



**A EVOLUÇÃO DO SETOR DE BELEZA E A QUALIFICAÇÃO DOS PROFISSIONAIS DA ÁREA**  
**THE EVOLUTION OF THE BEAUTY INDUSTRY AND THE QUALIFICATION OF PROFESSIONALS**  
**IN THE FIELD**

Maria Alice da Silva<sup>1</sup>

**RESUMO:** Atualmente, o setor de serviço está em ascensão no Brasil e no mundo. Destacando-se o setor de beleza, principalmente os salões de cabeleireiros, onde encontramos os mais distintos públicos. Por meio deste contexto, como propósito de trabalho de pesquisa, definiu-se fazer um levantamento histórico sobre a evolução do setor de beleza e analisar se os meios de qualificações dos profissionais desse setor atende as exigências do mercado. Pode-se concluir que, o setor da beleza é um dos que mais cresce na atualidade, devido ao maior poder aquisitivo da população, a chegada da mulher ao mercado de trabalho e também do público masculino e infantil que estão chegando aos salões de beleza. É possível verificar que os profissionais da área estão atentos às novas exigências dos clientes e fazendo cursos profissionalizantes a fim de satisfazê-los.

**PALAVRAS CHAVE:** Salão de beleza. Qualidade. Marketing de serviço. Qualificação profissional.

**ABSTRACT:** *Currently, the service sector is on the rise in Brazil and worldwide. Highlighting the beauty industry, especially hairdressing salons, where we find the most different audiences. Through this context, the purpose of research work, we chose to make a historical survey of the development of the beauty industry and analyze the means of professional qualifications of this sector meet market demands. It can finalize that the beauty industry is one of the fastest growing nowadays, due to the higher purchasing power of the population, the arrival of women in the labor market and male and child audience who are coming to salons. It is possible to verify that the professionals are attentive to changing customer requirements and doing professional courses in order to satisfy them.*

**KEYWORDS:** *Beauty salon. Quality. Service marketing. Professional qualification.*

## INTRODUÇÃO

Este trabalho de pesquisa, que tem como tema “A evolução do setor de beleza e a qualificação dos profissionais da área”, tem como objetivo fazer um levantamento histórico sobre a evolução do setor de beleza e analisar se os

meios de qualificação dos profissionais desse setor atendem as exigências do mercado.

O setor de serviço é uma área em ascensão no presente século, no qual estamos vivendo.

Encontramos disponíveis diversos tipos de serviços especializados nas diferentes áreas da

<sup>1</sup> Curso de Administração



vida, social, financeira, de bens, educação entre outros.

Dentre esses, vimos crescer nas últimas décadas o setor de beleza. Encabeçado pela chegada da mulher no mercado de trabalho e também a quebra do paradigma que, salão de beleza é destinado somente ao público feminino, encorajando os homens a procurar por esses serviços.

O aumento da procura gerou o crescimento acelerado de estabelecimentos destinados a esses fins. Contudo não se pode aumentar a quantidade deixando a qualidade em declínio. Pois segundo Honorato (2004, p.194) “a qualidade do serviço é altamente dependente da qualidade da interação do prestador de serviço com o usuário, à qualidade do serviço está fortemente relacionada com o prestador de serviço”.

Por isso, esse trabalho busca pesquisar se os profissionais dão qualidade aos serviços prestados nos estabelecimentos de beleza, ou seja, se tais prestadores de serviços estão qualificados para esses fins.

Na primeira parte pretende-se apresentar o estado de arte da pesquisa, a partir do referencial teórico proposto pelos autores KOTLER, HAYES e BLOOM na obra: Marketing de serviços profissionais. E LOVELOCK e WRIGHT na obra: Serviços, marketing e gestão.

Na segunda parte, pretende-se realizar um estudo comparativo entre os dados obtidos na pesquisa bibliográfica e no levantamento de dados e por fim, na conclusão deste trabalho de

pesquisa, o investigador se compromete a responder o problema de pesquisa proposto.

## FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### **O setor de serviços**

Compreende-se por setor de serviços uma área ampla, na qual podemos destacar as redes bancárias, as seguradoras, as redes de supermercado entre outras. Pois segundo LOVELOCK e WRIGHT (2001, p.4) “acender uma lâmpada, assistir televisão, falar ao telefone, subir em um ônibus, consultar um médico, enviar uma carta são exemplos de consumo de serviços”.

A prestação de serviço está intimamente ligada às necessidades da vida diária, de um lado está o consumidor que busca o fornecimento da especialização em uma determinada área e por outro lado o prestador de serviço que busca contemplar as necessidades do cliente.

Por tanto, pode-se definir o que é um serviço, segundo LOVELOCK e WRIGHT (2001, p.5) como:

Serviços é um ato ou desempenho oferecido por uma parte a outra. Embora o processo possa estar ligado a um produto físico, o desempenho é essencialmente intangível e normalmente não resulta em propriedade de nenhum dos fatores de produção.

### **A evolução no setor de beleza**



O Brasil tem se consolidado como um dos países que mais tem investimentos no setor de beleza, segundo pesquisa da Associação Nacional de Comércio de Artigos de Higiene Pessoal e Beleza (ANABEL), constatou um crescimento de 78% no número de salões de beleza nos últimos cinco anos, passando de 309 mil em 2005 para 550 mil, em 2010. A Federação de comércio de SP (Fecomércio) apontou um crescimento de 44% nos gastos das famílias com cabeleireiro, chegando a gastar mais com beleza do que com comida, segundo pesquisa realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas – IBGE (2011).

Impulsionado pelo culto à beleza, incentivado pelos meios de comunicação, a população brasileira tem se preocupado cada dia mais com a estética, não só com o corpo, mas também com cabelo, unha e maquiagem. Essa procura frequente não se limita só ao universo feminino, tendo um crescimento acentuado do público masculino e infantil, levando o aumento de salões destinados a atender as exigências desses novos consumidores.

O avanço no setor de beleza também é estimulado pelo aumento da renda das famílias, a chegada da mulher no mercado de trabalho, os preços acessíveis dos produtos e as facilidades no pagamento, tais como parcelamentos e pagamentos com cartão de crédito.

A classe C (famílias que ganham de três a dez salários mínimos) lidera o crescimento do consumo no setor de beleza e estética, respondendo por 45,64% dos gastos, que atingiu um aumento de 388% em oito anos, segundo pesquisa do Instituto Data Popular (2011).

Pesquisa da Junta Comercial de São Paulo, o número de novos registros de salões de beleza

na cidade, supera o número de lanchonetes e bares. Segundo dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micros e Pequenas Empresas (SEBRAE), os cabeleireiros ocupam o segundo lugar na lista de ocupações dos empreendedores. Entre janeiro e junho de 2013, foram abertos 2.445 salões de beleza em São Paulo, um crescimento de 85% em relação mesmo período do ano anterior (2012).

### ***A qualificação profissional dos profissionais da área da beleza***

Em se tratando da área da beleza, o cliente procura por esse serviço, geralmente em busca da realização e satisfação do ego, buscando valorizar a sua imagem, tanto para os outros como para si mesmo. Pode-se dizer que, os clientes de salões de beleza buscam acima de tudo a qualidade do serviço.

Segundo, Kotler, Hayes e Bloom (2002, p. 41)

A definição de qualidade pode variar de um texto para outro, alguns elementos básicos das várias definições acabam se tornando consenso. Primeiro, a qualidade está nos olhos do observador – do cliente, portanto, no caso de empresa de prestação de serviços profissionais. Segundo, é difícil, saber como os clientes definem qualidade sem que lhes seja perguntado.

Portanto, a qualidade dos serviços prestados pelas empresas destinadas a beleza é estabelecida pelos clientes, nesse sentido o profissional que oferece esse serviço precisa atentar-se às questões do mercado e ao mesmo tempo as necessidades individuais de cada cliente. Pois, a qualidade do serviço consiste em superar as expectativas do cliente (Kotler, Hayes e Bloom, 2002, p 52).

Conservar a qualidade dos serviços prestados é um grande desafio para os



empreendedores do setor de beleza, considerando os lançamentos de produtos inovadores e a mercadologia apresentada pelos veículos de comunicação. Deste modo, esses prestadores de serviços profissionais precisam investir em bons funcionários e garantir a satisfação do cliente (Kotler, Hayes e Bloom, 2002, p 21).

A qualidade do serviço oferecido não se mede pelo grau de instrução do prestador do serviço, porém a qualificação profissional está diretamente ligada aos conhecimentos da pessoa que executa a profissão, seja em nível de escolaridade e/ou de experiência profissional. Considerando que, para a área de prestação de serviço a experiência transmitida pelos clientes assíduos, aumenta o número de clientes, ou seja, a propaganda boca a boca é um grande recurso de marketing.

Sendo assim, o profissional do setor de beleza precisa estar atualizado a respeito das novidades de produtos e serviços lançados pelo mercado. Sempre aperfeiçoando e aprimorando os serviços prestados, superando as expectativas dos clientes. Para tanto, é indispensável os cursos oferecidos por escolas profissionalizantes e pelas empresas fornecedoras de produtos cosméticos, destinados aos salões de beleza.

Segundo reportagem da Canção Nova Notícias, é necessário que o empreendedor invista em cursos profissionalizantes e de aperfeiçoamento para responder as expectativas dos clientes (2013).

## DESENVOLVIMENTO DA PESQUISA

### Problema de pesquisa

O aumento do poder aquisitivo da população tem contribuído para o aumento do setor de serviço de beleza. Será que os profissionais estão preparados?

### Método de pesquisa

A pesquisa pode ser considerada como forma de aprendizagem cultural e como forma de produção cultural. A pesquisa é "um procedimento reflexivo, sistemático, controlado e crítico, que permite descobrir novos fatos ou dados, relações ou leis, em qualquer campo de conhecimento" (LAKATOS; MARCONI, 1983, p.44).

Para Rudio (1992, p.15):

[...] como a pesquisa tem por objetivo um problema a ser resolvido, o método serve de guia para o estudo sistemático do enunciado, compreensão e busca de solução do referido problema. Examinado mais atentamente, o método da pesquisa científica não é outra coisa do que a elaboração, consciente e organizada, dos diversos procedimentos que nos orientam para realizar o ato reflexivo, isto é, a operação discursiva de nossa mente.

Ao se buscar delinear as diferentes etapas de um processo de pesquisa, procura-se metodologicamente desenvolvê-la dentro de uma lógica que a conduza aos objetivos formulados. Pode-se assim dizer que a metodologia representa o polo técnico da pesquisa que trata dos procedimentos de coleta de dados, e da sua transformação em informação relevante para a problemática apresentada.

Essa foi uma pesquisa qualitativa, de cunho bibliográfico, segundo Gil (2002, p. 44) "A pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base



em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”. Classificada como pesquisa de levantamento de dados, segundo Gil (2002, p.50) “As pesquisas deste tipo caracterizam-se pela interrogação direta das pessoas cujo comportamento se deseja conhecer.”

A pesquisa realizada foi classificada como estudo qualitativo, bibliográfico e de levantamento de dados. Por meio desta, como instrumento da metodologia de pesquisa, o pesquisador fez uso da utilização do método de coleta de dados, em que é executado por meio de questionários. O questionário será destinado a profissional de salões de beleza no município de Ferraz de Vasconcelos, sendo estes os atores da pesquisa de campo.

Os procedimentos que foram utilizados nessa pesquisa foram: primeiro o referencial teórico embasamento de autores e pesquisadores no assunto, posteriormente, a pesquisa de campo. Ou seja, inicialmente a pesquisa bibliografia e em seguida a pesquisa de campo, com questionários.

Por meio desta, como instrumento da metodologia de pesquisa, o pesquisador fará uso da utilização do método de coleta de dados, em que será executado por meio de levantamento bibliográfico de livros, revistas, jornais e teses de mestrado e doutorado.

### Análise

Neste momento o pesquisador passa a explicitar os instrumentos de pesquisa de dados,

### Resultados

em que foi realizado um questionário individual de questões com múltipla escolha. A escolha do questionário ocorreu por ser um facilitador no momento da tabulação e proporcionar uma exploração em profundidade dos dados coletados a fim de alcançar aos objetivos dessa pesquisa.

A pesquisa para coleta de dados foi realizada em 10 salões de beleza, no município de Ferraz de Vasconcelos, localizado no extremo leste da região Metropolitana de São Paulo.

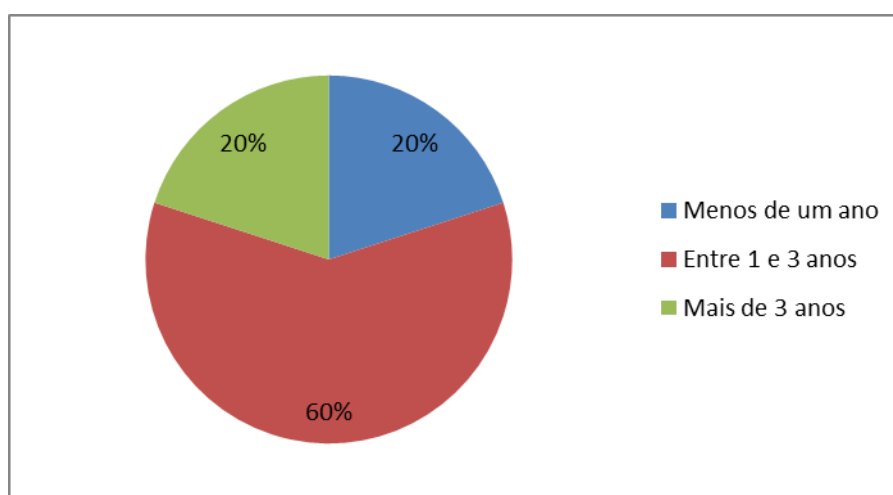
Os clientes dos cabeleireiros onde foi realizada a pesquisa são da classe C (renda entre três e dez salários mínimos), com cerca de 12 mil habitantes, em dois bairros -Vila Jurema e Vila Margarida. Esse território é constituído de conjuntos habitacionais (Companhia de Desenvolvimento Habitacional e Urbano – CDHU), possui dois postos de saúde, uma Delegacia de Polícia Metropolitana, um supermercado, drogarias, mercearias, bares, lojas, restaurantes e lanchonetes.

O fluxo médio de atendimento é de 20 atendimentos ao dia, sendo que os estabelecimentos trabalham com dois a seis profissionais (cabeleireiros, manicure e pedicure) com rendimento mensal entre R\$3.500,00 e R\$6.000,00 reais. Atendem de seis a sete dias na semana, sendo os horários flexíveis.

O questionário foi aplicado a um profissional de cada estabelecimento, que consta em anexo 1, na maioria o proprietário do salão, que também presta serviço de atendimento ao público além dos procedimentos administrativos. Quando na falta do proprietário o questionário foi feito com o profissional na chefia imediata do estabelecimento.

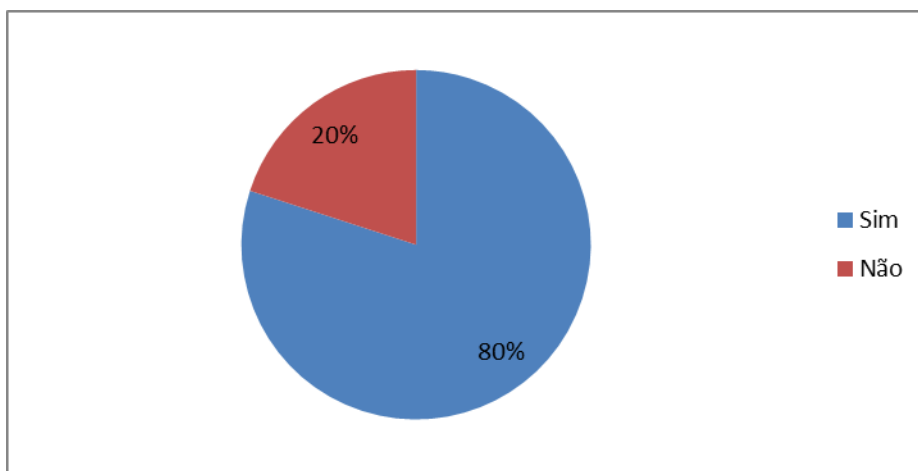


**Gráfico 1- Tempo de Funcionamento**



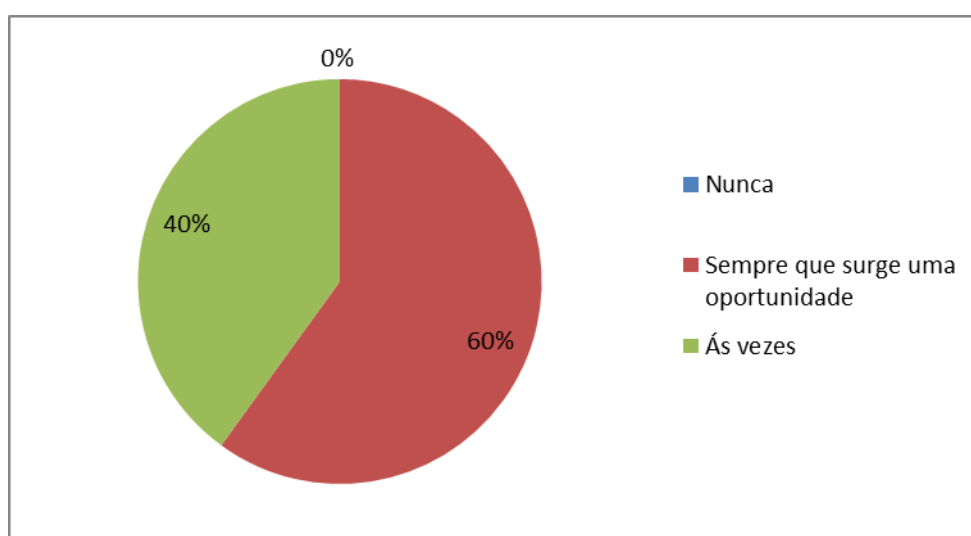
Conforme os resultados descritos no gráfico, os profissionais e/ou proprietários de salões de beleza, dois (20%) estão em funcionamento a mais de três anos, dois (20%) a menos de um ano e seis (60%) entre um e três anos.

**Gráfico 2 – Curso Profissionalizante**



De acordo com o gráfico, oito (80%) profissionais fizeram cursos antes de começar a exercer a profissão e dois (20%) não fizeram nenhum curso.

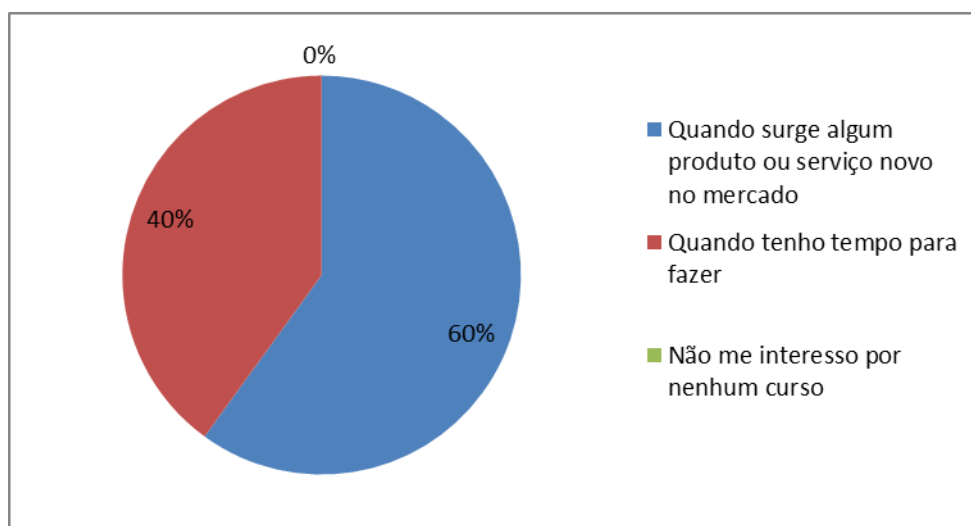
**Gráfico 3 – Cursos de Qualificação**



Referente ao gráfico, seis (60%) entrevistados disseram que fazem cursos sempre que surge uma oportunidade e quatro (40%) falaram que fazem cursos às vezes.

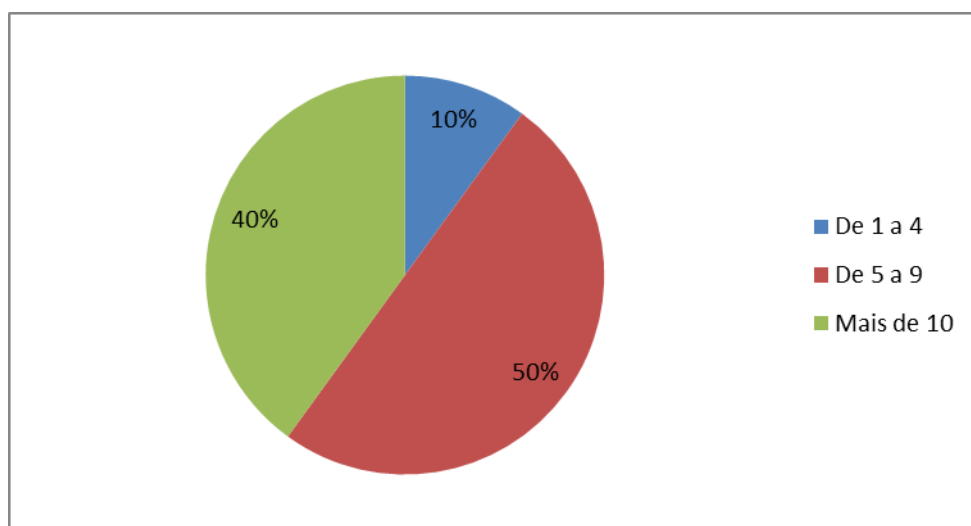


**Gráfico 4- Interesse por Novos Cursos**



Analisando o gráfico, seis (60%) pessoas disseram que procuram cursos profissionalizantes para realizar sempre que surge algum produto ou serviço novo no mercado e quatro (40%) disseram que procuram quando têm tempo livre para fazer cursos.

**Gráfico 5- Quantidade de Cursos Realizados**

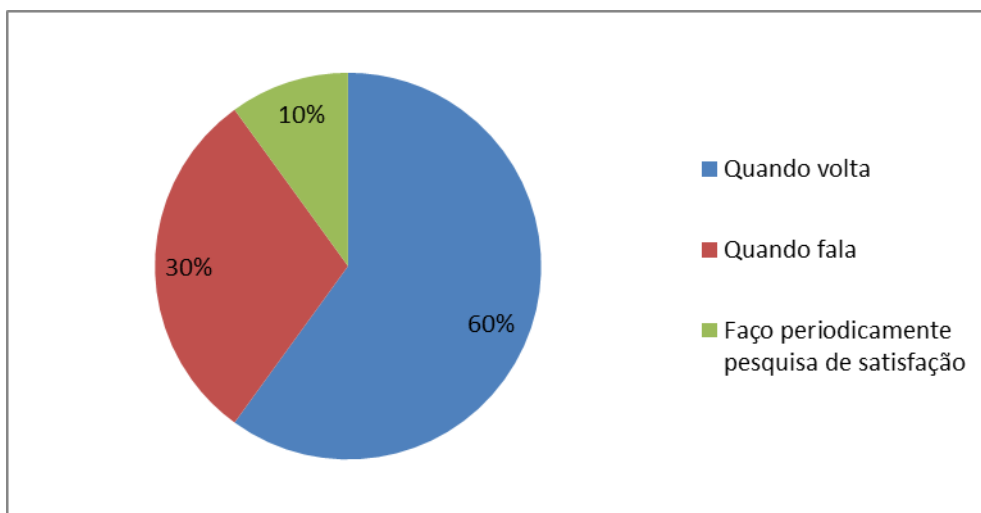






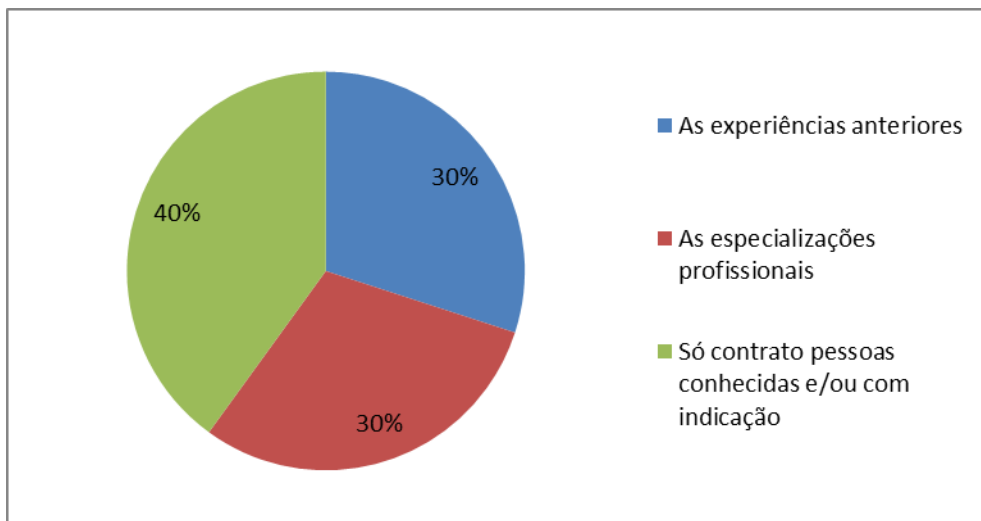
Ao considerar o gráfico referente à quantidade de cursos realizados, um (10%) profissional fez entre 1 e 4 cursos, cinco (50%) fizeram de 5 a 9 cursos e quatro (40%) mais de 10 cursos.

**Gráfico 6- Satisfação dos Clientes**



De acordo com o gráfico, seis (60%) entrevistados apontam que sabem que o cliente ficou satisfeito quando ele volta novamente ao estabelecimento, três (30%) disseram que sabem quando o cliente fala e um (10%) realiza pesquisa de satisfação.

**Gráfico 7- Requisitos para Contratação**





Analisando o gráfico, três (30%) profissionais informaram atentarem-se as experiências anteriores dos candidatos, três (30%) afirmaram que analisam as especializações profissionais e quatro (40%) só contratam pessoas conhecidas ou com indicação.

### Discussão

Pode-se verificar que na maioria dos salões as necessidades dos clientes são idênticas, levando os profissionais a procurarem especializações para atender e satisfazer os clientes. Levando em consideração que a qualidade do serviço prestado no setor de embelezamento é manifestada exclusivamente pelo cliente.

Nos estabelecimentos pesquisados os profissionais estão atentos aos lançamentos do mercado, pois 60% dos entrevistados fazem cursos quando surge algum produto ou serviço novo no mercado e 40% procuram os cursos quando surge oportunidade. Considerando que o setor de beleza está em ascensão e sempre surgem novos produtos e procedimentos a maioria dos profissionais está se qualificando para se manterem atualizados. Referente à quantidade de cursos realizados, 90% afirmaram que fizeram mais de 5 cursos ao longo da carreira profissional, sendo as qualificações profissionais uma das maiores exigências e pré-requisito para a satisfação do cliente, é um número satisfatório para a área. Estando atento só com a quantidade dos serviços prestados, os profissionais podem se descuidar da qualidade do mesmo. Pois, no setor de serviço a qualidade é requisito prioritário na prestação do serviço,

considerando que se trata de um serviço de satisfação exclusivamente pessoal. Nos salões de beleza pesquisados, 80% dos profissionais entraram na área já com diploma de curso profissionalizante. E 60% analisam as experiências e especializações dos candidatos para realizar novas contratações.

Para que se possam aprimorar os serviços são indispensáveis conhecer o grau de satisfação dos clientes, tanto relacionado ao serviço quanto ao produto utilizado pelo profissional. Somente um estabelecimento pesquisado realiza pesquisa de satisfação, pois com essa atividade é possível avaliar de maneira clara o contentamento da clientela.

Porque quando o cliente mostra a sua satisfação falando, que é o caso de 30% dos estabelecimentos, esse contentamento pode ser momentâneo, em curto prazo, deixando de superar as expectativas do cliente e até mesmo levando-o a procurar outros estabelecimentos profissionais.

### CONCLUSÃO

Constatou-se através do levantamento bibliográfico que, as empresas destinadas aos fins de embelezamento têm crescido acentuadamente no Brasil, destacando o número de novos empreendimentos abertos, sem considerar os salões que não são citados nas pesquisas, pois não possuem alvará de funcionamento.

É possível afirmar que são inúmeros os cursos profissionalizantes oferecidos no mercado, alguns reconhecidos pelo Ministério da Educação e Cultura (MEC) outros sem



certificação, ou seja, clandestinos. O que faz com que esses cursos sejam de valores mais acessíveis, por isso mais procurado.

O governo também tem investido nesse setor, ofertando cursos técnicos nas escolas mantidas por ele, como as Escolas Técnicas Estaduais (ETCs). E fazendo parcerias com faculdades e escolas privadas, para capacitação de pessoas que estão ou irão ingressar nesse mercado.

É possível analisar que não há uma grande discrepância relacionada à importância dada pelos profissionais do setor de beleza às qualificações profissionais, pois a maioria se interessa por cursos que aprimore os serviços prestados pelo seu estabelecimento.

Os profissionais que estão chegando ao mercado já vêm com algum diploma de cursos profissionalizante, por meio da pesquisa de campo foi possível analisar que os proprietários e os prestadores de serviços na área da beleza valorizam os conhecimentos teóricos e metodológicos proporcionados pelos cursos de especialização e profissionalização.

Podemos observar que os profissionais estão preparados para atender as necessidades dos clientes, porém é preciso aprimorar os métodos de pesquisa de satisfação, considerando que os cursos de formação e aprimoramento devem ser realizados a fim de ir ao encontro daquilo que a clientela procura.

Essa pesquisa contribuiu de maneira significativa para o enriquecimento de profissionais da área de administração, pois fez um breve levantamento da evolução do setor de serviços no setor de embelezamento,

pesquisa que subsidia a entender o crescimento acentuado dos serviços prestados nos salões de beleza.

Pode-se, a partir desta pesquisa, investigar quais os cursos mais procurados pelos profissionais da beleza, verificar como realizar pesquisas de satisfação a fim de melhorar o atendimento aos clientes e também fazer um levantamento do que os diferentes tipos de clientes (homens, mulheres, crianças, idosos, entre outros), procuram em um estabelecimento para embelezamento.

## REFERÊNCIAS

ALVARENGA, Darlan. **Renda maior aumenta gastos com beleza e faz de salão o negócio da vez [Internet]. Rio de Janeiro: Globo, 2011.** [ ]. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/pme/noticia/011/09/09/renda-maior-aumenta-gastos-com-beleza-e-faz-de-salao-o-negocio-da-vez.html>>. Acesso em: 04. out. 2014.

ARAÚJO, Núbia. **Salão de beleza vira ótimo negócio no país:** reportagem sobre beleza em um salão Mutari de Brasília [Internet] Brasília: [s.n.], 2013. [ ] Disponível em: <<http://www.mutari.com.br/na-midia/noticia-mercado-de-cosmeticos>>. Acesso em: 02. out. 2014.

GIL, Antonio C. **Como elaborar projeto de pesquisa.** 4. ed. São Paulo, Atlas, 2002.

HONORATO, Gilson. **Conhecendo o marketing.** São Paulo: Manole. 2004.

KLOTER, Philip; HAYES, Thomas; BLOOM, Paul N. **Marketing de serviços profissionais.** Tradução de Eduardo Lasserre. 2. ed. São Paulo: Manole, 2002.

LOVELOCK, Christopher; WRIGHT, Lauren. **Serviços, marketing e gestão.** Tradução de Cid Knipel Moreira. São Paulo: Saraiva, 2001.



MARQUES, Claudio. **Em crescimento, setor de beleza atrai** [Internet] **São Paulo: O Estado de São Paulo**, 2013. Disponível em: <<http://economia.estadao.com.br/blogs/sua-oportunidade/em-crescimento-setor-de-beleza-atrai/>>. Acesso em 04. out. 2014.

RUDIO, F. Victor. **Introdução ao projeto de pesquisa científica**. 17. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1992.



## ANEXO 1- QUESTIONÁRIO

Há quanto tempo você trabalha em salão de beleza?

- Menos de 1 ano
- Entre 1 e 3 anos
- Mais de 3 anos

Fez algum curso antes de começar na área?

- Sim
- Não

Com que frequência faz curso de qualificação?

- Nunca
- Sempre que surge uma oportunidade
- As vezes

Quando você procura um curso para fazer?

- Quando surge algum produto ou serviço novo no mercado
- Não me interessa por nenhum curso
- Quando tenho tempo para fazer

Quantos cursos já fizeram na área da beleza?

- De 1 á 4
- De 5 á 9
- Mais de 10

Quando você sabe que o cliente ficou satisfeito?

- Quando volta novamente
- Quando ele fala
- Faço periodicamente pesquisa de satisfação

Quais os pré-requisitos para que você contrate um novo funcionário?

- As experiências anteriores
- As especializações profissionais
- Só contrato pessoas conhecidas e/ou com indicação