

Custos de procedimentos básicos de um salão de beleza: é de arrepiar os cabelos

Bruna Krasinsky¹
Gabriela Cadore²
Manuel C.P. da Gama³

Resumo: Precificar os serviços de um salão de beleza sempre causou aos proprietários certa insegurança. Como calcular o valor de um serviço sem possuir bases sólidas de quanto ele custa para ser executado? O presente trabalho visa mostrar os processos básicos, que são usualmente praticados, pelos salões de beleza no procedimento capilar, descrevendo os custos que abrangem esse procedimento. Utilizando de métodos de custeio por atividades, conhecido também por ABC, este artigo analisa desde materiais e tempos utilizados nos procedimentos básicos da área capilar, até a alocação de custos fixos e de mão de obra em unitário do procedimento. Utilizando o método exploratório de caráter quantitativo, a pesquisa atinge seus objetivos demonstrando os valores de custos para procedimentos básicos e possibilita futuros trabalhos a serem realizados na área de análise de custos de um salão de beleza.

Palavras-chaves: Administração financeira. Gestão de custos. Custeio por atividade.

1 INTRODUÇÃO

Tradicionalmente forte em tempos de crise, o mercado da beleza tem estado sempre em ascensão. Com o movimento de US\$ 6,13 bilhões no ano de 2009, a indústria de produtos para cabelo, atingiu uma parcela de 9,8% do mercado brasileiro de produtos de beleza, conforme dados da Euromonitor (2007). A partir da consolidação do real como moeda estabilizada, Menezes (2011) aponta que cerca de 19 milhões de consumidores migraram da classe D e E para classe C, surgindo assim uma nova classe média. Esta nova classe, agora com uma renda e população aumentada torna possível o acesso ao consumo de produtos e serviços de beleza a esse novo consumidor.

¹ Acadêmica do Curso de Cosmetologia e Estética da Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI, Balneário Camboriú, Santa Catarina. brunakrasinsky@hotmail.com

² Acadêmica do Curso de Cosmetologia e Estética da Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI, Balneário Camboriú, Santa Catarina. gabriela.cadore@hotmail.com

³ Orientador, Professor do Curso de Cosmetologia e Estética da Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI, Balneário Camboriú, Santa Catarina. manuel@manuelgama.adm.br

A exigência de cuidados básicos com a imagem pessoal da sociedade brasileira gera uma propensão maior ao consumo. Segundo a Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) 2008/09 do IBGE (2010), a despesa média mensal familiar nas áreas urbanas corresponde a R\$2.303,56, sendo que 4,3%, ou seja, R\$99,07 são destinados ao cuidado da imagem pessoal. Desta análise pode-se concluir que o mercado da beleza se mostra bastante oportuno pela grande busca da satisfação pessoal e pela beleza evidenciada e enaltecida a todo o tempo pela sociedade.

Com essa vasta onda de crescimento, naturalmente, as empresas de serviços de beleza têm explorado essa oportunidade, porém importa observar que a gestão financeira dessas empresas, implica diretamente no processo administrativo, ressaltando a relevância de contabilidade de custos para a otimização de recursos disponíveis, visando o desenvolvimento lucrativo do negócio. Uma vez que empresas prestadoras de serviços oferecem produtos intangíveis, estas necessitam compreender a influencia dos custos, na gestão geral do negócio, para obter o controle e as informações necessárias para a tomada de decisões.

Percebe-se que no processo de gestão das empresas de beleza, predomina a forma empírica e paternalista. Dessa forma, o presente trabalho visa mostrar os processos básicos, que são usualmente praticados, pelos salões de beleza no procedimento capilar, descrevendo os custos que abrangem esse procedimento.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo são apresentados os conceitos, análises e idéias dos autores que fundamentam a presente pesquisa.

2.1 Administração financeira

Com a atual globalização dos mercados a concorrência vem expandindo de tal forma que obriga os preços de venda baixar cada vez mais. Com uma tendência de preços de vendas menor o lucro obtido é diretamente proporcional a esta redução. O choque dos valores de custos com o lucro diminuído salienta a necessidade de controle e redução dos custos. Nesse contexto, Ross, Westerfield e

Jordan (1997) nos permitem concluir que a administração financeira é o estudo da obtenção do financiamento a longo prazo para custear e analisar os investimentos e como gerir suas atividades no dia-a-dia. Portanto a administração financeira pode ser percebida como um plano financeiro que fixa objetivos e reflete em futuras decisões.

Corroborando com o contexto acima, Ross, Westerfield e Jordan (1997, p. 28) defendem que “o plano financeiro confere à empresa a oportunidade de desenvolver, analisar e comparar muitos cenários diferentes de maneira coerente. Diversas opções de investimentos e financiamentos que podem ser explorados.” Portanto, apesar do plano financeiro se mostrar favorável aos sistemas de gestão, há empresas que ainda se mostram tímidas na implantação da mesma.

2.2 Administração de custos

Nas questões de objetivos da administração de custos, Pompermayer (2004), pressupõe que a administração de custos tem como objetivo principal a elevação dos lucros e a estabilidade no mercado, através de informações coletadas da apuração de custo. Sendo que a administração de custos é uma análise ampliada, em que os elementos estratégicos se tornam mais conscientes, fazendo possível a avaliação do impacto financeiro das decisões gerenciais, salienta Shank e Govindarajan, (1995).

Ampliando esse contexto, VanDerbeck e Nagy (2003, p. 15) descrevem que: “procedimentos de custos devem ser projetados para permitir a determinação de custos unitários, assim como os custos totais do produto.” Neste mesmo contexto os autores ainda enfatizam que “é importante para gerentes saberem o custo de fornecer um serviço para propósitos como licitações para contratos, e decidirem quais serviços devem ser enfatizados e quais devem ser desenfaturados na sua linha de oferta” (VANDERBECK e NAGY; 2003 p. 211). Portanto a administração de custos, além de uma grande abrangência, impacta diretamente nos resultados das empresas, dessa forma a sua aplicação torna-se fundamental para se alcançar um resultado positivo.

2.3 Custos diretos e indiretos

Os custos numa organização podem ser compreendidos entre os diretos e indiretos, portanto, Martins (2000, p. 41) descreve que “custeio significa método de apropriação de custos. Assim, existe custeio por absorção, custeio direto, custeio padrão, ABC, RKW etc.”

Referendando o contexto acima, Padoveze (2003) conclui que os custos diretos são aqueles que apresentam a possibilidade de visualização, medição e identificação clara em um serviço, ou produto, final específico. Portanto, se uma empresa produz um determinado produto, sem variação de tamanho ou qualidade, ou oferece somente um serviço, esta só terá custos diretos. Por outro lado, os custos indiretos, segundo Padoveze (2003, p.42) “são os gastos que não podem ser alocados de forma direta ou objetiva aos produtos ou a outro segmento ou a atividade operacional”. Para empregar estes custos a cada produto, é aconselhável que a empresa possua um método de rateio.

Diante disso percebe-se nas anotações de Martins (2000, p. 93), que “os custos indiretos vêm aumentando continuamente, tanto em valores absolutos quanto em termos relativos”. Concluindo, o autor afirma que a variedade de produtos e modelos fabricados no mesmo departamento, influencia diretamente na utilização mais consciente dos custos indiretos.

2.4 Metodologia custeio ABC

No contexto do custeio abc, (PADOVEZE, 2003, p. 205), comenta que: “o Custeio Baseado em Atividades, conhecido como ABC (activity-based costing), é uma metodologia de custeio que procura reduzir sensivelmente as distorções provocadas pelo rateio arbitrário dos custos indiretos”. Outrossim, é importante ressaltar que o método permite apurar custos de forma mais precisa, ao mesmo tempo em que auxilia no processo de controle dos custos das atividades.

Martins (2000, p. 307) define que: “a gestão baseada em atividades apóia-se no planejamento, execução e mensuração do custo das atividades para obter vantagens competitivas.” Dentre estas vantagens competitivas o autor aborda, como

uma possibilidade de decisão estratégica, o processo de formação de preço utilizando do custeio ABC.

Concluindo, Padoveze (2003) define atividade como a menor fração de responsabilidade dentro de uma empresa e o produto ou serviço desta, consome recursos. Já Nakagawa (2001) define atividade como um processo combinatório de forma adequada de pessoas, tecnologias, materiais, métodos e seus ambientes tendo como alvo a produção.

Prevalece, portanto, a idéia de que o ABC é “uma ferramenta de análise de fluxo de custos, e quanto mais processos interdepartamentais houver na empresa, tanto maiores serão os benefícios do ABC.” (MARTINS, 2000, p. 305).

2.5 Formação de preços

Com relação à formação de preços, o fator preponderante para sua definição são os custos realizados para a execução de determinado serviço, assim sendo, segundo Silva Junior (2000, p. 154) é que “os custos dos serviços prestados compreende todos os gastos necessários à obtenção dos serviços.” Sendo assim, é perceptível a necessidade de conhecer o valor de cada serviço prestado para assim formar um preço com bases sólidas.

3 METODOLOGIA

De acordo com Roesch (1999), a metodologia tem como objetivo descrever como a pesquisa será realizada, deixando claro o tipo de projeto, métodos e técnicas que serão adotadas no desenvolvimento, sendo este coerente com o problema formulado.

Com relação aos aspectos metodológicos que foram aplicados no desenvolvimento do presente trabalho, acredita-se que, como classificação, pode ser definida como uma pesquisa exploratória. Nesse contexto, segundo Gil, (2007, p.41; *apud* SELLTIZ *et all.*, 1967, p. 63), as pesquisas exploratórias assim se constituem, quando apresentam o direcionamento na seguinte forma:

Pode-se dizer que estas pesquisas têm como objetivo principal o aprimoramento de idéias ou a descoberta de intuições. Seu planejamento é, portanto, bastante flexível, de modo que possibilite a

consideração dos mais variados aspectos relativos ao fato estudado. Na maioria dos casos, essas pesquisas envolvem: (a) levantamento bibliográfico; (b) entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado; e (c) análise de exemplos que “estimulem a compreensão).

Complemento o contexto proposto, Michel (2005) descreve que o estudo exploratório tem como objetivo auxiliar na definição e levantar informações sobre o assunto estudado, buscando uma lacuna no conhecimento, de forma a explicar um problema.

Assim sendo, pode-se dizer que pesquisas exploratórias têm como objetivo o aprimoramento de idéias, seu planejamento é, portanto, bastante flexível, de modo que possibilite a consideração dos mais variados aspectos relativos ao fato estudado.

Com relação à tipologia este estudo pode ser classificado como quantitativo. No aspecto quantitativo serão levantadas as informações eixo do presente trabalho os custos no processo de embelezamento de cabelos, que segundo Michel (2005, p.33), refere-se á: “atividade de pesquisa que usa a quantificação tanto nas modalidades de coleta de informações, quanto no tratamento destas, através de técnicas estatísticas, desde simples como percentual, até as mais complexas como coeficiente de correlação”.

No que tange aos métodos de coleta das informações, o presente trabalho apresenta-se em dois momentos distintos. Num primeiro momento foi desenvolvido um levantamento, onde se caracteriza a empresa, sua estrutura operacional atual, bem como, a dimensão de mercado atualmente ocupada. Isto se torna relevante para as operações desenvolvidas no processo de embelezamento de cabelos. Empresas com estruturas diferentes tendem a apresentar variações nos custos de seus processos. Nesse contexto, Gil (2007) caracteriza como análise documental, sendo estas as pesquisas que se baseiam no recolhimento de informações nos mais diversos documentos na forma escrita de uma organização, quer sejam livros, atas e publicações em geral.

No segundo momento foi desenvolvida a observação direta, em que se descreve todos os equipamentos e instrumentos, necessários diretamente na execução do serviço de corte de cabelo, como também se elenca os produtos envolvidos no procedimento. Nesse contexto, Michel (2005) narra à observação direta como envolvente na obtenção de dados direto com a fonte, que são

contextualizados através de entrevistas, questionários ou das diversas formas de observação.

4 ANÁLISE DOS DADOS

Neste capítulo serão apresentadas as pesquisas realizadas, os levantamentos de dados e resultados obtidos.

4.1 Descrição da empresa

A empresa Cristiano Pinheiro, sociedade limitada de médio porte, iniciou suas atividades no mercado de prestação de serviços na área de beleza no dia 1º de março de 2004. Localizado em uma sala comercial de um edifício, contava com cinco funcionários. Após 18 meses no local seus proprietários sentiram a necessidade de expandir, portanto passaram a contar com mais duas salas comerciais no mesmo prédio. A procura pelos serviços oferecidos pelo estabelecimento foi crescendo e uma nova necessidade se fez presente, a de ampliar sua estrutura e o quadro de colaboradores, dessa forma, fez-se necessário a locação de um novo estabelecimento: um casarão antigo da cidade de Brusque pertencente aos primeiros moradores da cidade, que foi restaurado e preparado para receber o novo salão. Sua inauguração ocorreu no dia 1º de março de 2008. O próximo passo dos proprietários ocorreu no ano de 2010 com a abertura de uma segunda unidade, localizada também na cidade de Brusque em um bairro nobre, preparada para oferecer um atendimento personalizado e focando em serviços premium. Atualmente a empresa conta com 3 unidades, sendo a última fundada em 1º de março de 2011. Hoje a empresa conta com um número total de 71 funcionários, sendo 11 registrados em carteira e o restante atuam como prestadores de serviços. Atende uma média de 3.144 clientes mensalmente, tendo um público alvo variado conforme cada unidade.

A rede de salões Cristiano Pinheiro possui um grande número de funcionários qualificados o que possibilita ao cliente ir a qualquer hora no salão e ter um atendimento do mais alto nível, mesmo sem possuir horário marcado; é o único salão da cidade que realiza atividades na segunda-feira; possui uma diversidade de

serviços no mesmo local como: serviços estéticos, todos os serviços de cabelo, maquiagem, manicuro e pedicuro; além de o bistrô e lavação de carros; seu design é diferenciado e possui um ar mais sofisticado e é completado com alta segurança, o salão é todo monitorado por câmeras caso aconteça algum roubo ou perda de algum objeto pessoal da cliente ela tem direito ao acesso das imagens.

4.2 Apuração dos custos operacionais

Com relação ao levantamento de custos realizado no salão de beleza alvo da pesquisa que foi realizada em três etapas. A primeira etapa consistiu na identificação dos serviços básicos de um salão de beleza, sendo que todos os serviços realizados envolvem estes procedimentos. Tanto no corte, na escova na coloração ou no penteado são utilizados os procedimentos selecionados.

Na segunda etapa foi realizada a coleta do material utilizado e a sua medição, no caso dos produtos como shampoo e condicionador foram utilizados seringas com medições de mL antes de aplicar nos cabelos; no caso da água foram utilizados galões com medições em litros e utilizada para avaliação à água já escoada dos lavatórios; já na medição dos tempos foi utilizado o método de cronometragem; no quesito energia elétrica foi realizado um cálculo envolvendo a potencia dos aparelhos com o tempo de uso de energia junto com o valor unitário de kWh. A terceira etapa consistiu na análise e no cálculo dos valores adquiridos durante a pesquisa.

Tabela 1 – Materiais consumidos nos procedimentos básicos.

Materiais Consumidos		
Material	Valor unitário	Unidade
Shampoo	0,015	ml
Condicionador	0,019	ml
Água	0,00439	L
Energia	0,04366	kWh

Fonte: Pesquisa aplicada (2011)

Na tabela 1 são apresentados os materiais que envolvem os procedimentos básicos e seu valor unitário. No caso do shampoo e condicionador são produtos da marca Ctrl Sys da empresa Oito Brasil. O valor dos produtos é correspondente a um galão de 3,6 litros sendo R\$54,00 o shampoo e R\$69,00 o condicionador. A

empresa responsável pela distribuição de água na cidade é a Samae e de energia elétrica é a Celesc.

Tabela 2 – Procedimentos básicos de um salão de beleza referente a um cabelo curto.

Cabelo Curto								
Procedimento	Quantidade aplicada	Produto		Tempo	Água		Energia	
		Consumo (mL)	R\$		Consumo (L)	R\$	Consumo (Kwh)	R\$
Enxague	4			2'32"	12	0,052	0,19	0,08
Xampú	2	12	0,18					
Condicionador	1	2	0,038					
Secagem	1			1'37"			0,048	0,021
Modelagem	1			6'31"			0,22	0,096
Total R\$0,46								

Fonte: Pesquisa aplicada (2011)

Na tabela de número 2 são demonstrados os procedimentos básicos de um cabelo curto com seus respectivos valores. Sendo quatro enxagues com um consumo de 12 litros de água equivalente a R\$0,052 e um tempo de 2 minutos e 32 segundos de energia elétrica que equivale a R\$0,173. A quantidade de shampoo utilizado foi de duas aplicações resultando em 12 ml que equivale a R\$0,18 e uma aplicação de condicionador de 2ml que equivale a R\$0,038. O tempo de energia elétrica correspondente a secagem foi de 1 minuto e 37 segundos que equivale a R\$0,021 e na modelagem foi de 6 minutos e 31 segundos que corresponde a R\$0,096. Sendo assim obteve-se como resultado nos procedimentos básicos de um cabelo curto um total de R\$0,56.

Tabela 3 – Procedimentos básicos de um salão de beleza referente a um cabelo médio.

Cabelo Medio								
Procedimento	Quantidade aplicada	Produto		Tempo	Água		Energia	
		Consumo (mL)	R\$		Consumo (L)	R\$	Consumo (Kwh)	R\$
Enxague	4			2'48"	15	0,065	0,206	0,09
Xampú	2	15	0,225					
Condicionador	1	5	0,095					
Secagem	1			2'42"			0,084	0,037
Modelagem	1			9'54"			0,339	0,145
Total R\$0,66								

Fonte: Pesquisa aplicada (2011)

Na tabela de número 3 são demonstrados os procedimentos básicos de um cabelo médio com seus respectivos valores. Sendo quatro enxagues com um

consumo de 15 litros de água equivalente a R\$0,065 e um tempo de 2 minutos e 48 segundos de energia elétrica que equivale a R\$0,09. A quantidade de shampoo utilizado foi de duas aplicações resultando em 15 ml que equivale a R\$0,225 e uma aplicação de condicionador de 5 ml que equivale a R\$0,095. O tempo de energia elétrica correspondente à secagem foi de 2 minutos e 42 segundos que equivale a R\$0,037 e na modelagem foi de 9 minutos e 54 segundos que corresponde a R\$0,145. Sendo assim obteve-se como resultado nos procedimentos básicos de um cabelo médio um total de R\$0,66.

Tabela 4 – Procedimentos básicos de um salão de beleza referente a um cabelo longo.

Cabelo Longo								
Procedimento	Quantidade aplicada	Produto		Tempo	Água		Energia	
		Consumo (mL)	R\$		Consumo (L)	R\$	Consumo (Kwh)	R\$
Enxague	4			3'18"	18	0,079	0,265	0,115
Xampú	2	16	0,684					
Condicionador	1	7	0,134					
Secagem	1			3'19"			0,111	0,048
Modelagem	1			11'55"			0,404	0,176
Total 1,24								

Fonte: Pesquisa aplicada (2011)

Na tabela de número 4 são demonstrados os procedimentos básicos de um cabelo longo com seus respectivos valores. Sendo quatro enxagues com um consumo de 18 litros de água equivalente a R\$0,079 e um tempo de 3 minutos e 18 segundos de energia elétrica que equivale a R\$0,115. A quantidade de shampoo utilizado foi de duas aplicações resultando em 16 ml que equivale a R\$0,684 e uma aplicação de condicionador de 7 ml que equivale a R\$0,013438. O tempo de energia elétrica correspondente a secagem foi de 3 minutos e 19 segundos que equivale a R\$0,048 e na modelagem foi de 11 minutos e 55 segundos que corresponde a R\$0,176. Sendo assim obteve-se como resultado nos procedimentos básicos de um cabelo longo um total de R\$1,24.

4.3 Apuração de outros custos relacionados aos procedimentos

De acordo com os estudos realizados faz-se necessário a alocação dos custos fixos nos procedimentos, sendo assim, o levantamento dos custos fixos do

salão alvo de estudo é feito e então é empregado aos processos já descritos anteriormente.

Tabela 5 – Custos fixos relativos á um mês.

Custos Fixos	
Aluguel	4.500,00
Água	600,00
Energia	2.000,00
Telefone	400,00
Salários	7.700,00
Encargos	2.601,00
Software	110,00
Marketing	1.000,00
Manutenção	500,00
Papelaria	90,00
Limpeza	300,00
IPTU	95,44
Rateios	62.442,77
Total	R\$ 82.339,21

Fonte: Pesquisa aplicada (2011)

Na tabela de número 5 apresenta-se os custos fixos correspondentes a um período de um mês do salão alvo de estudo, em questão de salários foram contados os profissionais registrados do salão, entre eles estão os recepcionistas, profissionais da limpeza, administrativo e pró-labore dos sócios. Sendo os encargos sociais referente ao enquadramento fiscal do sistema de tributação simples. E a palavra rateios refere-se ao valor pago referente a mão de obra do profissional, comumente apresentada como “comissão”.

Tabela 6 – Custos de serviços prestados.

Custos de serviços prestados		
Área	R\$	%
Capilar	35.827,85	60,15
Anexos	10.837,25	18,19
Ungueal	12.892,96	21,64
Total	59.558,06	100

Fonte: Pesquisa aplicada (2011)

Na tabela de número 6 apresenta-se os custos dos serviços prestados dividido em áreas divergentes do salão. São apresentados uma média de valores e sua porcentagem correspondente ao valor total.

Para apropriar os valores dos custos fixos aos procedimentos de cabelo respeitando a porcentagem que este representa no valor final da receita utilizamos o valor dos custos fixos multiplicado pela porcentagem que a área capilar representa dividido pelo número de atendimentos da área capilar naquele mês, resultando no custo fixo unitário do procedimento:

$$\frac{\text{Custos fixos x porcentagem capilar}}{\text{Número de procedimentos capilares}} = X, \text{ sendo assim,}$$
$$\frac{82.339,21 \times 0,6015}{4.654} = R\$10,64$$

Ou seja, R\$82.339,21 correspondente aos custos fixos multiplicado por 60,15% que representa o percentual da área capilar do salão dividido por 4.654 que é a média de atendimentos mensais totaliza os R\$10,54 correspondentes aos custos fixos alocados ao procedimento unitário.

Já para empregar o valor dos custos de serviços prestados (mão de obra) utiliza-se o valor da receita de serviços capilares multiplicado pela média de rateio (comissão) pago ao profissional dividido pelo numero de atendimentos da área capilar naquele mês, resultando no custo unitário da mão de obra do procedimento:

$$\frac{\text{Receita Capilar x 40\%}}{\text{Número de procedimentos capilares}} = Y, \text{ sendo assim,}$$
$$\frac{73.712,80 \times 40\%}{4.654} = R\$6,33$$

Ou seja, R\$73.712,80 correspondente a receita capilar multiplicado por 40% que representa a média de rateio (comissão) pago aos profissionais por serviço dividido por 4.654 que é a média de atendimentos mensais totaliza os R\$6,33 correspondentes aos custos de serviço prestado alocados ao procedimento unitário.

Constata-se assim que, o valor dos custos fixos alocados aos procedimentos resultou em R\$10,64 e o valor do custo de serviço prestado alocados aos procedimentos foi de R\$6,33.

4.4 Cálculo final dos procedimentos básicos

Para obter-se o valor final do custo do procedimento será somado o valor do custo operacional aos valores dos custos fixos e custos de serviços prestados.

Tabela 7 – Custos final do procedimento.

	Custo final		
	Curto	Médio	Longo
Custo operacional	0,46	0,66	1,24
Custo fixo	10,64	10,64	10,64
Custo de serviço	6,33	6,33	6,33
Total	17,43	17,63	18,21

Fonte: Pesquisa aplicada (2011)

Ou seja, os procedimentos básicos relativos a um cabelo curto representam R\$17,43, cabelo médio R\$17,63 e o cabelo longo R\$18,21.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo proposto por este trabalho foi o de analisar os custos de procedimentos básicos de um salão de beleza, pontualmente no tratamento de cabelos, e partir desses indicadores abordar a formação de preço com base em custos de procedimentos.

O êxito deste trabalho deve-se a colaboração da empresa objeto da pesquisa em fornecer os dados solicitados. Dados que puderam ser levantados graças ao software utilizado pela administração do salão que possui todos os procedimentos lançados e gravados neste sistema. Em uma empresa que não possui registros de atendimentos dificultaria a possibilidade de alcançar os resultados.

Esta pesquisa trabalhou com os dados de profissionais terceirizados, ou seja, prestadores de serviços, sendo assim, se fossem profissionais considerados empregados registrados se faria necessário considerar o custo dos encargos sociais.

Observou-se também que pode haver variação dos valores propostos, pois em um mês de baixa produção, os custos fixos seriam mantidos e deveriam ser alocados ao novo número de atendimento proposto, e o custo de valor de serviço prestado também seria variável com o número de atendimentos realizados. Ou seja, pelo fato dos salões de beleza lidarem com períodos de sazonalidade, os valores apresentados podem sofrer alterações conforme o período e a movimentação do salão em questão.

Dessa forma, conclui-se assim uma etapa de estudo sobre formação de preços na área de prestação de serviços de beleza resultando em indicadores para a gerencia da empresa, com o objetivo de melhor fundamentar a tomada de decisão com relação aos preços a serem praticados.

O trabalho não encerra a discussão sobre custos de serviços em salões de beleza, mas da norte para que novas pesquisas, sejam desenvolvidas na área.

REFERÊNCIAS

BORGERT, Altair; SILVA, Marcia Zanievicz da. **Método de custeio híbrido para gestão de custos em uma empresa..** In: IX Congresso Internacional de Custos, 28 novembro 2005, Florianópolis. **Anais eletrônicos...** Disponível em: <http://www.intercostos.org/documentos/custos_445.pdf>. Acesso em: 14 mar. 2011.

EUROMONITOR: ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE HIGIENE PESSOAL PERFUMARIA E COSMÉTICOS (Brasil) (Org.). **II Caderno de Tendências 2010/2011.** Disponível em: <http://www.abihpec.com.br/conteudo/caderno_tendencias.pdf>. Acesso em: 19 set. 2010.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4 ed. São Paulo: Atlas, 2007.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de custos.** 7. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

MENEZES, Jamile. **19 milhões de brasileiros deixam as classes D e E em 2010.** Disponível em: <http://www.newtrade.com.br/noticia_interna.php?id=1886>. Acesso em: 22 mar. 2011

MICHEL, Maria Helena, **Metodologia e pesquisa científica em ciências sociais.** São Paulo, Atlas, 2005.

NAKAGAWA, Masayuki. **ABC: Custeio baseado em atividades.** São Paulo: Atlas, 1994.

PADOVEZE, Clóvis Luiz. **Curso básico gerencial de custos.** Sao Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

POMPERMAYER. Cleonice Bastos; **Sistemas de gestão de custos: dificuldades na implantação.** Rev. FAE, Curitiba, v. 2, n. 3, set/dez. 1999.

ROESCH, Sylvia M. Azevedo, **Projetos de estágio e de pesquisa em administração.** 2 ed. São Paulo: Atlas, 1999.

ROSS; WESTERFIELD; JORDAN. **Princípios da administração financeira.** São Paulo: Atlas, 1997.

SHANK, John K; GOVINDARAJAN, Vijay. **Gestão estratégica de custos.** Rio de Janeiro: Campus, 1995.

SILVA JUNIOR. José Barbosa da; **Contabilidade de custos.** SP: Atlas. 2000

TOREJANI, Hiolanda Nunes; PANOSSO, Alceu. **Apuração dos custos em um pet shop pelo método de custeio baseado em atividades.** Disponível em: <<http://periodicos.uem.br/ojs/index.php/Enfoque/article/viewArticle/7279>>. Acesso em: 27 ago. 2008.

VANDERBECK, Edward J.; NAGY, Charles F.. **Contabilidade de custos**. 11^a ed.
SP: Pioneira Thomson Learning, 2003.