



CIÊNCIA E TECNOLOGIA:  
IMPLICAÇÕES NO ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO

# FEPEG

F Ó R U M  
ENSINO • PESQUISA • EXTENSÃO • GESTÃO

REALIZAÇÃO:



APOIO:



ISSN: 1806-549X

## AS FACES DA INFORMALIDADE NO COMÉRCIO DE PIRAPORA: UM ESTUDO DE CASO EM SALÕES DE BELEZA

**Autores:** DRIELY PEREIRA DE QUEIROZ DOS SANTOS, ROSEMARY BARBOSA DA SILVA MOURA, BRUNO FERREIRA DE CARVALHO, MATHEUS JOSÉ FERREIRA MAGALHÃES, THAIS FERNANDA LIMA BRITO

### Introdução

O setor de beleza está entre os que mais crescem em todo o País. Segundo o Guia de implementação de Normas Técnicas de Salão de Beleza (2016, p. 2), “cerca de 350 mil salões de beleza são formalmente registrados no Brasil e destes 290 mil são Microempreendedores Individuais (MEI)”. “Sendo que a cada mês surgem no Brasil sete mil novos negócios na área de beleza”, cabendo ao estado de Minas Gerais um crescimento de 80,4% nesse setor.

De acordo com dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas SEBRAE-Pirapora (2015) nessa cidade o setor de serviços responde por 45% da economia local e representa 2% do potencial de consumo urbano conforme o PIB anual *per capita* referente aos anos de 2012-2013. No entanto, mesmo esse setor apresentando um alto potencial, muitos empresários locais ainda estão na informalidade. Sendo assim, a questão problema que norteou essa pesquisa foi: quais são os fatores que influenciam para que os salões de beleza localizados nos bairros de Cícero Passos e Santa Mariana na cidade Pirapora-MG permaneçam na informalidade?

Para tanto, o objetivo geral é investigar os principais motivos que contribuem para informalidade nesse tipo de atividade comercial. E os objetivos específicos consistem em: a) relatar os motivos pelos quais os salões de beleza foram abertos; e b) Investigar as principais dificuldades encontradas na informalidade por esses empresários.

Dados contidos na Análise do Mercado de Trabalho, documento elaborado pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada-IPEA (2017), referentes ao último trimestre de 2016 apontam que 45% da força de trabalho ativa estimada em 90 milhões estão na informalidade, quase o equivalente à população da Argentina.

O setor informal da economia é aquele no qual os trabalhos estão atrelados às pequenas unidades de produção e serviços, cujo empregador, na maioria das vezes, também é um empregado, podendo contar com a ajuda de familiares. Conforme o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística- IBGE (2003) pode-se afirmar que setor informal é:

A unidade econômica de propriedade dos trabalhadores por conta própria e de empregadores com até cinco empregados. Ainda evidencia que a ausência de registro em carteira de trabalho não deve ser utilizada como critério único para definição do mercado informal, à medida que a lógica do mesmo diz respeito ao modo de funcionamento da unidade econômica e não do seu *status* legal ou das relações que as mantêm com as autoridades públicas.

De acordo com Código Civil de 2002 em seu art. 966, empresário é aquele que exerce profissionalmente atividade econômica organizada para a produção ou a circulação de bens ou de serviços, porém antes do exercício das atividades em seu art. 967 o mesmo traz que é necessária a inscrição do empresário no Registro Público de Empresas Mercantis da respectiva sede. Sendo assim, a falta desse registro tem tornado as empresas mais difíceis de serem detectadas pelo poder público e como resultado facilita o descumprimento de legislações tributárias, trabalhistas, ambientais etc.



CIÊNCIA E TECNOLOGIA:  
IMPLICAÇÕES NO ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO

# FEPEG

F Ó R U M  
ENSINO • PESQUISA • EXTENSÃO • GESTÃO

REALIZAÇÃO:



APOIO:



ISSN: 1806-549X

Estima-se que em Minas Gerais para cada um empresário formalizado existam dois informais (GEM, 2012, p.106). Tal informalidade significa a existência de milhões de trabalhadores em situações precárias, sem seus direitos básicos tais como licença remunerada para tratar da saúde, sem aposentadoria, sem amparo para os dependentes em caso de morte, sem férias remuneradas, dentre outros conforme outrora garantira a Consolidação das Leis do Trabalho- CLT. Ressalta-se também que as altas taxas de desemprego registradas a partir de 2015 contribuíram para o aumento da informalidade.

Acerca dos aspectos gerais do mercado da beleza, segundo os dados da Associação brasileira da indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos- ABIHPEC (2014), esse setor que abrange as áreas de estética e beleza a venda dos produtos de beleza e higiene cresceu 15,62% em 2012. Sendo que seu crescimento anual é na faixa dos 10% há alguns anos e existe uma tendência em aumentar este percentual. Enfatiza-se ainda que o crescimento do número de mulheres com carteira assinada somado ao aumento do poder aquisitivo das classes C e D provocou uma sofisticação no mercado de beleza e estética, no qual as ofertas de produtos foram ampliadas e a diferenciação dos produtos passou a ser elemento de valorização pelas consumidoras.

A mudança de comportamento do público masculino também tem contribuído para o crescimento desse setor. O “novo homem”, de acordo com Bastos (2005) se preocupa com vaidade e beleza, chega a ser até mais vaidoso que as mulheres e consome produtos de beleza e cuidados com a estética tais como depilação de sobrancelha e manicure. Atitudes como frequentar clínicas de massagens, clínicas de cirurgia plástica, estéticas e salões de beleza fazem parte, cada vez mais do seu cotidiano.

O mercado da beleza movimentou milhões em todo país, mesmo em épocas de crises econômicas e embora a concorrência seja acirrada e tenha apresentado uma taxa de crescimento significativo, o grande problema é que muitos desses concorrentes encontram-se no mercado informal e existe uma disparidade entre os preços praticados por empresas formalizadas e informais. Mesmo assim uma clientela formada por homens e mulheres mantém esses estabelecimentos cheios. Esse cenário demonstra a relevância do tema norteador dessa pesquisa, assim como dos esforços de promoção da regulamentação e formalização desse setor, com enorme potencial para contribuir com o desenvolvimento econômico e social.

## Material e métodos

Essa pesquisa se configura como exploratória e descritiva, quanto aos procedimentos. De acordo com GIL (2008, p.28), a pesquisa descritiva tem como objetivo “a descrição das características de determinada população, fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis e envolve o uso de técnicas padronizadas de coletas de dados, tais como: análise de documentação, observação direta, participante e entrevistas informais”.

Enquanto que pesquisas exploratórias têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses incluindo levantamento bibliográfico e entrevista (GIL, 2008). O instrumento de coleta dessa pesquisa foi a entrevista estruturada com os proprietários dos salões de beleza dos bairros Cícero Passos e Santa Mariana da cidade de Pirapora-MG. Para Ribeiro (2008, p.141), a entrevista consiste em “uma técnica mais pertinente quando o pesquisador quer obter informações a respeito do seu objeto, que permitam conhecer sobre atitudes, sentimentos e valores subjacentes ao comportamento, o que significa que se pode ir além das descrições das ações, incorporando novas fontes para a interpretação dos resultados pelos próprios entrevistados”. A relação de questões empregadas nessa pesquisa tinha quinze quesitos fechados.

## Resultados e discussão

Os dados sociodemográficos dos participantes mostram que 60% desses empresários são do sexo feminino com idade entre 25 e 36 anos e possui o ensino médio completo, um dos entrevistados tem apenas o ensino fundamental e possui idade acima de 37 anos. Todos asseguram ter cursos profissionalizantes na área da beleza, ou seja, embora trabalhando na informalidade possuem capacidade técnica para exercer a função. Quanto à localização do ambiente de trabalho 40% atuam na própria residência e os demais optaram por alugar pontos comerciais.

No que se refere ao tempo de atuação no mercado de salões de beleza todos os participantes se inserem no intervalo de um a três anos, sendo que 70% não tinham nenhuma experiência com a prestação de serviço anteriormente. Visto que esses eram operários da indústria local.



CIÊNCIA E TECNOLOGIA:  
IMPLICAÇÕES NO ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO

# FEPEG

F Ó R U M  
ENSINO • PESQUISA • EXTENSÃO • GESTÃO

REALIZAÇÃO:



APOIO:



ISSN: 1806-549X

Quando questionados sobre os motivos pelos quais os salões de beleza foram abertos os entrevistados poderiam escolher as seguintes opções: desemprego, necessidade de melhorar a renda, oportunidade de mercado, realização de um *hobby* e desejo de realização pessoal, eles tinham o direito de sinalizar mais de uma alternativa. Com o resultado de 60% a variável *desemprego* foi à principal impulsionadora para o ingresso desses profissionais no mercado dos salões de beleza seguida pela variável *necessidade de melhorar a renda* com margem de 40%.

As dificuldades encontradas por exercer a atividade profissional na informalidade, conforme evidencia o gráfico 1, apontam que 70% dos entrevistados encontram barreiras na *obtenção de empréstimos junto às instituições financeiras*, 60% reclamam do fato de precisar *contratar funcionários sem assinar a carteira*, 50% sentem-se prejudicados pela *aquisição de produtos com custo mais elevado*; os fatores que menos preocupam 20% desses profissionais são a *falta de cobertura do INSS* e a *falta de divulgação da empresa*.

Acerca dos fatores que contribuem para permanência na informalidade, conforme revela o gráfico 2, 100% dos participantes reclamam da *burocracia no processo de formalidade* e dos *custos de funcionamento, tais como impostos, taxas e contribuições*. Outros 70% indicam a dificuldade de cadastramento como a responsável por permanecer informal e de forma empatada com 60% aparecerão o limite de faturamento bruto e a dificuldade de obtenção de empréstimos.

Todos os entrevistados quando questionados se haveria interesse em se formalizar afirmaram que sim. As principais razões para tal são: possíveis criações de parcerias com fornecedores, podendo assim aumentar seu poder de barganha junto aos mesmos e as possibilidades de ganhos reais.

Percebe-se haver entre os participantes dessa investigação um conhecimento limitado acerca do próprio negócio e dos benefícios da regulamentação do seu estabelecimento junto aos órgãos competentes. Visto que, uma vez enquadrados como MEI eles exerceriam formalmente suas atividades, usufruiriam de benefícios tais como: empréstimos junto às instituições financeiras, aquisição de produtos com melhores preços, contratação formal de um colaborador, cobertura do INSS e outros. Outro aspecto que evidencia o desconhecimento dos participantes é a crítica acentuada na burocracia oriunda do processo de formalização do negócio, sendo esse um dos principais fatores de permanência na informalidade, visto que uma condição favorável para ser MEI é a desburocratização do processo.

## **Conclusão/Conclusões/Considerações finais**

Percebeu-se que o desemprego contribuiu de forma significativa para a abertura desses salões de beleza, que no momento somam geração de renda para cerca de vinte famílias, sendo responsáveis pelo sustento de forma direta como única fonte de renda ou de forma indireta como renda extra. Portanto, é de extrema importância que esses estabelecimentos possam crescer e consolidar no mercado de forma a minimizar os impactos do desemprego e a economia local. Para tanto, entende-se como necessária a formalização desses negócios. Recomenda-se que outras pesquisas sejam desenvolvidas sobre essa temática e que o Instituto Federal do Norte de Minas Gerais – *Campus Pirapora* juntamente com seus acadêmicos do Bacharelado em Administração possam elaborar e programar projetos de intervenção com ações preventivas e corretivas para esses sujeitos.

## **Agradecimentos**

Agradecemos ao Instituto Federal do Norte de Minas Gerais – *Campus Pirapora* pelo apoio financeiro e logístico para o desenvolvimento dessa pesquisa e a sua divulgação.

## **Referências bibliográficas**



CIÊNCIA E TECNOLOGIA:  
IMPLICAÇÕES NO ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO

# FEPEG

F Ó R U M  
ENSINO • PESQUISA • EXTENSÃO • GESTÃO

REALIZAÇÃO:



APOIO:



ISSN: 1806-549X

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE HIGIENE PESSOAL, PERFUMARIA E COSMÉTICO, 2014. **Em ascensão, mercado da beleza brasileiro busca profissional qualificado e serviços inovadores.** Disponível em: < <https://abihpec.org.br/2014/02/em-ascensao-mercado-da-beleza-brasileiro-busca-profissional-qualificado-e-servicos-inovadores/> > Acesso em: 27 set. 2018.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Guia de implementação Normas Técnicas de Salão de Beleza.** Rio de Janeiro: ABNT; SEBRAE, 2016. 56 p. Disponível em: < <http://abnt.org.br/paginampe/biblioteca/files/upload/anexos/pdf/211055df2da423ea7708506ab7a3bef0c.pdf> > Acesso em: 29 set. 2018.

BASTOS, Eliézer Rohor. **A influência feminina no consumo masculino de cosméticos.** (Dissertação apresentada ao curso de Mestrado profissional em Administração) Faculdades- IBMEC. Rio de Janeiro, 2005. Disponível em: < <http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/cp008195.pdf> > Acesso em: 28 set. 2018.

BRASIL. Código Civil, Art.966 e 967, Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/2002/110406.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2002/110406.htm) > Acesso em: 27 set. 2018.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR. EMPREENDEDORISMO EM MINAS GERAIS. 2012, p.106. Disponível em: < <https://www.sebraemg.com.br/atendimento/bibliotecadigital/documento/Diagnostico/Empreendedorismo-em-Minas-Gerais-2012---Pesquisa-GEM> > Acesso em: 27 set. 2018.

Gil, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 6. ed. p.28 - São Paulo: Atlas, 2008.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Economia informal urbana.** 2003. Disponível em: < <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv6150.pdf> > Acesso em: 28 set. 2018.

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA. **Mercado de trabalho: conjuntura e análise.** Ministério do Trabalho. – v.1, Brasília, 2017. Disponível em: < [http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/mercadodetrabalho/170505\\_bmt\\_62.pdf](http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/mercadodetrabalho/170505_bmt_62.pdf) > Acesso em: 29 set. 2018.

RIBEIRO, Elisa Antônia. A perspectiva da entrevista na investigação qualitativa. **Evidência: olhares e pesquisa em saberes educacionais,** Araxá/MG, n. 04, p.141, 2008. Disponível em: < <http://www.uniaraxa.edu.br/ojs/index.php/evidencia/article/view/328> > Acesso em: 27 set. 2018

O SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS. **Identidade econômica das regionais e microrregiões,** 2015. Disponível em: < <https://www.sebraemg.com.br/atendimento/bibliotecadigital/documento/diagnostico/identidade-territorial-das-regioes-e-microrregioes---pirapora#> > Acesso em: 28 set. 2018.

**Gráfico 1:** Dificuldades encontradas na informalidade.



Fonte: Elaborado pelos autores, 2018.

**Gráfico 2:** Fatores que contribuem para permanência informalidade



Fonte: Elaborado pelos autores, 2018.