

Miriam Rocha da Silva ¹

Resumo

Este artigo apresenta o perfil da administração dos Salões em Porto Velho, como é o seu ambiente atual e como estes ficariam se implementassem um Plano Diretor de Sistemas de Informação. Explicita as limitações e problemáticas do assunto, assim como as hipóteses que geraram a falta de padrão das atividades administrativas no ramo em referência. Para tanto, utilizou-se a pesquisa de campo (caracterizando um artigo Teórico-Empírico conforme formulário constante no apêndice) que obteve repostas surpreendentes quanto ao interesse pela implementação de um Plano Diretor, dispostas em gráficos e tabulados de maneira sucinta e objetiva para a melhor compreensão do leitor. Quer agregar valor ao seu negócio Salão de Beleza? Então boa leitura!

Palavras-chave: Salões de Beleza; TI (Tecnologia da Informação); Plano Diretor de Sistemas de Informação; Rotinas Administrativas.

ABSTRACT

This article presents the profile of the administration of the halls in Porto Velho, as it is its current environment and as these would be if they implemented a Managing Plan of Systems of Information. Demonstrating the problematic limitations and of the subject, as well as the hypotheses that had generated the lack of standard of the administrative activities in the branch in reference. For in such a way, it was used field research (characterizing an article in agreement Theoretician-empiricist constant form in the appendix) that it got restituted surprising how much to the interest for the implementation of a Managing Plan, made use in graphs and tabulated in way summarized and objective for the best understanding reading it. It wants to add value to its business Hall of Beauty? Then good reading!

Keywords: Halls of Beauty; TI (Technology of the Information); Managing plan of Systems of Information; Administrative Routines.

1. Introdução

¹ Graduanda do Curso de Administração com habilitação em Sistemas de Informação. 8º Período – Noturno.
E-mail: miriam.darocha@hotmail.com

Para alguns, os salões de beleza são considerados supérfluos. Para outros, são imprescindíveis à manutenção da auto-estima. Os salões de beleza são considerados como um templo no qual se operam verdadeiros milagres. Verdadeiras fábricas de beleza nas quais o “processo produtivo” envolve desde a lavagem, corte, ondulação, penteado e tintura dos cabelos até outras operações de cuidado e arranjo dos mesmos. As ferramentas são os mais diversos materiais e técnicas, que adequadamente empregados embelezam a clientela de acordo com a moda e as exigências dos clientes.

Neste sentido, na busca de ofertar um maior “ferramental” para a atividade em questão, tem-se que a informática possa trazer expressiva contribuição. Assim, a proposição de um Plano Diretor de Sistemas de Informação, cujo objetivo é fornecer ao executivo da beleza uma *visão abrangente do seu ambiente atual de Tecnologia de Informação* e ao mesmo tempo compará-lo a cenários alternativos que possam otimizar o retorno dos investimentos já feitos e além disso, os que ainda serão realizados.

Atualmente observamos que em muitas empresas as decisões de TI (Tecnologia da Informação), abrangem uma gama de produtos de hardware e software que proliferam rapidamente a capacidade de coletar, armazenar e controlar os processos de trabalho, e que as pessoas dentro de sua estrutura se tornam alienadas e limitadas a esses processos, simplesmente “economizam” o raciocínio, colocando o planejamento estratégico (planejar detalhadamente) e tático (ações para efetivar o planejado) em segundo plano, ou nem mesmo é realizado.

Deste modo, essa reflexão se desvendará no decorrer do artigo, que trará contribuição não só para cabeleireiros, bem como para os donos de salões, pretensos executivos da beleza e administradores em geral. Tornando-se, portanto, um objeto de pesquisa convidativo e curioso. Será que a informatização é uma receita infalível para o sucesso desse negócio?

2. TEMA

Sistemas de Informações Gerenciais especializados para Salões de Beleza.

3. DELIMITAÇÃO DO TEMA

Plano Diretor de Sistemas de Informações para salões de beleza.

4. PROBLEMÁTICA

De acordo com pesquisas preliminares, essa temática mostrava-se com literatura modesta, o que confirmou-se no decorrer das pesquisas, e desta maneira sugere-se maior dificuldade para obtenção de respostas com fundamentação teórica e mesmo os questionamentos se tornam frágeis, mas, não as tornam problemáticas inválidas. Assim, como ponto de partida, nos baseamos na observação direta e participativa para formulação dos problemas. Como motivação inicial, vez que uma pesquisa acadêmica visa equacionar problemas, procurou-se elencar os entraves e ineficiências que afetam este segmento em especial quanto as rotinas administrativas e o suporte que estas teriam com um Sistema de Informação. Destacou-se:

Nota: As respostas são apresentadas nas considerações finais (capítulo 10) deste artigo.

1. Relatar quais os obstáculos frequentemente encontrados por donos ou responsáveis por salões de beleza para executar os cadastros de clientes, como serviços mais usados de acordo com o seu perfil.
2. Como ter eficiente controle dos serviços prestados, valor cobrado, comissões a pagar e como calcular essas comissões de acordo com a forma de pagamento do cliente.
3. Reposição de estoques/mercadorias essenciais (colorações mais usadas, estoque mínimo para a demanda já marcada, por exemplo). Estocagem de material para sazonalidades – datas comemorativas (colorações, tratamentos restauradores, escovas progressivas). Como por exemplo, o mês das Noivas que se mostra necessário compra de cabelos (seja para <i>Mega Hair</i> , franjas e rabos), maquiagem e acessórios para penteados, como fazê-lo?
4. Diante do exposto, pergunta-se, se o executivo da beleza teria automação (infra-estrutura) e conhecimento suficiente para fazer uso de um PDSI (Plano Diretor de Sistemas de Informação) e se este terá como fazer uso eficiente e eficaz desta ferramenta.
5. Caso exista uma nova solução de TI revolucionária (<i>software</i> e/ou <i>hardware</i>) para esta área no mercado, como fazer para conhecê-la? Que indicadores usar para avaliar se é a melhor alternativa ou se deveria continuar como está (sem Sistemas de Informação ou mesmo mudar o já existente)?
6. O orçamento para TI é limitado e parece nunca ser suficiente, como proceder?
7. O que fazer com todo o volume de informação (de caixa, por exemplo) produzido atualmente? Como garantir seu armazenamento de forma segura e dentro do orçamento?
9. Como proteger-se de possíveis ameaças de segurança?

5. HIPÓTESE(S)

- Concorrência demasiada gera falta de padrão?!?!

Sugere-se que a concorrência demasiada gera falta de padrão (para organizar um software), logo, baixos investimentos, sobretudo em TI (Tecnologia da Informação) que é especialmente um investimento de risco.

Com uma vasta gama de profissionais do ramo em Porto Velho (sem fonte precisa), temos como reflexo vários salões de beleza, tornando praticamente impossível calcular quantos salões de beleza existem nessa capital. O que pode tornar mais difícil sintetizar algumas rotinas administrativas e operacionais dos profissionais desta capital, dificultando a elaboração um Plano Diretor de Sistemas de Informações para Salões de Beleza que atenda às suas necessidades específicas, peculiares e com atendimento personalizado,

- Supõe-se a ausência de uma visão panorâmica do ambiente específico do negócio;

Fornecer ao salão uma visão completa do seu ambiente atual de Tecnologia de Informação, e ao mesmo tempo compará-lo a cenários alternativos (diferenciá-lo da concorrência), que possam otimizar o retorno dos investimentos já feitos e dos ainda a serem realizados.

Essa hipótese esbarra no que inicialmente foi escrito nas Considerações Preliminares, que a falta uma visão de planejamento estratégico e tático impede o maior sucesso do negócio, inclusive de diferenciar-se dos concorrentes. E que de acordo com a problemática 5, já não se tem dúvida que investir em uma nova solução de TI é uma boa alternativa, demonstra interesse em novos investimentos.

A perda do pensamento negativista exposto anteriormente, auxilia a possível e desejável *alta criticidade* (exigência) dos clientes, que a longo prazo, significa extinção de boa parte da concorrência demasiada.

- A utilização de um Sistema de Informação, no negócio desta pesquisa ou em qualquer um outro visa resultado. Será que os profissionais do ramo e/ou empresários focam nisso?

De posse de um arrojado sistema com banco de dados, agendamento de hora marcada, cálculo de comissões – os profissionais da beleza estão aptos/ flexíveis a absorver mudanças, e fazer uso destas informações de forma efetiva com vistas a resultados ?

O Resultado em questão, refere-se não apenas ao lucro, o que é óbvio. Pois, ninguém trabalha ou abre um salão apenas por “amor a arte”. Mas o elevado movimento abrange outras vertentes, tendem a focar a fidelização do cliente pela qualidade do serviço prestado e adereços para apoio como a TI (Tecnologia da Informação), Cursos de Capacitação e

Rotinas Administrativas, com resultados pessoais em base sólida e conseqüente lucro propriamente dito.

6. OBJETIVOS

6.1 - GERAIS: incluir teorias, práticas administrativas e TI em benefício do executivo da beleza.

6.2 - ESPECÍFICOS:

- gerar material para consulta acadêmica e de profissionais na área;
- apresentar as diversas ferramentas (softwares) que foram desenvolvidos e estão disponíveis no mercado;
- descrever a sistematização dos procedimentos para quem esta interessado na implementação e busca de resultados por um PDSI;
- demonstrar as formas de consultorias e suporte oferecido pelas mesmas (suporte on-line em tempo real)
- controlar seus investimentos, facilitar administração.

7. JUSTIFICATIVA

Este estudo se justifica, como contribuição para pesquisas que discorram sobre o assunto.

Uma vez que, a *sensibilidade*, apesar de ser uma grande ferramenta para captação de novos clientes, e identificação de suas necessidades, ainda é insuficiente, não é só trabalhar por intuição.

É preciso estar em dia com as novidades, pois o mercado é bastante exigente quanto aos aspectos profissionais. Daí, a necessidade do empreendedor ir em busca de atualizações constantes, seja no conhecimento de novas tecnologias ou de novas tendências.

Assim, como em todos os ramos de atividades comerciais, a organização dos seus dados e informações (sejam elas gerenciais ou operacionais) já é uma constante. Isso quer dizer que os salões de beleza – setor terciário de prestação de serviços - também se

enquadram nessas necessidades. E é perante essa observação, que se faz relevante este artigo.

8. Metodologia

8.1 Delineamento da pesquisa

Pesquisa referencial em revistas e livros, para revisão de literatura e referencial bibliográfico, levantamento em sites da rede mundial de computadores – Internet, além de abordar as vivências com as pessoas que atuam na área em questão com aplicação de Formulários. Portanto, de caráter exploratório com uma abordagem quantitativa caracterizando um Artigo Teórico-empírico.

8.2 Universo, População e Amostra

Universo da pesquisa = Salões de Beleza.

População = Salões de Beleza que atuam na cidade de Porto Velho (capital do estado de Rondônia).

Amostra = Salões de Beleza da capital, constantes na lista telefônica 2007 (Listel®). O que totalizou 66 salões, onde se aplicou a pesquisa.

8.3 Coleta de dados

A coleta de dados foi feita presencialmente para alguns salões informatizados e via telefone para a maior parte dos objetos de estudo, sendo usado **formulários** distintos para cada caso específico, para o salão informatizado (formulário I), e não informatizado (formulário II).

A pesquisa de campo foi executada no período de maio/novembro de 2007, com questionários de perguntas mistas com respostas discursivas e apenas 2 questões de múltipla escolha.

Obtendo-se êxito na aplicação de entrevista em 66 (sessenta e seis) estabelecimentos. As entrevistas foram conduzidas conforme formulário constante como apêndice deste artigo.

8.4 Análise e interpretação dos resultados

Com referência ao FORMULÁRIO 01 (salões especializados - vide apêndice), temos a expor:

Podemos considerar que a informatização dos salões de beleza em Porto Velho ainda não é uma constante, mas também não é utopia. De acordo com os dados tabulados observa-se que 86,33% (57 salões) não são informatizados, apenas 10,60% (7 salões) da amostra pesquisada é informatizada, e 3,03% (2 salões) não responderam. Para melhor ilustrar, apresentamos gráfico n°. 01:

Gráfico n°. 01

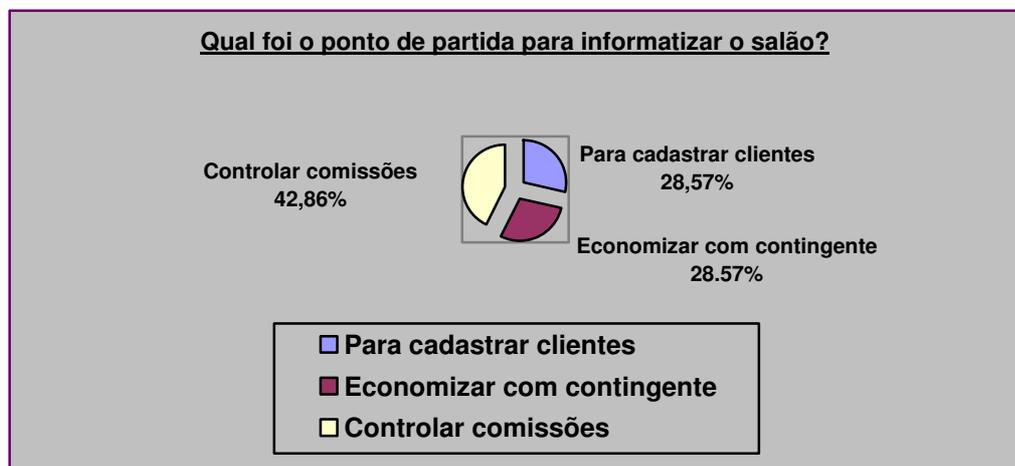
Índice de Informatização dos Salões em Porto Velho - RO 2007



Fonte: Pesquisa da autora

Resultado evidenciado quando comparado todos os 66 formulários aplicados 01 e 02.

Gráfico n°. 02

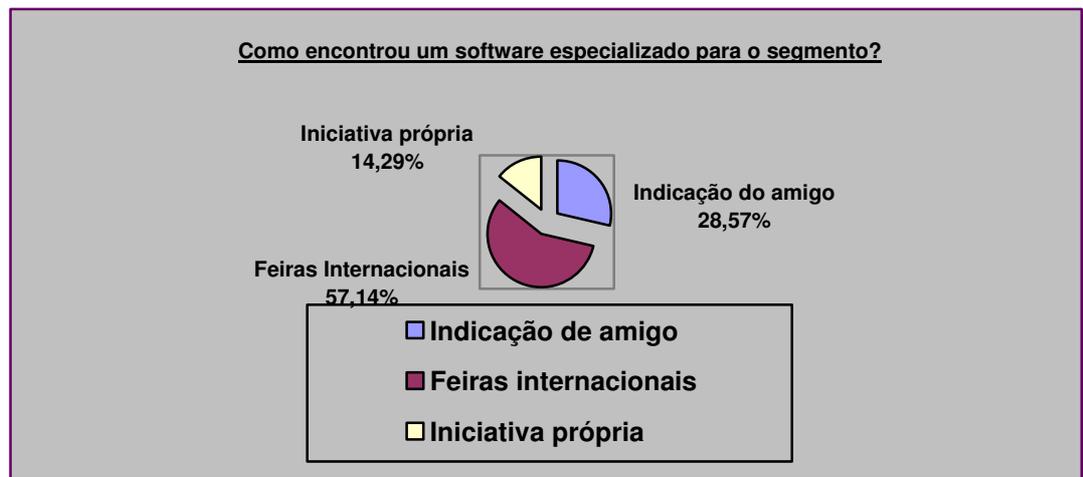


Fonte: Pesquisa da autora

No que se refere à iniciativa para informatizar os seus salões, cruzando as respostas de maior frequência, tornou-se possível distribuí-las em 3(três) categorias cujas quais obtivemos as seguintes proporções – 42,86% (3 salões) queriam controlar exatamente as comissões de seus funcionários; 28,57% (2 salões) o fizeram apenas para cadastrar clientes; 28,57% (2 salões) que apesar de um investimento significativo no começo, a longo prazo obtêm-se contenção de despesas – com menor contingente humano – e a certeza de informações mais concretas com ganho de tempo.

A carência da implantação de um Plano Diretor de Sistemas de Informações para Salões de Beleza foi detectada, observou-se existe apenas de cadastro de clientes e cálculo de comissões (para o aluguel da cadeira – contratação sem vínculos empregatícios). Ou seja, usam software's aplicativos básicos (predominantemente, planilhas eletrônicas) para prover os seus controles, segue abaixo os salões que se informatizaram e como encontraram os software's especializados:

Gráfico nº. 03



Fonte: Pesquisa da autora

Nessa questão as respostas foram bem objetivas, como podemos observar: 57,14% (4 salões) tiveram o contato em feiras internacionais, como: *Hair Brasil*, *Cosmoprof Cosmética*, *HAIRSHINE*, *Beauty Fair*. Que dão suporte on-line e aceitam atualizações (pagas) e sua assinatura é mensal, 28,57% (2 salões) o fizeram por indicação de um amigo; e 14,29% (1 salão) apenas teve iniciativa própria de informatizar o seu estabelecimento, pretendendo agregar valor ao seu estabelecimento.

Gráfico nº. 04



Fonte: Pesquisa da autora

Quando indagados sobre os valores, não souberam mensurar com exatidão o quanto investiu no total (software, hardware, consultoria, treinamento) deste ferramental, respondendo por estimativas as opções, que 42,86% (3 salões) investiram entre R\$ 3.000,00 – 5.000,00 (2 salões), gastaram em torno de R\$ 1.000,00 – R\$ 3.000,00; e 28,57% (2 salões) disponibilizou mais que R\$ 5.000,00.

Que disponibiliza os serviços de acordo com a necessidade de cada salão, exemplo:

Figura nº. 01:



Fonte: www.graces.com.br, acesso em 12 de novembro de 2007 – 22h.

Um ponto em comum entre os salões informatizados, é que não sabiam discorrer com clareza sobre os seus software's e hardware's (referência à questão 5), principalmente quanto ao suporte dos mesmos (referência às questões 9,10,11), que em sua maioria não é local.

Gráfico nº. 05



Fonte: Pesquisa da autora

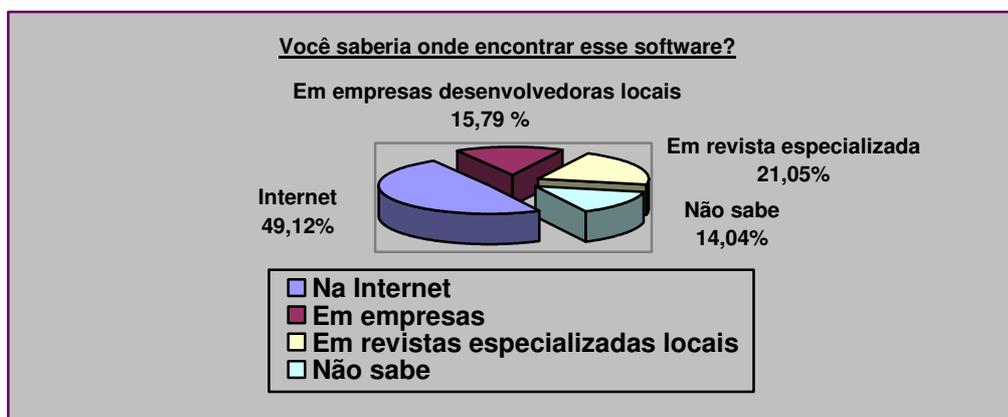
Podemos observar pela representação gráfica que o grau de satisfação – para quem possui software especializado – é bem elevado 85,71% (6 salões), contra 14,29% (1 salão) que aguarda atualização. Portanto, custo X benefício também satisfatório (referência à questão 12).

Quando questionados quanto à resistência às inovações, as respostas foram surpreendentes, o censo comum, foi que não há qualquer resistência da mão-de-obra, tampouco dos proprietários. E ainda mais, que estão dispostos a pagar muito bem por um Plano Diretor Especializado desde que tenham a garantia de suporte, e baixa tolerância à falhas (referência às questões 13 e 14).

Com referência ao FORMULÁRIO 02 (salões não informatizados - vide apêndice), temos a expor:

Para os salões que ainda não são informatizados foram extraídas algumas informações que também foram dispostas em gráficos para o melhor entendimento do leitor.

Gráfico nº. 06



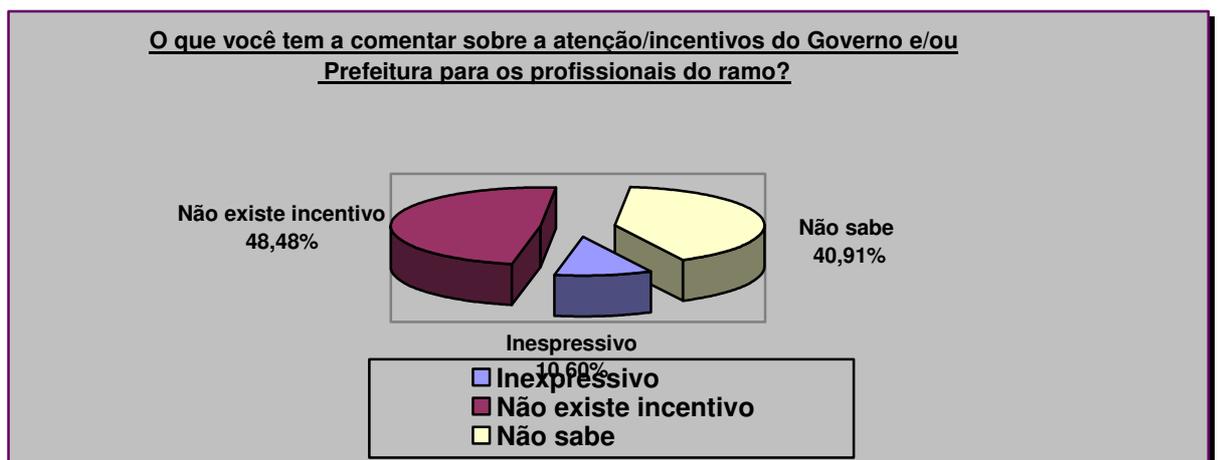
Fonte: Pesquisa da autora

Quando perguntados se saberiam onde encontrar software's especializados, obtivemos os seguintes percentuais: Internet 49,12% (28 de 57 salões); Em revista especializada 21,05% (12 de 57 salões); em empresas locais que desenvolvem software 15,79 % (9 de 57 salões); e não sabem onde encontrar 14,04% (8 de 57 salões).

Portanto, não possuem Sistemas de Informação específicos (que lhes permitam administrar as peculiaridades do segmento, como: controle de estoque de colorações, químicas, mala direta, crescimento capilar no período e outros) e nem mesmo aplicativos que permitam ao cliente escolher penteados, cortes, foto do antes e depois, entre outros que por certo agregariam valor prestação de serviço.

Ainda que interessados, não estão preparados em sua infra-estrutura e quantidade de profissionais, para adquirir um Sistema Especializado, e compensar financeiramente esse investimento. (Referente à questão 3).

Gráfico nº. 07



Fonte: Pesquisa da autora

Que não há resistência algumas às inovações tecnológicas, o que falta apenas é incentivos ou programas de integração social e profissional no Estado, conclusão extraída de pesquisas com os profissionais da área e comprovada com os percentuais gráficos aqui dispostos: 48,48% (32 de 66 salões) disseram que não existe incentivo; 40,91% (24 de 66 salões) não sabem se existe algo em prol do executivo da beleza; e 10,60% (7 de 66 salões) diz que o auxílio é Inexpressivo.

Entretanto, vale ressaltar que poucos souberam discorrer sobre os tipos de incentivos que precisariam para melhorarem empresarialmente, exceto pedir uma carga tributária mais amena para os salões legalmente constituídos, os 10,60% do gráfico.

9. REFERENCIAL TEÓRICO

Vejam agora, qual o parecer de alguns autores que deixaram como legado contribuições fantásticas e esclarecedoras sobre a Administração de Empresas/ Sistemas de Informação, como o uso efetivo de TI em salões de beleza, conforme SEBRAE:

A informática já chegou aos Salões de Cabeleireiros e a orientam o desempenho das atividades dos profissionais da área estética. Há programas específicos nos quais o cliente pode visualizar como vai ficar com determinado corte, tintura ou penteado antes mesmo de serviço ser executado. Computadores também auxiliam no gerenciamento de estoque de produtos, folha de pagamento, cadastro de clientes etc. No cadastro de clientes o empreendedor pode manter todas as informações específicas dos serviços prestados como última tintura usada (cor, data), corte, produtos utilizados na limpeza de pele etc. Pode armazenar ainda informações complementares sobre o perfil do cliente, tais como profissão, estilo de roupa etc.

- Criatividade é fundamental. Existem salões em que realizam exposições de quadros e chegam a mudar a decoração, orientados pela opinião da clientela. Esse tipo de estratégia ajuda na conquista da clientela.

(SEBRAE, p.29 – 1994)

Para melhor explicar o intuito desse Artigo, devemos fazer algumas considerações relevantes, como distinguir a Informação Operacional (quem tem por finalidade simplesmente permitir que determinadas operações continuem acontecendo dentro do ciclo operacional da empresa) das Informações Gerenciais, dispostas a seguir:

As informações de natureza gerencial destinam-se a “alimentar” processos de tomada de decisão. As decisões inerentes ao processo de planejamento, ao controle, à formulação, ao acompanhamento de políticas e à interpretação de resultados requerem informações adequadas, Informações Gerenciais.

(BIO, p.120 – 1985)

O que é um Plano Diretor de Sistemas? Temos como resposta a contribuição de BIO, para uma ótica gerencial:

O plano diretor de Sistemas de Informação é representado por um conjunto de decisões, para determinado período futuro, coordenado com o planejamento geral da empresa:

- ✓ A filosofia, o enfoque e os objetivos a serem alcançados com a melhoria dos sistemas de informação;
- ✓ Projetos de subsistemas a serem desenvolvidos no período coberto pelo plano: prioridades, características, função e objetivos dos sistemas, cronogramas de desenvolvimento etc.;

- ✓ Recursos de processamento de dados: estratégia de hardware e software, configuração do equipamento, evolução dos recursos etc.;
- ✓ Recursos humanos: quantidade e qualificações dos profissionais requeridos para o desenvolvimento dos sistemas e para sua operação, por categoria (analistas de sistemas de informação, analistas de P.D., programadores, operadores, especialistas de software, coordenadores e gerentes);
- ✓ Custos orçados para a execução do Plano;
- ✓ Benefícios esperados e avaliação dos custos, em relação aos benefícios.

(BIO, p.142 – 1985)

Quando o Sebrae deixa claro que a informática já chegou aos salões de beleza, refere-se à informática como um software, no entanto, esta é uma ciência que visa o tratamento da informação através do uso de equipamentos de TI, cuja contribuição está na citação de Walton:

Uma das características da TI avançada é a sua dupla potencialidade (ou múltiplas potencialidades) – a habilidade de uma tecnologia em produzir um conjunto de efeitos organizacionais aos seus opostos. Por exemplo, a TI pode padronizar atividades ou ampliar o poder de decisão dos usuários; pode reforçar o controle hierárquico ou facilitar a auto-gestão e a aprendizagem pelos usuários. Em resumo, os administradores podem utilizar a TI para reforçar uma estratégia que se apóie sobre a concordância dos empregados ou podem utilizá-la para criar um contexto organizacional que promova o comprometimento de todos os envolvidos – usuários e clientes.

(WALTON, p.14 – 1993)

Para a tomada de decisão, o modelo de Plano Diretor não deve limitar-se apenas a informações operacionais, uma vez que o modelo procura prever as necessidades de informação para a fixação e acompanhamento de políticas, assim planejar e controlar, só que se deve observar qual vai ser o Modelo Global do Sistema, como por exemplo:

- ✓ Das decisões chave: o sistema é acionado pela palavra emergencial;
- ✓ Das informações requeridas para a tomada de tais decisões: como experiências anteriores; como relações custo x volume x lucro, entre outros;
- ✓ Dos subsistemas geradores dessas informações: pesquisas de mercado em outros subsistemas.

(BIO, p.153 – 1945)

Estabelecendo o Modelo Global do Sistema de informação, nos resta apenas determinar as prioridades e os recursos a serem aplicados para enfim implementar o Plano Diretor de Sistemas de Informação, tais como:

Definição de prioridades:

- ✓ Sua importância relativa na empresa;
- ✓ Sua situação atual como informação gerada pelo sistema, controle interno e contribuição do sistema à eficiência operacional da empresa como um todo;
- ✓ Seu posicionamento no Modelo Global do Sistema.

(BIO, p.166 – 195)

A execução e controle do plano abrange várias vertentes, uma seqüência de ações coordenadas que vai desde a instalação física até revisão do mesmo, de tempos em tempos aqui dispostos:

- ✓ Instalação física de equipamentos, obtenção de recursos de software, contratação e treinamento de pessoal etc.;
- ✓ Desenvolvimento dos projetos de sistemas, segundo as prioridades definidas e com base na metodologia de desenvolvimento de sistemas adotado pela empresa;
- ✓ Atendendo os objetivos gerais e da filosofia preconizados no plano;
- ✓ Concretização dos benefícios esperados de cada novo sistema que é implantado;
- ✓ Evolução do sistema total em face do Modelo Global planejado;
- ✓ Cumprimento dos prazos previstos;
- ✓ Observância das estimativas de custo.

(BIO, p.166 – 1945)

O benefícios do Plano Diretor, deve justificar o orçamento, é necessário estipular:

- ✓ Reduções de custos decorrentes da melhoria nos sistemas (que tenham grande probabilidade de ocorrer);
- ✓ Evolução favorável dos custos de operação dos sistemas existentes ao longo do tempo, em função do seu replanejamento;
- ✓ Efeitos dos sistemas replanejados em economias (níveis de estoques, tempos de resposta, riscos de crédito, eficiência de cobranças etc.).

(BIO, p.168 – 1945)

Com propriedade TONET diz que o comprometimento de todos os envolvidos com a padronização das atividades é muito relativo, depende dos modelos mentais, conforme sua contribuição nos dá conta:

Diferenças entre modelos mentais explicam por que duas pessoas explicam o mesmo acontecimento de modo diferente; elas estão prestando atenção em detalhes diferentes. Os modelos mentais também determinam nossa forma de agir. [...] Indivíduos não são educados no pensamento reflexivo têm dificuldade em escutar os outros efetivamente dizem. Ao invés disso eles ouvem o que esperam que os outros digam. Eles têm pouca tolerância para interpretações múltiplas dos

acontecimentos, porque muitas vezes eles “vêem” apenas sua própria interpretação. Em equipes e grupos, as pessoas que não dominam um nível limiar de habilidades de inquirição (apuração dos fatos) despenderão horas discutindo suas idéias. Finalmente, frustradas e exaustas, requerem à pessoa mais graduada do recinto, que vence através da autoridade, e a estratégia resulta ser bem menos do que deveria ser.

(TONET, p.36 – 2001)

Esta citação nos faz refletir sobre a dificuldade de conseguir mão-de-obra especializada para com comprometimento e boa vontade de aprender a lidar com a nova estrutura implantada. Sobre o grau de instrução na Cultura Brasileira, a falta de costume da leitura, reflexões e interpretação são as mais prováveis causas do nosso baixo crescimento sócio-econômico, que se formos analisar dia-a-dia dos salões de beleza no que se refere ao fator humano, temos a seguinte citação de SIMERAY *apud* OLIVEIRA (2001:100):

O coeficiente humano que pondera a qualidade da estrutura é produto dos seguintes fatores: 1) o valor dos homens; 2) o conhecimento que eles possuem da estrutura; e 3) sua motivação para fazê-lo funcionar da melhor forma possível.

(OLIVEIRA, p.100 - 2001)

Exaltando o auto-conhecimento profissional, disposição física de seus equipamentos, estrutura do salão e discernimento (análise) para assegurar-lhe a atitude correta, assim o salão funcionar da melhor forma possível. Mas, para o dono do salão, caso haja algumas inconformidades este deve saber:

- caracterizar o problema que está exigindo uma ou mais decisões na sua solução;
- compreender o ambiente que cerca as decisões; e
- identificar os impactos inerentes que essas decisões poderão provocar para a empresa.

(OLIVEIRA, p.45 - 2002)

Entretanto, fica mais limitada a visão do negócio salão de beleza e o controle de soluções de problemas, com tanta sabedoria como a citada anteriormente, sem a iniciativa sugerida MELO:

Os primeiros passos de planejamento e organização, sob enfoque sistêmico, serão ressentidos pela falta de um Plano Diretor, dos moldes ou dos manuais administrativos. Naturalmente, aos poucos, esses instrumentos estarão sendo formados para cada sistema desenvolvido e implantado. Se, pela falta de um Modelo Sistêmico, a solução não for a melhor a aplicação de recursos de controle e a retroalimentação de planejamento e organização estarão corrigindo tal falha. A

metodologia, por si só, vai gerando os instrumentos necessários. Contudo, é possível concentrar esforços preliminares, no sentido de se construir os dois principais elementos: o modelo Organizacional e o Modelo Sistêmico.

(MELO, p.92 – 2002)

O Modelo Organizacional é a estratégia de estruturação administrativa mais recomendada, é uma metodologia, como por exemplo, promover um trabalho participativo nos moldes desejados desde o início, e o Modelo Sistêmico retrata a empresa no momento. Ou seja, não deixa de ser um PROJETO, de implantar um Plano Diretor de Sistemas de Informação em salões de beleza, que é o nosso alvo:

[...] O projeto é inicialmente identificado pelos motivos ou **escopo** do trabalho a ser realizado , o qual se refere aos propósitos específicos do projeto e pode ser explicado como objetivo da equipe envolvida. Evita-se esta definição para manter a palavra “objetivo” reservada para dizer algo a respeito dos resultados esperados do objeto. Como por exemplo, registramos um Projeto de Racionalização da Rotina de Planejamento de Estoques, caracterizando claramente o escopo (racionalização) e o objeto (a Rotina envolvida). Neste projeto, a palavra “objetivo” refere-se aos resultados a serem alcançados pela Rotina após a sua implantação.

(MELO, p.102 – 2002)

Projeto este que deve seguir os embasamentos da O&M (Organizações e Métodos), de acordo com os ensinamentos básicos da administração.

10. CONSIDERAÇÕES FINAIS

(Respostas às problemáticas e confirmação de hipóteses)

Problemáticas:

1. Relatar quais os obstáculos frequentemente encontrados por donos ou responsáveis por salões de beleza para executar os cadastros de clientes, como serviços mais usados de acordo com o seu perfil.

R= Um dos principais desafios para salões de beleza, é a fidelização do cliente. Que pode ser através de mala direta ou telemarketing, após a realização de seus cadastro, obviamente. Você pode efetuar vários filtros: clientes novos, inativos, aniversariantes do mês, por profissional e vários outros. As etiquetas podem ser impressas pelo sistema (software de preferência). Desta forma ganha-se agilidade na recepção fazendo o agendamento de horários de clientes com os profissionais diretamente no sistema. Evita-se

aglomeração na recepção, pois a consulta pode ser feita no terminal usando-se apenas o leitor de código de barras, o que é opcional.

2. Como ter eficiente controle dos serviços prestados, valor cobrado, comissões a pagar e como calcular essas comissões de acordo com a forma de pagamento do cliente.

R= Implantando uma forma de comissionamento flexível tanto para profissionais quanto para auxiliares. Pode-se determinar comissões diferenciadas por profissional e por serviço. As comissões são lançadas em tempo real e podem ser conferidas pelo profissional no terminal de consulta. Evita perdas, determinando a melhor forma de comissionar, configurando apenas uma vez no sistema. Comissões de vendas com cartão de crédito, por exemplo, podem ser liberadas na data do recebimento do cartão ou no ato da venda, com ou sem desconto da taxa da administradora. As comissões de cheques pré-datados também podem ser pagas na data de compensação. Permite antecipar comissões futuras, descontando-se ou não uma taxa.

3. Reposição de estoques/mercadorias essenciais (colorações mais usadas, estoque mínimo para a demanda já marcada, por exemplo). Estocagem de material para sazonalidades – datas comemorativas (colorações, tratamentos restauradores, escovas progressivas). Como por exemplo, o mês das Noivas que se mostra necessário compra de cabelos (seja para *Mega Hair*, franjas e rabos), maquiagem e acessórios para penteados, como fazê-lo?

R= Para reduzir o custo com estoque comprando o que realmente é necessário sem ter falta de produto, sem "achismos". O sistema calcula a necessidade de compra correta. Evite extravios, controlando a entrada e saída de produtos do estoque, incluindo o rateio com os profissionais, que são descontados em folha automaticamente.

4. Diante do exposto, pergunta-se, se o executivo da beleza teria automação (infra-estrutura) e conhecimento suficiente para fazer uso de um PDSI (Plano Diretor de Sistemas de Informação) e se este terá como fazer uso eficiente e eficaz desta ferramenta.

R= Não, pois conforme pode-se observar no gráfico “Índice de Informatização dos Salões de Porto Velho..”, constante na Análise e interpretação dos resultados (capítulo 10 deste artigo) 86,40% dos salões NÃO são Informatizados. Relatam ainda que precisariam de suporte de um profissional ou empresa especializada para implementar a informatização via PDSI.

5. Caso exista uma nova solução de TI revolucionária (*software* e/ou *hardware*) para esta área no mercado, como fazer para conhecê-la? Que indicadores usar para avaliar se é a melhor alternativa ou se deveria continuar como está (sem Sistemas de Informação ou mesmo mudar o já existente)?

6. O orçamento para TI é limitado e parece nunca ser suficiente, como proceder?

R= Utilizando-se dos artifícios administrativos, a Pesquisa de Mercado para saber qual a automação necessária ao seu estabelecimento e, para tanto já fazer o orçamento, para enfim disponibilizar os valores. Mesmo que o orçamento esteja contado, vá inovando aos poucos, segue abaixo um exemplo de configuração mínima necessária:

- Micro-computador padrão IBM PC
- Pentium II 400mhz ou equivalente
- 128 MB de memória RAM
- 200 MB de espaço livre no Disco Rígido
- Windows98SE, NT, 2000, XP®

7. O que fazer com todo o volume de informação (de caixa, por exemplo) produzido atualmente? Como garantir seu armazenamento de forma segura e dentro do orçamento?

R= Automatize a folha de pagamento do pessoal de apoio (recepcionista, caixa etc.) e dos profissionais (comissionados). Lança-se os valores uma única vez e o Graces calcula todos os meses. Basta imprimir o relatório e efetuar o pagamento!

8. Que sistemas (software) usar?

R= Graces PLUS; Graces STANDARD; Prisma; AZ Cabelos e Estética, são os mais completos.

9. Como proteger-se de possíveis ameaças de segurança?

R= Os sistemas operacionais já vêm munidos de aplicativos de segurança, como exemplo o próprio Firewal do Windows®. Caso seja insuficiente pode-se contratar um profissional especializado em segurança da informação para fazê-lo.

Hipóteses:

- Concorrência demasiada gera falta de padrão?!?!

Neste capítulo do Artigo Científico devemos fazer as afirmações necessárias para manter a coerência e continuidade do mesmo. Outrora, a concorrência demasiada não passava de mera suposição como uma das causas que gerava falta de padrão para organizar um software, neste momento já é considerada uma constante. Que mesmo com a vasta gama de profissionais no Estado, não foi possível despertar o interesse dos especialistas em sintetizar suas rotinas administrativas e organizar um PDSI especializado para salões de beleza locais.

Mas estas empresas especializadas em desenvolver software e fazer consultoria, se valeram das observações dos salões outros estados, mérito esse que os faz ganhar mercado e crescer a cada dia, pois os poucos salões informatizados que existem em Porto Velho compraram seus software's, buscam suporte e consultoria *on-line*, pagado muito bem por isso (ver gráfico nº. 04, p. 10).

- Supõe-se a ausência de uma visão panorâmica do ambiente específico do negócio;

Ao implantar um PDSI ao seu salão (planejar cautelosamente suas ações), contar com um software que lhe ajuda a agregar funcionalidades de valor estratégico ao seu negócio, possibilita entender melhor os seus clientes, acompanha o que eles fazem através de ferramentas de controle do sistema, efetua diversas análises que podem direcioná-lo sempre a obtenção do sucesso desejado. Logo, se mostra real a hipótese acima citada, porque diante da quantidade de salões que não são informatizados (ver gráfico nº. 01), muito menos possuem um PDSI, e não têm uma boa visão panorâmica do ambiente que está a sua volta (ver gráfico nº. 07, p. 13).

- A utilização de um Sistema de Informação, no negócio desta pesquisa ou em qualquer um outro visa resultado. Será que os profissionais do ramo e/ou empresários focam nisso?

Fazendo referência à figura nº. 01 (p.11) podemos identificar o que está sendo oferecido no mercado para fidelizar e satisfazer a clientela, o que aos poucos está sendo assimilado pelos executivos da beleza locais.

Esta acadêmica se mostra receptiva a indicações de material como livros, revistas, vídeos, serão bem vindas ao nosso contato.

Referências que tratem com riqueza de detalhes sobre o assunto serão bem vindos a esse novo negócio.

11. REFERÊNCIAS

Obras citadas

BIO, Sérgio Rodrigues, 1945 – Sistemas de Informação: um enfoque gerencial / Sérgio Rodrigues Bio, - São Paulo: Atlas, 1985.

MELO, Ivo Soares – Administração de Sistemas de Informação/ Ivo Soares Melo. São Paulo: Pioneira Thomson Learnig, 2002.

Oliveira - 8. ed. - São Paulo: Atlas, 2002.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebolças - de Sistemas, organização de métodos: uma abordagem gerencial/ Djalma de Pinho rebolças de Oliveira. – 12 ed. – São Paulo: Atlas, 2001.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de – Sistemas de informações gerenciais: estratégias, táticas, operacionais/ Djalma de Pinho Rebouças de

Revista Cabelos & cia – ano 11 n° 126

Revista Cabelos & cia – ano 11 n° 129

TONET, Helena – A Lei de Responsabilidade Fiscal: Uma Abordagem Gerencial/ Helena Tonet, Lavínia Corrêa; coordenação Rui Otávio Bernardes de Andrade e Sebastião Luiz de Mello. Brasília: Conselho Federal de Administração, 2001.

WALTON, Richard E. – Tecnologia de Informação: uso TI pelas empresas que obtêm vantagem competitiva / Richard E. Walton; tradução Edson Luiz Ricco – São Paulo: Atlas, 1993.

Obras Consultadas

___ URREA, Rodolfo – livro: Marketing de Salón de Peluquera. 1.ed.São Paulo: Atlas, 2001.

___ URREA, Rodolfo – livro: Segredos de um Salón. 1.ed.São Paulo: Atlas, 2001.

FURASTE, Pedro augusto. Normas Técnicas para Trabalhos Científicos. Explicitação das normas ABNT, 12ª ed. , Porto Alegre: [S.N], 2003.

LISTEL, publicar. Lista telefônica. 2007 – www.listaonline.com.br

SEBRAE/BA. Salão de Beleza, Salvador:Ed.SEBRAE, 1992

SEBRAE/DF. Como manter seu salão de beleza e similares de acordo com as normas higiênico-sanitárias, Brasília:Ed. SEBRAE.

SEBRAE/SP. Como montar um instituto de beleza e estética, São

SEBRAE/SP. Salão de Cabeleireiro, São Paulo:SEBRAE/SP, 1994, 29p.

Sem indicação de autoria - Situado em: <www.sebrae.com.br> consultado em 18 maio de 2007.

www.anvisa.gov.br consultado em 22 maio de 2007 – 14h.

www.graces.com.br consultado em 28 agosto de 2007 – 23h.

www.microware.com.br consultado em 03 setembro de 2007 – 18h.

www.microware.com.br consultado em 20 maio de 2007 – 10h.

www.revistacabelos.com.br consultado em 22 maio de 2007 – 08h.

APÊNDICES

APÊNDICE – I

FORMULÁRIO 1 - PARA OS SALÕES JÁ INFORMATIZADOS:

Este formulário foi desenvolvido para apurar mediante pesquisas de campo, qual é a visão de boa parte dos proprietários de salões de beleza de Porto Velho, quando indagados sobre a implementação de um Plano Diretor de Sistemas de Informação, tratando-se portando de uma coleta de opiniões para responder a uma singela pesquisa de mercado. Trazendo, com isso significativa contribuição para o este artigo.

1 – Este salão possui um sistema informatizado para o controle de suas informações?

sim () não

2– Qual foi o ponto de partida para tomar essa iniciativa de informatizar o salão?

3 – Como encontrou um software especializado para o segmento?

4 - Quanto custou o software?

5 – Qual o hardware (configuração mínima) para executar o software?

6 – Qual foi o Investimento Total (software, hardware, consultoria, treinamento, e outros)?

7 – Quais os serviços oferecidos por este software ou que você desejaria?

8 – Nele falta algo que você incluiria?

9 – De quanto em quanto tempo ele precisa de manutenção?

10 – Quanto você paga pela manutenção, ela é ágil e resolve o seu problema?

11 -- Ela possui algum software de segurança?

12 -- O custo X benefício é satisfatório?

13 – Os usuários apresentaram resistência às inovações?

() sim () não

14 – Qual a sua opinião sobre a implementação de um Plano Diretor Especializado para Salões de Beleza (trata-se de ferramenta que une/sintetiza as práticas e rotinas administrativas em um software/programa voltado para os salões de beleza)?

15 – O que você tem para comentar sobre a atenção/incentivos do Governo e/ou Prefeitura para os profissionais do ramo?

APÊNDICE – II

FORMULÁRIO 2 - PARA OS SALÕES AINDA NÃO INFORMATIZADOS:

1 – Este salão possui um sistema informatizado para o controle de suas informações?

sim não

2 – Você saberia onde/como encontrar este sistema?

3 - estaria interessado(a) em adquiri-lo ?

sim não

4 – O que você tem para comentar sobre a atenção/incentivos do Governo e/ou Prefeitura para os profissionais do ramo?

ANEXOS

ANEXO – I

MONTANDO UM SALÃO DE BELEZA

As informações deste anexo poderão ser observadas no link: <http://www.sebrae-sc.com.br/segmento/produto.asp?vcdtexto=2567>

1. Ficha técnica

Setor da Economia: Terciário

Ramo de Atividade: Prestação de Serviços

Tipo de Negócio: Salão de Beleza

Produtos Ofertados/Produzidos: Serviços de cuidados pessoais.

2. Mercado

O mercado não é muito concorrido. Clientela geralmente é fixa e só procura a concorrência caso os serviços não sejam satisfatórios. Pode acontecer que o cliente prefira os serviços de corte de cabelo em um salão, manicure e pedicure em outro.

O ideal é que o empreendedor ofereça no seu salão qualidade e bons preços em todos os serviços disponíveis. Dessa maneira, ele manterá o cliente fiel ao seu salão. Além disso, esse é um ramo rentável, sobretudo quando o profissional se torna conhecido da clientela.

3. Estrutura

A estrutura básica deve contar com uma área de 20 metros quadrados, espaço suficiente para montar um salão de pequeno porte. O ponto deve ter instalações elétricas e hidráulicas em boas condições, com um ambiente bem iluminado, paredes e pisos claros e laváveis. É imprescindível transmitir a impressão de limpeza.

Para dar tratamento profissional ao negócio, é fundamental oferecer facilidade de estacionamento e ter sala de espera – ou pelo menos algumas cadeiras – com direito a cafezinho, água, TV ou música ambiente. É o mínimo de conforto a ser oferecido ao público de qualquer classe social.

4. Equipamentos

- Cadeiras e bancadas com espelhos
- Lavatórios, secadores
- Equipamentos para manicure, podólogo, depilador

- Havendo disponibilidade financeira é interessante adquirir equipamentos como conjuntos para maquiagem, depilação e estética, além de mesas e cadeiras para manicure, aparelhos de TV, equipamentos de hidratação, estufas para esterilização etc.

5. Investimento

Varia conforme o leque de serviços oferecidos, a quantidade de pessoas a serem atendidas simultaneamente, e o padrão de conforto das instalações.

O aporte inicial pode girar em torno de R\$ 25 mil.

6. Pessoal

A mão-de-obra básica de um salão de beleza é formada por cabeleireiros, manicures e um especialista em depilação.

O empreendedor pode cuidar do gerenciamento do salão. É válido lembrar que o constante aperfeiçoamento e treinamento do pessoal são fundamentais.

7. Atendimento

O tratamento dispensado pelo proprietário e por seus colaboradores é fundamental para evitar a evasão dos clientes.

Um atendimento inadequado traduz-se, em muitos casos, na potencial perda do cliente.

8. Começando o negócio

Talento, cortar e pentear cabelos - reconhecido inicialmente por amigos e familiares - é o primeiro sinal de vocação para o ramo.

9. Horário

Para tratamento profissional ao negócio é fundamental trabalhar com hora marcada.

9.1 Preços

Preços cobrados devem estar de acordo com o perfil do público que se pretende atender e com a localização do estabelecimento.

9.2 Material

Higiene é a palavra-chave. Aliás, é fator do qual não se pode descuidar. É importante estar atento à esterilização dos instrumentos (como tesouras, pentes e alicates), que pode ser feita com o uso de estufa ou por meio de produtos químicos. A boa impressão causada nos clientes é importantíssima para o sucesso do negócio.

9.3 Estoque

Repor os estoques utilizados, é na medida da necessidade. As perdas dos produtos não são consideradas como riscos, pois são relativamente pequenas. Normalmente, os fabricantes enviam representantes ao local para registrar os pedidos mensalmente

9.4 Legislação Específica

Para a abertura, necessário tomar as seguintes providências:

- Registro na Junta Comercial
- Registro na Secretária da Receita Federal
- Registro na Secretária da Fazenda
- Registro na Prefeitura do Município
- Registro no INSS (somente quando não tem o CNPJ – Pessoa autônoma – Receita Federal)
- Registro no Sindicato Patronal

O novo empresário deve procurar a prefeitura da cidade onde pretende montar seu empreendimento para obter informações relativas às instalações físicas da empresa (com relação a localização) e ao Alvará de Funcionamento.

Além disso, deve consultar o Procon para adequar seus produtos às especificações do Código de Defesa do Consumidor (LEI Nº 8.078 DE 11.09.1990).

É importante ter o conhecimento de algumas legislações que regem o setor.

- LEI 6.360/76. Dispõe sobre a vigilância a que ficam sujeitos os cosméticos.

ANEXO - II

EXEMPLO SIMPLÓRIO DE UM QUESTIONÁRIO PARA PDSI, USADO POR EMPRESA ESPECIALIZADA:

Fonte: www.microware.com.br

- 1 – Você precisa melhorar o processo de compras de T.I. da sua empresa, ou precisa fazer a aquisição de equipamentos e sistemas de T.I.?
- 2 – No caso de melhoria de processo, quais os principais problemas observados hoje?
- 3 – No caso de aquisição, qual a lista dos produtos que se pretende adquirir? Alternativamente podemos ajudar a sua empresa a definir os equipamentos e sistemas certos para atender as suas necessidades.
- 4 – Qual o orçamento alocado para essa compra?

Fornecer a sua empresa uma visão completa do seu ambiente atual de Tecnologia de Informação e ao mesmo tempo compará-lo a cenários alternativos que possam aperfeiçoar o retorno dos investimentos já feitos e dos ainda a serem realizados.

Ter ao seu alcance todas as informações necessárias referentes a situação atual da sua estrutura, de necessidades futuras, e opiniões embasadas de especialistas de cada uma das áreas estudadas.

Possibilitar que sua empresa possa tomar decisões informadas com a maior acurácia (precisão) possível sobre sua estrutura de TI.

Disponibilizar mais tempo das pessoas em sua organização para realização de atividades chaves e foco no crescimento do seu negócio, ao invés de alocar tempo na solução de problemas de T.I.

Este estudo final, a ser apresentado possui aspectos estratégicos e táticos, nas áreas de hardware, software, suprimentos, serviços e mão de obra.