**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS**

**PRÓ-RETORIA DE GRADUAÇÃO**

**ESCOLA DE GESTÃO E NEGÓCIOS**

**CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**ANA LAURA AUGUSTA SOARES**

**GESTÃO DE CUSTOS EM SALÕES DE BELEZA : uma análise geral**

**GOIÂNIA**

**2021**

**TÍTULO:** subtítulo (se houver)[[1]](#footnote-1)

**TITLE:** subtitle (se houver)

Ana Laura Augusta Soares \*\*

Ruzell Nogueira de Araújo\*\*\*

**RESUMO**: Este estudo tem como objetivo principal demonstrar a gestão de custos em salões de beleza, verificando como o controle de custo pode melhorar os resultados. A pesquisa apresenta aspectos metodológicos bibliográficos, de abordagem, trata-se diz respeito qualitativa no sentido de compreender. O estudo visa realizar a separação de gastos, para assim, identificar custos e despesas, serviços básicos prestados e quanto de participação cada serviço tem no faturamento. Aponta os resultados (Receitas, Custos e Despesas), aplicando a margem de contribuição e ponto de equilíbrio. A investigação revela-se de grande relevância, uma vez que revela sua importância na gestão de custos.

**PALAVRAS-CHAVE:** Gestão de Custos, Salão de beleza, Custos e Despesas

**ABSTRACT:** Es.....

**KEY WORDS:** XXXX. YYY. ZZZZ.

**1 INTRODUÇÃO**

# A contabilidade é uma ciência social que estuda e controla o patrimônio, sendo fundamental para subsistência das empresas. Pois, por meio das demonstrações contábeis possibilitam o diagnósticos dos elementos patrimoniais, financeiros e os resultados econômicos. Sobretudo, o Balanço Patrimonial a Demonstração de Resultado do Exercício e Demonstração Fluxo de Caixa.

# Na contabilidade, existem varias ramificações, e precisa acompanhar as evoluções socias e economicas, visando atender suas funções, tais como: prestar informações em momento oportuno, confiaveis aos interessados. Contudo, faz-se-a necessario entender a evolução histórica e suas áreas de atuções. Sendo assim, a investigação, visa apresentar de forma clara e objetiva, o processo de gestão de custos em pequenos empreendimentos.

# Nesse sentido, considerando pensadores de referências no assunto “custo”, podemos observar Van Derbeck e Nagy (2001), onde, revela que: a contabilidade de custos fornece os dados detalhados para controlar as operações atuais e planejar para o futuro. Acrescenta, Azevedo (2014) salientando, que é comum a confusão entre os dois conceitos, custo e despesa, o qual interfere diretamente no preço final do produto ou serviços. Os custos são gastos envolvidos na obtenção na produção dos produtos ou serviços e as despesas se referem aos gastos administrativos, como energia, aluguel e diversos.

# Os custos são classificados em diretos e indiretos. Os diretos podem ser apropriados de maneira certa aos produtos/serviços, elaborados/prestados, e os indiretos necessitam de alguns paramentros para cálculos, e então serem distribuídos aos diferentes produtos/serviços, fabricados/prestados pela corporação. Os custos podem sofrerem uma outras divisões, ou seja, divididos em fixos e variáveis. Essas diferenças conceituais, são de grande valia, pois assim, será possivel a apropriação correta em relação ao objeto custeio. Vale esclararecer, informar que, o objeto de custeio é o local onde a empresa atribui seus custos (AZEVEDO, 2014).

# Os custos fixos são aqueles cujos os valores são os mesmos, independente do volume de produção de produto/serviço da empresa. Portanto, não apresentam qualquer variação em razão do nível de sua produção. Trazendo a baila desse estudo, alguns exemplos de custos fixos, tais como: aluguel, IPTU, telefone, salario da administração e etc. Os custos variáveis são aqueles valores que sofre alterações em consequência do volume produzido. Tais como: matéria-primas, horas extras, mão de obra. (DUBOIS; KULPA; SOUZA, 2019.).

### Diante da contextualização apresentada acima, o desenvolver do presente trabalho, nos revela a seguinte problemática: Qual impacto na gestão de custos nos salões de beleza? No mesmo sentido, a abrangência do objetivo geral, é de demonstrar o processo de gestão de custos em salões de beleza.

# Com exposto, a pesquisa se torna relavante, pela possibilidade de ampliar os estudos empíricos sobre a gestão e análise gerencial de custos em salões de beleza, bem como aprimorar o conhecimento dos empresários do ramos de salões de beleza, referente à gestão de custos e para a formação de preços, visando à lucratividade dos serviços. Assim, entende-se também, que poderá contribuir para o conhecimento dos academicos dos cursos de ciências contábeis, administração ou a quem interessar.

**2 REFERENCIAL TEÓRICO**

Com oportunidade de desenvolver a pesquisa de modo coerente, será apresentado, a seguir, o referencial teórico onde se abordará os seguintes tópicos: Gestão de custos no âmbito da contabilidade: Aspectos conceituais, técnicos e operacionais, Análise gerencial de custos no contexto empresarial: instrumentos e aplicação, Salões de beleza: critérios históricos, legais, regulamentares e operacionais.

2.1 GESTÃO DE CUSTOS NO ÂMBITO DA CONTABILIDADE: ASPECTOS CONCEITUAIS, TÉCNICOS E OPERACIONAIS

A contabilidade é uma ciência social que estuda o patrimônio das empresas, e uma ferramenta de suporte para a tomada de decisões empresariais, contemplando diversas ramificações. Nesse sentido, a contabilidade de custos assim como qualquer outro ramo da ciência, tem seus aspectos históricos como forma de melhor compreende-la.

Dessa maneira a origem dessa área da ciência contábil volta-se para o início do capitalismo, e remonta ao período antes do capitalismo, quando surgiu a preocupação do controle dos custos do negócio aplicado. Nessa época, o processo para informação quanto ao lucro ou prejuízo para o comerciante, se restringia a confrontar as receitas obtidas com as despesas realizadas pelo negócio, sendo importante para avaliar o crescimento ou não do empreendimento propriamente dito (SANTOS, 2009).

De forma restrita, considera-se a contabilidade de custos como parte da contabilidade que se dedica ao estudo dos gastos realizados pela organização, para que se realize a produção ou prestação de um serviço (STRUTZ, 2017). De acordo com Dubois; Kulpa; Souza (2019) com o surgimento de técnicas de gestão, em tempos mais recentes, um bom gerenciamento de custos acabou se tornando uma ferramenta imprescindível para as organizações, se tornar possível mensurar e identificar entradas, saídas e diversos, e a possibilidade de identificar as despesas e custos de cada produto ou serviços e assim analisando a melhor estratégia para a formação de preços.

Para Martins (2010) a contabilidade de custos pode ser vista como uma forma eficiente de auxiliar no desempenho gerencial. Sendo as duas funções relevantes dessa contabilidade: o auxílio ao controle e a ajuda ás tomadas de decisões. Para tanto, se o empreendimento pretende sobreviver e, ainda, crescer, a administração deve se empenhar em obter sucesso em suas funções básicas, que são as de Planejamento, Execução e Controle. (DUBOIS; KULPA; SOUZA, 2019).

Entretanto, é extremamente relevante diferenciar Custos de Despesas fixos e Custos de Despesas Variáveis, visando favorecem os gestores na tomada decisão. Sendo assim, vejamos: Custos e Despesas fixos - são aqueles que acontecem de forma independente ao volume de produção ou de venda do produto/ Serviço ou seja é sempre o mesmo custo ou despesa sem importar a quantidade vendida do produto ou serviço. (SEBRAE,2015). Já, Custos e Despesas Variáveis - são aqueles que sofrem alterações de acordo com volume de produção ou de venda do produto ou dos serviços. Isto é, eles aumentam a medida que a entidade produz ou vende mais produtos ou serviços e diminuem quando a empresa produz menos ou vende menos. (SEBRAE,2015).

2.2 ANÁLISE GERENCIAL DE CUSTOS NO CONTEXTO EMPRESARIAL: INSTRUMENTOS E APLICAÇÃO

Na contabilidade gerencial o ponto de suma importância no fator final é tomada de decisão que tem como papel fundamental em alterar procedimentos ou revisar o planejamento todos esses pontos serão decisivos para o futuro e continuidade do projeto. De acordo com Crepaldi (2017), os gestores necessitam de informações de custos e lucratividade de suas linhas de produto e cliente, para o auxílio necessitam de um sistema de controle operacional. Assim, contabilidade gerencial abrange três importantes funções: operacional, gerencial e estratégica.

Na função operacional tem por fim orientar o pessoal que trabalha na linha de frente, que seja na área de produção ou área comercial, que presta serviços e diversos, assim os relatórios elaborados para orientar as tomadas de decisões nessa área normalmente contêm informações operacionais quantitativas, não financeiras, que seria o número de defeitos detectados na execução de serviços e etc. Já a função gerencial tem como finalidade orientar os gerentes responsáveis pelo comando de uma ou mais áreas de um ou mais departamento, normalmente gerentes necessita tomar decisões de curto ou de médio prazos. Os gerentes têm necessidades de informações que lhes assegurem acompanhar em tempo real o processo operacional de produção ou prestação de serviços, assim observando o resultado positivo ou negativo das respectivas vendas. As informações que a contabilidade gerencial oferece a esses gestores destinam-se a proporcionar redução de custos com melhor aproveitamento dos recursos físicos como evitando desperdícios. Os relatórios dessa natureza devem conter não só informações não financeiras (operacionais quantitativas) como também financeiras e econômicas. E por fim a função estratégica que é informações para tomadas de decisões de longo prazo, destinadas aos altos executivos cuja principal preocupação é o futuro da organização. ( MOURA, MARION,2018).

Assim, a contabilidade gerencial tem por objetivo fornecer instrumentos aos administradores de empresas, auxiliando-os em suas funções gerenciais. A principal diferença entre contabilidade financeira e contabilidade gerencial está ligada ao direcionamento dos resultados (CREPALDI, 2017).

A contabilidade financeira sofre imposições internas e externas, tais como princípios, normas e dispositivos legais, que podem dificultar a sua utilização em curto prazo, e a contabilidade gerencial tem melhores condições para fornecer as informações imediatamente. A informação oportuna é vital para ação administrativa. (DUBOIS; KULPA; SOUZA, 2019.)

Em outras palavras, a contabilidade gerencial tem um enfoque especial conferido a vários procedimentos e técnicas contábeis já conhecidos e tratados na contabilidade financeira, contabilidade de custos, na análise financeira e de balanços etc. (IUDÍCIBUS,2020).

De acordo com Dubois, Kulpa, Souza, a ciência econômica determina que a formação de preços dos bens e serviços ocorre a partir das leis da oferta e da procura, sendo assim a oferta tentará vender certo bem praticando o maior preço de venda, a demanda optará por adquirir o mesmo produto ao menor preço possível. Isso ocorre quando o devido comportamento existente nas próprias leis da oferta e procura, as quais regem o mercado.

A formação do preço de venda de qualquer produto depende vários fatores, e se destaca a demanda de cada um deles, portanto, o custo de produção é uma das razões mais importantes na formação do preço final. Não é comum uma empresa vender um produto bem abaixo do seu custo. (DUBOIS; KULPA; SOUZA, 2019). Contudo, a margem de contribuição auxilia na formação de preço. A margem de contribuição é a diferença entre o preço de venda de um produto ou serviço e a soma dos custos e despesas variáveis. Ou seja, a empresa vende um produto ou serviço por um determinado valor; se desconta desse valor de venda as despesas e custos variáveis, o que sobra é a margem de contribuição (SEBRAE, 2015).

Depois que a empresa conhecer a composição de todos os seus gastos e a formação de preços dos seus produtos, ela poderá saber qual a quantidade que deverá ser vendida de cada um deles para começar a obter lucro. O ponto de equilíbrio é identificado colocando como exemplo uma balança, uma balança com duas bandejas quando estão na mesma posição indica que elas possuem o mesmo peso, que não existem diferença entre elas, desse modo que acontece na empresa. É quando os custos e despesas da entidade são iguais ao que foi gerado de vendas ou receitas, sendo assim está no ponto de equilíbrio ( SEBRAE, 2015).

Nesse sentido, conforme estudo de mercado realizado pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Sebrae (2013) para saber quais são as exigências de mercado é necessário conhecer o produto, o ponto comercial, a promoção/ comunicação entre a empresa e o mercado e o preço.

2.3 SALÕES DE BELEZA: CRITÉRIOS HISTÓRICOS, LEGAIS, REGULAMENTARES E OPERACIONAIS

De acordo com estudo de mercado realizado pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Sebrae (2013) os cabeleireiros são uma das profissões mais antigas da humanidade e é comum pentes e navalhas feitos em pedra estarem entre os achados arqueológicos. O Egito se tornou o berço de um dos símbolos capilares mais famosos, as perucas de Cleópatra, mas foi só na Grécia antiga que surgiu um lugar especializado para realizar o serviço.

O primeiro salão de beleza que se tem registro foi inaugurado em 1635 em Paris por Champagne, conhecido como *Le sieur* (senhor) — mesmo assim era um privilégio para poucas damas ricas que tinham condições de frequentar o local. Apenas no século 20, quando a mulher passou a conquistar espaços públicos e a água corrente tornou-se acessível, é que esses estabelecimentos se expandiram (SEBRAE, 2013).

No Brasil, os anos 1960 representaram o marco zero para os cabeleireiros. Houve a separação formal dos barbeiros e foi criado o Comitê Artístico Brasileiro, nos moldes europeus, que passou a selecionar profissionais para participar de concursos internacionais de cortes e penteados. (SEBRAE, 2013). A partir desse marco histórico, começou a expandir no Brasil salões de beleza renomados, iniciando, assim a expansão dos negócios na área da beleza.

# A profissão de cabeleireiro passou a ser reconhecida pela Lei nº 12.592, de 18 de janeiro de 2012. A referida lei assim estabelece:

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

Em 27 de outubro de 2016 foi publicada a Lei Complementar nº 13.352, quealtera a Lei nº 12.592, de 18 de janeiro 2012, para dispor sobre o contrato de parceria entre os profissionais que exercem as atividades de Cabeleireiro, Barbeiro, Esteticista, Manicure, Pedicure, Depilador e Maquiador e pessoas jurídicas registradas como salão de beleza.

# Com esta modificação passou a ser exigida a formalização de contrato para ambas as partes, que será registrado junto ao sindicato, e caso na região este não esteja estabelecido, os interessados deverão procurar um orgão competente com duas testemunhas. Neste contrato firmado deve constar o nome do salão, do parceiro e profissional – parceiro. Esse contrato concede direitos ao profissional – parceiro, entre eles, o auxílio doença e licença maternidade.

# De acordo com as regras da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), qualquer salão de beleza, cabeleireiro ou estabelecimento afim deve ter local próprio para a lavagem de material; manter cadeiras e colchões de macas revestidos por material impermeável em bom estado de conservação; ser independente da residência; utilizar toalhas limpas, sempre lavadas após cada uso; estar limpo e organizado, com ventilação apropriada e circulação de ar; possuir licença sanitária e manter a rotina de limpeza de escovas de cabelo, pentes, bobes e qualquer outro acessório após o uso de cada cliente. A ANVISA tem outras determinações como para cabelos, escovas progressivas com formal, manicure e pedicure e diversos. Caso identificar qualquer irregularidade, procurar a vigilância Sanitária do município que é responsável pela fiscalização de serviços e pela autorização de funcionamento dos salões e centros de estética (ANVISA, 2018).

**3 ASPECTOS METODOLÓGICOS**

# Estão demonstradas, a seguir, as estratégias metodológicas previstas para a execução da pesquisa, para obter um melhor resultado nas investigações desenvolvidas pelo estudo, definindo modelo no plano científico.

# 3.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA

# Inicialmente, quanto aos objetivos, considera-se que esta pesquisa se classifica como exploratória. Gil (2008, p. 47) explica que essa modalidade de estudo tem como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores. Segundo o autor, esses tipos de pesquisas são os que apresentam menor rigidez no planejamento, pois tem o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato.

# No que diz respeito à abordagem, trata-se pesquisa qualitativa. De acordo Gerhardt (2009) com análises dessa natureza busca-se o aprofundamento e a compreensão de uma organização, grupo social etc. Dentre as características dos estudos qualitativos destacam-se a objetivação do fenômeno; hierarquização das ações de descrever, compreender, explicar.

Assim, tendo em vista o aspecto abrangente das investigações, e a proposta de realizar um levantamento abrange sobre o processo de gestão de custos no âmbito dos serviços dos salões de beleza, entende-se que a perspectiva assume caráter especulativo e exploratório, com natureza que remete aos componentes qualitativos, no sentido de compreender os elementos representativos da temática.

Quanto aos procedimentos trata se de uma pesquisa bibliográfica, ou seja, busca investigar e identificar a produção, pela comunidade científica, em relação ao tema proposto, ao mesmo tempo, avaliar as principais tendências da pesquisa. Ao iniciar-se uma nova pesquisa acadêmica o que sendo argumentado, divulgado e produzido de conhecimento nessa linha de pesquisa deve ser mapeado para a elaboração do conhecimento nela associado (TREINTA, *et al*., 2014).

Como também explica Gil (2008), a pesquisa bibliográfica é desenvolvida a partir de material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos. Embora em quase todos os estudos seja exigido algum tipo de trabalho desta natureza, há pesquisas desenvolvidas exclusivamente a partir de fontes bibliográficas.

Tendo em vista o delineamento do estudo, o escopo das investigações contempla a gestão de custos como um sistema, associado ao processo decisório. A partir dessa formulação, pretende-se investigar e aprofundar nos componentes técnicos, operacionais e práticos que permeiam o tema, no contexto da prestação de serviços dos salões de beleza. Assim, a revisão da literatura está direcionada, sobretudo, para a identificação dos instrumentos específicos adotados nessas atividades. Á despeito do caráter teórico que envolve a pesquisa bibliográfica considera-se que o foco nos aspectos estratégicos e específicos remete à metodologia definida.

**4 RESULTADOS E DISCUSSÃO**

Neste tópico, são apresentados os resultados das análises realizadas junto a fundamentação teórica, sobre os benefícios de manter uma gestão de custos nos salões de beleza, como uma análise geral. Consequentemente, sendo instrumento de tomada de decisão dos gestores. A estruturação e compreensão dos custos, viabilizam o crescimento do empreendimento e assim, criam a necessidade pela busca de uma melhor gestão, que não se resume apenas em avanços das vendas, mas também e investimento tecnológicos e processos de compras inteligentes, desse modo, é sabido a importância de compreender todo o processo empresarial.

O resultado obtido foi que os empreendimentos no ramo do salões de beleza podem oferecer diversos tipos de serviços, desde um simples corte de cabelo, ao serviço mais complexo, onde estão envolvidos não apenas custo dos profissionais, mas também materiais caros. E com isso o empreendedor deve estar atento aos custos e gastos para precificar os serviços corretamente e saber quais têm as melhores margens de lucro (SEBRAE,2019). Conforme Azevedo (2014) que é comum a confusão entre os dois conceitos custos e despesas no qual interfere diretamente no preço final do produto ou serviços. A separação dos gastos entre custos e despesas é necessária para se calcular indicadores como: Ponto de Equilíbrio, Margem de contribuição, preço do produto (SEBRAE,2019).

De acordo com o Quadro de gastos abaixo, foi feito para separar custos e despesas citando o básico que tem dentro do salão de beleza, é essencial saber diferenciar esses conceitos, tendo em vista que ao saber quais são os gastos dentro do ambiente pode proporcional uma tomada de decisão eficaz, pois dentro dos gastos existem custos de despesas fixos e custos de despesas variáveis. Os custos são gastos incluído na obtenção de um serviço, nessa situação o salão, especificamente, os custos envolvidos nos serviços são: Os profissionais diretamente envolvidos e os insumos utilizados. São considerado despesas, gastos relacionados ás áreas administrativa e de vendas entre as despesas estão os gastos como aluguel, energia, água e diversos (SEBRAE,2019).

Conforme Dubois, Kulpa, Souza custos e despesas fixos são consideradas fixas quando apresentam o mesmo valor, independente do volume de vendas da empresa no caso do salão por exemplo que independente do volume de clientes por conta da sazonalidade, o aluguel manterá seu valor fixo. Custos e despesas variáveis são consideradas variáveis quando os valores se alteram em função do volume produzido que no salão ocorre de acordo com volume de atendimento e como exemplo contratação de mão de obra temporária quando há alta procura por serviços os custos variáveis também aumentam.

|  |  |
| --- | --- |
| QUADRO DE GASTOS DO SALÃO (CUSTOS E DESPESAS) | |
| **GASTOS DO SALÃO** | **R$ 39.600,00** |
| **CUSTOS** | **R$ 31.000,00** |
| Pessoal | R$ 25.500,00 |
| Insumos | R$ 5.500,00 |
| **DESPESAS** | **R$ 8.600,00** |
| Aluguel | R$ 4.000,00 |
| Água | R$ 1.000,00 |
| Energia | R$ 3.000,00 |
| Telefone/ Internet | R$ 300,00 |
| Material de Limpeza | R$ 300,00 |

Fonte: Produção Própria (2021)

O quadro acima, de gastos do salão está dividido de forma simples para demonstrar o processo de gestão. O custo com pessoal apresentado no quadro, faz referência aos profissionais da beleza, como por exemplo, os cabeleireiros. A classificação de insumos são os materiais utilizados na execução do serviço, tais como: shampoo, condicionador, mascará para tratamento, toalhas e outros. Por fim, as despesas. Tendo como as principais, as seguintes: o aluguel, água, energia, telefone, internet.

Sendo assim, todos esses custo e despesas, perfazem os gastos em grandes salões. No mesmo sentido, não menos importante, fora apresentado no quadro, a despesas com material de limpeza. Essa despesa é para boa conservação e higienização do salão. Destaca-se também a lavagem das toalhas e acessórios que são utilizados e reaproveitados após a sua utilização, respeitando rigorosamente a exigências estabelecidas pela ANVISA.

Existem algumas classificações das receitas para melhor extração e manipulação das informações. A receita bruta total do salão, ou faturamento, precisam de gerenciamento continuo dos serviços ofertados. Principalmente em relação aos preços dos procedimentos e a quantidade de atendimentos, serviços prestados mensalmente. Ressalta-se que, os valores das operações podem variar. Pois, leva-se em consideração o público alvo, ou seja, localização do salão e até mesmo o perfil do público.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| RECEITA DO SALÃO | | | | |
| **DESCRIÇÃO** | **QUANTIDADE** | **PREÇO** | **TOTAL** | **PARTICIPAÇÃO** |
| RECEITA TOTAL |  |  | R$57.065,00 | 100% |
| SERVIÇOS |  |  | R$57.065,00 |  |
| ESCOVA | 102 | R$45,00 | R$4.590,00 | 8,04% |
| ESCOVA C/ TRATAMENTO | 75 | R$180,00 | R$13.500,00 | 23,66% |
| CORTE FEMININO | 85 | R$50,00 | R$4.250,00 | 7,45% |
| LAVAGEM | 30 | R$20,00 | R$600,00 | 1,05% |
| HIDRATAÇÕES SEM FINALIZAÇÃO | 50 | R$70,00 | R$3.500,00 | 6,13% |
| COLORAÇÃO | 175 | R$175,00 | R$30.625,00 | 53,67% |

Fonte: Produção Própria (2021)

O quadro acima destaca a composição do faturamento, receita do salão. Contudo, o apresentado na representação (quadro), é composto por serviços básicos, que quase toda classe de salão pratica. Pode-se observar e analisar a formação dos preços dos serviços. Para uma precificação mais justa, os salões utilizam de alguns critérios. Tais como: comprimento de cabelos (curto, médio, longo) e outras maneiras.

As tarefas mais comuns, estão representados no mencionado quadro. Desse modo, os serviços são os seguintes: escovas com tratamento e sem, lavagem, corte, hidratação s/ finalização e coloração. Salienta-se, que todos os serviços praticados, utiliza-se o uso de insumos. Tudo deve ser observado e catalogado, até mesmo, a simples aplicação de shampoo e condicionador tem o gasto. Entre outros gastos, como é o caso da mão de obra.

O quadro apresenta valor, quantidade, total (valor x quantidade) e até mesmo uma coluna de participação (total do serviço / receita total) \* 100, ou seja, é a representação do total do serviço em percentual em relação a receita total. Vejamos o caso do serviço de coloração como exemplo. (R$ 30.625,00 / R$ 57.065,00) \* 100 = 53,67%. Assim, fica possível compreender e ter noção de % do serviço em relação a toda receita do salão. Compreender, qual serviço é o maior gerador de receita para o salão.

Seguindo o pensamento de refletir, analisar e gerenciar os custos. Esse estudo, evidencia que não se pode decidir com uma única analise. A participação é relativa, pois, os proprietários podem fazer estratégias comerciais, visando aumentar o faturamento, chamando a atenção dos clientes, de tal modo, que a prestação de serviço de escova seja maior em um ou vários meses. Deste modo, far-se-á mais de cem escovas, assim, pode chegar a ultrapassar a coloração, porém, isso se dá, em razão do aumento da quantidade e não do valor. Deve-se observar os gastos com insumos, tempo. Adiante, será demonstrado outras analises (ponto de equilíbrio e margem de contribuição), deixando a investigação ainda mais relevante.

A partir desse instante, restará demonstrando a importância do indicador de ponto de equilíbrio. O **ponto de equilíbrio é um parâmetro de segurança do negócio.** É ele que representa o quanto a empresa terá que vender para que as receitas se igualem aos custos. Essa representação, indica em que momento, a partir das perspectivas de vendas do empreendedor, a instituição estará emparelhando suas receitas e seus custos.

Considerando o caso concreto da pesquisa, em questão, salão de beleza, é indispensável identificar o ponto de equilíbrio. A vitalidade dessa informação, se faz importante, pelo simples fato de estimar, quantificar, a quantidade de serviços será necessária para pagar os custos e despesas fixas e variáveis. O ponto de equilíbrio não apresenta lucro e nem prejuízo, na verdade é uma relação homogênea entre Custos e Despesas contra as receitas. Para calcular o ponto de equilíbrio a fórmula é: Quantidade (Q) = Total dos custos fixos (TCF) / Margem de contribuição.

Desse modo, com o cálculo, o proprietário poderá identificar qual é a situação financeira da empresa. Ou seja, se a prestação de serviço exercida no período é o suficiente para cobrir os custos e as despesas da empresa. Dessa forma, conhecendo essas informações, poderá analisar a situação numérica da empresa, formulando estratégias para não ocorrência de prejuízos. Como por exemplo: promoções para aumentar os atendimentos ou reduzir as despesas para chegar ao ponto de equilíbrio (SEBRAE,2015).

Nesse tópico, no mesmo sentido do anterior, para análise dos números, será abordado o tema de margem de contribuição (MgC), por se tratar de um elemento útil para as decisões. (DUBOIS; KULPA; SOUZA, 2019). Visando elucidar esse indicador, para achar a margem de contribuição utiliza-se da seguinte formula: Margem de contribuição (MC) = Preço de Venda (PV) – Custo e Despesas Variáveis (TCDV).

A MC tem o intuito de verificar como que cada produto ou serviço contribui para empresa, analisar quais serviços gera lucro, ajuda a pagar os custos e despesas fixas. Os salões de beleza, trabalham com vários serviços, conhecendo a margem de contribuição de cada serviços, poderão analisar e buscar alternativas para aumentar os atendimentos dos que possuem maior margem de contribuição (SEBRAE,2015).

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| RESULTADO DO SALÃO | | |
| **RECEITA BRUTA** | R$57.065,00 | 100% |
| SERVIÇOS | R$57.065,00 | 100% |
| ESCOVA | R$4.590,00 | 8,04% |
| ESCOVA C/ TRATAMENTO | R$13.500,00 | 23,66% |
| CORTE FEMININO | R$4.250,00 | 7,45% |
| LAVAGEM | R$600,00 | 1,05% |
| HIDRATAÇÕES SEM FINALIZAÇÃO | R$3.500,00 | 6,13% |
| COLORAÇÃO | R$30.625,00 | 53,67% |
| IMPOSTOS | R$5.706,50 | 10,0% |
| RECEITA LÍQUIDA | R$51.358,50 | 90,0% |
| CUSTOS | R$31.000,00 | 54,32% |
| PESSOAL | R$25.500,00 | 44,69% |
| INSUMOS | R$5.500,00 | 9,64% |
| LUCRO BRUTO | R$20.358,50 | 35,68% |
| DESPESAS | R$8.600,00 | 15,07% |
| ALUGUEL | R$4.000,00 | 7,01% |
| ÁGUA | R$1.000,00 | 1,75% |
| ENERGIA | R$3.000,00 | 5,26% |
| TELEFONE/INTERNET | R$300,00 | 0,53% |
| MATERIAL DE LIMPEZA | R$300,00 | 0,53% |
| LUCRO LÍQUIDO | R$11.758,50 | 20,61% |

Fonte: Produção Própria (2021)

O quadro apresentado acima, demonstra os resultados (Receitas, Custos e Despesas) do salão. Observa-se que a Receita Bruta, corresponde ao faturamento total do salão. Já os gastos, correspondem aos Custo e Despesas, e o lucro é representado pelo total da Receita, menos (-) Custos e Despesas. Salienta-se que o Lucro é possível visualizar percentualmente o que cada conta equivale em relação ao total da Receita. Desse modo, possibilita a análise de todas a contas do resultado, em relação a receita.

Com exposto, é possível identificar que as receitas do salão, foram superiores aos gastos. Contudo, essa sobra recebe o nome de lucro da empresa. Quando a empresa tem o valor da receita igual aos valores dos gastos, ou seja, a receita total é exatamente igual ao valor dos gostos é a marca do ponto de equilíbrio. Melhor dizendo, o que a empresa precisa produzir de receita para cobrir todos seus gatos. Adiante, será exposto um grafito para demonstrar o ponto de equilíbrio por serviço. A receita bruta dos serviços foi de R$ 57.065,00, esses serviços são compostos por escovas com tratamento e sem lavagem, corte, hidratação s/ finalização e coloração. Os impostos representam 10% da receita bruta.

O custo com pessoal é referente aos profissionais que trabalha diretamente com prestação de serviço, tendo uma representação de 44,69% na participação da receita bruto. Ainda nos custos, juntamente com o custo com pessoal, estão os insumos, que são os materiais utilizados nos procedimentos. Os insumos representam 9,64% da receita bruta. Para terminar a análise do quadro, estão as despesas, que tem ligação imediatamente com a parte administrativa do salão. As despesas mais comuns são: são aluguel, água, energia, telefone/ internet, material de limpeza. As despesas configuram 15,07% da receita bruta. Perante o demonstrado, o salão, objeto do estudo, perfaz um lucro líquido é de R$11.758,50. O lucro líquido em percentagem corresponde à 20,61%.

Fonte: Produção Própria (2021)

O gráfico evidenciado acima, são os valores que cada serviço representa da receita do salão. Para alcançar os cálculos da margem de contribuição é necessário o seguinte: a receita de cada serviço – os custos variáveis. Como por exemplo a escova (-) menos os custos variáveis, encontrando a margem de contribuição. E então vejamos (R$4.590,00 – R$ 2.700,00 = R$ 1.890,00). Da mesma forma, fora realizado os cálculos com os demais serviços, afim de encontrar a MC – margem de contribuição por serviço prestado.

Informa-se que foi usado um dos métodos que a MC pode ser apresentado, ou seja, total. Pois assim, é mais compreensível de identificar. Já, para achar o ponto de equilíbrio foi usado o índice a fórmula utilizada foi:( RECEITA DE ESCOVA – CUSTO VARIÁVEIS\ RECEITA BRUTA) na escova assim foi achado o porcentual (R$4.590,00 – R$2.700,00 = R$1.890,00\R$4.590,00= 0,41) dessa forma para os demais com o valor da receita e custos variáveis de cada prestação.

Ao examinar o gráfico acimar, é possível observar que o serviço de lavagem contribui com apenas R$ 108,00, sendo assim, é o serviço que menos gera retorno a empresa. Considerando o mesmo pensamento, porém, de forma inversa. O serviço de coloração representa R$ 12.625,00, ou seja, é o que tem maior contribuição. Outra analise que o proprietário do salão, pode-se fazer é que, a coloração tem o maior gasto com material e tempo.

Utilizando outro serviço como exemplo, a escova merece atenção especial, onde representa de forma significativa, um retorno de R$ 7.500,00, além de ser realizada com menos tempo e menos material. O intuito de encontrar a margem de contribuição e oportunizar as tomadas de decisões, onde representa de forma clara, cada procedimento. Conhecer as receitas e os gastos é extremamente relevante, pois assim, pode-se criar estratégia para aumentar o lucro. Enfatiza-se também, que quanto maior está a margem de contribuição melhor.

Fonte: Produção Própria (2021)

Examinando o gráfico acima é legitimo observar que o serviço de lavagem, está superior aos restantes dos serviços. Assim, resta demonstrando que, para que a lavagem atinja o ponto de equilíbrio, necessitará de um número maior de quantidade de receita com prestação de serviço, para conseguir pagar os custos e despesas fixos, variáveis. Para esboçar o do cálculo, é necessário os custos e despesas fixas e margem de contribuição. Por exemplo a escova foi feito da seguinte forma: (8.600\ 0,41= R$ 20.885,71) é assim para o restante com o valor da margem de contribuição de cada serviço.

A escova c\ tratamento precisar realizar R$ 15.480,00, já o corte feminino R$ 14.967,24, a lavagem que está superior seria necessário alcançar R$47.777,78, a hidratações sem finalização R$20.066,67 e por último a coloração que é R$ 20.861,39. O ponto de equilíbrio não apresenta lucro ou prejuízo, é uma forma de simular uma quantidade para conseguir pagar os custos e despesas, para que a receita consiga cobrir todos os gastos que os salões produz. Quando o valor cobre todos esses gastos, o que sobra é considerado lucro. A importância do ponto de equilíbrio é poder estimar uma média de prestação de serviço, pode ver real situação que a empresa está com finalidade de pagar todas as despesas, e não ter prejuízo.

Uma maneira mais coerente para calcular o ponto de equilíbrio de uma entidade que “ produz e vende “ mais de dois produtos consiste em adotar um percentual de participação de cada receita individual em função da receita total, uma forma de obterem as quantidades e receitas individuais do ponto de equilíbrio consiste em trabalhar com índice representativo da receita total do equilíbrio. (DUBOIS; KULPA; SOUZA, 2019). A margem de contribuição pode ser apresentada de três maneiras, por unidade, total, e porcentual ou índice de margem de contribuição (IMgC) no caso do salão a maneira mais harmonioso para achar o ponto de equilíbrio foi em índice.

**5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Os benefícios em manter a Gestão de Custos em Salões de Beleza, restou revelado no transcorrer desse estudo. Conforme evidenciado, a gestão de custo é um robusto instrumento para as tomadas de decisões. Enfatizando, principalmente a relevância de saber controlar, identificar seus gastos, ao ponto de ter a habilidade para compreender e conseguir realizar suas diferenciações em custos ou despesas. No mesmo sentido, porém de forma mais analítica, revela-se que os custos e despesas são divididos em fixos e variáveis. Destaca-se, que os manuseios dessas informações poderão ser realizados via software de gestão de salão de beleza, Excel ou até mesmo por meio de anotações em livros ou cadernos. Evidentemente, quanto mais digitalizado, especifico, organizado e periódicos, melhores serão as informações.

Contudo, a presente pesquisa alcançou seu objetivo geral, que em questão, é demonstrar como ocorre a aplicação do processo da gestão de custo em salões de beleza. A investigação iniciou-se ao realizar a separação de custos e despesas, a composição do faturamento, receita do salão e a participação de cada serviço, demonstração dos resultados (Receitas, Custos e Despesas). Na sequência, fora calculado a margem de contribuição para identificar o quanto cada serviço contribui para a receita, e ao final o ponto de equilíbrio que dá uma estimativa da quantidade de prestações de serviços são necessárias para subsidiar os gastos geral da instituição (são de beleza).

Realizando os cálculos da participação de cada conta, tem como objetivo analisar a composição no faturamento e observar qual serviço gera maior participação. Mais adiante, no quadro apresentado da Receita do Salão, pode-se observar o serviço gera menos retorno é a lavagem, que em questão, representa 1,05%. O serviço com maior participação é o de coloração, com representatividade de 53,67%. Porém, dando ênfase, importância a outros detalhes, observa-se que tempo e insumos, que o serviço de escova com tratamento, configura-se 23,66% de tempo gasto, ao contrário “menos tempo, e menor uso de insumos” e traz um retorno relevante com menor gasto. Além da participação, identifica-se que existem outros instrumentos que facilitam analises. Como é o caso da margem de contribuição e ponto de equilíbrio.

O gráfico da margem de contribuição, apresenta, que a escova com tratamento tem contribuição existente, de R$7.500,00. Do mesmo modo, observa-se o gráfico, que o serviço de coloração é o com maior contribuição, de R$12.625,00. Porém, tem maiores gastos de tempo e insumos, como narrado no parágrafo acima. O serviço de menor contribuição é o da lavagem, com R$108,00. Revela-se que a margem de contribuição permite analises de várias maneiras para as tomadas de decisões. Tais como: por unidade, por total, e como percentual ou índice de margem de contribuição (IMgC).

O ponto de equilíbrio representa demonstrar o ponto igualitário entre os gastos e as receitas. Assim, resta evidenciado que a empresa não teria apresentação de lucro ou prejuízo. Com isso, estima-se quanto cada serviço (receitas) será necessário para conseguir pagar custos e despesas (gastos). Dessa forma, a maneira mais coerente, nesse caso foi utilizar a margem de contribuição em índice, a lavagem retrata maior prestação de serviço. A lavagem tem uma estimativa de R$ 47.777,78, para prestação de serviço o gráfico representa a maior quantidade. Assim, a estratégica tem grande importância, e entendimento do instrumento para conseguir equilibrar os gastos.

O conjunto de constatações permitiu responder a problemática proposta na pesquisa e do mesmo modo, atendendo o objetivo geral. Nesse sentido, conclui-se, que o trabalho atingiu o objetivo apresentado, trazendo os valores dos serviços, diferença entre custos e despesas, margem de contribuição e ponto de equilíbrio próximo a realidade, assim sucedendo mais precisão da essência da gestão de custo em prestação de serviços. O trabalho houve limitações nos custos variáveis de cada serviço, pois as obras (livros) são mais para lado industrial (produtos). Destarte, não foi possível encontrar muito material para empresas de serviços, sendo mais especifico, salão de beleza.

Recomenda-se, um estudo de caso em salão de beleza que possui gestão de custo, e em outro salão que não possua gestão de custo, com o intuito de abordar as dificuldades e limitações encontradas na gestão da empresa. Pois, desta forma, o proprietário que não possua a gestão observe como o controle dos gastos pode melhorar e impactar seus resultados. Assim, trazendo contribuição para ambos, pois, desse modo, poderá identificar possíveis gargalos e ponto de melhoria. Do mesmo modo, sugere-se também, a possibilidade de futuras investigações, visando identificar a viabilidade de investimentos em salões de beleza, conhecendo, como essas empresas ( salões de beleza) controlam, gerenciam seus gastos.

**REFERÊNCIAS**

# ANVISA. O que observar no salão de beleza.GOV,2018 Disponível em: <https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/noticias-anvisa/2018/o-que-observar-no-salao-de-beleza> Acesso em: 25 maio.2021

# 

AZEVEDO, Mario Sebastião. **Gestão de custos**. 1 edição : IOB 2014. Disponível em**:**<https://www.iob.com.br/newsletterimages/iobstore/sumarios/2014/jan/LIV21173.pdf>

Acesso em 21 mar.2021.

# BRASIL. L[ei nº 12.59/2012, de 18 de janeiro de 2012.](http://legislacao.planalto.gov.br/legisla/legislacao.nsf/Viw_Identificacao/lei%2012.592-2012?OpenDocument) **Dispõe sobre** o exercício das atividades profissionais de Cabeleireiro, Barbeiro, Esteticista, Manicure, Pedicure, Depilador e Maquiador. Disponível em : <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2012/lei/l12592.htm> Acesso em : 21 mar.2021.

# ------. Lei Complementar nº 13.352/2012, de 18 de janeiro 2012, para dispor sobre o contrato de parceria entre os profissionais que exercem as atividades de cabeleireiro, barbeiro, esteticista, manicure, pedicure, depilador e maquiador e pessoas jurídicas registradas como salão de beleza. Disponível em : <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2015-2018/2016/Lei/L13352.htm#art1> Acesso em : 21 mar.2021

# CREPALDI, Sílvio. Contabilidade gerencial: teoria e pratica. SÃO PAULO 8º edição Atlas,2017.

# Dubois A, Kulpa L, Souza L. Gestão de custos e formação de preços.SÃO PAULO.4º edição: Atlas,2019.

GERHARDT, T.; SILVEIRA, D. **Métodos de pesquisa**. 1. ed. Porto Alegre: UFRGS, 2009.

# GIL, Antonio. Métodos e técnicas de pesquisa social. 6.ed. São Paulo : Atlas, 2008.

# IUDÍCIBUS, Sérgio de. Contabildade gerencial. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2020.

# MARTINS, Eliseu. Contabilidade de custo. 10.ed., São Paulo: Atlas,2010.

# MARION, José Carlos. Introdução à contabilidade gerencial. 3. ed., São Paulo: Saraiva, 2018.

# SANTOS, J. J. Contabilidade e análise de custos: modelo contábil, métodos de depreciação, ABC: Custeio Baseado em Atividades, análise atualizada de encargos sociais sobre salários. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

# SEBRAE. Beleza e estética. Brasília: 2013. Disponível em:<http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/7492e68e544fa09897c7f3b00482a0b7/%24File/4593.pdf> Acesso em : 17 maio.2021

# SEBRAE. Como elaborar o preço de venda. Belo Horizonte: 2013. Disponível em:<https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/MT/BIS/como%20formar%20o%20pre%C3%A7o%20de%20venda.pdf> Acesso em: 21 maio.2021

# SEBRAE. Gestão de Custos. Santa Catarina: 2015. Disponível em:

# <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursoseeventos?uf=SC> Acesso em: 06 set.2021

# SEBRAE. Beleza e bem- estar relatório de inteligência.2019. Disponível em: [https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/RJ/Anexos/Beleza%20[Gest%C3%A3o%20de%20custos%20para%20empreendimentos%20de%20beleza].pdf](https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/RJ/Anexos/Beleza%20%5bGest%C3%A3o%20de%20custos%20para%20empreendimentos%20de%20beleza%5d.pdf) Acesso em: 15 nov.2021

# STRUTZ,Emerson. Gestão e Análise de Custos. Centro Universitário Leonardo da Vinci. Indaial,2017. Disponível em : <https://www.uniasselvi.com.br/extranet/layout/request/trilha/materiais/livro/livro.php?codigo=23504> Acesso em: 26 maio.2021

# TREINTA FILHO, F. T. Faria, SANT’ANNA, J.R. e L.M. R. Utilização de métodos multicritério para a seleção e priorização de artigos científicos. In: SIMPÓSIO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 18., 2011, Bauru. Anais... Bauru; 2011.

# VANDERBECK,NAGY.Contabilidade de custos. 11 ed., São Paulo: Cengage Learning, 2001

# VERGARA, S. C. Projetos e relatórios de pesquisa em administração. 3. ed., São Paulo: Atlas, 2000.

1. Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Ciências Contábeis da Pontifícia Universidade Católica de Goiás como requisito para a obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis, sob a orientação do Prof. Ruzell Nogueira de Araújo.

   \*\* Bacharelando em Ciências Contábeis pela Pontifícia Universidade Católica de Goiás. Av. Universitária, 1440 - Setor Leste Universitário, Goiânia - GO, 74605-010. E-mail: anaaugusata@gmail.com.

   , Docente Pontifícia Universidade Católica de Goiás. Av. Universitária, 1440 - Setor Leste Universitário, Goiânia - GO, 74605-010. E-mail: ruzell@ruzellnogueira.com.br. [↑](#footnote-ref-1)