

ANÁLISE DO CUSTO DOS SERVIÇOS OFERTADOS DE UMA NAIL DESIGNER (DESIGNER DE UNHAS), VISANDO QUALIDADE DOS SERVIÇOS E LUCRATIVIDADE

Amanda Vargas de Almeida

Graduado em Ciências Contábeis pela Universidade de Caxias do Sul - UCS
avalmeida1@ucs.br

Prof. Dr. Sergio Cavagnoli Guth

Doutor em Economia pela Universidade Federal de Aveiro – Portugal/UFMG
scguth@ucs.br

RESUMO

Com o estudo proposto, efetuou-se um levantamento dos custos da prestação do serviço de uma manicure profissional (Nail Designer), buscando manter o preço adequado, criando diferenciais que permitam a empresa conquistar uma maior lucratividade. Cabe salientar que na prestação de serviços, em especial no setor de beleza, o profissional deve prezar por serviços de qualidade e com produtos também de qualidade, ou seja, antialérgicos, modernos, com efeitos visuais diferentes, entre outros itens que atraem as clientes de salões de beleza e de nail designer de unhas. Com a pesquisa busca-se demonstrar quão fundamental é saber o real custo de um determinado serviço, para uma gestão financeira adequada da empresa; onde serão considerados os custos fixos, os custos variáveis, margem de contribuição e lucratividade final. Deve-se primar pelo negócio onde custos, rentabilidade e lucratividade trilham o mesmo caminho comercial. Como metodologia optou pelo tipo qualitativa com base em um referencial teórico de autores da área dos custos e lucratividade. No decorrer do estudo feito será realizado um comparativo custo e benefício, onde será analisado o serviço de nail designer de unhas, o equipamento que se faz necessário para prestar esse serviço de forma eficiente, valor dos insumos a serem usados frente ao preço cobrado pelo serviço e a lucratividade final obtida. Todos os métodos de pesquisa empregados buscam responder ao problema fixado de averiguar se o preço cobrado pela nail designer cobre os custos de serviços e material usados nos diversos procedimentos. Os resultados finais colocam que está é uma área de atuação com lucratividade, devendo, porém, o profissional utilizar produtos de boa qualidade e uma qualidade de serviço excelente. Com os resultados obtidos é possível nortear um plano de valores cobrados que atenda a necessidade do profissional e seja concorrente no seu mercado de atuação.

Palavras-chave: Nail designer. Custos. Qualidade. Lucratividade.

1 INTRODUÇÃO

Com o passar do tempo algumas técnicas e inovações foram surgindo dentro dos cuidados e dos tratamentos da pele e do corpo, de uma forma geral. Isso se deve a maioria da

população tomando ciência da importância de cuidar do corpo e, fica óbvio, pelos motivos estéticos, de vaidade e do desejo de manter o frescor da juventude no semblante.

Atualmente o mercado da beleza vem crescendo cerca de 10% ao ano, mesmo com a desestabilidade que vem sofrendo o país. Sendo um dos segmentos mais rentáveis para investimento, ou até mesmo para fugir do desemprego. De acordo com a Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC), o segmento teve uma taxa de crescimento anual composta de 8,2% na última década, movimentando cerca de R\$ 100 bilhões por ano (WEBER, 2020).

E como tudo que começa simples e parte de uma necessidade e demanda, não foi diferente com os salões de beleza, com passar dos anos, criou-se a necessidade de espaço próprios para atendimento e colaboradores especializados que atendessem as especificações, como cabeleireiros, auxiliares e manicures.

Apesar do crescimento no setor, há uma “carência na formação dos empreendedores quanto a gestão de seus empreendimentos” (SEBRAE, 2013), esses profissionais investem bastante em curso de formação na área, mas nada ou quase nada em gerir sua fonte de renda, sua empresa. É de extrema importância mostrar a força e potencial que esses empreendedores tem, se souberam aliar conceitos e formar bases sólidas e não somente disponibilizar seu serviço pelo preço que “achar justo”.

O mercado voltado para a beleza pessoal ainda é um segmento de atuação novo, com muitos caminhos a serem trilhados, a principal questão formada é: O preço praticado pelas designers de unhas cobre os custos de serviço e material, gerando lucratividade e permanência da profissional no mercado?

Diante da fixação do problema o objetivo geral deste trabalho é verificar de que forma uma gestão de custos pensada e analisada previamente pode contribuir na gestão do negócio.

No estudo realiza um comparativo custo e benefício, onde se analisa o serviço de nail designer de unhas no período de 12 meses, elencando o equipamento que se faz necessário para prestar desse serviço de forma eficiente com a biossegurança necessária, valor e os insumos a serem utilizados frente ao preço cobrado pelo serviço e a lucratividade final. Com os resultados obtidos é possível nortear um plano de valores cobrados que atenda a necessidade do profissional e seja concorrente no seu mercado de atuação.

Atualmente as empresas não realizam um plano de gestão de custos antes de iniciar seu negócio, o que gera a insuficiência de qualidade a permanência no mercado, logo deixando de existir. Avaliar custos e despesas de uma empresa requer uma estratégia, onde

qualquer erro pode ser a razão de um péssimo negócio. O negócio torna-se lucrativo quando o empresário souber administrar corretamente sua empresa.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

A contabilidade nasceu com a civilização e jamais deixará de existirem decorrência dela. Talvez, por isso, seus progressos quase sempre tenham coincidido com aqueles que caracterizam os da própria evolução do ser humano.

Segundo Santos,

A contabilidade é um sistema de contas composto por normas, regras e princípios para acumulação, geração e análise de dados para atender a necessidade interna de uma empresa. Na interna, a própria administração do negócio e, na parte externa, às necessidades de acionistas, investidores, emprestadores de dinheiro, tributação do lucro pelo Estado etc. (SANTOS, 2011, p. 1)

Afirmou Melis (1950, p. 3), “Desde que o homem se preocupou com o amanhã, preocupou-se também, em fazer as contas, mas, nem sempre soube, racionalmente, o que fazer com as informações que guardou”.

De forma geral, todos os segmentos de trabalho precisam da contabilidade, não somente como algo obrigatório, mas algo que vai agregar valor em termos de lucratividade para seu empreendimento, indiferente que este seja de bens ou serviços.

2.1 NOÇÕES GLOBAIS SOBRE CONTABILIDADE

A contabilidade tem como objetivo fornecer informações que auxiliem na tomada de decisões, sendo esse o objetivo maior da ciência contábil.

Iudicibus (1994, p. 26) define o objetivo da contabilidade como sendo o de “fornecer informação econômica relevante para que cada usuário possa tomar suas decisões e realizar julgamentos com segurança”. A partir da contabilidade, o usuário possui parâmetros para definir suas projeções, tomar decisões com segurança necessária e baseada em fatores confiáveis.

Segundo Ching (2003, p. 4), “para poder trabalhar de maneira afetiva, as pessoas em uma organização precisam constantemente informações a respeito do montante de recursos envolvidos e utilizados”.

O mercado de prestação de serviços requer atenção por parte do profissional, pois não basta ter o direcionamento ou a intenção de realizar um empreendimento que produza receita financeira suficiente para sua manutenção, mas sim, estar feliz e satisfeito com as suas atividades e cada vez mais, obter prazer naquilo que faz, e fazer bem feito, procurando ser o melhor na sua atividade, aliando o foco, conhecimento teórico e vontade de vencer.

Identificar uma oportunidade para empreender, uma necessidade não atendida, fazer algo diferente, que as pessoas desejem e que elas aceitem pagar um algo a mais por esse serviço, realizar um bom planejamento de entrada no mercado, ver quais os conhecimentos que serão requeridos para prestar este serviço, realizar pesquisas e simular cenários são atitudes que favorecem o mercado de prestação de serviços a terceiros. (EMPREENDEDOR, 2020)

É importante destacar que este tipo de negócio exige bastante comprometimento, pois oferecer um serviço gera um sentimento de satisfação ou não, portanto além da dedicação, da versatilidade, onde é necessário ter criatividade e flexibilidade para acompanhar as oscilações do mercado, solicitação de clientela, o comportamento, onde o prestador de serviço deve estar preparado para, em algumas situações, lidar com a insatisfação e reclamação de clientes, exigências de troca de pessoas, onde é preciso ter jogo de cintura, paciência, habilidade no trato interpessoal, simpatia, firmeza e principalmente disposição.

As organizações estão em inconstantes modificações e cada vez mais precisa de controles e de informações sobre seus negócios, para adequar sua empresa as novas situações.

De acordo com Iudícibus (1987), durante anos a contabilidade serviu apenas como um sistema de produção tributária, e atualmente ela passa a ser vista também como um instrumento gerencial, fornecendo informações necessárias para a tomada de decisões, e para o processo de gestão: planejamento, execução e controle.

Reginato e Nascimento (2007) descrevem que a informação é fruto de um processo de integração de diversos setores organizacionais e pode ou não satisfazer às expectativas de seus usuários se não estiver acompanhada de atributos que a tornem, realmente, útil ao processo decisório. Isto é, se não for acurada, tempestiva e adequadamente comunicada àqueles que dela necessitam para o exercício de suas atividades.

Para Soares (2008) a contabilidade é vista como um sistema de informação formal e estruturado, ratifica sua importância não só para demonstrar as origens dos recursos e a forma como eles foram aplicados, evidenciando o aspecto da transparência, mas também para validar juridicamente os seus atos financeiros.

2.1.1 Contabilidade de Custos

Todos os tipos de entidades comerciais sejam elas de vendas ou de produção, empresas de manufatura, de comércio e de serviços necessitam de sistemas de informação de contabilidade de custos para contabilizarem as suas atividades.

A Contabilidade de Custos nasceu da Contabilidade Financeira, pois o objetivo da contabilidade é acumular informações financeiras para serem usadas na preparação de suas demonstrações. Assim a Contabilidade de Custos fornece informações adicionais para preparar as mesmas.

De acordo com Bornia,

A contabilidade de custos surgiu com o aparecimento das empresas industriais (revolução industrial), tendo por objetivo calcular os custos dos produtos fabricados. Antes disso, os artigos normalmente eram produzidos por artesãos que, via de regra, não constituíam pessoas jurídicas. (BORNIA, 2002, p. 35)

“O conhecimento dos custos é vital para saber se determinado produto é rentável ou não, se é possível diminuir ou minimizar seus custos”. (CUNHA; FERNANDES, 2020)

Martins diz que: “a Contabilidade de Custos acabou por passar, nessas últimas décadas, de mera auxiliar na avaliação de estoques e lucros globais para importante arma de controle e decisão regenciais”. (MARTINS, 1988, p. 22)

Segundo VanDerbeck e Nagy contabilidade de custos é,

Dados detalhados sobre custos que a gestão precisa para controlar as operações atuais e planejar para o futuro. Esta fornece informações que permitem gerências alocar recursos para as áreas mais eficientes e rentáveis da operação. (VANDERBECK; NAGY, 2001)

A contabilidade de custos tem como objetivo mostrar para onde devem ir os custos, sem causar nem um dano à empresa, por isso os cálculos são de real importância, pois o ponto de equilíbrio pode nos mostrar como o lucro pode ser afetado com variações positivas ou negativas ligadas as vendas e suas despesas e custos, já a margem de contribuição utiliza-se para quanto cada produto contribui para o pagamento dos custos da empresa.

Para VanDerbeck e Nagy (2001) e Bruni e Famá (2004) os principais conceitos que envolvem custos são:

Custos – Gasto relativo a um bem ou serviço utilizado na produção de outros bens ou serviços. O custo também é um gasto, só que reconhecido como tal, isto é, como custo, no

momento da utilização dos fatores de produção (bens e serviços), para a fabricação de um produto ou execução de um serviço.

Custos Diretos – Compreendem os gastos com materiais, mão-de-obra e gastos gerais de fabricação aplicados diretamente no produto. Esses custos são assim denominados porque seus valores e quantidades em relação ao produto são de fácil identificação, tomam-se como exemplos, matéria-prima, embalagens, mão-de-obra direta.

Custos Indiretos – Compreendem os gastos com materiais, mão-de-obra e gastos gerais de fabricação aplicados indiretamente no produto. Esses gastos são assim denominados por ser impossível uma segura identificação de seus valores e quantidades em relação ao produto, tomam-se como exemplos, energia elétrica, aluguel da fábrica, salários e encargos dos chefes de seção e dos supervisores das fábricas.

Custos Fixos – Custos de estrutura que ocorrem período após período sem variações ou cujas variações não são consequência de variações do volume de atividade em períodos iguais. O exemplo característico é o aluguel de imóvel ocupado por indústria, cujo valor mensal é o mesmo em cada período, independentemente do volume produzido em cada período considerado.

O custo fixo não se altera com a variação da quantidade produzida.

Custos Variáveis – Custos que variam em função da variação do volume de atividade, ou seja, da variação da quantidade produzida no período. Quanto maior o volume de atividade no período, maior será o custo variável e, ao contrário, quanto menor o volume de atividade no período, menor será o custo variável. São exemplos de custos variáveis: matéria-prima, mão-de-obra, combustíveis de máquinas.

Mão-de-Obra Direta – É aquela relativa ao pessoal que trabalha diretamente sobre o produto em elaboração, desde que seja a mensuração do tempo despendido e a identificação de quem executou o trabalho, sem necessidade de qualquer apropriação indireta ou rateio.

Mão-de-obra Indireta – Aquela que, com menor grau de erro e arbitrariedade, pode ser alocado ao produto, como a de um operador de grupo de máquinas, é apropriada por meio de fatores de rateio, como das chefias de departamentos.

Margem de Contribuição – É a diferença entre a receita de vendas e o total de custos de despesas variáveis. Quando uma demonstração de resultados retrata a margem de contribuição, a administração pode usá-la como uma ferramenta para estudar os efeitos de mudanças nos volumes de vendas. O índice de margem de contribuição, também conhecido como índice da renda da marginal, é o relacionamento da margem de contribuição com vendas.

Ponto de Equilíbrio – Pode ser definido como o ponto no qual a receita de vendas é adequada para cobrir todos os custos de manufatura e vender o produto, mas sem obter lucro.

2.1.2 CONTABILIDADE DE SERVIÇOS

Riccio, Robles, Junior e Gouveia (1997) defendem que o segmento de prestação de serviços é um dos que mais cresceram nos últimos anos. Sendo assim, mesmo dentro da indústria, o setor de serviços desenvolve um importante papel, ajudando a viabilizar as atividades de outros setores. Muitas vezes, as empresas oferecem os mesmos tipos de serviços, mas diferem-se umas das outras, apesar de explorarem o mesmo mercado. Desse modo, os serviços não seguem um padrão pré definido, e sim de acordo com as especificações de cada cliente, sendo sua gestão complexa.

Podemos considerar as prestadoras de serviços, aquelas que não possuem produto físico específico. Neste caso aloca-se como custo do serviço, os gastos da mão de obra direta e o custo do material utilizado para aplicada do mesmo, podendo ser bem variável.

2.2 LUCRATIVIDADE

A lucratividade é utilizada para indicar ganho de uma determinada empresa em relação ao seu desenvolvimento. Sendo assim demonstrar através de fórmula, se seu serviço é suficiente para cobrir os custos e despesas e ainda assim gerar lucro.

A lucratividade é um indicador de eficiência operacional obtido sob a forma de valor percentual, que indica o ganho que a empresa consegue gerar sobre o trabalho que desenvolve. É também um dos principais indicadores econômicos da empresa, ligado diretamente com a competitividade do negócio de acordo com SEBRAE (2019).

Corrêa e Caon (2012) afirmam que serviços prestados com excelência levam à lucratividade operacional, e por isso serviços prestados com qualidade levam a empresa a ganhar mais dinheiro, aumentar sua lucratividade no curto e longo prazo e, por conseguinte, aumentar o valor futuro da empresa. No Brasil, tem -se acompanhado algumas empresas, por exemplo, do setor financeiro que, mesmo longe de serem exemplos de excelência na prestação de seus serviços, são altamente lucrativas.

2.3 O MERCADO DA BELEZA

A busca por cuidados com o corpo vem de muito antigamente, com o aumento cada vez maior pela procura de serviços direcionados ao bem-estar e satisfação interessado em se cuidar o mercado tem um crescimento elevado, em especial no público feminino, dando oportunidade para novos segmentos de prestação de serviços, entre as nail designers, ou seja, designe de unhas. Deve-se ter em mente, que inovar serviços é também inovar o atendimento. Prestar serviço requer um objetivo mais específico, em outras palavras, deve prezar pela qualidade dos serviços à serem prestados e a conquista de clientes fiéis, com um atendimento qualificado e diferenciado, para desta forma obter lucratividade.

"A inovação é o instrumento específico dos empreendedores, o meio pelo qual eles exploram a mudança como uma oportunidade para um negócio diferente ou um serviço diferente". (DRUCKER, 1987, p.25).

Segundo Las Casas,

... serviços são atos, ações e desempenho. Esta é uma das melhores definições de serviços, uma vez que engloba de forma simples e objetiva todas as categorias de serviços, querem sejam eles agregados a um bem ou não. O produto final de um serviço é sempre um sentimento. Os clientes ficam satisfeitos ou não conforme suas expectativas. Portanto a qualidade em serviços é variável de acordo com o tipo de pessoa. (LAS CASAS, p. 15, apud RATHMELL, 1996)

A procura principalmente por mulheres de diferentes classes por salões, spas, institutos de beleza que proporcionem unhas bem-feitas, limpezas de pele, depilação, cabelos mais bonitos, maquiagens perfeitas, massagens relaxantes e drenagens linfáticas aumentam a cada dia mais, a busca da classe feminina para com o cuidado e bem-estar pessoal chega a ser algo incrível se pararmos para analisar.

Desde os primórdios o cliente sempre foi visto em primeiro lugar para a empresa. Principalmente nos dias de hoje ele deve ser o foco do negócio, a inspiração deve ser voltada a ele junto às suas necessidades, visando o bom relacionamento da empresa que está completamente ligado com a satisfação do cliente. Para o sucesso da empresa é preciso uma excelente administração, que além de ficar atenta as entradas e saídas procura satisfazer o cliente, buscando sempre a qualidade dos serviços que serão prestados.

2.4 SERVIÇOS DE UMA NAIL DESIGNER

Em inglês quer dizer Desenhar Em unhas. Nos dias atuais uma Nail Designer é muito mais que decorar as unhas, também é levado em consideração se a manicure tem entendimento em tudo sobre o mundo das unhas e suas técnicas. Profissão muito reconhecida no mercado de trabalho e que demanda estudar diariamente, exigindo sempre que as profissionais da área se mantêm por dentro da moda e suas tendências neste amplo universo das unhas.

É uma maneira criativa de pintar, decorar, realçar, e embelezar as unhas. É um tipo de arte que pode ser feito nas unhas das mãos e dos pés, geralmente por nail designers ou manicuras. Um nail designer é o profissional que aparar, dá forma, cuida e pinta as unhas de forma artística. Geralmente estes procedimentos também envolvem remover as cutículas e suavizar a pele em torno das unhas.

3 METODOLOGIA

3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA

Uma metodologia bem organizada e primada tem como resultado um trabalho bem formulado e de fácil entendimento, sendo um roteiro base a ser seguido durante todo o procedimento de trabalho.

Os dados para pesquisa terão como base inicial os conhecimentos que já preexistem do segmento, bem como da observação do ambiente e do trabalho desenvolvido por uma nail designer com seu atelier situado no centro da cidade de Vacaria-RS, onde o trabalho desenvolvido é todo realizado por ela, procurando, com isto, melhorar a qualidade do serviço desempenhado, obtendo um a lucratividade substancial.

3.2 PARTICIPANTES DO ESTUDO

Essa pesquisa é do tipo qualitativo, que busca uma profunda compreensão do contexto, emprega, geralmente, mais de uma fonte de dados e é bastante flexível.

Sobre a pesquisa qualitativa, Dencker (2001, p. 41) afirma que tem: o ambiente natural, com seu forte e direta de dados, e o pesquisador é seu principal instrumento. Ou seja,

o pesquisador é o atuante direto que irá ler, selecionar, refletir, analisar e arquivar tópicos de documentos interessantes á pesquisa em pauta.

A ênfase, neste tipo de pesquisa, é maior no processo do que no produto. O desenvolvimento do estudo vai se aprofundando e afinando-se, até que no final o conhecimento a respeito do foco da pesquisa torna-se claro e específico.

Já Marconi e Lakatos (2007, p. 23) afirmam que na pesquisa qualitativa há um mínimo de estruturação prévia. Não se admitem regras precisas, como problemas, hipóteses e variáveis antecipadas; e as teorias aplicáveis deveram ser entregues no decorrer da investigação.

A pesquisa bibliográfica qualitativa tem muitas vantagens, pois, além de não exigir muitas regras em sua realização deixa o pesquisador á vontade e em contato direto com o material de pesquisa. Além dela permite que a exploração do ambiente real seja mais eficiente, mais focada no real problema de um empreendimento ou negócio.

Segundo Gil,

A pesquisa pode ser definida como o processo formal e sistemático de desenvolvimento do método científico e seu objetivo é descobrir respostas para os problemas. Portanto, pesquisa social é o processo que utiliza a metodologia científica para a obtenção de novos conhecimentos no campo da realidade social. Nesse tipo de pesquisa é importante identificar o tipo de tratamento metodológico que será usado em cada tema. (GIL, 1999, p. 39)

A participante da coleta de dados inicial é uma profissional que desenvolve o trabalho de nail designer, que através de sua experiência contribuiu com o conhecimento prático necessário para desenvolver o presente estudo. Os dados foram obtidos através de observação direta desta atividade que evidenciou o aumento deste segmento de atuação.

3.3 PROCESSO DE COLETA DE DADOS

A coleta de dados se deu através de conversas informações com a profissional da área de Nail Designer, de manicures e pedicures. E com observação do ambiente de trabalho de nail designer, faz com que se entenda melhor os procedimentos utilizados, procurando maximizá-los, fazendo-os funcionar em prol da profissional.

3.4 PROCESSO DE ANÁLISE DE DADOS

O estudo qualitativo processará os dados através da comparação do que se observa na realidade dos indivíduos e o que preconiza os estudiosos desta área de atuação, procurando melhor caminhos comerciais a ser seguido, minimizando defeitos e maximizando os pontos positivos, visando uma lucratividade que permita expandir o negócio e o crescimento individual da equipe de trabalho e da direção.

4 RESULTADOS E ANÁLISE DOS DADOS

Dentro do segmento de prestação de serviços deve-se ter em mente que os custos para manutenção do negócio devem ser bem calculados e ter uma estrutura organizacional que atenda a demanda do negócio, bem como as necessidades do cliente que busca o serviço prestado. No caso do trabalho de uma Nail Designer ocorre a necessidade de uma estrutura física organizada, matérias e insumos de boa qualidade. Para tanto os dados financeiros devem ser apontados com eficácia para se obter lucratividade ao fim de um determinado período.

Na Tabela 1 tem-se discriminados as despesas fixas do salão de uma Nail Designer, incorridos no mês.

Tabela 1 – Despesas fixas

DESPESAS FIXAS	
Aluguel	R\$ 600,00
Luz	R\$ 285,00
Água	R\$ 210,00
Telefone (Plano)	R\$ 85,00
Internet	R\$ 90,00
Material de Limpeza	R\$ 80,00
Material de Uso e Consumo	R\$ 60,00
Imposto do MEI	R\$ 58,00
Custo Fixo Mensal	R\$ 1.468,00

Fonte: Elaborada pela autora (2020).

Na Tabela 2 discriminam-se os custos variáveis por cada serviço prestado pela Nail Designer, considerando que para cada procedimento mudam alguns produtos utilizados o que faz a necessidade de realizar os custos separadamente de cada um deles, considerando o período de um mês de trabalho.

Tabela 2 – Custos Variáveis por Serviço Prestado

MANICURE			
MATERIAL	QUANTIDADE	VALOR UNITÁRIO	VALOR TOTAL
Luva descartável p/ mão	32	0,70	97,30
Decoração	32	2,00	140,00
Esmalte	5	7,99	95,88
Esterilização	32	1,15	159,85
Valor Total do Custo Mês			493,03
PEDICURE			
Bota Descartável P/ Pé	28	1,09	30,52
Esmalte	2	10,00	20,00
Extra Brilho	1	10,00	10,00
Esterilização	28	1,15	32,00
Com Decoração	28	2,00	56,00
Valor Total do Custo Mês			148,72
ALONGAMENTO E MANUTENÇÃO O ALONGAMENTO			
Esterilização	46	1,15	52,90
Pó acrílico	2	230	460,00
Monomer	2	220	440,00
Nail prep solution	2	65	130,00
Molde	24	8,25	198,00
Ultra bond	2	65	130,00
Lixa	46	3,5	161,00
Top coat	2	60	120,00
Cleasng	2	15	30,00
Com decoração	46	3,5	161,00
Valor Total do Custo Mês			1.882,90
BLINDAGEM			
Esterilização	14	1,15	16,10
Base Rubber	1	125,00	125,00
Top Coat	1	30,00	30,00
Cleasng	1	15,00	15,00
Nail Prep	1	65,00	65,00
Ultrabond	1	65,00	65,00
Com Decoração	14	3,50	49,00
Valor Total do Custo Mês			365,10
REMOÇÃO			
Esterilização	6	1,15	6,90
Papel Alumínio	1	6,50	6,50
Acetona Pura	1	67,00	67,00
Valor Total do Custo Mês			80,40
POSTIÇA			
Unha	13	1,50	19,50
Esterilização	13	1,15	14,95
Cola	1	8,00	8,00
Esmalte	1	10,00	10,00
Extra brilho	1	10,00	10,00
Valor Total do Custo Mês			62,45
VALOR TOTAL DOS CUSTO MÊS PARA TODOS OS SERVIÇOS			3.032,60

Fonte: Elaborada pela autora (2020).

Na tabela 3 verificou-se a Receita de R\$ 8.655,00 obtida pela média de 139 (cento e trinta e nove) procedimentos na prestação de serviços incorridos no mês, para se realizar um cálculo dos custos variáveis onde apurou-se o valor unitário e total, bem como o valor obtido

com estas prestações de serviços. A base dos expressos considera um salão de porte médio que atende em média de 08 (oito) clientes por dia.

Tabela 3 – Procedimento realizados no período mensal

PROCEDIMENTOS AO MÊS			
Serviço	Qtde mês	Valor Unitário	Valor Total
Manicure	32	20,00	640,00
Pedicure	28	25,00	700,00
Alongamento	28	150,00	4.200,00
Manutenção	18	75,00	1.350,00
Remoção	6	65,00	390,00
Blindagem	14	55,00	770,00
Refazer Unha	15	10,00	150,00
Postiça	13	35,00	455,00
MEDIA DE PROCEDIMENTOS MÊS	139	435,00	8.655,00

Fonte: Elaborada pela autora (2020).

Para se calcular os custos variáveis é necessário chegar ao valor do custo dos insumos exclusivos de cada tipo de serviços prestado. Considerando que o atendimento de uma Hair Designer presta serviço de Manicure, Pedicure, Alongamento de Unha, Manutenção do Alongamento, Blindagens, Postiça, Remoção do Alongamento e serviços de Refazer Unha (quando se danificam somente uma unha), conforme Tabela 3 tem-se os seguintes valores de custos variáveis com os serviços individualmente, no período de 30 dias (mensal).

Na Tabela 4 serão expressos os custos variáveis dos produtos utilizados para todos os serviços prestados pela Nail Designer no período de 30 dias.

Tabela 4 – Outras despesas variáveis

PRODUTO	Qtde	
Detergente enzimático	01 Un. (5 Litros)	R\$ 215,00
Embalagem para esterilização	01 Pacote (100 un.)	R\$ 28,99
Água destilada	01 Un. (5 Litros)	R\$ 14,50
Algodão	01 Pacote (500 gr.)	R\$ 31,99
Palito	01 Pacote (100 un.)	R\$ 10,99
Luvas	01 Caixa (100 un.)	R\$ 59,90
Lixa	01 Pacote (100 un.)	R\$ 10,90
Removedor/ Acetona	01 Un. (500 ml)	R\$ 13,99
Amolecedor de Cutícula	01 Un. (900 ml)	R\$ 27,00
Toalhinha de Papel	01 Pacote (5.000 un.)	R\$ 7,99
VALOR TOTAL DOS CUSTOS DIVERSOS		R\$ 421,25

Fonte: Elaborada pela autora (2020).

Após calcular-se todas os custos, receitas e despesas que o empreendimento terá durante o período de 30 dias, é possível chegar ao valor total bruto e o valor total líquido, para

desta forma averiguar se a prestação de serviços da Nail Designer está tendo lucro ou precisa fazer alterações para que o mesmo aconteça. Diante disto, na Tabela 5 apresenta-se este comparativo.

Tabela 5 – Demonstração do Resultado do EXERCÍCIO

RECEITA BRUTA	8.655,00
DESPESAS VARIÁVEIS	3.032,60
OUTRAS DESPESAS VARIÁVEIS	421,25
MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO	5.201,15
DESPESAS FIXAS	1.468,00
LUCRO LÍQUIDO	3.733,15
15% PARA FUNDO DE EMERGÊNCIA	560,00
LUCRO LÍQUIDO FINAL	3.173,15

Fonte: Elaborada pela autora (2020).

Analisando a receita total da prestação de serviços da nail designer, pode-se observar que 35,04% do orçamento são reservadas as despesas variáveis, 4,87% do valor total arrecadado são de outras despesas variáveis, 16,96% do valor são gastos com as despesas fixas do empreendimento. Do valor total 43,13 fazem parte do lucro bruto, sendo separados 6,47% para as contingências, portanto, resultam em um lucro líquido de 36,66%.

Como é possível observar na Tabela 5 é retirado do Lucro Líquido do negócio 15% do valor para um fundo de emergência, que deve entender como necessidade de troca de equipamentos, mobiliário e a realização de cursos de aperfeiçoamento.

Foram incluídos junto as despesas fixas, conforme Tabela 1, as despesas com Tributação que no caso de prestação de serviços de uma Nail Designer é conforme o seu MEI. – Microempreendedor Individual. Conforme registro, o MEI não tem obrigação de fazer a contabilidade, possui informações gerenciais, e não tem a necessidade de fazer a contabilidade, apenas prestar as informações para a declaração anual. Possuir o MEI é ter a obrigação de contribuir para o INSS/Previdência Social, sendo de 5% sobre o valor do Salário Mínimo, mais R\$ 1,00 de ICMS para o Estado (atividades de indústria, comércio e transportes de cargas interestadual) e/ou R\$ 5,00 ISS para o município (atividades de Prestação de Serviços e Transportes Municipal). A vantagem para o MEI é o direito aos benefícios previdenciários, tais como, aposentadoria por idade, licença maternidade, auxílio-doença, entre outros, após obedecidos os prazos de carência. A contribuição ao INSS é reajustada sempre que houver o aumento do salário mínimo. O benefício previdenciário também é aumentado sempre que houver aumento do salário mínimo. (PORTAL DO EMPREENDEDOR, 2020)

O vencimento dos impostos (DAS) é até o dia 20 de cada mês, passando para o dia útil seguinte caso incida em final de semana ou feriado.

A Tabela 6 aloca o DRE – Demonstrativo de Resultado de Exercício referente a 12 meses do serviço de uma Nail Designer com base no mês de observação do estudo onde usou o referido mês como base para os demais meses do ano fins do calculo da projeção dos 12 meses, nos dados coletados e expostos nas tabelas.

Tabela 6 – DRE Salão Nail Designer – Projeção 12 meses

	JAN	FEV	MAR	ABR	MAI	JUN	JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ	TOTAL ANUAL
RECEITA MÊS	8.644,00	8.644,00	8.644,00	8.644,00	8.644,00	8.644,00	8.644,00	8.644,00	8.644,00	8.644,00	8.644,00	8.644,00	103.728,00
CUSTOS VARIÁVEIS	3.453,85	3.453,85	3.453,85	3.453,85	3.453,85	3.453,85	3.453,85	3.453,85	3.453,85	3.453,85	3.453,85	3.453,85	41.446,20
Material por serviço	3.032,60	3.032,60	3.032,60	3.032,60	3.032,60	3.032,60	3.032,60	3.032,60	3.032,60	3.032,60	3.032,60	3.032,60	
Material uso comum	421,25	421,25	421,25	421,25	421,25	421,25	421,25	421,25	421,25	421,25	421,25	421,25	
DESPESAS FIXAS	1.468,00	1.468,00	1.468,00	1.468,00	1.468,00	1.468,00	1.468,00	1.468,00	1.468,00	1.468,00	1.468,00	1.468,00	17.616,00
Aluguel	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	
Luz	285,00	285,00	285,00	285,00	285,00	285,00	285,00	285,00	285,00	285,00	285,00	285,00	
Água	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00	
Telefone (Plano)	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00	85,00	
Internet	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	
Material de Limpeza	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	80,00	
Material de Uso e Consumo	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	60,00	
Imposto do MEI	58,00	58,00	58,00	58,00	58,00	58,00	58,00	58,00	58,00	58,00	58,00	58,00	
15% Fundo Emergencial	560,00	560,00	560,00	560,00	560,00	560,00	560,00	560,00	560,00	560,00	560,00	560,00	6.720,00
TOTAL LÍQUIDO	3.162,15	3.162,15	3.162,15	3.162,15	3.162,15	3.162,15	3.162,15	3.162,15	3.162,15	3.162,15	3.162,15	3.162,15	37.945,80

Fonte: Elaborada pela autora (2020).

Na análise do DRE tem-se que anualmente uma Nail Designer pode ganhar um valor médio de R\$ 103.728,00 durante o período de 12 meses, considerando que R\$ 17.616,00 são gastos fixos para manter o salão, e, R\$ 41.446,20 com os custos variáveis para os produtos necessários para execução dos trabalhos, prezando sempre pela qualidade dos mesmo. R\$ 6.720,00 são previstos para um fundo de emergência que suprirá a necessidade dos cursos de aperfeiçoamento, cabendo salientar que este é um segmento que exige treinamento e atualizações constantes, acompanhando a tendencia de mercado; bem como esse valor pode ser usado para atualizar equipamentos e remodelar o ambiente. Ao fim do período de 12 meses a profissional terá lucrado R\$ 37.945,80, em uma média de R\$ 3.162,15 por mês, permitindo, desta forma, que se mantenha de forma confortável.

No que tange a sazonalidade, a área de atuação da nail designer não sofre tanta influencia ou oscilação mensal, de período em período. No geral os clientes possuem horários fixos durante o ano todo, mantendo uma frequencia assidua e, portanto, um caixa estável. Óbvio ue em épocas de fim de anos e formaturas o serviço sofre um acrescimo, mas são em dias alternados.

Na prestação de serviços se requer muita atenção com o fluxo de caixa, pois qualquer deslize mal administrado pode causar até mesmo a extinção da empresa do seu mercado de atuação. A projeção do fluxo de caixa depende de vários fatores como o tipo de atividade econômica, o porte da empresa, o processo de produção ou comercialização, se é contínuo ou não, etc. Devem-se considerar as fontes internas ou externas, os ingressos decorrentes de fontes internas podem ser originados por vendas à vista, cobranças das vendas a prazo, vendas de itens do ativo permanente, enquanto as fontes externas são identificadas como proveniente de fornecedores, instituições financeiras e governo. (ZDANOWICZ, 2000)

De acordo com (ZDANOWICZ, 2000, p. 40) “denomina-se fluxo de caixa ao conjunto de ingressos e desembolsos de numerário ao longo de um período projetado. O fluxo de caixa consiste na representação dinâmica da situação financeira de uma empresa, considerando todas as fontes de recursos e todas as aplicações em itens do ativo”.

Segue afirmando, fluxo de caixa é o instrumento de programação financeira, que corresponde às estimativas de entradas e saídas de caixa em certo período de tempo projetado. O principal objetivo é dar uma visão das atividades desenvolvidas, e operações financeiras que são realizadas diariamente, no grupo ativo circulante, dentro das disponibilidades, e que representam o grau de liquidez da empresa. Os objetivos básicos do fluxo de caixa são os seguintes:

- Facilitar a análise e o cálculo na seleção das linhas de crédito a serem obtidas junto às instituições financeiras;
- Programar os ingressos e os desembolsos de caixa, permitindo determinar o período em que deverá ocorrer carência de recursos e o montante, havendo tempo suficiente para as medidas necessárias;
- Permitir o planejamento dos desembolsos de acordo com as disponibilidades de caixa, evitando o acúmulo de compromissos vultosos em época de pouco encaixe;
- Determinar quanto de recursos próprios a empresa dispõe em dado período, e aplica-lós e forma mais rentável possível, bem como analisar os recursos de terceiros que satisfaçam as necessidades da empresa;
- Proporcionar intercâmbio dos diversos departamentos da empresa com a área financeira;
- Desenvolver o uso eficiente e racional de disponível;
- Financiar as necessidades sazonais ou cíclicas da empresa;
- Providenciar os recursos para atender aos projetos de implantação, expansão, modernização ou realocação industrial ou comercial;

- Fixar o nível de caixa, em termos de capital de giro;
- Auxiliar na análise dos valores a receber e estoque;
- Verificar a possibilidade de aplicar possíveis excedentes de caixa;
- Estudar um programa saudável de empréstimos ou financiamentos;
- Projetar um plano efetivo de pagamento de débitos;
- Analisar a viabilidade de serem comprometidos os recursos da empresa;
- Participar e integrar todas as atividades da empresa, facilitando assim os controles financeiros.

Diante disto, administrar o próprio negócio de prestação de serviços requer um conhecimento além do mero desempenho do trabalho ofertado e sim uma organização financeira, um cronograma a ser seguido e um olhar crítico sobre o tangente aos valores monetários cobrados e recebidos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho qualitativo realizado concluiu que o mercado da beleza está em expansão, apesar de ser um mercado de atuação novo, ocorre bastante concorrência, assim exige-se do profissional que presta o serviço maior qualificação de mão de obra e produtos de ótima qualidade, criando um diferencial que irá fidelizar a clientela. Todos os custos de produção e as despesas são absorvidas pelo desenvolvimento do trabalho; desta forma torna-se uma prestação de serviços com boa lucratividade para a nail designer.

A problemática do estudo foi: O preço praticado pelas designers de unhas cobre os custos de serviço e material, gerando lucratividade e permanência da profissional no mercado?

O estudo observou que uma nail designer com uma clientela assídua, com estabelecimento de porte médio consegue ganhar um valor de R\$ 103.728,00 ao ano trabalhado, sendo que 36,58% sobre de valor lucro líquido para a sobrevivência e aplicações da profissional em nail designer. 63,42% do valor arrecadado são destinadas as despesas fixas e aos custos variáveis do negócio, bem como um fundo de 15% destinado as emergências e qualificação profissional.

Através da análise dos dados acima é possível responder ao problema inicialmente fixado de forma positiva, que os preços praticados pelas nail designer cobrem os custos de produção e as despesas fixas do salão, tendo ao final do período mensal uma boa

lucratividade, podendo-se investir em cursos e treinamentos na sua área de atuação. É possível afirmar também, que diante do objetivo fixado, uma gestão de custos pensada e analisada de forma individualizada para cada tipo de negócio é fundamental para que a permanência do mesmo no seu mercado de atuação.

Ao ponto que o objetivo central do trabalho foi verificar de que forma uma gestão de custos pensada e analisada previamente pode contribuir na gestão do negócio, pode-se concluir que, atualmente muitas empresas não realizam um plano de gestão de custos antes de iniciar seu negócio, o que gera a insuficiência de qualidade a impermanência no mercado, logo deixando de existir. Avaliar custos e despesas de uma empresa requer uma grande estratégia, onde qualquer erro pode ser a razão de um péssimo negócio. O negócio torna-se lucrativo quando o empresário souber administrar corretamente sua empresa.

Ao contrário do que muitos pensam, o cuidado pessoal, com cabelo e unhas, é uma técnica muito antiga, que começou com as egípcias que tingiam as unhas, mais tarde em Atenas, onde foram criados os primeiros salões de cabeleireiro, construídos em praça pública e eram usados somente pelos homens.

E como tudo que começa simples e parte de uma necessidade e demanda, não foi diferente com os salões de beleza, com passar dos anos, criou-se a necessidade de espaço próprios para atendimento e colaboradores especializados que atendesse a especificações, como cabelereiros, auxiliares e manicures.

Observar-se que apesar do crescimento no setor, há uma “carência na formação dos empreendedores quanto a gestão de seus empreendimentos” (SEBRAE, 2013), esses profissionais investem muito em curso de formação na área, mas nada ou quase nada em gerir sua fonte de renda, sua empresa. É de extrema importância mostrar a força e potencial que esses empreendedores tem, se souberam aliar conceitos e formar bases sólidas e não somente disponibilizar seu serviço pelo preço que “achar justo”.

Vive-se em um mundo cada vez mais visual em que a percepção da realidade é feita por meio do sentido da visão. Busca-se rapidamente captar, analisar e sintetizar as informações de forma a selecionar aquelas mais interessantes e a descartar o que não nos interessa. Esse processamento é realizado de forma automática. Pesquisas indicam que são necessários menos de trinta segundos para formar a primeira impressão de uma pessoa.

A imagem pessoal é algo muito variável, pode-se mudá-la constantemente de acordo com as tendências do momento, podendo alterar o cabelo, variando em estilos e cores, maquiagem, vestuário, acessórios de acordo como está se sentindo naquele período da sua

vida e com o seu corpo. Se houver alguma insatisfação corporal há meios de melhorá-los e, conseqüentemente, melhorar sua imagem pessoal.

Essa crescente necessidade de profissionais qualificados na área de beleza se faz algo mister, adentrar esse mercado de atuação inovador necessita de conhecimento do serviço, noção de empreendedorismo e, acima de tudo, ser um bom gerenciador financeiro, fazendo a ligação entre rentabilidade e custos de realização do trabalho.

O trabalho desempenhado pelas manicures profissionais, ou seja, pelas nail designer contam com o diferencial importantíssimo a ser considerado, o fator criativo e inovador que este profissional necessita ter. O perfil deste empreendedor deve ser dinâmico, moderno, ousado e criativo, porém, em nenhum momento pode perder o foco da sociedade onde está inserido, do perfil de sua clientela, e o desempenho financeiro geral de todo o serviço desempenhado.

O grande fator limitante do trabalho de uma Nail Designer é a grande competitividade do mercado, portanto, para suprimir os concorrentes é necessário desempenhar um serviço de qualidade, bom gosto e idoneidade; utilizando produtos de ótima qualidade e com atendimento pessoal de excelência.

Deve-se ter em mente que o profissional deve fazer cursos frequentemente, estando atualizado no segmento, bem como, cuidar da gestão de custos do empreendimento, procurando através da captação de clientela aumentar a lucratividade.

REFERÊNCIAS

ALENCAR, Eunice M. L. **Soriano de. A Gerência da Criatividade.** São Paulo: Markron Books, 1996.

BRUNI LEAL, Adriano; FAMÁ RUBENS. **Gestão de Custos e Formação de Preço.** 3º Ed. São Paulo: Ed Atlas S.A, 2004.

CORRÊA, Henrique L.; CAON, Mauro. **Gestão de serviços: lucratividade por meio de operações e de satisfação dos clientes.** 1. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

CUNHA, Marília Caroline Freire; FERNANDES, Maria Sueli Arnoud. **A Utilização da Contabilidade de Custos na Formação do Preço de Venda.** Disponível em <http://www.prac.ufpb.br/anais/IXEnex/iniciacao/documentos/anais/7.TECNOLOGIA/7CCSA DFCMT01.pdf>, acesso em 20/05/2020.

DUBOIS, Alexy; KULPA, Luciana; SOUZA, Luiz Eurico de Souza. **Gestão de Custos e Formação de Preços.** São Paulo: Atlas, 2006.

DUTRA, René Gomes. **Custos – Uma abordagem prática.** 5ª Ed. São Paulo: Atlas, 2003.

FERREIRA, José Antônio Stark. **Contabilidade de Custos**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1999.

HORNGREN, Charles T.; SUNDEN, Gary L.; STRATTON, William O. **Contabilidade Gerencial**. 12ª ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2004.

IUDÍCIBUS, Sérgio de. **Análise de Balanços**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 1987.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Atlas, 2007.

LEONE, George Sebastião Guerra. **Custos – Planejamento, implantação e controle**. São Paulo: Atlas, 2004.

MUSSAK, E. **Metacompetência: uma visão do trabalho e da realização pessoal**. São Paulo: Editora Gente, 2003.

SANTOS, Joel José. **Contabilidade e Análise de Custos**. 6ª Ed. São Paulo: Atlas, 2011.

SEBRAE. **Empreendedorismo**. Disponível em www.sebrae-rs.com.br, acesso em 10/05/2020.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **O que é lucro, lucratividade e rentabilidade?**. 2019. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/calculo-da-lucratividade-do-seu-negocio/>, acesso em 14/10/2020.

VANDERBECK, Edward J.; NAGY, Charles F. **Contabilidade de Custos**. 11ª ed. São Paulo: Ed. Thomson, 2003.

WEBER, Mariana. **Brasil é o quarto maior mercado de beleza e cuidados pessoais do mundo**. Disponível em: <https://forbes.com.br/negocios/2020/07/brasil-e-o-quarto-maior-mercado-de-beleza-e-cuidados-pessoais-do-mundo/>, acesso em 03/11/2020.

WERNKE, Rodney. **Análise de custos e preços de venda: ênfase em aplicações e casos nacionais**. São Paulo: Saraiva, 2004.

ZDANOWICZ, José Eduardo. **Fluxo de Caixa: uma decisão de planejamento e controle financeiros**. 8ª ed. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2000.