

**AJES - FACULDADE DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS E ADMINISTRAÇÃO DO VALE  
DO JURUENA  
BACHARELADO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**ANÁLISE DE CUSTOS: Estudo de Caso no Salão de Beleza André Luis em  
Juína - MT**

**Autora:** Jocineide de Oliveira Mendes Jacob

**Orientador:** Me. Wilson Antunes de Amorim

**JUÍNA/2014**

**AJES - FACULDADE DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS E ADMINISTRAÇÃO DO VALE  
DO JURUENA  
BACHARELADO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**ANÁLISE DE CUSTOS: Estudo de Caso no Salão de Beleza André Luis, em  
Juína - MT**

**Autor (a):** Jocineide de Oliveira Mendes Jacob

**Orientador (a):** Me. Wilson Antunes Amorin

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Bacharelado em Ciências Contábeis, da Faculdade de Ciências Contábeis e Administração do Vale do Juruena como exigência parcial para obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis.

**JUÍNA/2014**

**AJES - FACULDADE DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS E ADMINISTRAÇÃO DO VALE  
DO JURUENA**

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof. Esp. Jaqueline Marques

---

Prof. Me. Ricardo Zamperetti

---

Prof. Me. Wilson Antunes Amorim  
Orientador

Dedico a Deus por ter me abençoado e estado comigo em todos os momentos, por ter me dado saúde e forças para chegar até aqui. À minha mãe Lourdes, por não medir esforços para me educar e me incentivar a prosseguir. Ao meu amado esposo André Luis, por ter me apoiado em todos os aspectos. Ao meu querido tio Josias (*In memoriam*), por ter estado comigo, me incentivando e sonhando em me ver crescer.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus pelo dom da vida, por ter me abençoado e estado ao meu lado nos momentos mais difíceis, me iluminando e me dando forças para continuar.

Ao Homem que amo, André Luis, um agradecimento especial, por seu apoio, companheirismo, amor, carinho e cumplicidade.

Aos meus pais, Nilson e Lourdes, em especial minha querida e amada mãe, por ter me ensinado a ser uma pessoa de caráter e ter me apoiado a seguir com meus estudos.

Aos meus irmãos, Jocieli e Jonatas, por tudo que compartilhamos juntos, ao meu amado sobrinho João Wittor, por sua meiguice e por tornar minha vida ainda mais feliz.

Aos meus avós, Catarina e Amado, Maria e Antonio, por terem contribuído, direta ou indiretamente, para que eu me tornasse o que sou hoje.

Ao meu tio Josias (*in memoriam*), que sempre me apoiou e sentia alegria por me ver chegar ao tão almejado sonho, por ter esperado ansiosamente para me ver formada. Sei que não está mais entre nós, e onde quer esteja, sei que está orgulhoso de mim.

As minhas amigas e companheiras, Edinéia, Anna Paula, Daiana e Aline, que estiveram lado a lado comigo durante esses quatro anos de estudos e pela fiel amizade.

Aos meus amigos Aguinaldo e Fernando, pelo apoio e incentivo que recebi nos momentos decisivos.

Às minhas amigas, Jane, Viviane, Karina, Sueli, Naide, Suellen, Thais e Andréia pelo companheirismo, apoio e carinho que tem me dedicado no decorrer deste trabalho.

Um agradecimento a todos os meus colegas de classe e professores, que contribuíram diretamente para meu aprendizado, sempre me motivando. Pelos quatro anos que passamos juntos e pelos momentos bons e até os mesmo os mais difíceis que compartilhamos uns com os outros.

E por fim, mas não menos importante, meu professor orientador Wilson, por ter me acompanhado neste trabalho com dedicação, pela generosidade e acima de tudo por ter acreditado em minhas ideias, me instigando a chegar até aqui. O seu conhecimento e motivação foi um fator essencial que tornou possível a concretização deste trabalho. Agradeço a ele por ter estado ao meu lado nas etapas difíceis que tenho passado, nos momentos em que minha única vontade era desistir.

*“Aprender é a única coisa de que a mente nunca se cansa, nunca tem medo e nunca se arrepende.”*

**Leonardo da Vinci**

## RESUMO

Nos dias atuais estamos vivenciando uma era em que as pessoas estão preocupadas com a estética e embelezamento. Devido a essa grande demanda, o número de salões de beleza tem aumentado grandemente, e, com isso, cresce a necessidade de se tornarem mais competitivos para que possam permanecer no mercado, onde devem estabelecer preços não muito altos e que seja suficiente para cobrir os custos e despesas e ainda gerar lucro. Com isso, é de suma importância que os salões de beleza tenham um conhecimento da contabilidade de custos, pois esta é voltada para a mensuração e controle dos custos, possibilitando que a empresa possa alocar mais acertadamente os preços de seus serviços. O micro empreendedor Individual (MEI) são empresas de pequeno porte com capacidade máxima de R\$ 60.000,00 ao ano, e enfrentam diversas dificuldades decorrentes da falta de recursos para investimentos em determinados setores da empresa, tais como o gerenciamento. Como exemplo no salão de beleza André Luis, o próprio cabeleireiro é quem gerencia a empresa, sem ter nenhum conhecimento científico voltado para essa área, e sem ao menos ter uma noção da contabilidade de custos. A contabilidade de custos tem desempenhado um papel fundamental nas empresas, devido a capacidade de mensuração dos custos gerados pelos produtos ou serviços prestados, possibilitando ao empresário através de suas ferramentas melhor alocação de preços, tomadas de decisão mais acertada, dentre outros. A empresa Salão de Beleza André Luis vem desempenhando suas atividades no mercado desde o ano de 2006, onde o proprietário não possui nenhuma noção de contabilidade de custos. No presente trabalho foi realizado um estudo de caso, com intuito de evidenciar a lucratividade da empresa e o serviço que gera maior lucro. A contabilidade de custos possibilitará que a empresa tenha acesso às ferramentas de gestão que trarão benefícios para a lucratividade da empresa, principalmente na formação de preços.

**Palavras - Chave:** Micro Empreendedor. Contabilidade. Custos.

## LISTAS DE QUADROS E TABELAS

<b>Tabela 1:</b> Vantagens e Desvantagens .....	29
<b>Tabela 2:</b> Receita mês a mês .....	45
<b>Tabela 3:</b> Custos Indiretos .....	45
<b>Tabela 4:</b> Rateio dos custos Indiretos .....	45
<b>Tabela 5:</b> Custos dos serviços .....	45
<b>Tabela 6:</b> Relação custo e lucro .....	47
<b>Tabela 7:</b> Custos/Despesas .....	48

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1: Histórico da Micro empresa .....</b>	<b>36</b>
---	-----------

## LISTAS DE SIGLAS E ABREVIATURAS

ART - Artigo

BNDES – Banco Nacional do Desenvolvimento

CEF – Caixa Econômica Federal

COFINS – Contribuição para Financiamento da Seguridade Social

CSLL – Contribuição Social Sobre o Lucro Líquido

ECCAJES – Encontro de Administração e Ciências Contábeis da Ajes

EUA – Estados Unidos da América

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

INSS – Instituto Nacional do Seguro Social

IPI – Imposto sobre Produtos Industrializados

IRPJ – Imposto de Renda Pessoa Jurídica

MEI - Micro Empreendedor Individual

MERCOSUL – Mercado Comum do Sul

MPE - Micro e Pequena Empresa

PIS – Programa de Integração Social

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SENAC – Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial

SENAI – Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial

SESC – Serviço Social do Comércio

SESI – Serviço Social da Indústria

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>13</b>
<b>1.1 OBJETIVOS .....</b>	<b>15</b>
<b>1.1.1. OBJETIVO GERAL .....</b>	<b>15</b>
<b>1.1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....</b>	<b>15</b>
<b>1.2. PROBLEMATIZAÇÃO.....</b>	<b>15</b>
<b>1.3. DELIMITAÇÃO DO TRABALHO .....</b>	<b>16</b>
<b>1.4. JUSTIFICATIVA.....</b>	<b>16</b>
<b>1.5. ESTRUTURA DO TRABALHO.....</b>	<b>16</b>
<b>2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA .....</b>	<b>18</b>
<b>2.1 A CONTABILIDADE DE CUSTOS.....</b>	<b>18</b>
<b>2.2 CONCEITUALIZAÇÃO DA CONTABILIDADE DE CUSTOS .....</b>	<b>18</b>
<b>2.3. CLASSIFICAÇÃO DOS CUSTOS .....</b>	<b>19</b>
<b>2.3.1. CUSTOS FIXOS .....</b>	<b>21</b>
<b>2.3.2. CUSTOS VARIÁVEIS .....</b>	<b>21</b>
<b>2.3.3. CUSTOS DIRETOS .....</b>	<b>21</b>
<b>2.3.4. CUSTOS INDIRETOS.....</b>	<b>21</b>
<b>2.3.5. CUSTOS SEMI-VARIÁVEIS .....</b>	<b>23</b>
<b>2.3.6. CUSTOS PRIMÁRIOS.....</b>	<b>23</b>
<b>2.4. MÉTODO DE CUSTEIO .....</b>	<b>24</b>
<b>2.4.1. CUSTEIO POR ABSORÇÃO.....</b>	<b>24</b>
<b>2.4.2. CUSTEIO VARIÁVEL .....</b>	<b>24</b>
<b>2.4.3. CUSTEIO MARGINAL.....</b>	<b>25</b>
<b>2.4.4. CUSTEIO RKW .....</b>	<b>25</b>
<b>2.4.5. CUSTEIO ABC .....</b>	<b>26</b>
<b>2.4.6. CUSTEIO JUST IN TIME.....</b>	<b>27</b>
<b>2.5. MÉTODO DE CUSTEIO PARA TOMADA DE DECISÕES.....</b>	<b>27</b>
<b>2.5.1 CRÍTICAS ÀS TOMADAS DE DECISÕES PELO MÉTODO VARIÁVEL.....</b>	<b>28</b>

2.6. A TEORIA DAS RESTRIÇÕES.....	29
2.7 RESTROSPECTIVA HISTÓRICA NA MICRO EMPRESA .....	33
2.8 A MICROEMPRESA NO BRASIL.....	33
2.9 HISTÓRICO DA LEI GERAL DA MICRO E PEQUENA EMPRESA .....	33
3. METODOLOGIA.....	38
3.1 QUANTO AOS FINS.....	38
3.1.1 PESQUISA DESCRITIVA .....	38
3.1.2 PESQUISA EXPLICATIVA.....	38
3.2 QUANTO AOS MEIOS .....	40
3.2.1 ESTUDO DE CASO.....	40
3.2.2 PESQUISA BIBLIOGRÁFICA .....	41
3.3 QUANTO À ABORDAGEM DO PROBLEMA.....	41
3.3.1 PESQUISA QUALITATIVA .....	41
3.3.2 PESQUISA QUANTITATIVA.....	42
3.4 ANÁLISE COLETA E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS .....	42
4. HISTÓRICO DA EMPRESA .....	43
4.1 COLETA E ANÁLISE DE DADOS .....	45
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	38
REFERÊNCIAS .....	50

## 1. INTRODUÇÃO

Contabilidade é a área da ciência que estuda os fenômenos voltados para o patrimônio da empresa, buscando interpretá-los e registrá-los. Divide-se em áreas específicas, sendo uma delas a contabilidade de custos a ser tratada neste trabalho.

A contabilidade de custos é o ramo da contabilidade destinada à produção de informações voltadas para a área de gestão da empresa. O conhecimento desta área da contabilidade proporciona benefícios nas tomadas de decisões. É considerado um suporte de suma importância para que os gestores tomem as decisões mais acertadas possíveis.

Esse ramo da contabilidade busca, através de análise, obter os custos dos produtos e serviços de uma empresa a fim de encontrar formas para minimizar esses custos, proporcionar à empresa formas de controles na gestão, e auxiliar na determinação dos lucros da mesma.

A contabilidade de custos tem como finalidade mensurar os custos dos produtos e serviços. Os custos são gastos, bens ou serviços relacionados com a produção de algum outro bem ou serviço e abrangem mão de obra, matéria prima, aluguel, seguros de prédios, ou qualquer outro bem que esteja voltado para a produção.

O Micro Empreendedor Individual (MEI) representa grande parte das empresas existentes no país, constituídos por diversos segmentos. Essa classe empresarial foi regulamentada conforme a Lei Complementar 123 de 14 de dezembro de 2006, e a formalização teve início em julho de 2009, com o principal intuito de tornar lícitas as atividades desenvolvidas por vários profissionais que desempenhavam suas atividades informalmente e proporcionar maiores benefícios fiscais para os mesmos.

Essa classe empresarial é composta por diversificados ramos de empresas, e o segmento de mercado salão de beleza é uma delas. De acordo com o site Portal do empreendedor (2012, p. 01):

Microempreendedor Individual (MEI) é a pessoa que trabalha por conta própria e que se legaliza como pequeno empresário. Para ser um microempreendedor individual, é necessário faturar no máximo até R\$ 60.000,00 por ano e não ter participação em outra empresa como sócio ou titular. O MEI também pode ter um empregado contratado que receba o

salário mínimo ou o piso da categoria. (PORTAL DO EMPREENDEDOR, 2012, p. 01)

O MEI enfrenta grande dificuldade no processo de gestão devido à falta de gestão profissional de sua empresa, principalmente entre alocação de custos acertada e definição dos valores cobrados pelos serviços e produtos.

Nos dias atuais, as atividades que mais tem crescido no mercado estão voltadas para a área da estética. Em quase todos os setores dessa área, a demanda é elevada, isso porque a população está valorizando cada vez mais a beleza e o bem estar, e, devido ao seu grande crescimento, a competitividade do mercado é bem acirrada. Conforme Rabelo (2013, p.02):

O setor que abrange as áreas de estética e beleza está em expansão. O último estudo divulgado pela Abihpec (Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos), aponta que a venda dos produtos de beleza e higiene cresceu 15,62% em 2012. Segundo a associação, este mercado mantém seu crescimento anual faixa dos 10 % há alguns anos (RABELO, 2013, P.02).

Com esse aumento da competitividade, os preços dos produtos e serviços tendem a cair, e se torna imprescindível que o profissional tenha um maior conhecimento da contabilidade de custos para melhor definição dos preços.

A população procura por serviços de qualidade com preços menores, e isso faz com que o profissional venha a diminuir seus preços para não perder o cliente. É necessário conhecimento dos custos dos produtos e serviços para que, ao baixar o preço, o profissional não tenha prejuízos.

O número de salões de beleza vem aumentando a cada dia, e devido ao seu crescimento, a profissão cabeleireiro passou a ser reconhecida pela Lei 12.592, de 18 de Janeiro de 2012, disponível no pagina do Planalto, que dispõe:

Art. 1º É reconhecido, em todo o território nacional, o exercício das atividades profissionais de Cabeleireiro, Barbeiro, Esteticista, Manicure, Pedicure, Depilador e Maquiador, nos termos desta Lei.  
Parágrafo único. Cabeleireiro, Barbeiro, Esteticista, Manicure, Pedicure, Depilador e Maquiador são profissionais que exercem atividades de higiene e embelezamento capilar, estético, facial e corporal dos indivíduos.(LEI 12.592/2012)

A Lei 12.592/12 foi criada para reconhecimento dos profissionais, visto que estes desempenham um papel importantíssimo no cotidiano da população, deixando claro que estes devem obedecer às normas sanitárias, esterilizando os materiais utilizados para o atendimento de seus clientes.

Por serem profissionais autônomos, os cabeleireiros enfrentam diversas dificuldades no gerenciamento de sua empresa. Sendo assim, o conhecimento da contabilidade de custos proporciona a este profissional ferramentas para melhor gestão, alocação de preços e custos dos serviços prestados.

## **1.1 OBJETIVOS**

### **1.1.1. OBJETIVO GERAL**

Estudar junto ao Salão de Beleza André Luis a lucratividade obtida com os serviços prestados utilizando a análise de custos.

### **1.1.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Pesquisar sob a luz das teorias publicadas os conceitos sobre Micro Empreendedor Individual;
- Estudar e descrever sobre a teoria da análise de custos, assim como os métodos de custos voltados para as tomadas de decisões;
- Determinar através da Contabilidade de Custos o custo de cada serviço prestado;
- Fazer a avaliação final sobre qual serviço gera maior lucro para a empresa;

## **1.2. PROBLEMATIZAÇÃO**

Segundo Lakatos, Marconi (2001, p. 103), “A formulação do problema, esclarece a dificuldade específica com a qual se defronta e que se pretende resolver por intermédio da pesquisa. Para ser cientificamente válido, pode o problema ser enunciado em forma de pergunta”. Já nas palavras de Fachin (2001, p. 108):

Entende-se como problema uma questão sem solução, objeto de discussão e de muito estudo. É um fato, algo significativo que, a princípio, não possui respostas explicativas, pois a solução, a resposta ou a explicação se farão por intermédio do desenvolvimento da pesquisa. (FACHIN, 2001, p. 108)

Por ser empresas de pequeno porte com capacidade econômica baixa, o MEI enfrenta diversas dificuldades no processo de gestão, por não possuir conhecimento adequado e com renda máxima anual de R\$60.000,00 ao ano, não há a possibilidade de contratar um profissional especialista na área. Esse fato está

presente no dia a dia dos cabeleireiros, que enfrentam problemas na gestão, principalmente na alocação de preços de seus serviços e visão de quais desses geram maior lucro para a empresa, sendo assim cumpre-nos a questionarmos: Qual a lucratividade obtida no Salão de Beleza André Luis, com relação aos serviços prestados?

### **1.3. DELIMITAÇÃO DO TRABALHO**

O presente trabalho delimita-se à pesquisa bibliográfica de contabilidade de custos e estudo de caso na empresa Salão de Beleza André Luis.

### **1.4. JUSTIFICATIVA**

O que motivou a realização dessa pesquisa foi um projeto na área de custos, voltado para o Micro Empreendedor Individual, onde foram feitas pesquisa de campo para coleta de dados na empresa Salão de Beleza André Luis. O projeto seria apresentado no ECCAJES (Encontro de Ciências Contábeis e Administração da Ajes) e o prazo para entrega era curto. Foi apresentada a proposta de criar apenas planilhas para que o proprietário identificasse os custos, despesas e investimentos de sua empresa, ficando o desejo de maior aprofundamento da pesquisa, com principal intuito de analisar e identificar o serviço que gera maior lucro para a empresa.

O principal motivo de escolher o segmento de mercado salão de beleza é devido ao elevado crescimento do ramo, onde vivemos um momento em que a preocupação da população é a estética. Sabe-se que as pessoas buscam a beleza e o seu bem estar.

Os cabeleireiros, profissionais autônomos não possuem conhecimentos na área de gestão, sendo MEI, empresas com difícil acesso a um contador, instigou a fazer a análise dos dados fornecidos pelo proprietário, a fim de encontrar uma solução para o problema exposto, e possibilitar que este profissional tenha maior conhecimento dos custos dos serviços prestados.

Para a pesquisadora a relevância deste trabalho está na possibilidade de relacionar as teorias estudadas com o estudo de caso apresentado, possibilitando

desta forma um aprofundamento dos conhecimentos adquiridos ao longo do período da vida acadêmica.

### **1.5. ESTRUTURA DO TRABALHO**

Este trabalho divide-se em seis capítulos, sendo introdução, fundamentação teórica, metodologia, histórico da empresa, coleta e análise de dados e as conclusões obtidas.

No primeiro capítulo está apresentado o trabalho, juntamente com seus objetivos gerais e específicos, problemática, justificativa e outros.

O capítulo de número dois apresenta a fundamentação teórica, sendo a parte conceitual do trabalho, realizado com embasamento em livros, artigos e legislação vigente. A fundamentação teórica é uma parte muito importante do trabalho, onde o autor vai embasar suas idéias tendo como base as idéias de outros autores.

No capítulo três é descrito as formas utilizadas para a realização do trabalho, devendo especificar se este é um estudo de caso, bibliográfico, pesquisa descritiva, explicativa, quantitativa e qualitativa.

O capítulo quatro relata brevemente o histórico da empresa, quando e como esta surgiu, e é apresentada a análise e coleta de dados obtidos na empresa.

E por fim, no capítulo cinco, está o exposto as conclusões obtidas através dos dados levantados. Demonstrando se através da pesquisa realiza, se tornou possível responder a problemática do presente trabalho.

## **2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

### **2.1 A CONTABILIDADE DE CUSTOS**

A contabilidade de custos surgiu após a Revolução Industrial, onde até aquele momento somente existia a contabilidade financeira como ferramenta importantíssima para a administração das empresas. Com o surgimento da Revolução Industrial, a contabilidade se viu obrigada à adaptarem-se ao cenário econômico vivido naquele momento, onde com a criação de máquinas, o setor manufatureiro passou por um elevado crescimento, a produção aumentou muito e em menor período de tempo. Nas palavras de Crepaldi (2004 p. 14), “A contabilidade de Custos desenvolveu-se com a Revolução Industrial, e teve que se adaptar à nova realidade econômica, com o surgimento das máquinas e a consequente produção em escala”.

Até aquele momento, a produção era menor. Com o aumento da produção, a contabilidade de custos passou a ser mais necessária nas indústrias, e para apurar os custos dos produtos vendidos se tornou imprescindível a alocação de todos os elementos utilizados na fabricação dos produtos.

A contabilidade de custos, ainda segundo Crepaldi (2004), surgiu a partir da necessidade do homem de conhecer os custos de cada produto ou serviço. Essa área da contabilidade possui um papel muito importante no gerenciamento da empresa, e a cada dia é mais utilizada nas tomadas de decisões.

### **2.2 CONCEITUALIZAÇÃO DA CONTABILIDADE DE CUSTOS**

A contabilidade de custos é utilizada como instrumento para medir e registrar os custos decorrentes das atividades desenvolvidas pela empresa. “Ramo da contabilidade que mede, registra e relata informações sobre custos.” (MAHER, 2001, p.27).

Como disposto por Maher, a contabilidade de custos é a área da contabilidade em que o estudo está voltado para os custos, através de registros de informações. A contabilidade de custos é fundamental para as empresas no processo de gestão. Como dito anteriormente, ela surgiu a partir da revolução industrial justamente para auxiliar no processo de gestão devido ao grande

crescimento do setor manufatureiro e a necessidade de maior controle da produção, que aumentou em grande escala. De acordo com Crepaldi (2004 p.13):

Contabilidade de custos é uma técnica utilizada para identificar, mensurar e informar os custos dos produtos e/ou serviços. Ela tem a função de gerar informações precisas e rápidas para a administração, para tomada de decisões. É voltada para a análise de gastos da entidade no decorrer de suas operações.(CREPALDI, 2004, p. 13)

É através da contabilidade de custos que se pode identificar, mensurar e informar os custos de determinado produto ou serviço, pois através da contabilidade é possível ter um controle das entradas, saídas, produção, estoque da empresa, e com essas informações identificar quais os custos e despesas de cada produto. Já Leone (2009, p. 05) define que:

A contabilidade de custos é o ramo da contabilidade que se destina a produzir informações para diversos níveis gerenciais de uma entidade, com o auxílio às funções de determinação e desempenho, de planejamento e controle das operações e de tomada de decisões.(LEONE, 2009, p. 05)

Ainda de acordo com Leone, a contabilidade de custos tem como intuito a produção de informações voltadas para o gerenciamento da empresa, possibilitando o conhecimento de diversos fatores, como a margem de contribuição da empresa, custos, despesas e lucro.

### **2.3. CLASSIFICAÇÃO DOS CUSTOS**

Os custos podem ser classificados de diversas maneiras, podendo ser eles custos de capital, custo da produção, despesas financeiras, administrativas, dentre outros. Algumas despesas podem ser consideradas custos por estarem classificadas pelas funções de economia interna. Conforme as palavras de Santos, Schmidt, Pinheiro e Nunes, (2006, p. 31):

Existem várias formas de classificar ou agrupar os custos, algumas das quais possuem valor didático, enquanto que outras se revestem de grande importância teórica e prática.

a)Pela origem ou natureza dos custos (categorias)

- custos de material;
- custos de trabalho humano;
- custos de capital;
- custos de serviços prestado por terceiros;
- custo da infra e superestrutura (impostos).

b) Pelas funções na economia interna

- custo da produção;
- despesas de administração;
- despesas de distribuição;

- despesas financeiras;
- despesas com pesquisa e desenvolvimento (P&D) (SANTOS, SCHMIDT, PINHEIRO E NUNES, 2006, p. 31)

Ainda conforme Santos, Schmidt, Pinheiro e Nunes (2006, p. 31), os diversos gastos realizados pela empresa para se manter são denominados custos e despesas. São considerados custos todo gasto voltados para a produção de um determinado bem ou serviço. Devemos saber diferenciar custos de despesas, pois são consideradas despesas um gasto que não está voltado diretamente para a produção de um bem ou serviço.

Pode-se citar como exemplo de custos a matéria prima, já como exemplo de despesas as voltadas para o setor administrativo. Conforme Martins (2006, p. 25): “Custo: Gasto relativo a bem ou serviço utilizado na produção de outros bens ou serviços. [...] Despesa: Bem ou serviço consumido direta ou indiretamente para a obtenção de receitas.”

Já Maher (2001, p. 64) define que “Um custo representa um sacrifício de recursos.” Podemos ainda dizer que custos é a remuneração dos recursos humanos e materiais utilizados na fabricação de um determinado produto ou serviço.

### **2.3.1. CUSTOS FIXOS**

“Custos que não se alteram quando o volume se altera, dentro de um intervalo relevante de atividade.” (MAHER, 2001, p.75). Já Martins (2008, p. 24) afirma que custos fixos “são aqueles que não variam, proporcionalmente, ao volume de unidades produzidas. Exemplos: salários; aluguel; seguros etc”.

Os custos fixos são aqueles que permanecerão inalterados, independente da quantidade de produtos ou serviços prestados. Mesmo que a quantidade de produção aumente relevantemente, eles permanecerão no mesmo valor. Um exemplo desses custos no salão de beleza é o aluguel pago mensalmente pelo prédio, independente da quantidade de clientes atendidas no mês, o valor do aluguel permanecerá o mesmo.

### **2.3.2. CUSTOS VARIÁVEIS**

O custo variável, assim como o próprio nome diz, são os que variam de acordo com a produção. Define-se Custos Variáveis como: “Custos que se alteram na proporção direta da alteração no volume, dentro de um intervalo relevante de atividade.” (MAHER, 2001, p.25)

Como definido por Maher, são considerados custos variáveis aqueles que alteram de acordo com a quantidade de produtos ou serviços produzidos, quanto maior a produção maior serão os custos. No caso do Salão de Beleza, é possível citar como exemplo de custos variáveis os produtos utilizados nos serviços, como xampu, condicionador e outros, pois quanto maior a quantidade de clientes atendidas maior serão os gastos com esses produtos.

### **2.3.3. CUSTOS DIRETOS**

Os custos diretos são identificados mais facilmente que os custos indiretos, pois podem ser alocados no momento de sua ocorrência sem necessidade de rateio. Podemos citar como exemplo de custos diretos: mão de obra direta, matéria prima utilizada na fabricação de um produto ou serviço.

“É aquele que pode ser diretamente apropriado a cada tipo de bem ou órgão, no momento de sua ocorrência, isto é, está ligado diretamente a cada tipo de bem ou função de custo.” (DUTRA, 1995 p. 35)

Os custos diretos são aqueles que podem ser aplicados diretamente aos produtos, sem que seja necessária a utilização de rateio.

### **2.3.4. CUSTOS INDIRETOS**

Os custos indiretos não podem ser alocados diretamente a cada produto no momento da sua ocorrência, sua alocação é feita através de rateio, podemos citar como exemplo de custos indiretos os materiais e a mão de obra. Conforme Dutra (1995, p. 35):

É aquele que não se pode apropriar diretamente a cada tipo de bem ou função de custo no momento da sua ocorrência. Atribui-se parcela dele a cada tipo de bem ou função de custo através de um critério de rateio. É um custo comum a muitos tipos diferentes de bens, sem que se possa separar

a parcela referente a cada um, no momento da sua ocorrência. Tal separação é efetuada através de um critério especial, denominado rateio. (DUTRA, 1995, p. 35)

Segundo Santos (2005, p. 70), “as categorias mais comuns de custos indiretos de produção subdividem-se em relação: a) ao volume de produção; b) ao controle; c) aos departamentos”.

Para a realização de orçamentos de custos voltados para a produção ou vendas, é importante ter conhecimento do volume de produção ou venda. Essa categoria voltada para o volume de produção divide os custos indiretos da produção em semivariáveis, variáveis e estruturais fixos que são os custos que não variam de acordo com a atividade desenvolvida pela empresa. “Os custos estruturais fixos são aqueles que não variam com a atividade realizada dentro de determinada capacidade instalada de produção ou de comercialização.” (SANTOS, 2005, p. 70)

A categoria relacionada ao controle tem como foco principal o controle dos custos, classificando-os em controláveis e não controláveis, onde os custos controláveis são aqueles que a empresa consegue controlar através de uma pessoa ou departamento responsável por ele. Já os custos não controláveis são aqueles que não são controlados por algum nível hierárquico da empresa. Devemos ressaltar que todos os custos que são incorridos também são controlados, principalmente pela alta administração da empresa. Segundo Santos, (2005, p. 71):

**Custos controláveis:** são os controlados por pessoa encarregada ou investida de autoridade para tal; portanto, deve responsabilizar-se pelos gastos de sua atividade. Em geral, essas pessoas têm sob sua responsabilidade departamentos, sendo, portanto, conhecidas suas necessidades operacionais para determinado volume de produção, o que permite efetivo controle dos custos incorridos nesses departamentos. Os exemplos mais comuns de custos indiretos de produção controláveis são: mão de obra e materiais indiretos.

**Custos não controláveis:** em princípio, todos os custos incorridos são controlados em algum nível hierárquico, principalmente pela alta administração. Esses custos, porém, podem tornar-se não controláveis para outros níveis hierárquicos diferentes daqueles que acabamos de citar. Assim, constitui exemplo de custo não controlável o aumento desproposital do aluguel do prédio da fábrica, e sobre o qual o gerente ou encarregado da produção não tem a menor ação de controle, uma vez que o acordo de aumento é feito diretamente pela diretoria. (SANTOS, 2005, p.71)

A categoria voltada para departamentos está direcionada aos departamentos de produção e serviços, com principal objetivo de alocação exata dos custos

indiretos e ter um maior controle desses custos, direcionando os para os respectivos departamentos, tornando-se assim custos diretos aos departamentos.

### **2.3.5. CUSTOS SEMI-VARIÁVEIS**

Os custos semi-variáveis são o conjunto de custos fixos e variáveis, que variam a partir de um volume de produção, ou seja, quando a produção atingir um determinado volume esse custo passa a variar, como exemplo: um vendedor de uma determinada empresa que possui uma cota de vendas, até aquele montante estabelecido receberá um determinado valor, as vendas superior ao montante será acrescida de uma percentagem, ou seja, seu salário irá variar de acordo com sua produção. “Custo que contém componentes fixos e variáveis; também é denominado custo misto.” (MAHER, 2001, p. 77).

Os custos semivariáveis assim são denominados, pois são compostos de uma parcela fixa e uma variável da venda realizada, ou seja, somente uma determinada parcela desse custo varia, a outra permanece fixa.

“Os custos semivariáveis são aqueles que, embora variem com o volume de produção, não o fazem proporcionalmente. Esses custos são constituídos de uma parcela fixa e de uma parcela variável de venda.” (SANTOS, 2005, p. 70) Os custos variáveis são assim denominados, pois são constituídos de custos fixos e variáveis.

### **2.3.6. CUSTOS PRIMÁRIOS**

Os custos primários são aqueles que podem ser empregados diretamente na fabricação, tais como matéria-prima e mão de obra. “Custos primários: soma de matéria-prima com mão de obra direta. Não são a mesma coisa que Custos Diretos, já que nos Primários só estão incluídos aqueles dois itens. Assim, a embalagem é um Custo Direto, mas não Primário.”. (MARTINS, 2006, p.25)

São custos primários apenas matéria prima e mão de obra, ou seja, os insumos que sejam matéria prima, para a fabricação de um determinado produto e a mão de obra do funcionário que fabricou o produto.

## **2.4 MÉTODOS DE CUSTEIO**

São vários os métodos de custeio existentes, cada um com formas diferentes, visando à evidenciação dos custos.

### **2.4.1. CUSTEIO POR ABSORÇÃO**

O método de custeio por absorção é o método mais utilizado, sendo adotado no Brasil tanto pela legislação comercial quanto pela fiscal. Esse método de custeio apropria todos os custos aos produtos, sendo eles diretos, indiretos, fixos ou variáveis.

Definido por Martins (2006, p. 37) como:

Custeio por Absorção é o método derivado da aplicação dos Princípios de Contabilidade Geralmente aceitos, nascido da situação histórica mencionada. Consiste na apropriação de todos os custos de produção aos bens elaborados, e só os de produção; todos os gastos relativos ao esforço de produção são distribuídos para todos os produtos ou serviços feitos. (MARTINS, 2006, p. 37)

Através desse método de custeio que se obtém o preço de venda, a partir da soma do custo fixo e variável, juntamente com o resultado, que chegaremos ao preço de venda.

O método de custeio por absorção é muito utilizado pelas empresas, pois segundo alguns autores como Santos (2005), é o método que inspira uma maior segurança devido a apropriação de todos os custos aos produtos, a fim de obter o preço de venda.

### **2.4.2. CUSTEIO VARIÁVEL**

“Conhecido também como custeio direto, é um tipo de custeamento que considera como custo de produção de um período apenas os custos variáveis incorridos, desprezando os custos fixos.” (CREPALDI, 2004 p. 227)

Essa forma de custeio é voltada para a separação dos gastos em fixos e variáveis, pois os fixos permanecem inalterados, independente da quantidade produzida. Já os variáveis, oscilam, pois seu valor ou quantidade depende do total produzido. Conforme Bruni (2010):

No sistema de custeio variável, apenas os custos variáveis são atribuídos aos produtos elaborados, que juntamente com as despesas variáveis serão subtraídos da receita, gerando um valor que é denominado margem de contribuição. Os custos e despesas fixas serão abatidos da margem de contribuição do período. (BRUNI, 2010)

A princípio, o custeio variável é utilizado com intuito de chegar ao valor da margem de contribuição, e com ela auxiliar no processo de gestão, onde são atribuídos somente aos produtos acabados.

### **2.4.3. CUSTEIO MARGINAL**

O método de custeio marginal possui como premissa que os produtos e serviços têm como responsabilidade apenas despesas e custos variáveis gerados por ele mesmo, ou seja, os custos e despesas fixas são de responsabilidade particular de um produto ou serviço, mas sim de todos eles em conjunto. Santos (2005, p. 87) afirma que:

Pelo custeio pelo método marginal apropriam-se aos produtos, mercadorias e serviços vendidos apenas os custos marginais. Os demais custos relacionados e necessários para manter a capacidade instalada devem ser tratados como de período indo diretamente para o resultado. (SANTOS, 2005, p. 87)

Esse método de custeio é também conhecido como custeio direto, voltado principalmente para o mercado considerado mais competitivo, pois exige um maior controle e visão e acompanhamento da movimentação de seus negócios. É considerado um sistema mais flexível com os preços voltados para o mercado.

### **2.4.4. CUSTEIO RKW**

O método de custeio Reischkuratorium fur Wirtschaftlichkeit ou RKW, que tem como visão de custos apenas os custos de transformação, nessa forma de custeio os preços são alocados com base nos custos fixos e variáveis juntamente com a adição das despesas.

“O método RKW (Reischkuratorium fur Wirtschaftlichkeit) considera como sendo custo apenas os custos de transformação (mão de obra direta e custos indiretos de fabricação), desconsiderando dos custos o total da matéria prima consumida no processo produtivo.” (SANTOS; SCHIMIDT; PINHEIRO; NUNES, 2006, p. 258)

Sendo que os custos são apropriados aos departamentos para posteriormente apropriá-los aos produtos, calculando-se assim o preço de venda desse produto. Lembrando que após o cálculo das despesas e dos custos de determinado produto, basta somá-los com o valor da margem de lucro esperado pela empresa para se obter o preço de venda.

#### **2.4.5. CUSTEIO ABC**

O método de custeio ABC é o método que tem como base as atividades voltadas para o processo da produção. Diferente dos outros métodos de custeio, que possuem uma visão vertical dos custos, o método de custeio ABC tem uma visão horizontal dos processos da empresa, que são divididos em grupos de atividades.

De acordo com Stark, (2007, p. 186):

O custeio baseado em atividades ou ABC (activity-based costing) é um método que permite medir o custo e o desempenho das atividades e dos objetos de custo. Nesse sentido, fundamenta-se em três premissas básicas: 1) os produtos requerem atividades; 2) as atividades consomem recursos; e 3) os recursos custam dinheiro. Pode-se dizer que o ABC identifica um conjunto de objetos de custo, reconhecendo que cada um deles cria a necessidade de determinadas atividades, que, por sua vez, criam a necessidade de recursos. (STARK, 2007, p. 186)

Nessa forma de custeio, considera-se atividade dentro da empresa, tudo que for desenvolvido nesta e que utilizar recursos. Ainda nas palavras de Stark, (2007, p. 188):

As atividades serão custeadas pelo rastreamento dos recursos absorvidos em sua execução ou elaboração – como materiais, mão de obra, seguro, consumo de energia elétrica – e definidas pelos direcionadores de custo, que são os fatores ou medidas de consumo que fazem que as atividades sejam realizadas. (STARK, 2007, p. 188)

O custeio ABC busca identificar os custos voltados para as atividades desenvolvidas na empresa com intuito de avaliar os custos e benefícios trazidos por essas atividades. Possibilita uma ampla visão dos custos dos recursos consumidos nas atividades desempenhadas, que são voltados primeiramente para as atividades e logo após, aos produtos.

Através do custeio ABC é possível ter maior visão dos custos indiretos, gerando assim informações verificáveis sobre os custos dos produtos.

#### **2.4.6. CUSTEIO JUST IN TIME**

Nessa forma de método de custeio, o número de estoques da empresa é mantido sempre em pouca quantidade. Conforme Maher (2001, p. 50):

Em produção ou compras, cada unidade é adquirida ou fabricada exatamente antes de ser utilizada. O desenvolvimento do método Just in time (JIT) de produção e compras também afeta sistemas de contabilidade de custos. Nesse método cada unidade é fabricada ou adquirida exatamente antes de ser utilizada, mantendo estoques em níveis mínimos. Com baixos estoques, contadores podem despende menos tempo em avaliação de estoques para elaboração de demonstrações financeiras externas, em benefício de mais tempo em atividades gerenciais. (MAHER, 2001, p. 50)

O método de custeio Just in Time, conforme Maher (2001), tem como preceito adquirir ou fabricar a unidade antes de sua utilização. Nesse método, é considerado importante que a empresa mantenha seu estoque em uma quantidade baixa com o intuito de que o contador não perca muito tempo com avaliação de estoques.

#### **2.5. MÉTODO DE CUSTEIO PARA TOMADA DE DECISÕES**

Segundo Stark (2007, p. 183), O conhecimento dos custos é fundamental para as tomadas de decisões, pois possibilita que a empresa possa alcançar uma rentabilidade maior. Se o gestor não possuir nenhum conhecimento de custos, o setor financeiro da empresa fica em declínio, prejudicando o seu crescimento. Os custos auxiliam o gestor nas decisões de quais produtos comprar, alocação dos preços e até mesmo redução dos impostos, pois esses fatores dependem de um controle dos custos.

É importante que o gestor tenha conhecimento do lucro por produto, quais produtos não trazem nenhum lucro para a empresa, os custos das atividades, dentre outros. Para que a empresa esteja apta para a concorrência, seus preços não podem ser elevados, e, através do conhecimento dos custos, é possível alocar os preços de forma mais sábia, onde a empresa obterá lucro sem cobrar um valor maior que o da concorrência. Saber os custos de cada produto e o lucro que este gera para a empresa propicia que no momento da venda se volte um esforço maior para o produto ou serviço que gera maior lucro.

O método de custeio para tomadas de decisões mais utilizado é o método de custeio variável. Este método divide as despesas e os custos de fabricação em fixos e variáveis com a finalidade de chegar a um resultado de margem de contribuição. Segundo Stark (2007, p.184), “Margem de contribuição é a diferença entre preço de venda do produto e o custo variável associado a cada produto, o que corresponde à contribuição que cada unidade traz à empresa para cobrir os custos fixos e gerar lucro”.

A margem de contribuição é quando o preço de venda ultrapassa os custos e despesas variáveis e contribui para os custos fixos e ainda gera lucro. O seu cálculo é feito da seguinte maneira: Deduz do preço de venda os custos variáveis, já os custos fixos são subtraídos sem rateio, e a parcela que sobra é considerada lucro.

Ainda conforme Stark (2007, p. 184), Quando obtido o valor da margem de contribuição, torna-se mais fácil a tomada de decisões, pois as decisões não podem ser tomadas com base apenas no preço de venda de cada produto. Para que sejam tomadas as decisões acertadas, devem-se considerar diversos fatores, sendo um deles a capacidade produtiva da empresa e a demanda existente.

Se não há demanda suficiente para absorver os produtos ou serviços, passará a existir uma ociosidade, ocasionando a venda dos produtos por um preço menor, pois em todo caso é melhor vender esses produtos mais baratos do que deixá-los em estoque e posteriormente não vendê-los. Nesses casos de ociosidade, os custos fixos deverão ser descarregados nas unidades de produtos já vendidos, aumentando o custo fixo unitário e conseqüentemente diminuindo a lucratividade. Através das vendas com menor preço é possível diminuir a ociosidade e diluir o custo fixo.

### **2.5.1 CRÍTICAS ÀS TOMADAS DE DECISÕES PELO MÉTODO VARIÁVEL**

O método de custeio variável pode ocasionar diversos problemas para a empresa decorrente da forma de atribuição dos custos aos produtos. Em alguns casos, pode ocorrer de as empresas não conseguirem cobrir esses custos.

O custeio variável não é aceito perante a legislação do país, pois é contrário aos princípios contábeis e apresentam em sua metodologia vantagens e desvantagens conforme especificado na tabela 01.

Vantagens	Desvantagens
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Destaca o custo fixo (que independe do processo fabril);</li> <li>- Não ocorre a prática do rateio, por vezes arbitrário;</li> <li>- Evita manipulações;</li> <li>- Fornece o ponto de equilíbrio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Não é aceito na elaboração dos relatórios contábeis, pois fere os princípios fundamentais de contabilidade;</li> <li>- O valor dos estoques não mantém relação com o custo total.</li> </ul>

**Tabela 1:** Vantagens e Desvantagens

Fonte: **Crepaldi (2010)**.

## 2.6. A TEORIA DAS RESTRIÇÕES

A teoria das restrições surgiu no ano de 1980, onde fundamenta que para que o empreendimento obtenha o sucesso almejado, deve estar atento à restrição que o limita gerenciando-o de forma adequada, pois sempre há uma restrição para todo e qualquer empreendimento. Essa teoria busca aumentar o lucro da empresa, e se o gestor da empresa possuir capacidades de gerenciar essas limitações poderá até mesmo extingui-las e assim alcançar o resultado.

De acordo com Ribeiro (2009, p. 514):

Teoria das restrições trata-se de uma metodologia de gerenciamento fundamentada na premissa de que todo empreendimento deve ter pelo menos uma restrição, isto é, um motivo que impossibilite o empreendedor de alcançar melhores resultados que os almejados (maximização dos lucros).(RIBEIRO, 2009, p. 514)

É considerada restrição em uma empresa tudo que venha a atrapalhar de alguma maneira o desenvolvimento desta. A teoria da restrição busca avaliar o grau de desenvolvimento da empresa, a fim de verificar se há alguma restrição ou não, e quando houver, buscar eliminá-la para um melhor desempenho da mesma.

## 2.7 RETROSPECTIVA HISTÓRICA DA MICRO EMPRESA

De acordo com Souza; Machado; Oliveira (2007, p. 55), No início da colonização brasileira, existia uma grande preocupação por parte da Coroa Portuguesa, que era evitar que outros povos invadissem o Brasil. Portugal possuía uma população '1que não lhe permitia ocupar a colônia e defender a vasta área brasileira e os empresários portugueses não consideravam viáveis e que era um desperdício investirem no Brasil, além de estarem mais interessados nas especiarias vindas da Índia, obrigando a Coroa Portuguesa a desenvolver uma estrutura

produtiva local, pois ao gerar oportunidades lucrativas, se tornaria possível manter o povoado.

A descoberta do ouro despertou interesses dos demais povos europeus e a Coroa Portuguesa passa a procurar formas de ocupar o território brasileiro e o grande desafio era o preenchimento da economia do Brasil de forma rentável, que atraísse investidores e suportassem os pesados fretes e os gastos com a defesa da colônia, mas isto só seria possível com condições vantajadas de produção e consequentemente do preço e, o melhor produto e o que mais oferecia vantagens naquele momento era o açúcar.

Ainda conforme Santos, Machado, Oliveira (2007, p. 56), O açúcar, condimento extremamente valioso, era considerado como artigo de luxo e também era comercializado como remédio, apenas para os ricos senhores feudais e comerciantes. Mas, a partir da constatação dos técnicos portugueses, enviados ao Brasil para avaliar o território brasileiro, de que havia grande volume de produção, surgem os primeiros engenhos, dando início às origens da agricultura e da indústria no Brasil, em Santos e São Vicente.

Como a produção de açúcar em pequenas propriedades era inviável, a opção para produção era as grandes fazendas monocultoras operadas pelo trabalho escravo que ficaram conhecidas como “plantation” e era considerado um desafio em tecnológicos, de planejamento e capacidade gerencial. Ferlini (2002, p. 55) escreve que, “além da fábrica de açúcar, era preciso construir a capela, a escola, a casa dos senhores, a casa dos escravos, a enfermaria, a serraria para fabricar móveis, embarcações, apetrechos do engenho, peças de reposição do maquinário e o madeiramento para as casas”.

A implantação deste sistema agrícola foi um grande avanço econômico, segundo Palácios (2002, p. 38), se tornou uma fonte de geração de renda, emprego para a população e assim gerou oportunidades de novos negócios, encadeou no Brasil o desenvolvimento da globalização.

Decorrente da invasão holandesa, o cultivo de cana de açúcar da região nordeste passou por um momento de crise. A partir do descobrimento do ouro e como aumento dos preços dos escravos, a situação dos engenhos nordestinos piorou ainda mais. Segundo Palácios (2002, p. 38-39)

Ao longo – e à sombra – dessa crise [...] desenvolveu-se um numeroso segmento de cultivadores pobres e livres, primitivamente agricultores de subsistência provenientes de terras da periferia da região das plantations. [...] Na metade do século existem testemunhos de presença significativa de comunidades de pobres livres cultivadores de tabaco, mandioca e outros alimentos, em áreas relativamente centrais do Nordeste Oriental, supostamente dominadas por plantations.(PALÁCIOS, 2002, p. 38-39)

Com a dominação das plantations, muitos agricultores que se dedicavam à produção de subsistência passaram a procurar atividades produtoras de produtos mercantis, e a busca por novas oportunidades, sendo aquelas voltadas para o comércio interno ou até mesmo as voltadas para o comércio externo (exportação), sendo esse um fator que contribuiu para vinda de pequenos proprietários para a região. Prado Jr (1945, p. 41-42) escreve que:

É preciso distinguir dois setores bem diferentes da produção. O primeiro era o dos produtos de exportação, o outro setor, o das atividades acessórias. Ao contrário da cana-de-açúcar, na qual se encontra a exploração em larga escala, as atividades secundárias apresentam outras formas e tipos de organização. São pequenas unidades nas quais é o próprio proprietário que trabalha. Trata-se, portanto, do pequeno empresário agrícola voltado para o abastecimento das vilas que vão surgindo no litoral brasileiro.(PRADO JR, 1945, p. 41-42)

O autor argumenta ainda que as primeiras pequenas empresas que surgiram no Brasil são formadas por indígenas, que produziam alimentos e trocavam por outras mercadorias de sua necessidade. Com o passar do tempo, através da mestiçagem, passaram a constituir juntamente com grandes proprietários e escravos os denominado caboclos, compostos pela classe média.

Assim, a economia brasileira daquele período não se restringia somente à produção de açúcar e muito menos à produção voltada para a exportação, e a variedade de produtos cultivados e retirados do país era muito elevada, assim como a produção de alimentos e frutas, flores e outras especiarias que estavam voltadas para comércio interno do país, causando um impacto considerável na economia do Brasil, e gerando novas oportunidades para o pequeno negócio.

Palácios (2002, p. 40-43) relata que,

Pequenos agricultores pobres no Nordeste brasileiro se dedicaram à produção de fumo para se vincular ao lucrativo comércio mundial de cativos. O perigo da falta de alimentos e de que esses pequenos produtores desestabilizassem os preços dos produtos fez com que a coroa portuguesa lhes abrisse guerra declarada. Impedidos de exercer essa atividade, muitos pequenos agricultores foram obrigados a se voltar para a produção de alimentos e para a subsistência.(PALACIOS, 2002, p. 40-43)

Ainda nas palavras de Palácios (2002, p. 41), Não demorou para que os pequenos empresários impedidos de trabalharem com a cultura do fumo buscassem novas oportunidades de negócios. Segundo Palácios, a demanda inglesa promovida pela Revolução Industrial fez com que cultivadores pobres livres encontrassem na cultura do algodão uma nova oportunidade para investir.

No final do século XVIII, ainda conforme Palácios (2002, p. 41), o algodão surge como uma mola impulsadora da produção agrícola na região nordeste, e o número de pequenos empreendimentos aumentou em escala, substituindo a produção da cana de açúcar que já se encontrava em crise. O governo de Portugal passa então a criar incentivos aos pequenos agricultores para que estes passassem a produzir algodão ao invés de alimentos.

A resposta a este incentivo deu-se de forma positiva e imediata, ressaltando o desejo dos pequenos produtores de se tornarem empresários. Através desse desenvolvimento, surgiram diversas cidades que produziam, beneficiavam e transportavam o algodão, em que, segundo Andrade (2002, p.106), “a corrida pelo “mercado” do algodão foi tão forte que em 1785 instalou-se nos principais centros urbanos da região uma intensa crise de abastecimento alimentar, que somente seria debelada na década de 1820, através de medidas de proibição do cultivo do algodão, o que fez com que pequenos agricultores voltassem ao cultivo da mandioca, de alimentos e à fabricação de farinha”.

Ao que tudo indica, ainda segundo Palácios, o surgimento da pequena empresa no Brasil se deu no setor agrícola, por índios que desenvolviam a agricultura na região, e posteriormente passando a distribuir os alimentos cultivados para os grandes centros.

Palácios (2002) relata que estudos históricos mais recentes têm demonstrado que a pequena empresa inicial tinham suas atividades voltadas para o setor primário, ou seja, não desenvolviam atividades de suporte. Segundo PALÁCIOS (2002, p.37)

Ao amparo de uma crise sem paralelo na oferta de força de trabalho escrava para a região, os cultivadores pobres livres crescem e se expandem até ocupar, nas últimas décadas do século XVII, articulados por impulsos provenientes de Manchester e Liverpool, a linha de frente da produção agrícola nordestina e o mais forte canal de articulação do Brasil com o mercado mundial: o algodão.(PALÁCIOS, 2002, p. 37)

Mais que isso, a pequena empresa camponesa já nasce vinculada ao mercado mundial e, segundo FERLINI (2002, p. 28),

a polarização da sociedade colonial entre senhores e escravo esconde uma extensa gama de grupos intermediários. [...] compunham o universo social do Nordeste açucareiro: mercadores, roceiros artesãos, oficiais de açúcar, lavradores de roça e mesmo desocupados. [...] Havia, portanto, uma grande diversidade de livres não-proprietários e livres pequenos-proprietários [...] eram brasileiros, de origem branca, pouco mesclados de mulatos. Mas, até o século XVIII, o papel de lavradores de cana limitou-se aos colonos brancos. [...](FERLINI, 2002, p. 28)

Conforme Ferline, desde o surgimento da pequena empresa, esta já se encontrava inserida no mercado mundial, fazendo parte dessa classe os comerciantes do mercado açucareiro e até mesmo os lavradores que produziam a cana e vendiam para as fábricas de açúcar.

## **2.8 A MICROEMPRESA NO BRASIL**

De acordo com Junior (2000, p. 11), ao tratar da capacidade de um empreendedor em ter êxito em seu empreendimento, é permissível supor que grande parte das médias e grande empresas dos dias atuais iniciou com pequeno negócio. Neste o crescimento de suas empresas não se deu exclusivamente à competência administrativa do dono. Além da capacidade, esse empresário contou com leis que beneficiaram o desenvolvimento de sua empresa. Vale dizer que esta base legal utiliza de respaldo nas diversas leis que resguardam ou dão melhores condições às empresas de menor tamanho.

Ainda nas palavras de Junior (2000, p. 12), Em todos os países do mundo, micro e pequenos empreendimentos encontram-se disseminados, constituindo-se em setor vital da sociedade, responsável por alocar contingente expressivo de pessoas, principalmente aquele que inicia seus próprios negócios. Na grande maioria dos casos, os pequenos empresários possuem um certo potencial e capacidade de ganhar dinheiro, pois, diga-se de passagem, possuem uma ambição pela riqueza, dispõem de talento para isso e querem tornar-se independentes, principalmente deixar de ser assalariados.

No Brasil, apesar das características que os pequenos empresários possuem que os favorecem para possam se tornar competitivos, o baixo nível de

formação educacional e a pouca experiência administrativa, são causadores da alta taxa de mortalidade dos pequenos empreendimentos.

Perante a legislação brasileira é permitido a toda pessoa constituir empresa, sendo amparado pela legislação vigente. Conforme disposto no art. 170 da Constituição Federal do Brasil de 1988: “É assegurado a todos o livre exercício de qualquer atividade econômica, independentemente de autorização de órgãos públicos, salvo nos casos previstos em lei”.

A Carta Magna determina em seu artigo 170, inciso IX, que as microempresas recebam um tratamento diferenciado, pois esta classe de empresas desempenha um papel muito importante na economia do país, visto que estas representam grande parte das empresas. Esse tratamento especial está inserido na Lei nº 9.841, sancionada em 05 de Outubro de 1999 – Estatuto da Microempresa e Empresa de Pequeno Porte:

- ✓ A definição de microempresa e empresa de pequeno porte.
- ✓ A simplificação dos procedimentos burocráticos para registro e desenquadramento dessas empresas.
- ✓ A permissão para que as microempresas e empresas de pequeno porte possam constituir cooperativas de crédito.
- ✓ A manutenção de linhas de crédito específicas para as microempresas e empresas de pequeno porte por parte das instituições financeiras oficiais BNDES, CEF, Banco do Brasil, Banco do Nordeste e Banco da Amazônia.
- ✓ A destinação de 20% dos recursos federais aplicados em pesquisa, desenvolvimento e capacitação tecnológica para o pequeno empreendedor.
- ✓ A redução dos custos de cartório e burocracias trabalhistas.
- ✓ A autorização de constituírem Sociedade de Garantia Solidária.
- ✓ O tratamento diferenciado e favorecido para acesso a serviços de metrologia e certificação prestados por entidades tecnológicas públicas.
- ✓ A prioridade no fornecimento de produtos e serviços nas compras governamentais.
- ✓ O tratamento diferenciado e favorecido às empresas que atuam no mercado internacional, exportando ou importando bens ou serviços.  
(ESTATUTO DA MICROEMPRESA E EMPRESA DE PEQUENO PORTE, 2012)

De acordo com Rizzo (2005, p. 13), as microempresas e empresas de pequeno porte, possuem as seguintes características a seguir:

A estrutura organizacional é simples e nem sempre definida claramente. A tomada de decisão dá-se pelo dirigente principal.

- É reduzido o número de diretores.
- Os recursos empregados na atividade são limitados.
- São difíceis ou escassas as fontes de financiamento de capital de giro ou de inovação tecnológica.

- Absorvem significativa parcela da mão-de-obra, notadamente a não especializada.
- Não dominam o setor onde operam.
- Normalmente funcionam com alto grau de complementariedade, ou seja, estão subordinadas às empresas de grande porte.
- Seus proprietários e a administração são interdependentes, isto é, há estreito vínculo entre o dono e a empresa, provocando muitas vezes problemas na administração.(RIZZO, 2005, p. 13)

Ainda de acordo com Rizzo (2005, p. 13), as micro e pequenas empresas possuem uma estrutura organizacional simples, devido ao seu pequeno porte, com número de diretores reduzidos. Estas empresas não possuem muitos recursos e na maioria dos casos a mão de obra não é especializada.

## **2.9 HISTÓRICO DA LEI GERAL DA MICRO E PEQUENA EMPRESA**

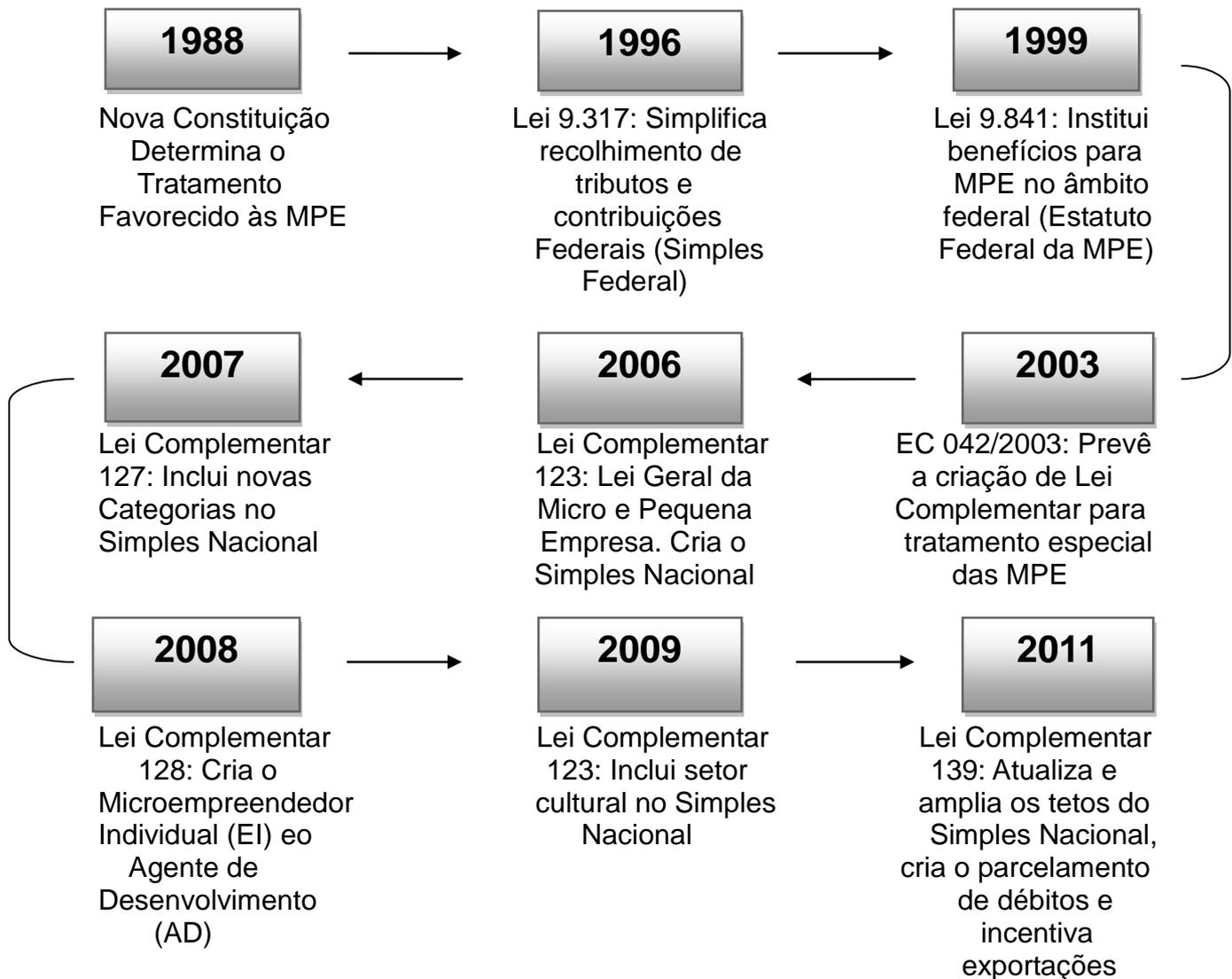
Conforme revista Metzker (2010, p.11), a micro e pequena empresa teve maior participação e crescimento no Brasil a partir dos anos 80, tendo como marco principal a inclusão dos artigos 170 e 179 na Constituição Federal do Brasil de 1988, onde determinou que as microempresas e as empresas de pequeno porte deveriam receber um tratamento jurídico diferenciado das demais, com o intuito de incentivá-las, e possibilitar que estas permaneçam no mercado, através da simplificação, diminuindo suas obrigações tributárias, administrativas, previdenciárias e até mesmo maior facilidade para aquisição de capital de terceiros.

Ainda conforme revista do Metzker (2010, p. 11), nos anos de 1990 foi criada a Lei do Simples Nacional e o Estatuto que rege a Micro empresa.

O Simples Nacional trata-se de um sistema de recolhimento de contribuições e tributos federais simplificado. Conforme Estatuto da micro empresa e empresa de pequeno porte em seu artigo 170 e 179:

O simples Nacional tratava-se de um sistema simplificado de recolhimento de tributos e contribuições federais que, mediante convênio, poderia abranger os tributos devido aos Estados e aos Municípios. Mas os Estados preferiram não aderir ao Simples e instituíram regimes próprios de tributação, o que acabou resultando em 27 tratamentos tributários diferentes em todo o Brasil. Da mesma forma, poucos municípios aderiram ao Simples, e a maioria não adotou qualquer benefício para as microempresas e empresas de pequeno porte instaladas em seus territórios.(ESTATUTO DA MICRO EMPRESA, 2012)

O quadro abaixo demonstra o histórico e avanço dessas empresas no país.



**Figura 1:** Histórico da Micro empresa

**Fonte:** Metzker (2010, p. 17)

De acordo com o quadro acima, no ano de 2003 foi criada a Emenda Constitucional 042/2003, que, conforme Sebrae, alterou o regime tributário nacional, também determinando o tratamento diferenciado para as microempresas e empresas de pequeno porte.

Ainda segundo a revista Metzker (2010, p. 20), a mudança constitucional foi decorrente de um movimento realizado por entidades de apoio à micro. O Sebrae juntamente com suas unidades estaduais, promoveu um evento de mobilização voltado para a Lei Geral no dia 05 de Outubro, onde foram tratados de temas que buscavam a obtenção de subsídios para a criação de um projeto para a Lei Geral. De acordo com Cerino (2009):

Os debates em todo o Brasil giraram em torno de dez tópicos: Padronização de conceitos de pequena empresa; Sistemas diferenciados de tributação; Acesso a novos mercados; Acesso à justiça; Exportações; Redução da burocracia; Formalização; Aumento do acesso ao crédito, Outras sugestões.(CERINO, 2009, p. 74)

Após muitas manifestações, foi sancionada a Lei 123 de 14 de Dezembro de 2006, que visa benefícios para a microempresa e às empresas de pequeno porte.

### **3. METODOLOGIA**

Este trabalho, de acordo com o seu desenvolvimento, utilizou como métodos de pesquisa a descritiva, explicativa, bibliográfica que está voltada para a pesquisa em livros, artigos. Estudo de caso por se tratar de pesquisa de campo, onde a pesquisadora foi até a empresa coletar os dados, qualitativa e quantitativa :

#### **3.1. QUANTO AOS FINS**

##### **3.1.1. PESQUISA DESCRITIVA**

A pesquisa descritiva busca a observação dos fatos, registra, analisa, classifica e interpreta os fatos sem interferir nestes fatos, ou seja, os fatos são estudados, mas não manipulados pelo pesquisador.

Para Gil (1999), a pesquisa descritiva tem como principal objetivo descrever características de determinada população, fenômeno ou o estabelecimento de relações entre as variáveis. Uma de suas características mais significativas está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados.

Diante do exposto, este trabalho enquadra-se como pesquisa descritiva, tendo em vista a observação, análise e interpretação dos dados da empresa foco desta pesquisa, sem a manipulação destes dados pela pesquisadora.

##### **3.1.2. PESQUISA EXPLICATIVA**

A pesquisa explicativa visa identificar os fatores que determinam ou contribuem para a ocorrência dos fenômenos, por explicar a razão e o porquê das coisas. Esse é tipo de pesquisa que mais aprofunda o conhecimento da realidade e, por isto, dizem que o conhecimento científico está assentado nos resultados oferecidos pelos estudos explicativos.

Andrade (2002) declara que a pesquisa explicativa é um tipo de pesquisa mais complexa, pois, além de registrar, analisar, classificar e interpretar os fenômenos estudados, procura identificar os fatores determinantes. Assim, a pesquisa explicativa tem por objetivo aprofundar o conhecimento da realidade

procurando a razão, os porquês das coisas e por este motivo está mais sujeita a erros.

Diante do que está descrito pelos autores sobre o que seja pesquisa explicativa, pode-se afirmar que este trabalho se enquadra neste contexto, tendo em vista que durante as fases de coleta dos dados, procurou-se aprofundar na realidade das empresas e, tentando explicar os porquês dos fatos acontecidos.

### **3.2. QUANTO AOS MEIOS**

No que se refere à maneira pela qual se conduziu o estudo para a obtenção dos dados utilizou-se os seguintes métodos:

#### **3.2.1. ESTUDO DE CASO**

Esta metodologia caracteriza-se principalmente pelo estudo concentrado em um único caso. Este estudo é o preferido pelos pesquisadores que desejam aprofundar seus conhecimentos a respeito de determinado caso específico.

Bruyne, Herman e Schouteete (1977), afirmam que o estudo de caso justifica sua importância por reunir informações numerosas e detalhadas com vista em aprender a totalidade de uma situação. A riqueza das informações detalhadas auxilia num maior esclarecimento e numa possível resolução de problemas relacionados ao assunto estudado.

Gil (1999), salienta que o estudo de caso é caracterizado pelo estudo profundo e exaustivo de um ou de poucos objetos, de maneira a permitir conhecimentos amplos e detalhados do mesmo, tarefa praticamente impossível mediante os outros tipos de delineamentos considerados.

Com o que determina as teorias sobre o estudo de caso, é possível afirmar que este trabalho monográfico, classifica-se como um estudo de caso, tendo em vista que foi realizado um estudo bastante aprofundado e, com base nos dados oferecidos pelo proprietário da empresa.

### **3.2.2 PESQUISA BIBLIOGRÁFICA**

Cervo e Bervian(2002) definem a pesquisa bibliográfica como a pesquisa .que explica um problema a partir de referenciais teóricos publicados em documentos. Pode ser realizada independentemente ou como uma parte da pesquisa descritiva ou experimental. Ambos os casos buscam conhecer e analisar as contribuições culturais ou científicas do passado existentes sobre um determinado assunto ou problema.

Gil (1999) explica que a pesquisa bibliográfica é desenvolvida mediante material já elaborado, principalmente livros e artigos científicos. Apesar de praticamente todos os outros tipos de estudos exigirem trabalho desta natureza, há pesquisas exclusivamente desenvolvidas por meio de fontes bibliográficas.

A pesquisa bibliográfica é voltada para o referencial teórico do trabalho, que consiste nas pesquisas em livros, revistas, dissertações, artigos entre outros. Essa forma de pesquisa tem como principal intuito o aprofundamento sobre a parte conceitual relacionada ao tema do trabalho.

Assim, tendo em vista que este trabalho foi realizado com base em pesquisas bibliográficas de cunho científico, livros, revistas e outros meios de publicações, podemos afirmar que este trabalho está caracterizado como uma pesquisa bibliográfica.

## **3.3 QUANTO À ABORDAGEM DO PROBLEMA**

### **3.3.1 PESQUISA QUALITATIVA**

Richardson (1999) menciona que os estudos que empregam uma metodologia qualitativa podem descrever a complexidade de determinado problema, analisar a interação de certas variáveis, compreender e classificar processos dinâmicos vividos por grupos sociais. Ressalta ainda, que podem contribuir no processo de mudança de determinado grupo e possibilitar em maior nível de profundidade, o entendimento das particularidades do comportamento dos indivíduos.

### **3.3.2 PESQUISA QUANTITATIVA**

Diferentemente da pesquisa qualitativa, a abordagem quantitativa busca a análise de dados estatísticos e medição de unidades, na coleta e análise de dados.

Richardson (1999) afirma que a abordagem quantitativa caracteriza-se pelo emprego da quantificação tanto nas modalidades de coleta de informações, quanto no tratamento delas por meio de técnicas estatísticas, desde a mais simples como percentual, média, desvio padrão, às mais complexas, como coeficientes de correlação, análise de regressão etc. A utilização dessa tipologia de pesquisa torna-se relevante à medida que se utiliza de instrumentos estatísticos desde a coleta, até a análise e o tratamento dos dados.

Na pesquisa qualitativa realizam-se análises consideradas mais aprofundadas no tema estudado. É voltada para as características e não para a análise quantitativa. A principal diferença entre o método qualitativo e quantitativo está presente no fato de a abordagem qualitativa não estar direcionada a dados estatísticos, nem medir unidades para a realização de uma análise, mas sim para características dos dados coletados.

### **3.4. ANÁLISE, COLETA E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS**

Analisar, coletar e interpretar dados significa trabalhar com todo o material obtido durante o processo de investigação, ou seja, com os relatos de observações, as transcrições de entrevistas, as informações dos documentos e outros dados disponíveis. O processo deve ocorrer de forma sistemática. De início, o pesquisador deve encontrar uma forma de organizar o material coletado e depois analisá-los com a maior profundidade possível.

Ao se falar em analisar os dados, espera-se que se consiga resumir os dados coletados para transformá-los em informações que sustentem o raciocínio conclusivo sobre o problema propostos. Assim, a análise, coleta e interpretação sobre os dados descritos neste trabalho foram realizados com base em informações detalhadas e apontadas pelo sócio proprietário da empresa foco desta pesquisa, embora estes dados não estejam inseridos em relatórios contábeis, pois a empresa está enquadrada como uma MEI e, portanto não obrigada a publicação destes relatórios.

#### 4. HISTÓRICO DA EMPRESA

O Micro Empreendedor Individual André Luis Silvério Jacob nasceu na cidade de Rondonópolis-MT, em 31 de Agosto de 1982, mudou-se para a cidade de Juína juntamente com seus pais, aos 06 anos de idade, onde residiram até os 18 anos na zona rural da cidade. A partir dos 18 anos, decidiu vir para a cidade em busca de trabalho e também estudar o ensino médio, onde conseguiu um emprego em uma churrascaria trabalhando como garçom durante alguns meses. No ano de 2001, recebeu uma proposta de emprego na cidade de Castanheira-MT, onde desempenharia a função de chefe de churrasco. Ao mudar-se para Castanheira, trabalhou em um restaurante durante oito meses, prosseguindo com os estudos naquele município. Vendo que o trabalho como chefe de churrasco tomava muito seu tempo e este sentia a necessidade de se dedicar mais aos estudos, deixou o trabalho no restaurante e passou a trabalhar como vendedor de cachorro quente na praça da cidade.

Ao iniciar o trabalho como vendedor de cachorro quente, resolveu que não poderia mais se dedicar aos estudos, pois o trabalho exigia sua dedicação em tempo integral. Esse novo ofício veio a se tornar um destaque na cidade, e, conseqüentemente, as vendas aumentaram grandemente. Com isso, começou a surgir conflitos com as lanchonetes da região, e através desses conflitos o prefeito do município criou embaraços na concessão de Alvará. Novamente André Luis decidiu que iria continuar com as vendas de lanches só que em um novo município, passando a residir na cidade de Colniza-MT.

Após dois anos de trabalho no município de Colniza e com o dinheiro adquirido durante essa época, vislumbrou a possibilidade de ir residir no exterior, em Portugal. Chegando a Portugal, no início do ano de 2004, trabalhou até Dezembro de 2005, também como chefe do churrasco.

Com as economias adquiridas durante esses anos, decidiu que investiria esse dinheiro, e ao chegar à cidade de São Paulo ingressou no curso de cabeleireiro, pois vislumbrou um futuro promissor com a nova profissão. Ao retornar para o município de Juína, onde residem todos seus familiares, buscou conhecer o mercado da região e assim decidiu inaugurar seu Salão de Beleza na Avenida Mato Grosso, centro da cidade, permanecendo até o dia de hoje.

#### 4.1. COLETA E ANÁLISE DE DADOS

De acordo com o estudo de caso realizado em um período de 08 (oito) meses, sendo de janeiro a agosto de 2014, e a coleta de dados obtidos na empresa Salão de beleza André Luis, foi possível verificar que esta teve um total de receitas de R\$44.670,00 (Quarenta e quatro mil seiscentos e setenta reais) e custos total (diretos e indiretos) no valor de R\$20.852,49 (Vinte mil oitocentos e cinquenta e dois reais e quarenta e nove centavos). Durante o período analisado, o serviço mais procurado foram os cortes masculinos. Já os serviços voltados para o público feminino, o que tem mais procura é a escova definitiva, conforme o descrito na tabela abaixo:

Serviços	Vlr Unt	Receitas																Total
		Janeiro		Fevereiro		Março		Abril		Maio		Junho		Julho		Agosto		
		Qtde	Total	Qtde	Total	Qtde	Total	Qtde	Total	Qtde	Total	Qtde	Total	Qtde	Total	Qtde	Total	
Corte Masculino	15,00	14	210	4	60,00	5	75,00	7	105,00	10	150,00	15	225,00	8	120,00	9	135,00	1080,00
Corte Femenino	35,00	7	245	7	245,00	2	70,00	9	315,00	3	105,00	8	280,00	7	245,00	10	350,00	1855,00
Escova Simples	45,00	4	180	2	90,00		0,00	7	315,00		0,00	8	360,00	6	270,00	8	360,00	1575,00
Escova Definitiva	250,00	11	2750,00	8	2.000,00	12	3.000,00	3	750,00	4	1.000,00	3	750,00	11	2750,00	10	2.500,00	15.500,00
Escova Progressiva	200,00	3	600	3	600,00	6	1200,00	1	200,00	6	1200,00	10	2000,00		0,00	5	1000,00	6800,00
Botox Capilar	100,00	5	500		0,00		0,00	1	100,00		0,00	3	300,00	4	400,00	3	300,00	1600,00
Sobrancelha	15,00	7	105	6	90,00	1	15,00	8	120,00	5	75,00	9	135,00	6	90,00	12	180,00	810,00
Relaxamento	150,00	7	1050	3	450,00	5	750,00		0,00	1	150,00	1	150,00		0,00		0,00	2550,00
Mechas	250,00	3	750	2	500,00	2	500,00	3	750,00	7	1750,00	5	1250,00	8	2000,00	9	2250,00	9750,00
Coloração	75,00	2	150		0,00		0,00	6	450,00	7	525,00	4	300,00	3	225,00	4	300,00	1950,00
Hidratação	60,00	1	60	2	120,00		0,00	5	300,00	4	240,00	2	120,00		0,00	6	360,00	1200,00
			6600,00		4155,00		5610,00		3405,00		5195,00		5870,00		6100,00		7735,00	44.670,00

**Tabela 2: Receita mês a mês**

Fonte: A pesquisadora

A tabela 2 apresenta as receitas obtidas pela empresa mês a mês.

A tabela 3 representa os custos indiretos do total de oito períodos, de janeiro a agosto de 2014, sendo R\$42,20 (quarenta e dois reais e vinte centavos) de DAS e R\$700,00 (setecentos reais) de aluguel. Esses custos são considerados indiretos, pois não são alocados diretamente aos serviços prestados pela empresa. Assim, necessário se faz realizar o rateio dos custos indiretos aos produtos, conforme tabela 4.

Outros Custos/Despesas	Valor/Mensal
Aluguel	700,00
DAS	42,20
Período	8

**Tabela 3: Custos Indiretos**

Fonte: **A pesquisadora**

O aluguel e DAS são considerados custos indiretos, pois não podem ser alocados diretamente aos serviços, são custos fixos, pagos mensalmente pela empresa, sem alteração de valor conforme a quantidade de serviços prestados.

RATEIO	R\$ VENDA	PART. PRODUTO NA RECEITA TOTAL	R\$ PARTICIPAÇÃO
Corte Masculino	15	1,25	74,4
Corte Femenino	35	2,92	173,58
Escova Simples	45	3,76	223,43
Escova Definitiva	250	20,92	1.242,33
Escova Progressiva	200	16,73	993,55
Botox Capilar	100	8,36	496,56
Sobrancelha	15	1,25	74,4
Relaxamento	150	12,55	745,35
Mechas	250	20,92	1.242,33
Coloração	75	6,27	372,48
Hidratação	60	5,02	299,18
	1195	100	5937,60

**Tabela 4: Rateio dos custos Indiretos**

Fonte: **A pesquisadora**

A tabela 4 demonstra a participação de cada produto no rateio dos custos indiretos, sendo eles o DAS (Documento de Arrecadação do Simples Nacional) e os aluguéis pagos mensalmente pela empresa.

Para saber a participação de cada produto nos custos indiretos fora efetuado o método de rateio, cuja finalidade é alocar os custos indiretos de forma proporcional ao preço de venda de cada serviço, o cálculo foi realizado como segue:

Primeiramente foi determinado o valor dos serviços que totalizaram R\$1.195,00 (Um mil cento e noventa e cinco reais) e, posteriormente, foram utilizadas regra de três para verificação da participação do serviço individual no valor total dos serviços.

E para realizar a alocação dos custos indiretos aos produtos foi realizado o seguinte rateio: Tendo como exemplo o corte masculino, ele participa de 1,25% dos custos indiretos, conforme demonstrado pela tabela 4. O valor total dos custos indiretos do período é de R\$5.937,60 (cinco mil novecentos e trinta e sete reais e sessenta centavos), portanto o corte masculino participa com R\$ 74,40 (Setenta e quatro reais e quarenta centavos), que dividido pela quantidade total de corte masculino (72 cortes no período), obtém o valor de R\$1,03 (Um real e três centavos) que somando aos custos indiretos totaliza uma valor de 5,02 (Cinco reais e dois centavos), de custos totais.

Os dados inseridos na tabela 5 foram obtidos por meio de anotações detalhadas em livro próprio que o proprietário mantém, onde estão relatadas todas as receitas e despesas de todos os serviços oferecidos de forma individualizada, o que de uma forma geral facilitou em muito a realização da análise da empresa. Com base nos controles da empresa, apresentamos a tabela que contém os custos e despesas da empresa.

Serviços	Custos Dir.	Custos Indir.	Custos Total	CUSTOS																Qde Tot/Serv.	Total
				Janeiro		Fevereiro		Março		Abril		Maio		Junho		Julho		Agosto			
				Qtde	Total	Qtde	Total	Qtde	Total	Qtde	Total	Qtde	Total	Qtde	Total	Qtde	Total	Qtde	Total		
Corte Masculino	3,99	1,03	5,02	14	70,28	4	20,08	5	25,1	7	35,14	10	50,2	15	75,3	8	40,16	9	45,18	72	361,44
Corte Femenino	8,59	3,27	11,86	7	83,02	7	83,02	2	23,72	9	106,74	3	35,58	8	94,88	7	83,02	10	118,6	53	628,58
Escova Simples	11,1	6,38	17,48	4	69,92	2	34,96		0	7	122,36		0	8	139,84	6	104,88	8	139,84	35	471,96
Escova Definit.	86,04	19,71	105,75	11	1.163,25	8	846	12	1269	4	423	4	423	3	317,25	11	1163,25	10	1057,5	63	6662,25
Escova Progres.	64,26	28,38	92,64	3	277,92	3	277,92	6	555,84	2	185,28	6	555,84	10	926,4		0	5	463,2	35	3242,4
Botox Capilar	33,26	29,2	62,46	5	312,3		0		0	2	124,92		0	3	187,38	4	249,84	3	187,38	17	1.061,82
Sobrancelha	3,45	1,37	4,82	7	33,74	6	28,92	1	4,82	8	38,56	5	24,1	9	43,38	6	28,92	12	57,84	54	260,28
Relaxamento	48,65	43,84	92,49	7	647,43	3	277,47	5	462,45		0	1	92,49	1	92,49		0		0	17	1572,33
Mechas	85,4	31,85	117,25	3	351,75	2	234,5	2	234,5	3	351,75	7	820,75	5	586,25	8	938	9	1055,25	39	4.572,75
Coloração	32	14,32	46,32	2	92,64		0		0	6	277,92	7	324,24	4	185,28	3	138,96	4	185,28	26	1204,32
Hidratação	17,88	14,24	32,12	1	32,12	2	64,24		0	6	192,72	4	128,48	2	64,24		0	6	192,72	21	674,52
				60	3.134,37	35	1.867,11	28	2575,4	54	1858,39	47	2454,68	68	2712,69	53	2747,03	76	3.502,79	421	20.852,49

**Tabela 5: Custos dos serviços**

Fonte: A pesquisadora

Somando os custos diretos e indiretos totalizamos o valor de R\$20.852,49 (Vinte mil oitocentos e cinquenta e dois reais e quarenta e nove centavos).

A empresa teve uma receita suficiente para cobrir todos os custos diretos e indiretos dos serviços e restou uma parcela de R\$23.814,88 (Vinte e três mil oitocentos e quatorze reais e oitenta e oito centavos) para capital de giro e lucro.

Logo abaixo, temos a tabela 6 que demonstra os custos de cada produto e a lucratividade que este traz para a empresa em percentual. Esta análise dos percentuais é de suma importância para a presente dissertação, visto que a problemática do trabalho visa vislumbrar a lucratividade da empresa no período, sendo fundamental determinar qual o produto que gera maior lucro para a empresa.

Serviços	Custos %	Lucro %
Corte Masculino	33,46	66,54
Corte Feminino	33,88	66,12
Escova Simples	38,84	61,16
Escova Definitiva	42,30	57,70
Escova Progressiva	46,32	53,68
Botox Capilar	62,46	37,54
Sobrancelha	32,13	67,87
Relaxamento	61,66	38,34
Mechas	46,90	53,10
Coloração	77,20	22,80
Hidratação	53,53	46,47

**Tabela 6: Relação custo e lucro**

Fonte: **A pesquisadora**

Para a determinação dos custos e lucros em percentual foi utilizada regra de três, tendo como base o valor do custo total multiplicado por cem e dividido pelo preço de venda do produto.

Os ramos de atividades voltados para a estética e bem estar tem crescido grandemente, pois a procura tem aumentado em grande escala. Os serviços prestados geram um percentual considerável de lucratividade para empresa, conforme demonstrado na tabela acima, todos os serviços prestados pela empresa Salão de Beleza André Luis geram lucratividade, já o serviço que traz maior lucro

para a empresa é a sobancelha com 67,87% (sessenta e sete e oitenta e sete por cento) de lucro. Esse serviço é realizado em tempo curto, no máximo 15 (quinze)

minutos, o custo é consideravelmente baixo, visto que é utilizado como custos diretos apenas mão de obra e energia.

Receitas	Receitas								Total
	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Mai	Junho	Julho	Agosto	
Receitas	6.600,00	4.155,00	5.610,00	3.405,00	5.195,00	5.870,00	6.100,00	7.735,00	44.670,00
(-) Deduções									
Despesa fixa	742,20	742,20	742,20	742,20	742,20	742,20	742,20	742,20	5.937,60
Receita Líquida	5.857,80	3.412,80	4.867,80	2.662,80	4.452,80	5.127,80	5.357,80	6.992,80	38.732,40
Custo Variável	<b>2.168,69</b>	1.352,60	1.872,67	1.305,22	1.754,61	1.888,33	2.038,03	2.537,37	<b>14.917,52</b>
Lucro Líquido	<b>3.689,11</b>	2.060,20	2.995,13	1.357,58	2.698,19	3.239,47	3.319,77	4.455,43	<b>23.814,88</b>
Tax. Lucrat. Líquida	<b>55,89</b>	49,58	53,38	39,87	51,93	55,18	54,42	57,60	<b>53,31</b>

**Tabela 7: Custos/Despesas**

Fonte: **A pesquisadora**

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para chegar à solução da problemática do presente trabalho, foram realizadas pesquisas na empresa Salão de Beleza André Luis, feito o levantamento dos serviços prestados, receitas e despesas mês a mês, durante o período de oito meses, de Janeiro a Agosto de 2014. Através dos dados obtidos foi possível visualizar os custos de cada produto e serviço prestado.

Após a realização dos cálculos e identificação do custo de cada serviço se tornou possível identificar qual a porcentagem de lucro gerada pelo serviço. Conforme citado anteriormente, o serviço que gera maior lucratividade para a empresa é a Sobrancelha.

As atividades desenvolvidas pela empresa geram uma receita suficiente para manter a empresa no mercado, cobrindo os custos dos serviços e ainda restando uma parcela de lucro e capital de giro para as movimentações futuras, o que é de fundamental importância para a empresa, pois este valor visa cobrir despesas e investimentos futuros que se fizerem necessários.

No caso dos salões de beleza, há meses em que a procura pelos serviços são maiores que outros, devido a datas comemorativas, e para que essa empresa se mantenha no mercado deve possuir uma parcela de capital reserva para que nos meses em que a prestação de serviço for menor esta tenha capital suficiente para cumprir com as obrigações decorrentes de suas atividades.

Diante de todo exposto no corpo deste trabalho monográfico, pode-se afirmar que o objetivo principal de pesquisa foi atingido, que possui como foco a levantar dados junto ao Salão de Beleza André Luis, a fim de vislumbrar a lucratividade obtida com os serviços prestados, ao respondermos nosso questionamento.

Durante o período analisado a pesquisadora pode concluir que a empresa é lucrativa, pois em oito meses de estudo, o mês que teve menor lucratividade foi o mês de abril, tendo um lucro líquido de R\$1.357,58 (Um mil trezentos e cinquenta e sete reais e cinquenta e oito centavos).

## REFERENCIAS

ANDRADE, Manuel Correia. A Pecuária e a Produção de Alimentos no Período Colonial. In:SZMNECSANYI, Tamás (Org.). **História Econômica do Período Colonial**. São Paulo: Hucitec, 2002.

BRASIL, **Constituição Federal de 1988**. São Paulo: Editora Saraiva, 2013.

BRASIL, **Estatuto da Microempresa e Empresa de Pequeno Porte – Lei 9.841 de 05 de outubro de 1999**. São Paulo: Editora Saraiva, 2013

BRUYNE, Paul de; HERMAN, Jacques; SCHOUTHEETE, Marc de. **Dinâmica da pesquisa em ciências sociais**. Rio de Janeiro: Francisco Alves Editora, 1977.

BRUNI, Adriano Leal. **Administração de custos, preços e lucro**. 4º Ed. São Paulo: Atlas, 2010.

CERINO, Pedro de Jesus. **Micro e Pequenas Empresas e as compras governamentais**. Porto Alegre, 2009.

CERVO, Amado L.; BERVIAN, Pedro A.. **Metodologia científica**, 5º Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2002.

CREPALDI, Silvio. **Curso Básico de Contabilidade de Custos**, 3ª Ed. São Paulo: Atlas S.A, 2004.

\_\_\_\_\_ **Curso Básico de Contabilidade de Custos**. 5º Ed. São Paulo: Atlas, 2010.

DUTRA, René Gomes. **Custos**, 4ª Ed. São Paulo: Atlas, 1995.

ESTATUTO DA MICROEMPRESA E EMPRESA DE PEQUENO PORTE. **Revista Sebrae**. São Paulo, 2012.

FACHIN, Odília. **Fundamentos de metodologia**, 3ª Ed. São Paulo: Saraiva, 2001.

FERLINI, Vera Lúcia Amaral. Pobres do Açúcar: estrutura produtiva e relações de poder onordeste colonial. In: SZMNECSANYI, Tamás (Org.). **História Econômica do Período Colonial**. São Paulo: Hucitec, 2002.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**, 3ª. Ed. São Paulo, Atlas, 1999.

JUNIOR, Antonio Everton Chaves. **As micro e pequenas empresas no Brasil/ Confederação Nacional do Comércio**. – Rio de Janeiro, 2000. Disponível em: <<Leigeral.sp.sebrae.copor\_dentro\_da\_lei\_webm.br/publicações/.pdf>>

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia do trabalho científico**, 6ª Ed. São Paulo: Atlas S.A, 2001.

LEONE, George S.G. **Curso de contabilidade de custos**. 3ª Ed. São Paulo: Atlas, 2009.

Livro Lei Geral da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte  
Revista Sebrae: Lei Geral. 3 Anos da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa.

MAHER, Michael; **Contabilidade de custos**. 5º Ed. São Paulo: Editora Atlas, 2001.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de custos**, 9º Ed. São Paulo: Atlas, 2006.

MARTINS, Eliseu; ROCHA, Welington. **Contabilidade de custos**. São Paulo: Atlas, 2008.

METZKER, Marcio. **3 anos Lei geral da Micro e Pequena Empresa**. Brasília, 2010.

PALACIOS, Guilherme. A Agricultura Camponesa e Plantations Escavistas no Nordeste Oriental Durante o Século XVIII. In: SZMNECSANYI, Tamás (Org.). **História Econômica do Período Colonial**. São Paulo: Hucitec, 2002.

**Planalto** – Disponível em

<[www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2011-2014/2012/lei/l12592.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/lei/l12592.htm)> Acesso em 09 de Fevereiro de 2014. Lei 12.592/12

**Portal do Empreendedor** – Disponível em:

<<http://www.portaldoempreendedor.gov.br/mei-microempreendedor-individual>>  
Acesso em 11 de fevereiro de 2014.

PRADO JR., Caio. **História Econômica do Brasil**. 1ª edição de 1945. São Paulo: Brasiliense, 1995.

RABELO, Dayane. **Como montar um salão de beleza – Revista Sebrae**. 2012.  
Disponível em:

<<http://www.sebrae.com.br/setor/servicos/acesse/ideias-de-negocio.>>> Acesso em 08 de Junho de 2014.

RIBEIRO, Osni Moura. **Contabilidade de custos**. Editora Saraiva, 2009.

RICHARDISON, Roberto Jarry. **Pesquisa Social: Métodos e técnicas**. 3ª. São Paulo, Atlas, 1999.

RIZZO, Marçal Rogério. **Consórcio de exportações em arranjos produtivos locais**. São Paulo, 2005.

SANTOS, Joel J. **Análise de Custos**. 4º Ed. São Paulo: Atlas S.A., 2005.

SANTOS, José Luiz dos; SCHMIDT, Paulo; PINHEIRO, Paulo Roberto; NUNES, Marcelo Santos. **Fundamentos de contabilidade de Custos**. São Paulo: Atlas S.A., 2006.

SOUZA, José Henrique; MACHADO, Lindinalva Candida; OLIVEIRA, Cilene Aparecida Silva de; Revista da Micro e Pequena Empresa, Campo Limpo Paulista, v.1, n.1, p.53-65, 2007.

STARK, José Antônio. **Contabilidade custos**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.