



REVISTA AMBIENTE CONTÁBIL

<http://www.ccsa.ufrn.br/ojs/index.php/ambiente>

ISSN 2176-9036

Perfil Empreendedor dos Cabeleireiros da Associação Paraibana da Beleza e os Mecanismos Financeiros utilizados na Gestão do Negócio

Entrepreneur Profile of the Association Hairdressers Paraibana Beauty and the Mechanisms used in Financial Management of Business

Autores

Wenner Glaucio Lopes Lucena

Doutorando em Ciências Contábeis - Programa Multiinstitucional e Inter-Regional de Pós-Graduação em Ciências Contábeis UnB/UFPB/UFRN

Professor da Universidade Federal da Paraíba - UFPB

E-mail: wdlucena@yahoo.com.br

Valdineide Santos Araújo

Mestra em Administração – Professora da Universidade Federal da Paraíba – UFPB

E-mail: valdineidearaujo@ig.com.br

Jannielly Krystianne Laurentino dos Santos

Graduada em Ciências Contábeis pela Universidade Federal da Paraíba – UFPB

E-mail: janny_krys@yahoo.com.br

Resumo

O presente artigo objetiva verificar o perfil empreendedor dos cabeleireiros dos salões de beleza integrantes da Associação Paraibana da Beleza que encararam o desafio do próprio negócio, levando em conta o cenário atual da economia e a importância destes no desenvolvimento do nosso país, diagnosticando o que é ser um empreendedor. O estudo analisa quais os Mecanismos financeiros e as linhas de micro crédito utilizadas pelos gestores na administração do negócio. Visando o ser humano como membro de uma sociedade, na qual desenvolve suas atividades a partir de uma formação profissional buscou-se estudar este profissional e suas características empreendedoras. A pesquisa foi de natureza exploratória, com fundamentação teórico-empírica, através da aplicação de questionário aos cabeleireiros da Associação Paraibana da Beleza, que participaram do Curso Controle Contábil e Financeiro. Por meio dos dados coletados constatou-se que a maioria dos cabeleireiros é do sexo feminino, possuem curso de formação profissional para cabeleireiro, iniciaram o negócio porque tinham experiência na área e antes de abrir o empreendimento eram autônomos. A pesquisa deixou claro que o referido curso tem auxiliado na gestão do negócio, na tomada de decisão.

Palavras-chave: Empreendedores. Cabeleireiros. Mecanismos Financeiros.

Abstract

The present article aims to investigate the profile of the entrepreneur in hairdressing salons members of the Association of Beauty Paraibana faced with the challenge of the business, taking into account the current scenario of the economy and their importance in the development of our country, diagnosing what is being an entrepreneur. The study examines what financial mechanisms and micro-credit lines used by managers in business administration. Targeting the human being as a member of a company, which develops its activities from the vocational training aimed to study this work and their entrepreneurial characteristics. The research was exploratory in nature, with theoretical and empirical, through the application of a questionnaire to the hairdressers Paraibana Association of Beauty, which participated in the Financial Accounting and Control Course. Through the data collected it was found that the majority of hairdressers are women, have professional training course for hairdressing, started the business because they had experience in the area and before opening the venture were autonomous. The research made it clear that this course has helped in managing the business in decision making.

Keywords: Entrepreneurs. Hairdressers. Financial Mechanisms.

1 INTRODUÇÃO

O *GEM–Global Entrepreneurship Monitor* – é uma pesquisa internacional liderada pela *London Business School* e o *Babson College* (EUA) cuja proposta é avaliar o empreendedorismo no mundo a partir de indicadores comparáveis. De acordo com o relatório GEM 2005, o Brasil continua entre as nações onde mais se criam negócios. O País registrou uma taxa de empreendedores iniciais de 11,3%, situando-se na sétima colocação entre os participantes do GEM. Entre os países em que essa taxa é maior, estão a Venezuela (25,0%), a Tailândia (20,7%) e a Nova Zelândia (17,6%). Note-se que os dois primeiros são países de renda média e o último, de renda alta.

Segundo Degen (1989, p. 9) “A riqueza de uma nação é medida por sua capacidade de produzir em quantidade suficiente os bens e serviços necessários ao bem estar da população”. O papel desempenhado pelas empresas de pequena dimensão é fundamental para assegurar o desenvolvimento e a estabilidade da economia da maioria dos países. A existência de indivíduos conhecidos como empreendedores é a condição básica para o surgimento de novos empreendimentos. Estes são os agentes responsáveis pelo desencadeamento e condução do processo de criação de unidades produtivas. Diante de tal afirmação acredita-se que a melhor forma de solucionar os problemas sócios - econômicos do Brasil é a atividade empreendedora, através da criatividade dos empreendedores para produzir os bens e serviços.

Clelland, estudioso do comportamento humano (apud DEGEN, 1989, p.10) afirma que as pessoas podem ser divididas em dois grupos: uma minoria que está disposta a trabalhar arduamente para conseguir algo e uma maioria que não se importa tanto assim. Pode-se dizer então que aqueles que decidiram abrir o seu salão de beleza estão inclusos no primeiro grupo. Além das características empreendedoras, o empresário precisa utilizar métodos para que o empreendimento seja bem gerenciado. Para isso, é necessário que os empreendedores busquem este conhecimento através de cursos, palestras, oficinas e etc.

Nesse contexto uma questão que precisa ser investigada é: **Qual o Perfil dos Cabeleireiros da Associação Paraibana da Beleza e os Mecanismos Financeiros Utilizados na Gestão do Negócio?**

Considerando a questão de pesquisa formulada, o presente trabalho tem como objetivo geral: Verificar o perfil empreendedor dos cabeleireiros dos salões de beleza integrantes da Associação Paraibana da Beleza que encararam o desafio do próprio negócio. Os objetivos específicos são os seguintes: pesquisar os fatores que levaram os cabeleireiros da associação a montarem seus salões de beleza; identificar aspectos que os levaram inserir-se nessa área de atuação; diagnosticar quais os Mecanismos financeiros utilizados na gestão do empreendimento e verificar se o curso “Controle Contábil e Financeiro” está auxiliando na gestão da empresa.

2 EMPREENDEDORISMO E EMPREENDEDOR

A palavra *entrepreneur* é francesa e significa “aquele que está entre” ou “intermediário”. Designa uma grande área de abrangência e trata de outros temas além da criação de empresas. De acordo com Dolabela (1999, p.28) “O Empreendedor é um ser social, produto do meio em que vive (época e lugar). Se uma pessoa vive em um ambiente em que ser empreendedor é visto como algo positivo, então terá motivação para criar o próprio negócio”.

Para Hisrich e Peters (2004, p. 29) “empreendedorismo é um processo de criar algo novo e assumir os riscos e as recompensas”. Um empreendedor deve correr risco com seu próprio capital a fim de vender e oferecer produtos e serviços. Empreender envolve iniciar e constituir mudanças na estrutura do negócio e da sociedade. Empreendedorismo é criar e adaptar novas situações para dar continuidade ao empreendimento, é ariscar dentro de um plano, acreditando em que vai ser alcançado.

O processo de iniciar um novo empreendimento está relacionado ao processo de empreender. Um empreendedor deve identificar e analisar uma oportunidade. De acordo com Hisrich e Peters (2004 p. 53) “O processo de empreender têm quatro fases”. A primeira fase é a identificação e avaliação da oportunidade, na segunda fase tem-se o desenvolvimento do plano de negócio, na fase seguinte são determinados os recursos necessários e na última fase é determinada a administração da empresa resultante. Embora essas fases ocorram progressivamente, nenhuma é tratada de forma isolada ou está totalmente completa antes de considerar os fatores de uma fase posterior.

De acordo com Araújo (2004, p. 216) o ser empreendedor é marcado pelo espírito de inovação, está na busca constante de algo essencialmente novo; não se satisfazendo em manter seu negócio, quer inovar sempre. O empreendedor deve estar sempre motivado e com o desejo de fazer novas realizações, novas idéias seguidas sempre de uma ação.

Ser empreendedor é encarar os novos desafios com persistência e assumindo os riscos financeiros, sociais e psíquicos. É enfrentar as dificuldades do novo negócio como uma grande oportunidade de prosperidade profissional buscando novos horizontes.

2.1 EMPREENDEDORISMO NO BRASIL

O empreendedorismo no Brasil começou a ganhar força na década de 1990, com a abertura da economia brasileira. O que ajudou a controlar os preços foi à entrada de produtos importados, ajudando assim o país a crescer, entretanto isso trouxe alguns problemas para alguns setores da economia, já que não conseguiram competir com os importados, como foi o caso dos setores de brinquedos e de confecções, por exemplo. Para que o Brasil pudesse competir com o resto do mundo, ele precisou mudar. Ou seja, as empresas de todos os

tamanhos e setores tiveram que se modernizar para poder competir e voltar a crescer. O que ajudou nesse crescimento foi quando o governo deu início a uma série de reformas, controlando a inflação e ajustando a economia, conseqüentemente em poucos anos o País ganhou estabilidade, planejamento e respeito. Com isso, investidores de outros países voltaram a aplicar seu dinheiro no Brasil e as exportações aumentaram.

Pesquisas realizadas em todo o mundo têm mostrado que as características do empreendedor são indispensáveis para integrá-lo ao seleto clube dos empreendedores bem-sucedidos. De acordo com a pesquisa do GEM(2005), no Brasil, apenas 14% dos empreendedores têm formação superior e 30% sequer concluíram o ensino fundamental, enquanto que nos países desenvolvidos, 58% dos empreendedores possuem formação superior. Diante do exposto, é visto que quanto mais alto for o nível de escolaridade de um país, maior será a proporção de empreendedorismo por oportunidade.

A economia brasileira necessita da participação dos empreendedores que estão criando pequenas empresas. E estes devem estar atentos à importância do seu papel, não apenas atual, mas principalmente em relação ao futuro dos seus negócios e do sucesso do país do ponto de vista sócio-econômico.

3 SALÃO DE BELEZA E PROFISSIONAL DA BELEZA

A legislação que trata da regulamentação do profissional da beleza é o Projeto de Lei nº 6.960, de 2006. Este projeto regulamenta, em todo o território nacional, o exercício das profissões de cabeleireiro, manicuro, pedicuro e profissionais de beleza em geral. O projeto de Lei é de autoria do Deputado Salatiel Carvalho e tem como Relatora a Deputada Andreia Zito. Em 13 de Julho de 2007 foi dado o parecer da Relatora Andreia da Comissão de Trabalho, de Administração e Serviço Público (CTASP), o projeto de Lei e os projetos apensados foram rejeitados. Em 16 de agosto o Projeto de Lei foi devolvido a Relatora. Em 18 de setembro a relatora do projeto anunciou o seu voto favorável à aprovação, no mérito, do Projeto de Lei nº 6.960 de 2006, com seus Projetos de Lei apensados: 7.393/2006, da Deputada Federal Socorro Gomes; 7.470/2006, do Deputado Federal Eduardo Valverde; 1.221/2007, do Deputado Federal Inocêncio de Oliveira; 466/2007, do Deputado Federal Domingo Dutra; e 1.868/2007, do Deputado Federal Edmilson Valentim, na forma do Substitutivo ao Projeto de Lei nº 6.960, de 2006 e seus apensos.

De acordo com a presidenta da Associação Paraibana da Beleza, Matilde Travassos, em entrevista ao Portal da Prefeitura Municipal de João Pessoa (16/04/2007) existem 5.830 estabelecimentos que trabalham com a beleza na Paraíba, desse universo apenas 60 são legalizados, ou seja, possuem alvará de funcionamento, concedido pela Vigilância Sanitária (Reunião, 2007).

No âmbito municipal, na cidade de João Pessoa, tem-se a seguinte Lei nº 7.303, DE 16 de Junho de 1993 que trata das Normas Municipais sobre Medidas Higiênicas. Essa lei torna obrigatório o uso de esterilizadores nos salões de beleza e similares e toma outras providências.

De acordo com Junior, Rigo e Cherobim (2005 p. 124) “A reduzida oferta de empregos em muitas cidades brasileiras e o baixo nível salarial têm levado muitas pessoas a abrir seu próprio negócio. Os salões de estética, as locadoras de vídeo e as oficinas de costura são exemplos: a cada dia abre novo salão, nova locadora ou nova oficina de costura em uma nova esquina, aumentando a concorrência, e por conseqüência, diminuindo os preços praticados”.

4 CONTROLE CONTÁBIL E FINANCEIRO

De acordo com Resnik (1991), na maioria das pequenas empresas, há controles deficientes e falta de informações úteis para a tomada de decisão. Para que o gestor tenha um controle financeiro confiável são necessárias algumas ferramentas básicas para ter embasamento em suas decisões, tais como: capital de giro, que corresponde no balanço ao ativo circulante, solucionando problemas com o gerenciamento de estoques; inadimplência de clientes; e insuficiência de caixa.

De acordo com Assaf Neto e Silva (2002) o fluxo de caixa é de fundamental importância para as empresas constituindo-se numa indispensável sinalização dos rumos financeiros do negócio. Por meio do fluxo de caixa, procura-se analisar os deslocamentos dos recursos financeiros da empresa. Partindo-se do disponível, verificam-se os caminhos percorridos pelo capital de giro em operações que aumentam e diminuem o nível de caixa da empresa. Seguindo o raciocínio dos mesmos autores e obras o fluxo de caixa é um processo pelo qual uma empresa gera e aplica seus recursos de caixa determinados pelas várias atividades desenvolvidas. Neste enfoque, o fluxo de caixa focaliza a empresa como um todo, tratando das mais diversas entradas e saídas de caixa refletidas por seus negócios.

A contabilidade orienta gerencialmente o gestor, constituindo o que é denominado de contabilidade gerencial. Tendo em vista que a contabilidade gerencial de acordo com Iudicibus (1998, p. 21) “está voltada única e exclusivamente para a administração da empresa, procurando suprir informações que se “encaixem” de maneira válida e efetiva no modelo decisório da administração”.

É importante que os empreendedores busquem a ajuda do profissional contábil para melhor lhes orientarem, pois para tomar decisões a respeito dos impostos, fornecedores, clientes, quanto dinheiro destinar a folha de pagamento, que preço colocar aos produtos vendidos entre outros, é necessário que os mesmos tenham em mãos as informações oferecidas pela contabilidade, para assim acompanhar o desempenho de suas empresas. O contador é um profissional capacitado para esta função, pois é seu dever mostrar para o empresário a melhor forma possível de gerenciar o empreendimento obedecendo aos parâmetros legais.

Portanto, conhecendo as funções da contabilidade, as pequenas empresas podem empregá-las na gestão do negócio, utilizando-se dos Mecanismos que oferecem, formando assim, dentro da empresa um setor contábil-financeiro ideal e importante para o sucesso de seu negócio.

Para o desenvolvimento das atividades da empresa o micro empresário procura fontes de financiamentos, os empreendedores utilizam as linhas de crédito e programas de créditos para obter recursos financeiros. Esses programas de beneficiamento de crédito são criados com a intenção de facilitar a abertura do negócio ou modernizar seus empreendimentos.

Na Paraíba, existem três linhas de crédito que os empreendedores da Associação Paraibana da Beleza utilizam para se beneficiarem do crédito.

O programa de micro-crédito “Meu Trabalho” é um programa desenvolvido pelo Governo do Estado da Paraíba, que foi criado com a finalidade de gerar emprego e renda através da concessão de empréstimos a micro-empresários dos setores formal e informal, buscando a inclusão social e democratização do crédito para pessoas que possuam atividade produtiva ou que desejem iniciar seu negócio (Governo da Paraíba, 2007).

Outro programa que proporciona linha de crédito destinada a investimento, capital de giro e capacitação profissional, através de empresas especializadas é o Programa “Cooperfat”. A linha de crédito do programa “Cooperfat” foi desenvolvida pelo Banco do Brasil para as associações e cooperativas (Prefeitura Municipal de João Pessoa, 2007).

O terceiro programa de crédito é o “Empreender – JP”, desenvolvido pela Prefeitura Municipal de João Pessoa. A Associação Paraibana da Beleza possui um convênio com este programa de micro crédito. Para os associados, o Empreender-JP proporciona empréstimos de 15% a 30% do valor do total adquirido pelo Banco do Brasil, com o Cooperfat (Prefeitura Municipal de João Pessoa, 2007).

5 METODOLOGIA

A metodologia aplicada no presente trabalho é a descritiva proposta por Vergara (2000), porque visa descrever o perfil empreendedor dos cabeleireiros integrantes da Associação Paraibana da Beleza que encararam o desafio do próprio negócio e ainda diagnosticar quais os Mecanismos financeiros utilizados na gestão do empreendimento. A pesquisa foi dividida em várias fases, iniciando-se com a revisão bibliográfica e definição dos procedimentos metodológicos a serem observados. Após essa fase inicial, foi possível definir a composição do universo da pesquisa e elaborar o questionário, cujas perguntas objetivam responder ao objetivo definido neste trabalho.

O método utilizado foi o método indutivo, este parte das observações à teoria. Com relação aos fins a pesquisa foi exploratória. Quanto aos meios foi bibliográfica, documental e de campo. O instrumento de pesquisa foi um questionário estruturado, aplicado para coleta de dados. A pesquisa foi uma investigação empírica realizada junto a 32 cabeleireiros da Associação Paraibana da Beleza que participaram do Curso Controle Contábil e Financeiro, no período de Agosto/2007. O questionário proposto caracteriza-se por uma série de questões apresentadas ao respondente por escrito, dividido em três partes. Na primeira parte busca-se averiguar o perfil dos empreendedores da Associação Paraibana da Beleza, na parte seguinte objetiva-se fazer o diagnóstico do negócio, analisando como os empreendimentos são administrados e se os empreendedores utilizam as informações contábeis para auxiliá-los na gestão do negócio e na tomada de decisão. A terceira parte trata do diagnóstico do curso Controle Contábil e Financeiro, com o intuito de verificar se o mesmo proporciona condições de entendimento sobre a gestão contábil e financeira do negócio e assim, auxiliá-los na gerência do negócio.

6 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Esta parte do trabalho trata da análise dos resultados obtidos, de acordo com o questionário aplicado na pesquisa de campo e conforme a metodologia de pesquisa descrita. Os resultados obtidos pela análise feita com os participantes do curso controle contábil e financeiro com aplicação do questionário será descrito a seguir. Para facilitar o entendimento em primeiro lugar, foi traçado o perfil do empreendedor, no segundo momento fez-se o diagnóstico do negócio e por fim o diagnóstico do curso realizado.

Os dados foram tabulados, mensurados e analisados através do programa *SPSS 11.0 for Windows*. Para encontrar os resultados inerentes aos objetivos do estudo, as análises foram realizadas de acordo com a natureza dos dados.

6.1 PERFIL EMPREENDEDOR

O Gráfico 1, apresenta a distribuição por sexo dos participantes do curso Controle Contábil e Financeiro. Constata-se que a maior parte dos entrevistados (87,1%) é do sexo feminino. Com isso, percebe-se que a maioria dos empreendedores na área da beleza é composta por mulheres.

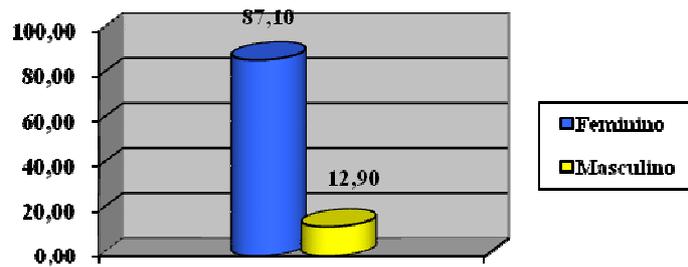


Gráfico 1 – Distribuição dos participantes segundo o sexo

Fonte: Pesquisa realizada pelos autores 2009

Notadamente, observa-se no gráfico 2 que na amostra sob análise, os participantes em sua maioria com relação à situação perante aos órgãos públicos, constitui-se de empresas informais (61,3%), enquanto que apenas 38,7% são empresas formais.

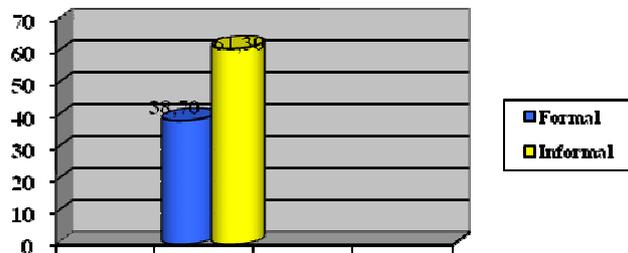


Gráfico 2 – Situação perante aos órgãos públicos

Fonte: Pesquisa realizada pelos autores 2009

Segundo o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), a escolaridade é um fator que afeta o grau de participação da população nas atividades sociais, na qual quanto maior seu número de anos de estudo maior será sua participação e inclusão social.

Por este motivo, foi analisado o nível de escolaridade dos empreendedores do Salão de Beleza, na qual pode-se observar que 41,9 % dos participantes possuem o ensino médio completo e que apenas 9,7% possuem curso superior completo, conforme o gráfico 3.

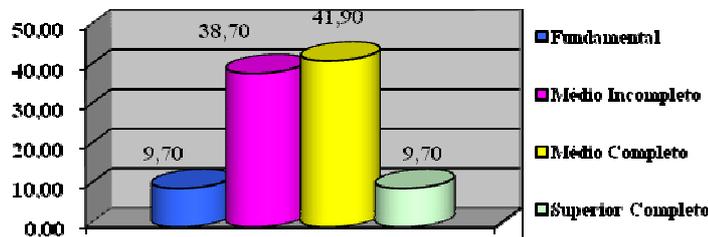


Gráfico 3 – Nível de escolaridade

Fonte: Pesquisa realizada pelos autores 2009

Com base no gráfico 4, os motivos que levaram os empreendedores a criar a empresa, foi a experiência na área (51,6%); a busca pela independência financeira (48,4) a complementação da renda familiar (25,8%); e por não ter encontrado outro emprego(12,9%). Observa-se, a partir dos dados coletados, que muitos buscam essa área de atuação para obter independência financeira e tornar-se dono do seu próprio empreendimento e não mais trabalhar em outras empresas.

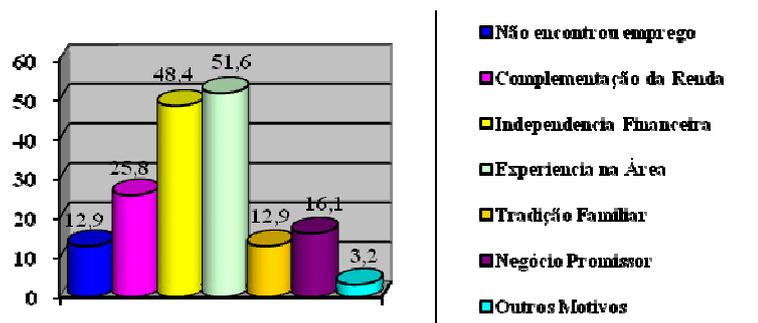


Gráfico 4 – Motivos para a criação da empresa

Fonte: Pesquisa realizada pelos autores 2009

Constatou-se também nesta pesquisa que 80,6% dos empreendedores nunca tinham administrado outra empresa antes, o que mostra que o Salão de Beleza foi seu primeiro empreendimento e que apenas 19,4% já tiveram a oportunidade de administrar outro negócio, conforme o gráfico 5.

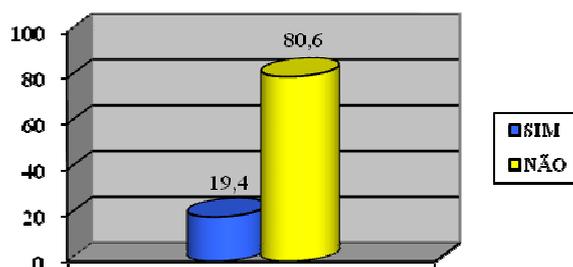


Gráfico 5 – Administração de outra empresa

Fonte: Pesquisa realizada pelos autores 2009

Segundo o gráfico 6, pode-se constatar que 19,4% estão na sua fase inicial do empreendimento; 12,9% estão entre 11 e 15 anos de trabalho na área e que apenas 6,5% dos participantes do curso possuem o Salão de Beleza a mais de 36 anos. De acordo com dados do SEBRAE (2006), muitas empresas não conseguem manter-se no mercado devido ao despreparo por parte dos empreendedores; pelas dificuldades enfrentadas pelos mesmos com relação à economia, os altos custos tributários entre outros.

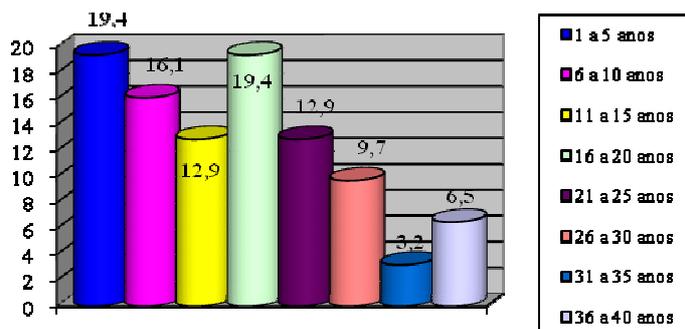


Gráfico 6 – Tempo de trabalho no salão de beleza

Fonte: Pesquisa realizada pelos autores 2009

Com base no gráfico 7, observa-se que a situação dos empreendedores antes de iniciarem a atividade de cabeleireiros, 48,4% considerava-se autônomos; 25,8% trabalhavam em outras empresas; 12,9% estavam desempregados e 6,5% queriam entrar no mercado. Devido ao desemprego muitos tornaram-se autônomos, porém existe a vontade de exercer uma atividade econômica organizada, e, segundo palavras dos autores, seja este o motivo da maioria dos participantes serem autônomos antes de iniciarem suas atividades na área da Beleza.



Gráfico 7 – Situação antes de iniciar o empreendimento

Fonte: Pesquisa realizada pelos autores 2009

É possível observar que com relação a formação profissional 93,5% dos participantes buscaram meios de especializar-se na área da Beleza, enquanto que apenas 6,5% iniciaram o negócio sem formação específica. Consta-se então que antes de iniciarem suas atividades, muitos se preocuparam em especializar-se buscando conhecimentos profissionais para melhor servir os clientes.

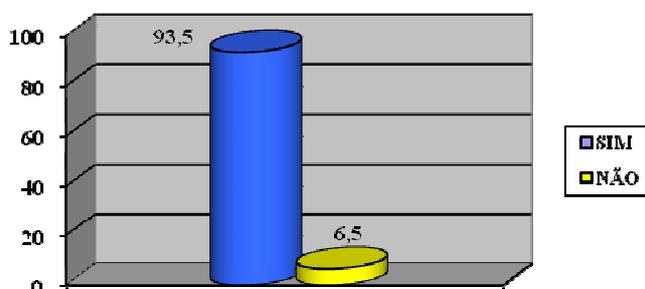


Gráfico 8 – Formação profissional na área da beleza

Fonte: Pesquisa realizada pelos autores 2009.

6.2 DIAGNÓSTICO DO NEGÓCIO

Na segunda parte do questionário foi analisado se os participantes da Associação Paraibana da Beleza fazem parte de algum programa de crédito, se a empresa utiliza controle contábil-financeiro, se possui cadastro de clientes, fornecedores, e ainda se as despesas pessoais são separadas das despesas do empreendimento. Os programas de micro crédito facilitam o acesso ao crédito tanto para os que são formais como para os que são informais. Consta-se que a maioria (67,7%) dos empreendedores que participaram do curso não possuem nenhum beneficiamento de crédito, conforme gráfico 9. O programa mais procurado pelos empresários da associação foi o do “Meu Trabalho”. Segundo palavras dos autores, esse resultado pode ter como explicação a falta de conhecimento com relação a tais programas ou pela burocracia ao acesso ao beneficiamento do crédito.

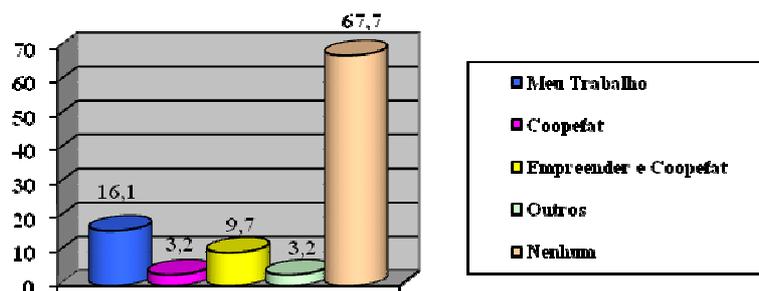


Gráfico 9 – Programas de beneficiamento de crédito

Fonte: Pesquisa realizada pelos autores 2009

No gráfico 10, observa-se que um dos maiores obstáculos enfrentados pelos participantes na administração do curso se refere ao alto custo tributário (54,8), que é um dos mais altos. Segundo dados da Receita Federal 2006, a carga tributária no Brasil no âmbito das três esferas do governo (Federal, Estadual e Municipal), atingiu 34,23% do Produto Interno Bruto (PIB); e em segundo lugar foi apontada a concorrência desleal com 48,4%.

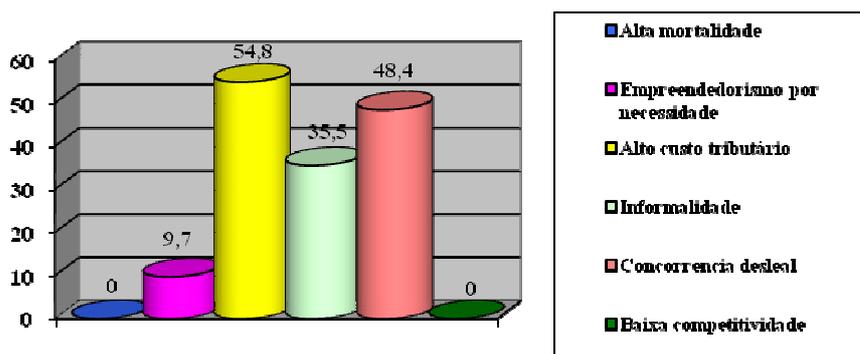


Gráfico 10 – Obstáculos enfrentados na administração do salão

Fonte: Pesquisa realizada pelos autores 2009

Uma outra dificuldade enfrentada pelos empreendedores é com relação ao processo de formalização da empresa. O gráfico 11 aponta que os participantes gostariam que este processo tivesse um menor custo (87,1%) e maior agilidade na abertura da empresa (35,5%). Observa-se aqui, que os tramites legais do processo de legalização demoram a ficar prontos, o que torna a abertura da empresa demorada e muitas vezes estressante para o empreendedor.

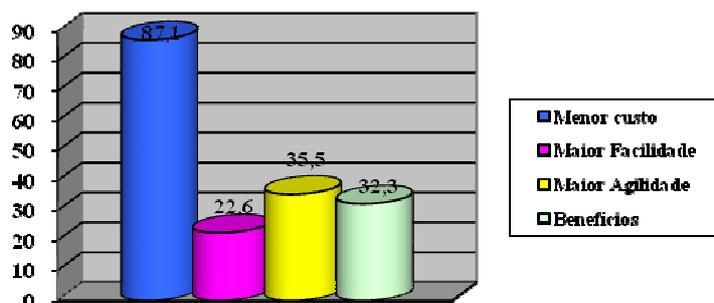


Gráfico 11 – Processo de legalização da empresa

Fonte: Pesquisa realizada pelos autores 2009

Com relação ao Controle Contábil e Financeiro utilizado pelos Salões de Beleza pode-se observar segundo o gráfico 12 que 58,1% utilizam desses sistemas para administrar seu empreendimento e que 41,9% ou desconhecem ou não se interessam ou ainda falta condições financeiras.

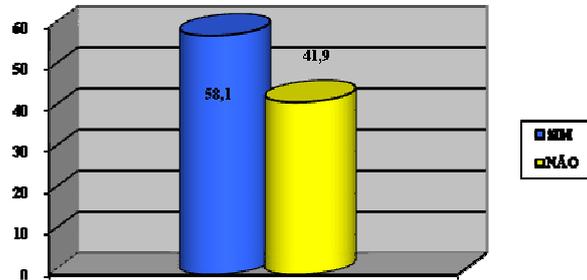


Gráfico 12 – Controle contábil e/ou financeiro

Fonte: Pesquisa realizada pelos autores 2009

Dos que utilizam sistema contábil e ou financeiro afirmaram que o fluxo de caixa (41,9%) é o mais utilizado; 29% utilizam-se do orçamento de caixa como forma de controle; 16,1% utilizam o movimento do banco e 6,5% utilizam outros tipos de controle, conforme dados obtidos no gráfico 13. Pode-se dizer que conforme a literatura o fluxo de caixa é o mais utilizado porque o mesmo tenta projetar as disponibilidades financeiras e facilita o planejamento e o controle do negócio.

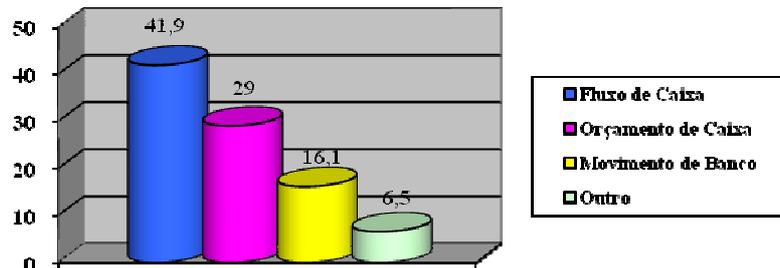


Gráfico 13 – Formas de controle contábil

Fonte: Pesquisa realizada pelos autores 2009

As diversas formas de controle contábil e financeiro servem para auxiliar os empreendedores na tomada de decisão, porém de acordo com o gráfico 14, apenas 38,7% utilizam dessa ferramenta para obter a segurança das informações obtidas; 19,4 utilizam frequentemente e 25,8% nunca utilizam-se dessas informações para auxiliar na tomada de decisão.

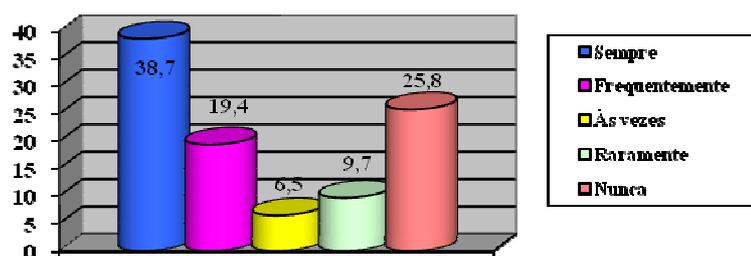


Gráfico 14 – Utilização dos controles na tomada de decisão

Fonte: Pesquisa realizada pelos autores 2009

Observando o Gráfico 15 tem-se que 71% dos empreendedores utilizam cadastro de clientes e fornecedores. Talvez seja pelo fato de que esses tipos de ferramentas auxiliam na organização das empresas, facilitando e diminuindo o re-trabalho.

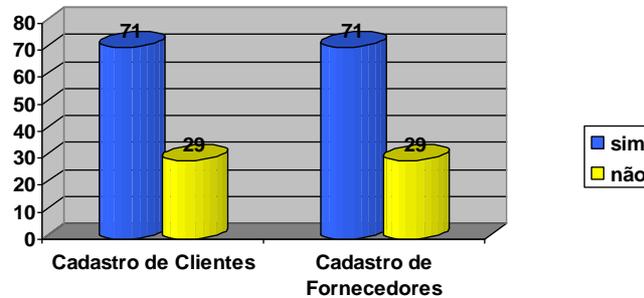


Gráfico 15 - Cadastro de clientes X cadastro de fornecedores

Fonte: Pesquisa realizada pelos autores 2009

Uma das dificuldades que o micro empresário enfrenta é a separação das despesas pessoais das despesas da empresa. O gráfico 16 aponta que os cabeleireiros perceberam essa necessidade de separar as despesas, e a maioria (64,5%) assim o faz.

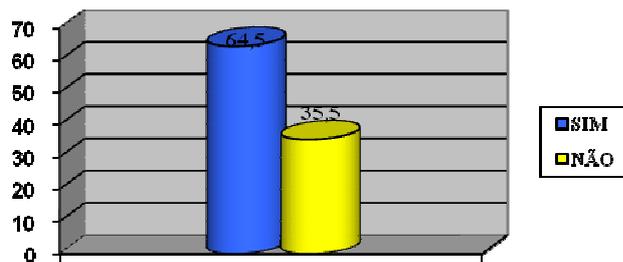


Gráfico 16 – Separação das despesas

Fonte: Pesquisa realizada pelos autores 2009

6.3 DIAGNÓSTICO DO CURSO CONTROLE CONTÁBIL E FINANCEIRO

Neste item procurou-se identificar se os Mecanismos estudados estão sendo utilizado pelos cabeleireiros nos seus empreendimentos. O curso “Controle Contábil e Financeiro” é uma forma de capacitação na área contábil e financeira da empresa. Todos os participantes afirmaram que estão utilizando o curso na gestão do negócio, devido aos métodos práticos, a forma dinâmica e didática, como demonstra o gráfico 17.

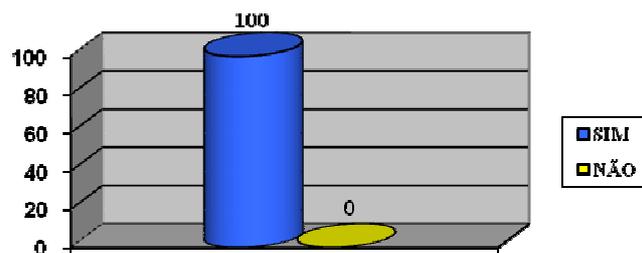


Gráfico 17–Utilização do curso na gestão do negócio

Fonte: Pesquisa realizada pelos autores 2009

Uma das preocupações da pesquisa foi diagnosticar o que mais interessou aos participantes durante o curso. No gráfico 18 observa-se que houve uma aceitação com relação ao conteúdo e metodologia abordados. Isso acontece devido à carência de conhecimentos na administração do negócio. Além disso, outra dificuldade do gestor é a falta de tempo para se qualificar na área de gestão administrativa e financeira. Portanto se preocupam mais em se qualificar nas tendências na área da beleza.

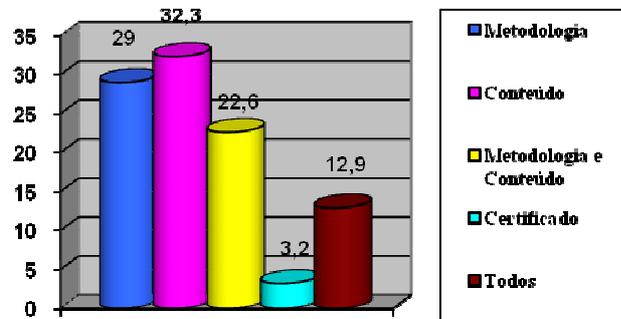


Gráfico 18 – Visão dos participantes com relação ao curso

Fonte: Pesquisa realizada pelos autores 2009

No gráfico 19 percebe-se que o curso tem contribuído para o desenvolvimento pessoal na gerencia do salão, ou seja, a maioria (96,8 %) afirmaram que o curso trouxe benefícios para a gestão da empresa, uma vez que eles podem participar do curso e concomitantemente aplicar os conhecimentos adquiridos nos seus salões.

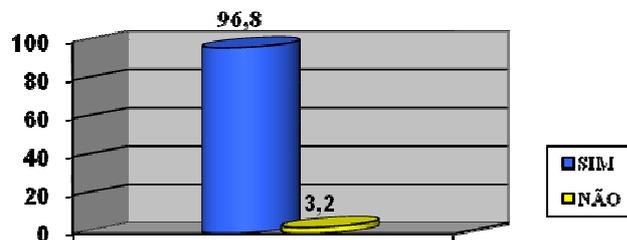


Gráfico 19–Utilização do curso na gestão do negócio

Fonte: Pesquisa realizada pelos autores 2009

Diante da necessidade de se qualificar na parte administrativa percebe-se na pesquisa que todos os entrevistados têm interesse em participar de outros cursos e/ou palestras que abordem este tema. Constata-se a deficiência dos cabeleireiros na gestão do empreendimento, por isso 100% desejam participar de outros cursos que abordem administração e contabilidade de empresas. Isso é o que pode ser observado no gráfico 20.

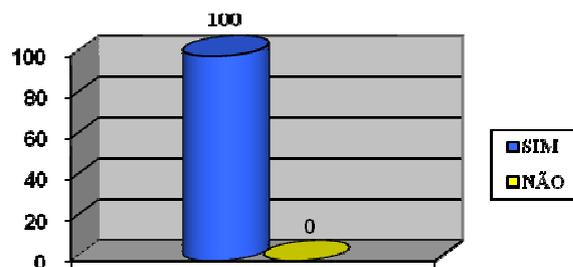


Gráfico 20 – Interesse na área de administração e contabilidade de empresa

Fonte: Pesquisa realizada pelos autores 2009

Observando o gráfico 21, percebe-se que os meios de atualização mais procurados pelos cabeleireiros são os cursos (90,3%) e as oficinas (83,9%). Isso pode se dar por que essas formas de atualização são mais intensivas, práticas e dinâmicas permitindo ao participante um amplo conhecimento e aplicação paralela na sua empresa.

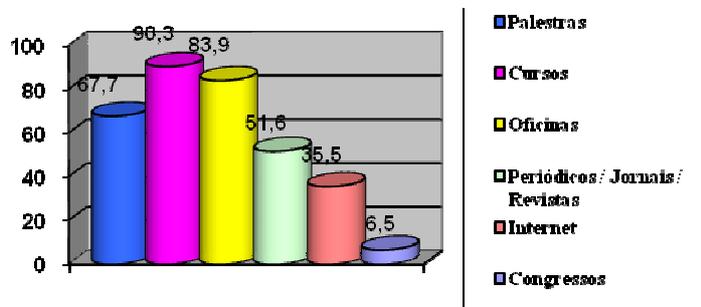


Gráfico 21–Atualização na área

Fonte: Pesquisa realizada pelos autores 2009

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com o constante aumento do desemprego, muitos ex-funcionários de empresas e autônomos têm procurado montar um negócio próprio. A história tem mostrado que estes empreendedores são os grandes responsáveis pelo desenvolvimento econômico e crescimento do Brasil. Embora seja motivado muito mais pela necessidade do que pela oportunidade, o brasileiro traz como característica algo que se traduz como a alma do verdadeiro empreendedor: a criatividade. Porém, a grande maioria encontra uma nova decepção quando opta pelo negócio próprio e acaba conhecendo uma realidade cruel, na qual a alta carga tributária, a concorrência desleal, o empreendedorismo por necessidade e a informalidade mostra quão vil é o mercado com aqueles que não estão preparados.

A pesquisa mostrou que os cabeleireiros da Associação Paraibana da Beleza na sua maioria são do sexo feminino e 38,7% são informais. Dos salões pesquisados existe uma parte que está a pouco tempo no mercado (1 a 5 anos) e outra parte que já está estabilizada no mercado (16 a 20 anos). Apesar dessa estabilidade, a maioria destes, são informais. Nesse contexto, muitos dos salões (67,7 %) não são beneficiados com nenhum programa de micro crédito. Esse resultado pode ter como explicação a falta de conhecimento com relação a tais programas ou pela burocracia ao acesso ao beneficiamento do crédito.

Constata-se que um dos maiores problemas enfrentados pelos empreendedores é o desconhecimento das ferramentas de gestão disponíveis destinadas a fornecer-lhes suporte no controle financeiro do negócio. Essas ferramentas são mal compreendidas e precariamente utilizadas. Os Mecanismos financeiros como o fluxo de caixa, movimento de banco entre outros são comprovadamente eficientes em muitos casos. Mas, em outros, pelo fato de não ser adequadamente compreendidos, acabam não agregando valor à ação empreendedora e cai no descrédito. Por isso, Mecanismos financeiros tão importantes para planejamento, controle e tomada de decisão são pouco utilizados.

Os fatores principais que levam aos empreendedores ao fracasso são muitos, mas o principal é o fator cultural do brasileiro que não crê no planejamento e prefere errar e aprender com os erros. Essa experiência de aprender com os erros seria sempre válida se fosse possível repeti-la mais de uma ou duas vezes, o que geralmente não ocorre por diversos fatores, tais como quantidade de recursos escassos, tanto financeiros como materiais, e número limitado de investidores dispostos a investir.

Diante do exposto pode-se concluir que para ser um administrador de sucesso é necessário ser empreendedor, não basta somente administrar, mas também saber empreender, ou seja, arriscar, não ter medo do desconhecido, porém fazer de maneira calculada, analisando os riscos. É importante que os empreendedores busquem no profissional contábil orientação para auxílio na tomada de decisões. É necessário que os mesmos tenham em mãos as informações oferecidas pela contabilidade, para assim acompanhar o desempenho de suas empresas. É dever do contador mostrar para o empresário a melhor forma possível de gerenciar o empreendimento, obedecendo aos parâmetros legais.

Portanto, conhecendo as funções da contabilidade, as pequenas empresas podem empregá-las na gestão do negócio, utilizando-se dos Mecanismos que ela oferece, formando assim, dentro da empresa um setor contábil-financeiro ideal e importante para o sucesso de seu negócio. Por isso, é necessário sempre buscar formas de atualizar-se na área de atuação e na área de gestão da empresa. As instituições de ensino possuem três áreas de atuação: ensino, pesquisa e extensão têm a preocupação de passar informações à comunidade. Informações importantes para alcançar o bem estar social, já que o bem comum é o conjunto de todas as condições da vida social que consistam e favoreçam o desenvolvimento integral da personalidade humana. Partindo da necessidade desse desenvolvimento dos empresários para uma boa gestão da empresa, surgiu o curso “Controle Contábil e Financeiro” desenvolvido pela Universidade Federal da Paraíba. Na pesquisa conclui-se que o curso vem alcançando os seus objetivos, pois os cabeleireiros utilizam os métodos abordados e os conhecimentos adquiridos. Além disso, todos os participantes tem interesse de participar de outros cursos que tratem da administração de empresa e contabilidade.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Luis de César G. de . **Teoria Geral da Administração: Aplicação e resultados nas empresas brasileiras**. São Paulo: Atlas, 2004.

ASSAF NETO, Alexandre; SILVA; César Augusto Tibúrcio. **Administração do Capital de Giro**. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.

BARBOSA, Maria de Fátima Nóbrega. **Gestão das microempresas do comércio de Sousa – Paraíba**. Disponível em: www.eumed.net/libros/2006b/mfnb2/. Acesso em: 25 set. 2007.

BRASIL. Projeto de Lei ° 6.960, DE 2006. **Dispõe sobre a regulamentação das profissões de cabeleireiro, manicuro e pedicuro e profissionais de beleza em geral**. Disponível em: <http://www.camara.gov.br/internet/sileg/Prop_Detalhe.asp?id=322651>. Acesso em 30 out. 2007.

BRIZOLA, Roberto. **O Empreendedorismo no Brasil**. Disponível em: http://www.empresario.com.br/artigos/artigos_html/artigo_291102.html>. Acesso em: 19 set. 2007.

DEGEN, Ronal Jean. **O Empreendedor: Fundamentos da Iniciativa empresarial**. São Paulo: Mc Graw-Hill, 1989.

DOLABELA, Fernando Celso . **O segredo de Luísa**. Cultura: São Paulo, 1999.

Empreendedorismo no Brasil. Disponível em:

<http://pt.wikipedia.org/wiki/Empreendedor#Empreendedorismo_no_Brasil>. Acesso em: 19 set. 2007.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). **Empreendedorismo no Brasil 2002.** Disponível em:

<[http://201.2.114.147/bds/BDS.nsf/7A4A30A923C9FF218325730700480F3B/\\$File/NT00035B8E.pdf](http://201.2.114.147/bds/BDS.nsf/7A4A30A923C9FF218325730700480F3B/$File/NT00035B8E.pdf)>. Acesso em 25 set. 2007.

GOVERNO DA PARAÍBA. **Meu Trabalho entrega mais de R\$ 1 milhão em benefícios.**

Disponível em: <http://64.233.169.104/search?q=cache:-PApxCti9QJ:www.paraiba.pb.gov.br/index.php%3Foption%3Dcom_content%26task%3Dview%26id%3D24659%26Itemid%3D2+Estado+da+paraiba+-+meu+trabalho&hl=pt-BR&ct=clnk&cd=1&gl=br>.

Acesso em: 15 set. 2007.

HISRICH, Robert D.; PETERS, Michael P. **Empreendedorismo.** 5ª ed. São Paulo, 2004.

Instituto Brasileira de Geografia e Estatística (IBGE). **Suplemento da Pesquisa Mensal de Emprego/ Abril de 1996.** Disponível em:

<http://72.14.205.104/search?q=cache:EfN1FGPxB6oJ:www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/condicao-devida/indicadoresminimos/suppme/analiseresultados1.shtm+nivel+de+escolaridade&hl=pt-BR&ct=clnk&cd=1&gl=br>. Acesso em 12 set. 2007.

IUDICIBUS, Sérgio de. **Contabilidade Gerencial.** 6ª ed. Atlas: 1998.

JOÃO PESSOA. **Lei nº 7.303, de 16 de Junho de 1993.** Trata das Normas Municipais sobre Medidas Higiênicas - torna obrigatório o uso de esterilizadores nos salões de beleza e similares e toma outras providências. Disponível em: <<http://www.aids.gov.br/geral/lcIV55.htm>>. Acesso em 30 out. 2007.

JÚNIOR, Antônio Barbosa Lemes; RIGO, Cláudio Miessa; CHEROBIM, Ana Paula Mussi Szabo. **Administração Financeira: Princípios, Fundamentos e Práticas Brasileiras.** 2. ed. Campus: Rio de Janeiro, 2005.

LAMIM, Messias. **Empreendedorismo, uma atitude diferente.** Disponível em: <http://www.netlegis.com.br/index.jsp?arquivo=detalhesDestaques.jsp&cod=15417>. Acesso em: 30 out. 2007.

MARTINELLI, Joacir. **Perfil empreendedor dentro da empresa.** Disponível em: <E:\Perfil empreendedor dentro da empresa.htm>. Acesso em 19 out. 2007.

MADDALENA, Daniel Augusto. **Empreendedor, usina de idéias.** Disponível em: <file:///E:/Empreendedor.htm?pid=27>. Acesso em 19 out. 2007.

PROGRAMA combate mortalidade de empresas. Agência **Sebrae de Notícias do Rio Grande do Sul,** Rio Grande do Sul, 03 jan. 2007. Disponível em:

<<http://64.233.169.104/search?q=cache:vBXZCGv9bT0J:sebraers.interjornal.com.br/noticia.kmf%3Fnoticia%3D5637843%26canal%3D226+sebrae+2007+mortalidade+das+empresas&hl=pt-BR&ct=clnk&cd=1&gl=br>>. Acesso em :01 nov. 2007.

REUNIÃO alerta cabeleireiros para normas que regulamentam salões de beleza. **Portal da Prefeitura Municipal de João Pessoa**, João Pessoa 16 abr. 2007. Disponível em: <http://64.233.169.104/search?q=cache:5SYGJ-w_yg0J:www.joaopessoa.pb.gov.br/noticias/%3Fn%3D6025+associa%C3%A7%C3%A3o+p+araibana+da+beleza+matilde&hl=pt-BR&ct=clnk&cd=1&gl=br>. Acesso em: 30 out. 2007.

RESNIK, Paul. **A bíblia da pequena e média empresa**. São Paulo : Makron Books, 1991.

SCHLEMM, Marcos Mueller. **Empreendedorismo no mundo**. Disponível em:<http://www.gembrasil.org.br/ponto_ler.php?xXz=4>. Acesso em 27 set. 2007.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2000.