório Qualitativo + Quantitativo. Pesquisa Setor/Segmento Beleza & Estética 2015. São Paulo. 2016. Disponível em: <<https://bis.sebrae.com.br/bis/conteudoPublicacao.zhtml?id=7744>>. Acesso em 28 de setembro de 2021.

SEBRAE. Tudo o que você precisa saber sobre Eireli. Atualizado em 13/09/2019. Disponível em: <<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/entenda-o-que-e-uma-eireli,4fe2be300704e410VgnVCM1000003b74010aRCRD>>. Acesso em 08 de outubro de 2021.

SILVA, D.F. Gestão financeira em salões de beleza no município de Cacoal/RO. TCC (Graduação em Administração) - Departamento Acadêmico do Curso de Administração. Fundação Universidade Federal de Rondônia - UNIR. Cacoal/RO. 2019.

SILVA, D.J.C.; MIRANDA, L.C.; FREIRE, D.R.; ANJOS, L.C.M. Para que serve a informação contábil nas micro e pequenas empresas? Revista Contemporânea de Contabilidade. v.1, nº13, p. 89-106. ISSN 1807-1821. UFSC, Florianópolis. Jan./Jun., 2010.

SIMPLES NACIONAL. Perguntas e Respostas - Simples Nacional. Secretaria-Executiva do Comitê Gestor do Simples Nacional. Atualizado em 22 de fevereiro de 2021. (2021a). Disponível em: <<http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/Arquivos/manual/PerguntaoSN.pdf>>. Acesso em 06 de outubro de 2021.

SIMPLES NACIONAL. Perguntas e Respostas - Prorrogações do Simples Nacional e do MEI em razão da pandemia de Covid-19 (Resoluções CGSN nº 153, 154 e 155, de 2020; nº 157, 158 e 159, de 2021). Secretaria-Executiva do Comitê Gestor do Simples Nacional. Atualizado em 1º de julho de 2021. (2021b). Disponível em: <http://www8.receita.fazenda.gov.br/SimplesNacional/Arquivos/manual/Perguntao_Covid.pdf>. Acesso em 13 de outubro de 2021.

WEBER, Mariana. BRASIL é o quarto maior mercado de beleza e cuidados pessoais do mundo. FORBES BRASIL. 2020. Disponível em: <<https://forbes.com.br/principal/2020/07/brasil-e-o-quarto-maior-mercado-de-beleza-e-cuidados-pessoais-do-mundo/>>. Acesso em 10 de agosto de 2021.

APÊNDICE 1 – QUESTIONÁRIOS UTILIZADO NA PESQUISA

QUESTIONÁRIO 1

Universidade de Brasília (UnB), Departamento de Ciências Contábeis e Atuariais (CCA), Campus Universitário Darcy Ribeiro, Prédio da FACE, CEP: 70910-900, e-mail de contato: dcca@unb.br, telefones: (61)3107-0795 / (61) 3107-0796 / (61) 3107-0797 / (61) 3107-0798.

Questionário elaborado pela discente Maria Clara de Almeida Prates, e-mail de contato: claraalmeida97@hotmail.com, telefone (61) 99661-3218, para realização do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em Ciências Contábeis, tendo como tema “Análise acerca do uso das informações contábeis nas micro e pequenas empresas de salões de beleza do Núcleo Bandeirante”. Sobre Orientação do Prof. Dr. José Marilson Martins Dantas, e-mail de contato: marilsondantas@gmail.com, telefone (61) 99179-4990.

Questionário relacionado à forma de gestão dos salões de beleza. O presente questionário busca compreender como as empresas de salões de beleza, localizadas no Núcleo Bandeirante, realizam a gestão de seus empreendimentos, com o objetivo de entender se há um uso das informações contábeis em seus negócios, e se isso impacta em suas atividades. Obs.: As informações coletadas não terão identificação das empresas e entrevistados.

-
- | | |
|---|---|
| <p>1) O salão de beleza possui CNPJ, ou seja, é formalizado?</p> <p>() Sim</p> <p>() Não</p> <p>() Prefere não responder</p> | <p>() 26 a 35 anos</p> <p>() 36 a 45 anos</p> <p>() mais de 45 anos</p> <p>() Prefere não responder</p> |
| <p>2) O salão de beleza possui sócios?</p> <p>() Sim</p> <p>() Não</p> <p>() Prefere não responder</p> | <p>6) Escolaridade do(s) empreendedor(es):</p> <p>() Fundamental incompleto</p> <p>() Fundamental completo</p> <p>() Médio completo</p> <p>() Superior ou maior</p> <p>() Prefere não responder</p> |
| <p>3) O salão de beleza é enquadrado em:</p> <p>() Microempreendedor Individual - MEI</p> <p>() Microempresa - ME</p> <p>() Empresa de Pequeno Porte - EPP</p> <p>() Outros: _____</p> | <p>7) O(s) empreendedor(es) do salão de beleza é(são) o(s) principal(ais) prestador(es) do serviço?</p> <p>() Sim</p> <p>() Não</p> <p>() Prefere não responder</p> |
| <p>4) Gênero do(s) empreendedor(es):</p> <p>() Feminino</p> <p>() Masculino</p> <p>() Prefere não responder</p> | <p>8) O(s) empreendedor(es) realizou(am) cursos de profissionalização (para os serviços do salão)?</p> <p>() Sim</p> |
| <p>5) Idade do(s) empreendedor(es):</p> <p>() 18 a 25 anos</p> | |

- () Não
() Prefere não responder
- 9) O salão de beleza tem funcionários?**
() Sim
() Não
() Prefere não responder
Quantos: _____
- 9.1) Vínculo Empregatício com o(s) funcionário(s):**
() Carteira assinada
() Comissão
() Salão Parceiro
() Outros: _____
() Prefere não responder
- 10) O(s) empreendedor(es) ou funcionário(s) é(são) ligado(s) a algum sindicato?**
() Sim
() Não
() Prefere não responder
- 11) A empresa tem um contador?**
() Sim
() Não
() Prefere não responder
- 12) O(s) empreendedor(es) contabiliza(m) informações da empresa? Como anotação de despesas e receitas ocorridas no mês?**
() Sim
() Não
() Prefere não responder
- 12.1) Como é contabilizado essas informações?**
() Caderno
() Planilha
() Programa de Gestão
() Outros: _____
() Prefere não responder
- 13) Acha que a gestão da empresa é adequada?**
() Sim
() Não
() Às vezes
() Prefere não responder
- 14) Pretende continuar as atividades do salão de beleza por muitos anos?**
() Sim
() Não
() Prefere não responder
- 15) A pandemia de COVID-19 afetou seu negócio?**
() Sim
() Não
() Prefere não responder
- 16) A receita da empresa, em 2020 (período da pandemia), foi inferior à dos anos anteriores?**
() Sim
() Não
() Não Sabe
() Prefere não responder
- 17) Neste período achou que seu negócio estava em risco?**
() Sim
() Não
() Não Sabe
() Prefere não responder
- 18) Sentiu dificuldades para realizar a reabertura durante o período da pandemia?**
() Sim
() Não
() Prefere não responder
- 19) Após a reabertura do comércio, durante a pandemia, sentiu diferença nos negócios com relação à volta do faturamento em relação a 2020?**
() Sim
() Não
() Não Sabe
() Prefere não responder
- 20) O salão de beleza divulga, faz propaganda, dos seus serviços em alguma rede social?**
() Sim
() Não
() Prefere não responder

QUESTIONÁRIO 2

Universidade de Brasília (UnB), Departamento de Ciências Contábeis e Atuariais (CCA), Campus Universitário Darcy Ribeiro, Prédio da FACE, CEP: 70910-900, e-mail de contato: dcca@unb.br, telefones: (61)3107-0795 / (61) 3107-0796 / (61) 3107-0797 / (61) 3107-0798.

Questionário elaborado pela discente Maria Clara de Almeida Prates, e-mail de contato: claraalmeida97@hotmail.com, telefone (61) 99661-3218, para realização do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) em Ciências Contábeis, tendo como tema “Análise acerca do uso das informações contábeis nas micro e pequenas empresas de salões de beleza do Núcleo Bandeirante”. Sobre Orientação do Prof. Dr. José Marilson Martins Dantas, e-mail de contato: marilsondantas@gmail.com, telefone (61) 99179-4990.

Questionário relacionado à percepção das entidades sindicais de salões de beleza. O questionário a seguir busca compreender a percepção do sindicato SIMBELEZA (Sindicato dos Salões, Institutos e Centros de Beleza, Estética do Distrito Federal), situado no Distrito Federal, em relação aos salões que são filiados e a visão dessa entidade sindical sobre estes estabelecimentos e seus comportamentos.

Obs.: Após contato, via telefone, um membro da equipe do sindicato se disponibilizou a contribuir com o presente questionário. Também será disponibilizada uma cópia, enviada via e-mail, deste questionário para a SIMBELEZA, para conhecimento.

1) O sindicato acha que a quantidade de salões de beleza formalizados em relação à percepção do total de salões que operam no Distrito Federal é:

- () Alta
 () Média
 () Baixa
 () Não Sabe
 () Prefere não responder

Obs.:

2) A quantidade de salões de beleza vinculados ao sindicato é alta?

- () Sim
 () Não
 () Não Sabe
 () Prefere não responder

Obs.:

3) Na opinião do sindicato, por qual motivo alguns salões de beleza não se filiam ao sindicato?

- () Financeiro
 () Falta de interesse
 () Outros: _____

4) A maioria dos salões vinculados são enquadrados em MEI, ME ou EPP?

- () MEI
 () ME
 () EPP
 () Não sabe

5) Existe alguma taxa/contribuição sindical para se filiar ao sindicato?

- () Sim
 () Não
 () Prefere não responder
 () Outros

Obs.:

6) A quantidade de salões que saem/deixam o sindicato é:

- Alta
 Média
 Baixa
 Não Sabe
 Prefere não responder

Obs.:

7) Qual a justificativa do motivo de desligamento para com o sindicato, alegado pelas empresas?

- Fechamento do salão de beleza
 Desinteresse com as ações e acordos coletivos do sindicato
 Não Justificou
 Prefere não responder
 Outros:

Obs.:

8) Qual a percepção do sindicato quanto à quantidade de abertura de salões de beleza da região em relação à capacidade da existência de clientes na região?

- Alta
 Média
 Baixa
 Não sabe
 Prefere não responder

Obs.:

9) Qual a percepção do sindicato quanto à quantidade de fechamento de salões de beleza da região?

- Alta
 Média
 Baixa
 Não sabe

Qual pode ser o motivo do fechamento?

10) Qual a percepção do sindicato quanto à capacidade dos donos dos salões de beleza em fazer uma gestão financeira adequada dos salões?

- Alta
 Média
 Baixa
 Não sabe
 Prefere não responder

Em sua opinião, o que falta para melhorar essa realidade: _____

11) O sindicato acha que a gestão realizada nos salões de beleza pode estar ligada com o fechamento de alguma dessas empresas?

- Sim
 Não
 Não Sabe
 Prefere não responder

Por quê? _____

12) Qual a percepção do sindicato em relação ao uso das redes sociais pelos salões de beleza?

- Alta
 Média
 Baixa
 Não sabe
 Prefere não responder

Obs.: