



# PROJETO DE EXTENSÃO

2021

**UNifeob**

| ESCOLA DE NEGÓCIOS

**UNIFEOB**

Centro Universitário da Fundação de Ensino Octávio Bastos

**ESCOLA DE NEGÓCIOS**

**ADMINISTRAÇÃO**

**PROJETO DE EXTENSÃO**

**FUNDAMENTOS EMPRESARIAIS**

**Yandra Araujo Afros & Cachos**

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

NOVEMBRO, 2021

UNIFEOB

Centro Universitário da Fundação de Ensino Octávio Bastos

ESCOLA DE NEGÓCIOS

**ADMINISTRAÇÃO**

## **PROJETO DE EXTENSÃO**

**Yandra Araújo Afros & Cachos**

MÓDULO - FUNDAMENTOS EMPRESARIAIS

Fundamentos de Administração – Prof. Frederico Fagnoli Ribeiro

Fundamentos de Contabilidade – Prof. Ana Carolina Maldonado Matos

Fundamentos de Economia – Prof. Elaina Cristina Paina Venâncio

Fundamentos de Finanças – Prof. Renata E. de Alencar Marcondes

Projeto de Fundamentos Empresariais - Prof. Ana Carolina Maldonado Matos

Alunos:

Ana Laura Boaventura, RA 21000881

Camilly Santana Barbosa, RA 21001600

Francine Rezende Zoquetti, RA 21001610

Geovanna Pereira Beloto, RA 21000269

Isabela Tonetti, RA 21000241

Paloma da Silva Ferreira, RA 21000031

Thaiza Costa de Castro, RA 21000115

SÃO JOÃO DA BOA VISTA, SP

NOVEMBRO, 2021

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b>	<b>4</b>
<b>2 DESCRIÇÃO DA EMPRESA</b>	<b>5</b>
<b>3 METODOLOGIA</b>	<b>7</b>
3.1 MISSÃO, VISÃO E VALORES	7
3.2 CLIENTES	7
3.3 MERCADO ECONÔMICO	7
3.4 PROJEÇÃO	8
3.5 ANÁLISE E PROJEÇÃO DAS DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS	10
<b>4 RESULTADOS</b>	<b>12</b>
<b>5 CONCLUSÃO</b>	<b>13</b>
<b>6 REFERÊNCIA</b>	<b>14</b>
<b>7 ANEXOS</b>	<b>15</b>

# 1 INTRODUÇÃO

O presente Projeto Integrado tem como finalidade organizar as finanças da empresa Yandra Araújo Afros & Cachos, sendo uma empresa nova que está no mercado há exatamente um ano desde que iniciou suas atividades. Visando seu crescimento profissional, buscamos auxiliar a empresária nas suas tomadas de decisões para um melhor direcionamento, uma vez que a própria não possui planejamento financeiro.

Através de um novo projeto financeiro, teremos controle dos recursos da empresa, tais como faturamentos, investimentos, despesas, dívidas, entre outros. De posse dessas informações, é possível definir estratégias e entender de forma mais ampla quais decisões são fundamentais para o alcance de melhores receitas (lucro líquido).

Para a execução deste trabalho e alcance dos resultados almejados, faremos uso de uma Análise Financeira e uma Projeção da empresa junto com a DRE (Demonstração do Resultado do Exercício), que apresenta a situação atual da empresa e o seu real desempenho. Com esse resultado, conseguimos elaborar metas concretas, fazendo com que a empresária Yandra consiga fazer mudanças, aumentando o seu desempenho e se estabilizando no mercado.

Em vista disso, conseguiremos reduzir os custos, fazendo com que a empresa tenha novas oportunidades de negócios, podendo elaborar novas estratégias que visam o crescimento de sua empresa, prevendo quais serão suas movimentações para que não tenha prejuízos e sim um crescimento do seu lucro, sendo assim evitando despesas desnecessárias para seu negócio.

## **2 DESCRIÇÃO DA EMPRESA**

Yandra Araujo Afros & Cachos, CNPJ 38.133.293/0001-58, localizada na rua José Inácio Neto, nº 200 no bairro Jardim das Rosas, cujo CEP é 13876-644, na cidade de São João da Boa Vista/SP.

A empresária Yandra iniciou seu trabalho no ano de 2020, na sua própria residência, com o desejo de empreender direcionando seu trabalho especificamente para cabelos afros e cacheados, tendo como principal atividade cuidar do cabelo de forma natural. O fato de não conseguir encontrar salões com o mesmo segmento para o seu perfil de cabelo, foi um ponto importante para empreender e iniciar suas atividades.

Pretende ser referência em cuidados capilares, por meio da excelência de prestação de serviços, oferecendo os melhores tratamentos com muita dedicação e paixão pelo seu trabalho, aumentando a autoestima de cada cliente. Com o crescimento da empresa, a mesma pretende aumentar a qualidade do serviço, comprando novos equipamentos e aumentando sua estrutura.

A princípio seus principais clientes eram mulheres jovens em busca de um tratamento capilar, na qual estavam passando pela transição capilar, sendo ele um momento de dedicação e cuidado para que a cliente não desista dos cachos naturais. Sendo assim, a empresária faz acompanhamentos desde o início do tratamento usando uma técnica única do salão, a tricoscopia, um exame usado para diagnosticar distúrbios do cabelo e do couro cabeludo, detectando o problema no local comprometido e sua intensidade.

Devido ao sucesso do cuidado dos cachos naturais e tranças, atualmente atende todos os tipos de públicos.

Sem funcionários fixos, Yandra exerce todas as funções dentro da empresa, contando apenas com a ajuda de uma profissional quando necessário, auxiliando no atendimento, pagando o seu dia de trabalho à parte.

O salão é o único na região que faz o atendimento usando a técnica a tricoscopia, em vista disso, não tem nenhuma concorrência direta, ganhando mais visibilidade para o seu comércio.

Seus principais fornecedores de produtos são: Widi Care; Arvenses; Soul Power; Apse; Griffus. Para revenda de produtos: Widi Care.

## **3 METODOLOGIA**

### **3.1 MISSÃO, VISÃO E VALORES**

A empresária Yandra quando iniciou suas atividades, teve como objetivo levar para a mulher com cabelos cacheados sua aceitação e formas de cuidados capilares, fazendo com que elas tenham todo o acompanhamento na sua transição capilar.

Com isso sua missão é aumentar a autoestima das mulheres, oferecendo tratamentos de beleza de alta qualidade, sempre em constante melhoria, atendendo os clientes sempre com muita dedicação e atenção.

Sua visão é fazer com que seu negócio cresça cada vez mais, procurando novas melhorias para o seu local de trabalho, mostrando seu diferencial nos atendimentos, dessa forma conquistando clientes novos!

Seus valores sempre foram a paixão que tem no seu trabalho, respeito, a valorização do cabelo afro e a ética profissional.

### **3.2 CLIENTES**

Em relação aos principais públicos de clientes que buscam os serviços da empresa, temos em sua maioria mulheres, entre a adolescência e a terceira idade. Contudo, em menor número, também há a procura dos trabalhos ofertados pelo público masculino e infantil. Que buscam aprimorar sua autoestima e suprir a necessidade de um trabalho especializado.

### **3.3 MERCADO ECONÔMICO**

Devido a pandemia da Covid-19, muitos comércios e salões de beleza não resistiram à crise e acabaram encerrando suas atividades, já que muitos dependiam de uma



renda para sobreviver a essa crise. Yandra, por fim, enfrentou grandes dificuldades para se manter no mercado, mas seguindo todos os protocolos de atendimento, conseguiu atender os clientes e se manteve até hoje, mesmo tendo prejuízos.

Atualmente, o nosso país vem se recuperando economicamente e o mercado está voltando a normalizar, com isso, as pessoas voltam a frequentar os salões de beleza, sendo um dos ramos que vem crescendo cada vez mais. A busca pela autoestima e o autocuidado pessoal sempre foi grande, as mulheres e até mesmo homens estão se tornando cada vez mais vaidosos, fazendo com que esse mercado cresça cada vez mais.

“Segundo o provedor de pesquisa de mercado Euromonitor International, o Brasil é o quarto maior mercado de beleza e cuidados pessoais do mundo”. (**Forbes**. Brasil é o quarto maior mercado de beleza e cuidados pessoais do mundo. Reportagem publicada na edição 76, lançada em abril de 2020. URL:<https://forbes.com.br/principal/2020/07/brasil-e-o-quarto-maior-mercado-de-beleza-e-cuidados-pessoais-do-mundo/>).

Uma nova dificuldade que surgiu para quem trabalha em salões, foi o aumento da energia elétrica no país, e isso se refletirá nas despesas, já que a mesma depende de diversos equipamentos eletrônicos no dia a dia.

Com esse aumento, isso impacta nos custos de todos os produtos, fazendo com que a empresária tenha que aumentar os seus valores.

De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (**IBGE**), o Índice de Preços ao Consumidor Amplo 15 (IPCA-15), que é uma **prévia da inflação oficial do país, avançou 0,89%** na passagem de julho para agosto, enquanto a alta da energia elétrica foi de 5%.

No ano, enquanto o IPCA-15 acumulou alta de 5,81%, a alta acumulada nas contas de luz chegou a 16,07%, quase o triplo do índice geral. Já em 12 meses, a energia elétrica acumulou alta de 20,86%, mais que o dobro da inflação acumulada no período, que foi de 9,3%. (**Daniel Silveira, Darlan Alvarenga e Luiz Gerbelli, G1** — Rio de Janeiro e São Paulo, 27 de setembro 2021. Disponível em:

<https://g1.globo.com/economia/noticia/2021/08/27/conta-de-luz-est-a-cada-vez-mais-cara-entenda-por-que-ela-sobe-e-quais-os-problemas-dessa-escalada-deprecos.ghtml>) Acesso em: 17/09/2021.

### 3.4 PROJEÇÃO

A projeção tem como finalidade ajudar a empresa nas tomadas de decisões, fazendo com que diminua as incertezas e que tenha uma boa estratégia, assim verificando o desempenho da mesma. Para isso utilizamos um mercado super otimista para a empresária, fazendo análise da DRE, sendo assim formando a sua projeção.

Imagem 1: Projeção Trimestral 2021

Demonstração do Resultado do Exercício - Yandra Atros e Cachos								
	Out a Dez/2020	AV	Jan a Mar/2021	AV	AH	Abril a Jun/2021	AV	AH
(=) Receitas Brutas	R\$ 3.340,00	-	R\$ 1.923,00	-	-42%	R\$ 1.987,00	-	3%
(+) Receitas com Vendas	R\$ 3.340,00	-	R\$ 1.923,00	-	-42%	R\$ 1.987,00	-	3%
(-) Deduções	-R\$ 299,79	-	-R\$ 201,00	-	-33%	-R\$ 201,00	-	0%
(-) Impostos sobre Vendas	-R\$ 299,79	-	-R\$ 201,00	-	-33%	-R\$ 201,00	-	0%
(=) Receitas Líquidas	R\$ 3.040,21	100,00%	R\$ 1.722,00	100%	-43%	R\$ 1.786,00	100%	4%
(-) CMV	-R\$ 2.337,60	-76,90%	-R\$ 2.442,24	-142%	4%	-R\$ 2.583,10	-145%	6%
(=) Lucro Bruto	R\$ 702,41	23,10%	-R\$ 720,24	-42%	-203%	-R\$ 797,10	-45%	11%
(-) Despesas Operacionais	-R\$ 846,83	-27,85%	-R\$ 783,30	-45%	-8%	-R\$ 894,15	-50%	14%
(-) Despesas Operacionais	-R\$ 846,83	-27,85%	-R\$ 783,30	-45%	-8%	-R\$ 894,15	-50%	14%
(=) Lucro Antes dos Impostos	-R\$ 144,42	-4,75%	-R\$ 1.503,54	-87%	941%	-R\$ 1.691,25	-95%	12%
(-) Provisão Impostos	0	-				0		
(=) Lucro Líquido	-R\$ 144,42	-4,75%	-R\$ 1.503,54	-87%	941%	-R\$ 1.691,25	-95%	12%

Conforme a demonstração da DRE acima, pudemos analisar que a empresa não obteve lucros durante esses períodos trimestrais, com isso, projetamos os próximos trimestres otimistas, já que devido ao final de ano a procura pelos cuidados pessoais triplicam.

Entretanto, com base nessas projeções, elaboramos estratégias que permitirão aproveitar esses cenários otimistas a seguir e juntamente a contornar as dificuldades que virão sobre eles. O exemplo de uma das técnicas primordiais, seria o **benchmarking**, que consiste no espelhamento de empresas mais experientes no ramo, trazendo seus métodos a fim de aprimorar o negócio. Assim como programas de fidelização de clientes, identificação de possíveis gargalos no processo de trabalhos oferecidos, melhorias no sistema de gestão de relacionamento com os clientes (CRM) e técnicas no treinamento de colaboradores. Contudo, uma forte atenção aos produtos de revenda de pronta-entrega, que vem trazendo a maior fatia da receita e exigem técnicas de melhor regimento dos estoques.

Com os dados levantados, pudemos analisar os custos e despesas da empresária, e em cima disso projetamos os seus próximos meses, com um aumento de 40% das suas vendas e atendimentos, fazendo com que cresça aproximadamente 202% comparado com os trimestres passados.

Imagem 2: Projeção Trimestral 2021/2022

	PROJEÇÃO										
	Abril a Jun/2021	AV	Julho a Set/2021	AV	AH	Out a Dez/2021	AV	AH	Jan a Mar/2022	AV	AH
(=) Receitas Brutas	R\$ 1.987,00	-	R\$ 3.179,20	-	60%	R\$ 4.450,88	-	40%	R\$ 5.786,14	-	30%
(+) Receitas com Vendas	R\$ 1.987,00	-	R\$ 3.179,20	-	60%	R\$ 4.450,88	-	40%	R\$ 5.786,14	-	30%
(-) Deduções	-R\$ 201,00	-	-R\$ 201,00	-	0%	-R\$ 201,00	-	0%	-R\$ 201,00	-	0%
(-) Impostos sobre Vendas	-R\$ 201,00	-	-R\$ 201,00	-	0%	-R\$ 201,00	-	0%	-R\$ 201,00	-	0%
(=) Receitas Líquidas	R\$ 1.786,00	100%	R\$ 2.978,20	100%	67%	R\$ 4.249,88	100%	43%	R\$ 5.585,14	100%	31%
(-) CMV	-R\$ 2.583,10	-145%	-R\$ 2.634,76	-88%	2%	-R\$ 2.687,46	-63%	2%	-R\$ 2.741,21	-49%	2%
(=) Lucro Bruto	-R\$ 797,10	-45%	R\$ 343,44	12%	-143%	R\$ 1.562,42	37%	355%	R\$ 2.843,93	51%	82%
(-) Despesas Operacionais	-R\$ 894,15	-50%	-R\$ 929,91	-31%	4%	-R\$ 967,10	-23%	4%	-R\$ 1.005,78	-18%	4%
(-) Despesas Operacionais	-R\$ 894,15	-50%	-R\$ 929,91	-31%	4%	-R\$ 967,10	-23%	4%	-R\$ 1.005,78	-18%	4%
(=) Lucro Antes dos Impostos	-R\$ 1.691,25	-95%	-R\$ 586,47	-20%	-65%	R\$ 595,32	14%	-202%	R\$ 1.838,15	33%	209%
(-) Provisão Impostos	-										
(=) Lucro Líquido	-R\$ 1.691,25	-95%	-R\$ 586,47	-20%	-65%	R\$ 595,32	14%	-202%	R\$ 1.838,15	33%	209%

### 3.5 ANÁLISE E PROJEÇÃO DAS DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS

O VPL baseado em nosso projeto, tem o intuito de trazer para o valor presente os valores projetados nos próximos trimestres. Com esse valor presente ela poderá ter uma base do que deve ser feito e acarretar novas ideias e gerar mais lucro futuramente.

O valor presente líquido, também conhecido como valor líquido atual, ou VPL é um instrumento que traz para a data zero os fluxos de caixa (positivos e negativos) de um projeto de investimento. Em outras palavras, o valor presente líquido permite uma estimativa do lucro sobre um investimento, evitando prejuízos ao investidor.

Para utilizar o método do valor presente líquido, faz-se necessário um cálculo, mas antes, vamos aos fatos: uma quantidade de dinheiro hoje tem peso diferente do que terá amanhã. Isto quer dizer que esse dinheiro valerá mais hoje do que no futuro, já que o dinheiro se valoriza ao longo do tempo.

Para calcular o VPL, utiliza-se o valor do investimento inicial, o período de análise, a estimativa de entrada de caixa para cada período, a taxa de desconto, as entradas de caixa já descontadas e, por fim, a soma das entradas descontadas menos o investimento inicial.

Imagem 3: VPL

<b>Abril a Jun/2021</b>
<b>R\$ 1.987,00</b>
R\$ 1.987,00
<b>-R\$ 201,00</b>
-R\$ 201,00
<b>R\$ 1.786,00</b>
-R\$ 2.583,10
<b>-R\$ 797,10</b>
-R\$ 894,15
<b>-R\$ 894,15</b>
<b>-R\$ 1.691,25</b>
0
<b>-R\$ 1.691,25</b>
<b>Base Tempo 0</b>

$$\begin{aligned} \text{FV} &= \text{R\$ } 586,47 \\ \text{N} &= 1 \\ \text{i} &= 1,53\% \\ \hline \text{PV} &= \text{R\$ } 577,63 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{FV} &= \text{R\$ } 595,32 \\ \text{N} &= 2 \\ \text{i} &= 1,53\% \\ \hline \text{PV} &= \text{R\$ } 577,51 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{FV} &= \text{R\$ } 1.838,15 \\ \text{N} &= 3 \\ \text{i} &= 1,53\% \\ \hline \text{PV} &= \text{R\$ } 1.756,63 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{VPL} &= \text{Tempo 0} & + & \text{Tempo 1} & + & \text{Tempo 2} & + & \text{Tempo 3} & = & \text{R\$ } 65,26 \\ &= -\text{R\$ } 1.691,25 & + & -\text{R\$ } 577,63 & + & \text{R\$ } 557,51 & + & \text{R\$ } 1.756,63 & = & \text{R\$ } 65,26 \end{aligned}$$

## 4 RESULTADOS

Temos como objetivo o crescimento da empresa, e conseqüentemente o aumento das receitas progressivamente. Este feito procuramos atingir por meio das técnicas sugeridas, que são o ponto de partida para o melhoramento dos negócios.

Dentre os mais latentes aprimoramentos da empresa, temos a diminuição do tempo médio de cada serviço, o que traria um maior número de atendimentos diários, e também a diminuição de despesas – como energia elétrica, por exemplo -. Pensando nisso, propomos a busca e exclusão de possíveis gargalos ao meio interno, unificado ao treinamento eficaz e metódico dos atuais e futuros colaboradores; o que agregaria maior agilidade aos procedimentos.

A outra principal proposta de melhorias, estaria em torno da fidelização de clientes. Que visamos abordar intensamente nas épocas de fim de ano que detém o maior fluxo de demanda. Para isso, adotaram-se programas inicialmente grátis de gerenciamento do relacionamento com os clientes (CRM), com formas mais inteligentes e automatizadas de contato, aumentando assim, a chance de retornos futuros, e trazendo mais segurança aos meses de menos movimento no início do ano.

Gostaríamos ainda de focar no principal meio de retorno atualmente no negócio, que seria a revenda de produtos de manutenção capilar de pronta-entrega. Trazendo a ideia de um balanço e reconhecimento dos de maior e menor procura, impedindo que os estoques se estaguinem ou sejam adquiridos desnecessariamente.

Projetamos sobretudo, aplicar a todos os desafios e aprimoramentos da empresa, um **benchmarking** constante, que consiste no espelhamento de organizações mais maduras em meio ao ramo. E assim, ver os empecilhos atuais se dissiparem e se voltarem para a diminuição de dívidas e o escalamento das receitas.

## 5 CONCLUSÃO

Depois de estudar todo o trabalho, é significativa a importância das ferramentas contábeis para analisar o desempenho da empresa por meio dos dados do demonstrativo, a fim de compreender sua verdadeira situação econômico-financeira.

Esta pesquisa nos permitiu interpretar os dados encontrados para responder a questão proposta no início do trabalho. O objetivo de analisar meios para ajudar a empresa na gestão financeira.

Com a realização desta pesquisa, a sra Yandra poderá aprofundar seu conhecimento das demonstrações financeiras para entender como desenvolver um processo de tomada de decisão com base em indicadores financeiros.

Percebe-se que este estudo foi realizado com sucesso, pois satisfaz algumas etapas necessárias para as análises. O primeiro ponto é a escolha das demonstrações da empresa que constitui o objeto de exploração desta pesquisa.

O segundo aspecto é o desempenho dos outros três tipos de análise, vertical, horizontal e o VPL, considerados como ferramentas complementares para análise do balanço e demonstração de resultados dos trimestres estudados.

Por fim, resta a recomendação de converter os números descritos nas demonstrações financeiras e prepará-los para serem utilizados como ferramenta na tomada de decisão, seja de investimento ou de melhoria da gestão financeira.

## 6 REFERÊNCIA

O Economista. **Conceito de Economia**, 05 de junho de 2009. Disponível em: <<https://www.oeconomista.com.br/conceito-de-economia/>> Acesso em: 17/09/2021

Daniel Silveira, Darlan Alvarenga e Luiz Gerbelli, **G1**. Rio de Janeiro e São Paulo, 27/08/2021 - Conta de Luz está cada vez mais cara. Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/noticia/2021/08/27/conta-de-luz-esta-cada-vez-mais-cara-entenda-por-que-ela-sobe-e-quais-os-problemas-dessa-escalada-de-precos.ghtml>> Acesso em: 17/09/2021

Buyco. **O promissor Mercado de Salões de Beleza do Brasil**. Belo Horizonte, 28/01/2020. Disponível em: <<https://buyco.com.br/mercado-de-saloes-de-beleza/>> Acesso em: 15/10/2021

Jornal SP Norte. **Setor de beleza segue como melhor investimento por seu desempenho**. São Paulo, 20/10/2021. Disponível em: <<https://www.jornalspnorte.com.br/setor-de-beleza-segue-como-melhor-investimento-por-seu-desempenho/>> Acesso em: 29/10/2021.

WEBER, Mariana. Brasil é o quarto maior mercado de beleza e cuidados pessoais do mundo. **Forbes**, São Paulo, 04/07/2020. Disponível em: <https://forbes.com.br/principal/2020/07/brasil-e-o-quarto-maior-mercado-de-beleza-e-cuidados-pessoais-do-mundo/>. Acesso em: 29/10/2021.

BENETTI, Rodolfo. Como fazer o benchmarking da sua empresa e de seus concorrentes? **Orgânica Digital**, São Paulo, 08/12/2019. Disponível em: <https://www.organicadigital.com/blog/como-fazer-o-benchmarking-da-sua-empresa-e-de-seus-concorrentes/>. Acesso em: 30/10/2021.

## 7 ANEXOS



Imagem 1 – Fonte: Instagram Yandra Araujo Afros e Cachos



Imagem 2 - Fonte: Instagram Yandra Araujo Afros e Cachos





Imagem 3 - Fonte: Instagram Yandra Araujo Afros e Cachos



Imagem 4 - Fonte: Instagram Yandra Araujo Afros e Cachos