

ÁREA TEMÁTICA: Estudos Organizacionais

**MATRIZ IMPORTÂNCIA-DESEMPENHO COMO FERRAMENTA
ESTRATÉGICA PARA A QUALIDADE NO SERVIÇO DE CORTE DE
CABELO**

36º ENANGRAD

Resumo

Este estudo avalia as percepções de clientes sobre a qualidade do serviço de corte de cabelo usando a matriz de importância e desempenho de Slack (2023). A pesquisa, que foi descritiva e seguiu abordagem qualitativa, coletou dados por meio de questionário estruturado no Google Forms respondido por 25 clientes entre os dias 11 e 18 de fevereiro de 2025. Os critérios analisados incluíram aspectos técnicos, estruturais e de atendimento, medidos em termos de importância e desempenho em relação à concorrência. A organização dos dados na matriz possibilitou identificar atributos bem avaliados e pontos que necessitam de melhorias. Os resultados mostram que esta ferramenta é eficaz na compreensão das percepções de clientes e no desenvolvimento de estratégias para melhorar a qualidade do serviço e aumentar a satisfação dos clientes e a competitividade no mercado.

Palavras-chave: Matriz Importância Desempenho, Competitividade, Setor de Serviços

36º ENANGRAD

1. Introdução

O setor de beleza e cuidados pessoais tem se destacado dentro da indústria de serviços, tornando-se um mercado em constante crescimento. Manter a qualidade dos produtos e serviços oferecidos é essencial para garantir a satisfação dos clientes e fortalecer sua fidelização, fator determinante para o sucesso dos negócios nesse segmento. De acordo com a Agência Sebrae de Notícias (ASN Nacional, 2024), foi registrado a abertura de 143 mil novos CNPJs na área de beleza nos primeiros nove meses de 2023, abrangendo cabeleireiros, barbeiros, manicures, pedicures e outros profissionais, esses profissionais representaram 9% do total de MEIs, correspondendo a aproximadamente 1,3 milhões de empreendedores, conforme o Índice Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) de 2022. Entre esses serviços, o corte de cabelo se destaca como uma atividade importante para a manutenção da autoimagem e do bem-estar das pessoas.

Portanto, compreender os fatores competitivos que influenciam a percepção de desempenho em relação à concorrência no setor de corte de cabelos é fundamental para aprimorar a experiência do consumidor e fortalecer a qualidade do serviço prestado. A Matriz de Importância e Desempenho, proposta por Slack (1993), apresenta-se como uma ferramenta estratégica para a avaliação de produtos e serviços, permitindo a identificação de fatores competitivos que impactam a satisfação das clientes. Essa ferramenta permite classificar os atributos do serviço em diferentes zonas de prioridade, facilitando a tomada de decisão quanto a investimentos e melhorias (Slack; Brandon-Jones; Burgess, 2023). Dessa forma, sua aplicação no serviço de corte de cabelo possibilita a análise crítica dos atributos que são importantes para as clientes e do desempenho do serviço em relação aos concorrentes, apresentando a competitividade do serviço.

Avaliar a satisfação dos clientes de um serviço de corte de cabelo é fundamental para a competitividade do negócio. Compreender a importância atribuída pelas clientes a diferentes atributos e analisar seu desempenho em comparação com concorrentes permite identificar oportunidades de melhoria e diferenciação no mercado, contribuindo para o aprimoramento contínuo da qualidade do serviço, a fidelização de clientes e o fortalecimento da posição da empresa no segmento de beleza.

Este artigo está organizado em quatro seções principais, além da introdução apresentada: sendo fundamentação teórica, metodologia, análise e discussão dos resultados e conclusão e contribuições. A fundamentação teórica apresenta a Matriz de Importância e Desempenho e o contexto do setor de serviços de beleza. A metodologia descreve o tipo de estudo, a abordagem qualitativa, os procedimentos de coleta por questionário e a forma de análise dos dados. A análise e discussão dos resultados traz as médias de importância e desempenho, a aplicação da matriz e os principais resultados da pesquisa.

Por fim, a conclusão destaca os resultados obtidos e as contribuições do estudo.

2. Fundamentação Teórica

2.2. Matriz de Importância e Desempenho

A matriz de importância-desempenho é uma ferramenta estratégica utilizada para avaliar a importância de fatores competitivos que caracterizam um produto ou serviço. Ela permite avaliar o desempenho de fatores competitivos contra os concorrentes, dessa forma, posiciona cada fator competitivo de acordo com suas pontuações de importância e de desempenho (Slack; Brandon-Jones; Burgess, 2023).

Para isso, é necessário definir fatores competitivos para caracterizar um produto ou serviço, a intenção dessa definição é compreender o grau de importância dos fatores para os clientes e o nível de desempenho realizado para cada um deles, o ponto de comparação mais revelador é com os concorrentes. Avaliar o desempenho em relação aos concorrentes é definir se o desempenho alcançado em determinado fator competitivo é melhor, igual ou pior do que seus concorrentes (Slack et al., 2023). Slack, Brandon-Jones e Johnston (2018) classificam a importância em três categorias gerais para realizar uma indicação relativa dos fatores competitivos, indicando os fatores como ganhadores de pedidos, qualificadores ou menos importantes, que representam posições fortes, médias e fracas de importância para os clientes.

Dessa forma, a avaliação da importância e do desempenho é classificada em uma escala de 9 pontos, conforme apresentado na figura 1, e alocada na matriz de importância-desempenho de acordo com a média obtida para cada fator competitivo em relação à importância dada pelos clientes e pelo desempenho contra concorrentes.

36º ENANGRAD

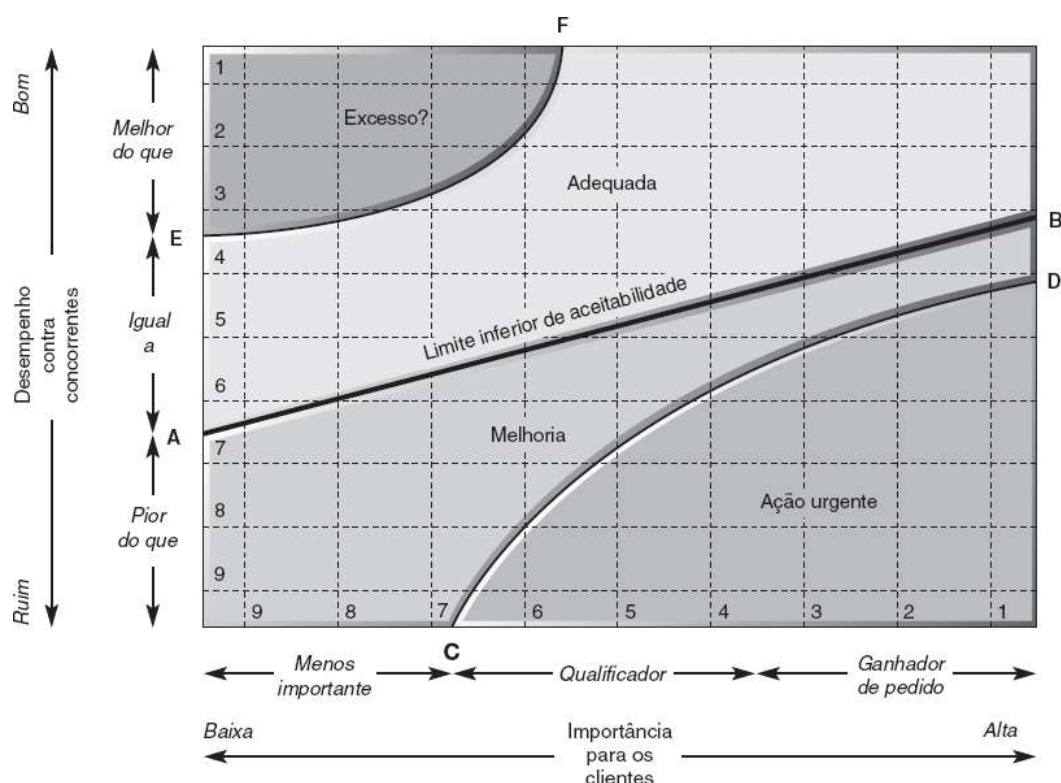
Figura 1 - Escala de nove pontos para avaliar a importância e desempenho

(a) Escala de importância para fatores competitivos			(b) Escala de desempenho para fatores competitivos		
Posição	Descrição		Posição	Descrição	
1	Oferece uma vantagem decisiva aos clientes		1	Consideravelmente melhor do que organizações similares	
2	Oferece uma vantagem importante aos clientes		2	Claramente melhor do que organizações similares	
3	Oferece uma vantagem útil aos clientes		3	Pouco melhor do que organizações similares	
4	Precisa acompanhar o bom padrão do setor		4	Às vezes um pouco melhor do que organizações similares	
5	Precisa acompanhar o padrão médio do setor		5	Praticamente igual a organizações similares	
6	Precisa estar a pouca distância do restante do setor		6	Ligeiramente pior do que a média de organizações similares	
7	Normalmente, não importante; mas pode se tornar		7	Normalmente um pouco pior do que organizações similares	
8	Raramente considerado pelos clientes		8	Geralmente pior do que a maioria das organizações similares	
9	Jamais considerado pelos clientes		9	Consistentemente pior do que a maioria das organizações similares	
		Alto			Bom
		Baixo			Ruim

Fonte: Slack, Brandon-Jones, Burgess (2023)

Conforme Slack et al. (2023), os fatores competitivos se dividem em quatro zonas. A zona adequada inclui os que estão acima do limite mínimo de aceitabilidade e, por isso, são satisfatórios. A zona de melhoria abrange os que estão abaixo desse limite e precisam ser aprimorados. A zona de ação urgente envolve fatores importantes para os clientes, mas com desempenho inferior ao dos concorrentes, então exigem melhorias rápidas. Já a zona de excesso engloba fatores com alto desempenho, mas que não são tão relevantes para os clientes, o que exige uma reavaliação do uso de recursos.

Figura 2 - Matriz de Importância e Desempenho



Fonte: Slack, Brandon-Jones, Burgess (2023)

2.3. Setor de Serviços de Beleza

A pesquisa tem como objetivo avaliar um serviço de corte de cabelo, que está inserido dentro do setor de beleza. Esse setor engloba uma variedade de serviços voltados ao cuidado pessoal, estética e bem-estar, como cabeleireiro, barbearia, manicure e tratamentos estéticos, sendo influenciados pelas tendências de consumo e pela busca pela valorização e bem-estar. O setor de serviços no Brasil tem apresentado um crescimento expressivo nos últimos anos, especialmente no que se refere ao empreendedorismo individual, destacando-se a categoria de cabeleireiros e demais profissionais da área de beleza.

De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2022, o número de Microempreendedores Individuais (MEI) atingiu a marca de 14,6 milhões, dos quais 51,5% estavam inseridos no setor de serviços. Dentre as atividades desempenhadas, os cabeleireiros e demais profissionais da área da beleza representam 9% do total de MEIs, correspondendo a aproximadamente 1,3 milhões de empreendedores (IBGE, 2022).

A importância do setor de beleza na economia nacional também é evidenciada pelos dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae). Conforme a Agência Sebrae de Notícias (ASN Nacional, 2024), entre janeiro e setembro de 2023, foram registrados mais de 143 mil novos CNPJs na área de beleza, incluindo cabeleireiros, barbeiros, manicures,

pedicures e outros profissionais. Esse número equivale a uma média de 524 novos negócios diários, correspondendo a mais de 5% do total de 2,9 milhões de MEIs e micro e pequenas empresas que iniciaram suas atividades no mesmo período. Esse crescimento também gerou muitos empregos. A ABIHPEC (2024) informou que o número de profissionais da área passou de 72 mil para mais de 480 mil nos últimos cinco anos, um aumento de 567%. Ou seja, mais pessoas estão se especializando para trabalhar com beleza, porque a procura por esses serviços só aumenta.

A expansão do setor de beleza pode ser compreendida no contexto de transformações nos perfis de consumo e das novas demandas do mercado. Segundo o Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (Senac, 2023), a interseção entre beleza, saúde e bem-estar tem redefinido a oferta e a procura por esses serviços. A valorização da estética associada ao bem-estar intensificou-se no período pós-pandemia, o que resultou em uma maior busca por serviços de beleza.

3. Metodologia

A pesquisa caracteriza-se como um estudo descritivo, que busca avaliar a qualidade do serviço de corte de cabelo a partir da percepção das clientes. Essa tipologia descreve as características de determinada população, fenômeno ou estabelecimento de relação entre variáveis, uma de suas características mais relevantes está na técnica padronizada de coleta de dados (Gil, 2019). A abordagem adotada visa descrever as percepções dos clientes em relação ao serviço de corte, permitindo a avaliação de acordo com os critérios definidos.

Para isso, como ferramenta de levantamento de dados, foi utilizado um questionário com atributos previamente definidos, abordando aspectos técnicos, estruturais e de atendimento para avaliar o serviço de acordo com a importância e o desempenho dos critérios. Esse tipo de coleta deve ser construído com coerência e buscar as respostas do problema de pesquisa (Mascarenhas, 2019). A análise dos dados foi qualitativamente baseada na percepção e avaliação subjetiva das participantes, permitindo uma avaliação sobre os aspectos mais relevantes do serviço prestado. A utilização do método qualitativo tem por objetivo compreender os fenômenos dentro do contexto em que aparecem (Marconi; Lakatos, 2022).

A coleta de dados foi realizada por meio de um formulário estruturado no *Google Forms*, que foi disponibilizado aos clientes via plataforma de envio de mensagens, *WhatsApp*, no período de 11/02/2025 a 18/02/2025, alcançando o número de 25 respondentes. O questionário foi elaborado considerando dois aspectos para cada fator competitivo, a importância atribuída ao critério e o desempenho do profissional em relação aos concorrentes. Os atributos avaliados foram: técnicas de corte, espaço e

organização do ambiente, localização, acesso ao estacionamento, qualidade dos produtos utilizados, recepção dos clientes, formato de agendamento, horário de atendimento, canais de comunicação (Instagram, WhatsApp) e preço. Cada atributo foi analisado com base na percepção das clientes, em uma escala de 9 pontos, proposta por Slack (2023):

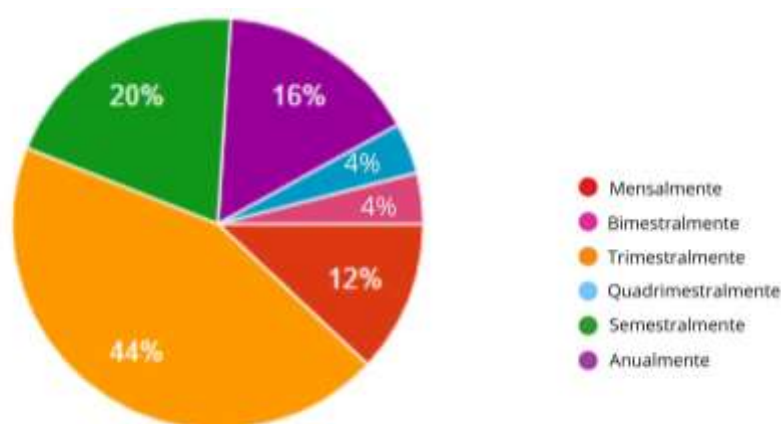
- Importância: Avaliando o quanto o critério é relevante para os clientes, sendo 1 para "alta importância" e 9 para "baixa importância".
- Desempenho: Avaliando como o critério tem sido executado ou atendido em relação a concorrentes, sendo 1 para "desempenho bom" e 9 para "desempenho ruim".

A partir das respostas obtidas, foi calculado a média da pontuação de cada atributo em relação a importância e o desempenho, e foi elaborada uma Matriz de Importância-Desempenho, fundamentada no modelo proposto por Slack (1993). Com isso, foram alocados os atributos nas zonas de prioridades de acordo com as médias obtidas. Com base nos resultados e na apresentação da matriz foi possível analisar e apresentar os critérios com maior performance e os que necessitam de melhorias. Além disso, as clientes indicaram a frequência que elas realizam o corte e de forma opcional, foi solicitado se tem algum outro fator competitivo que elas consideram importantes para o serviço de corte de cabelo que não foi mencionado na pesquisa.

4. Análise e Discussão dos Resultados

A análise da frequência de cortes de cabelo entre as respondentes revela que, em média, as clientes realizam o serviço a cada 4,8 meses, com a maioria adotando uma periodicidade entre três e seis meses, conforme apresentado no Gráfico 1. Sendo assim, observa-se que mais de dois terços das participantes (68%) mantêm a frequência de corte dentro desse intervalo. Além disso, um dado relevante é que 88% das clientes não realizam cortes mensais, o que indica que o serviço não é visto como uma necessidade mensal e recorrente. Outro aspecto significativo é que a parcela das clientes que cortam anualmente (16%) supera aquelas que cortam mensalmente (12%).

Gráfico 1 - Frequência de realização de corte de cabelo



Fonte: Elaborado pelos autores (2025)

Além dos critérios competitivos avaliados na pesquisa, as clientes destacaram outros aspectos que são essenciais e elas consideram importantes para um serviço de corte de cabelo. Entre eles, está a confiança no profissional escolhido, o tempo de atendimento, a pontualidade, o resultado do corte após a lavagem, a capacidade do profissional de compreender e executar o corte conforme solicitado, além do custo-benefício. As respondentes também enfatizaram que o valor do serviço é secundário, desde que o resultado atenda às suas expectativas. Para todos esses critérios adicionais, as clientes indicaram que o serviço prestado está alinhado às suas expectativas, reforçando a percepção de qualidade e desempenho do serviço.

4.1. Análise das Médias de importância e desempenho atribuídas aos critérios competitivos

Os atributos foram selecionados para que as clientes pudessem avaliar a importância e o desempenho do serviço de corte de cabelo. Conforme os dados apresentados na Tabela 1, observa-se que as médias gerais de importância e desempenho apresentaram uma proximidade significativa. Essa convergência sugere que as demandas das clientes em relação aos atributos estão sendo atendidas. Além disso, o desempenho do profissional está alinhado com as expectativas indicadas pelas clientes, evidenciando a correspondência entre as percepções de valor e importância e a entrega do serviço.

Tabela 1 - Médias dos Atributos de Importância e Desempenho

ATRIBUTOS	MÉDIA IMPORTÂNCIA	MÉDIA DESEMPENHO
-----------	-------------------	------------------

Técnicas de Corte	1,08	1,12
Espaço e Organização do Ambiente	1,76	1,72
Localização	2,64	2,04
Acesso ao estacionamento	2,72	1,56
Qualidade dos produtos utilizados	1,28	1,28
Recepção de Clientes	1,6	1,76
Forma de agendamento	1,88	1,28
Horário de atendimento	1,6	1,64
Canais de Comunicação	2	1,36
Preço do Serviço	1,6	2
MÉDIA GERAL	1,816	1,576

Fonte: Elaborado pelos autores (2025)

A análise comparativa entre as médias de importância atribuída pelas clientes e o desempenho percebido apresenta que cinco atributos apresentam um desempenho superior à importância, enquanto um atributo apresenta resultados idênticos e quatro atributos demonstram um desempenho inferior em relação à importância. No entanto, essas diferenças não são expressivas, especialmente nos atributos em que o desempenho é inferior à importância, pois a diferença observada não impacta significativamente a percepção de qualidade das clientes. Isso mostra que o serviço avaliado atende às expectativas sem apresentar discrepâncias significativas.

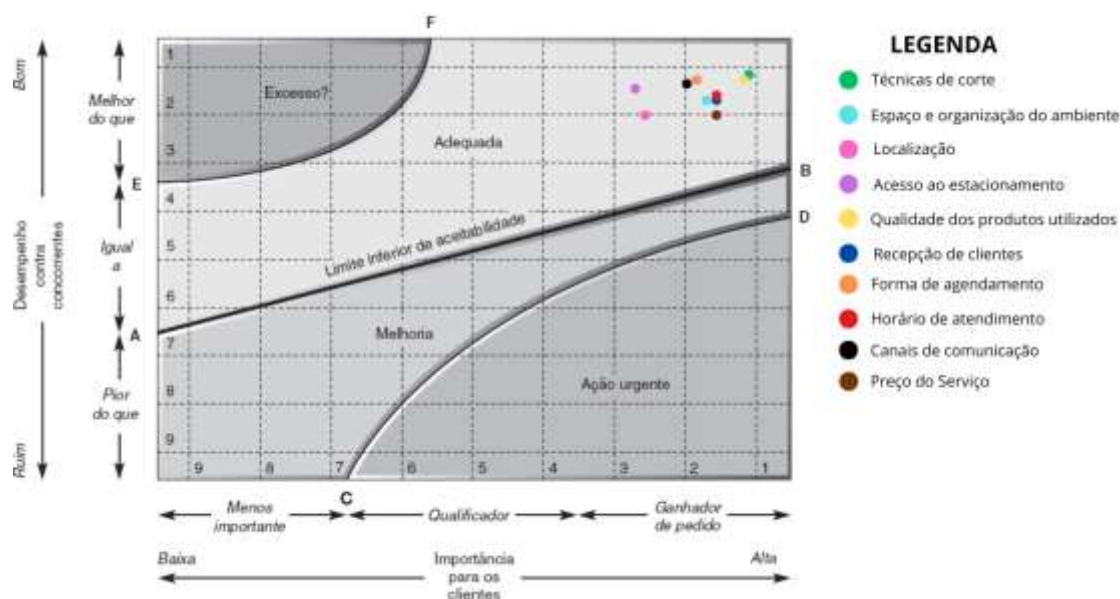
As médias obtidas pela importância dos fatores analisados indicam que os 10 atributos estão classificados como ganhadores de pedidos, de acordo com Slack (2023). Quanto ao desempenho, a média atribuída indica que o serviço é melhor que os concorrentes.

De maneira geral, os resultados da análise das médias gerais indicam que a importância atribuída pelas clientes é menor que o desempenho dos atributos avaliados. Embora essa diferença seja marginal, uma leve redução na qualidade do serviço, sugere que a percepção de valor por parte das clientes não seria significativamente afetada.

4.2. Apresentação da Matriz de Importância e Desempenho

Conforme apresentado na Figura 3, a aplicação dos critérios competitivos na matriz de importância e desempenho, baseada no modelo proposto por Slack (1993), evidencia que os atributos analisados estão posicionados dentro da zona adequada. Esse posicionamento indica que todos os critérios avaliados apresentam um desempenho satisfatório, permanecendo acima do limite inferior de aceitabilidade (Slack, 2023). Dessa forma, observa-se uma coerência entre a importância atribuída aos atributos e o desempenho efetivamente alcançado no serviço.

Figura 3 - Aplicação da Matriz de Importância e Desempenho



Fonte: Elaborado pelos autores (2025)

Os critérios analisados demonstraram um desempenho satisfatório e elevado dentro da matriz, não sendo identificada a necessidade de melhorias ou intervenções. O resultado positivo apresentado entre desempenho e importância indica que o serviço prestado se encontra em uma posição competitiva, apresentando uma ótima performance. No entanto, mesmo diante de resultados positivos, é possível examinar individualmente cada critério competitivo, a fim de aprofundar a compreensão dos fatores que contribuem para o resultado. A seguir, cada critério será analisado, considerando sua importância e desempenho na competitividade do serviço.

As técnicas de corte são valorizadas pelas clientes e apresentam um desempenho satisfatório, alcançando a maior pontuação e posicionamento entre os critérios avaliados. Esse resultado indica que o serviço de corte está alinhado com a importância atribuída pelas clientes, sendo essencial manter sua qualidade por meio da manutenção e do desenvolvimento contínuo. Embora não haja necessidade de intervenções, aprimoramentos constantes são recomendados para assegurar a excelência. Além disso, o monitoramento regular desse critério é fundamental para garantir que ele permaneça como uma vantagem competitiva no setor.

O espaço do salão é valorizado pelos clientes e tem um desempenho próximo da importância atribuída. Isso indica que o serviço atende às necessidades, sem necessidade de intervenções. Manter a organização e

monitorar a percepção dos clientes ajudará a garantir que o espaço continue sendo um ponto positivo.

A localização não se destaca como um fator determinante na percepção de valor das clientes, apresentando uma importância menor em comparação a outros critérios avaliados. Além disso, observa-se que seu desempenho supera a importância atribuída, indicando que esse aspecto está adequado e não exige aprimoramentos. Dessa forma, eventuais mudanças na localização tendem a ter um impacto reduzido na clientela, não comprometendo significativamente a percepção de desempenho ou a fidelização das clientes.

O acesso ao estacionamento apresenta uma importância atribuída pelas clientes inferior ao desempenho observado. Embora não sejam necessárias melhorias nesse aspecto, o resultado indica que se trata de um fator relevante para as clientes, devendo, portanto, ser mantido para assegurar a satisfação e expectativa percebida.

No caso dos produtos utilizados, há uma equivalência entre importância e desempenho indicando que os produtos estão exatamente alinhados com as expectativas das clientes. Isso sugere que as escolhas atuais estão corretas e que não há necessidade de mudanças. Manter a qualidade e a variedade já oferecidas é o ideal para continuar mantendo a satisfação.

A recepção de clientes foi identificada como um fator de grande importância e apresentando um desempenho satisfatório. Esse resultado indica que o atendimento no momento da chegada está alinhado às expectativas das clientes, contribuindo para a experiência positiva do serviço.

A forma de agendamento demonstra um alto nível de desempenho, sendo um atributo considerado importante. No entanto, observa-se que seu desempenho supera a importância atribuída, indicando que esse atributo está adequadamente aplicado e não requer intervenções.

Em relação ao horário de atendimento, a análise do posicionamento na matriz indica que esse critério está adequado. O horário de funcionamento é um fator de grande relevância para as clientes e, também, apresenta um alto nível de desempenho. Esse alinhamento entre importância e desempenho reforça a adequação dos horários do serviço prestado, atendendo as necessidades das clientes.

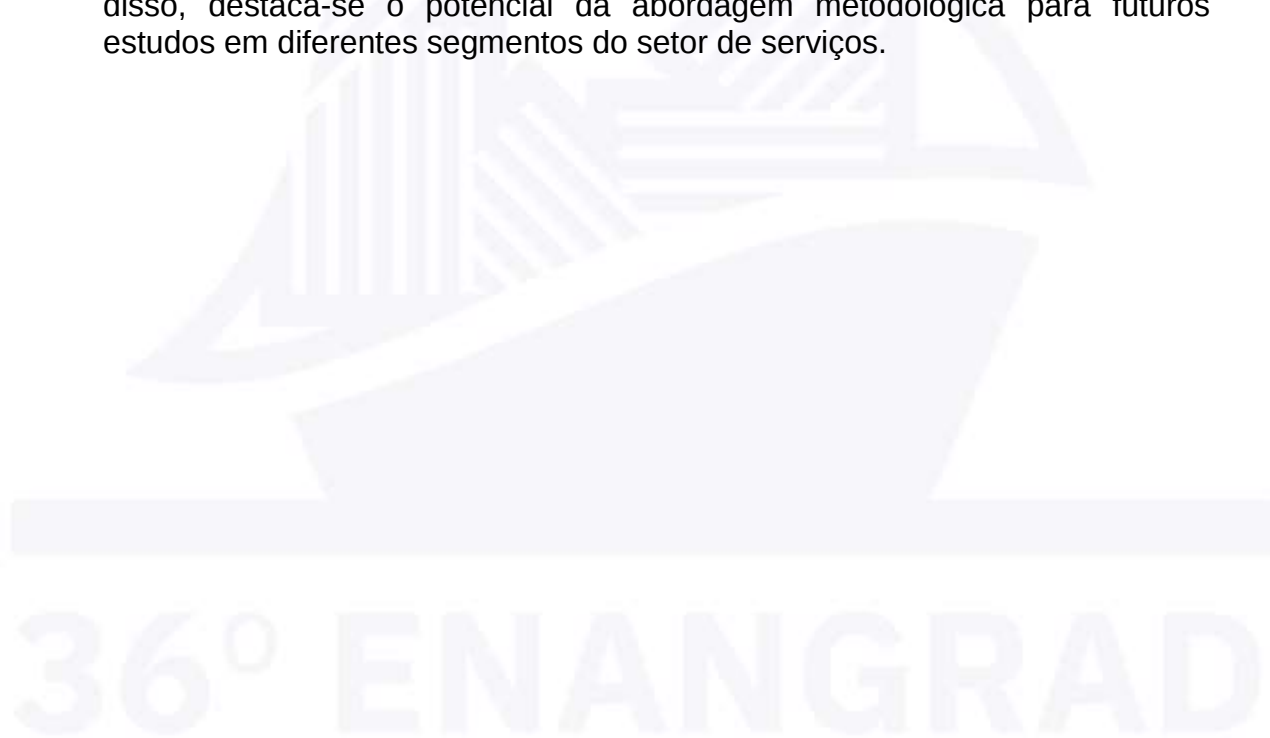
A análise também revela que os canais de comunicação utilizados atualmente, como Instagram e WhatsApp, são suficientes para manter uma boa relação com as clientes. Sendo assim, não há necessidade imediata de expandir para outras plataformas.

Em relação ao preço do serviço, o critério está posicionado na zona adequada, apresentando um desempenho positivo. Mesmo com a importância atribuída a esse critério sendo superior ao seu desempenho, as médias são elevadas. Sendo assim entende-se que as clientes estão satisfeitas com os valores estabelecidos, apresentando uma vantagem competitiva.

5. Conclusão e Contribuições

Este estudo contribui para a compreensão de como ferramentas estratégicas de avaliação de desempenho, como a Matriz de Importância e Desempenho, podem ser aplicadas em contextos de serviços para fortalecer a competitividade organizacional. A análise realizada demonstrou que os atributos avaliados no serviço de corte de cabelo estão bem posicionados em termos de importância e desempenho, refletindo um alinhamento positivo entre as expectativas das clientes e a entrega percebida. A utilização da matriz proposta por Slack (2023) permitiu identificar com clareza os pontos fortes e eventuais oportunidades de melhoria no serviço, promovendo uma visão crítica sobre o funcionamento organizacional do negócio. A pesquisa evidencia que a gestão da qualidade e a escuta ativa dos clientes são elementos fundamentais para a competitividade e diferenciação no setor de beleza, o que reforça a relevância de estudos organizacionais voltados para pequenas empresas e empreendedores individuais.

Assim, a principal contribuição deste trabalho está em demonstrar como os conceitos teóricos dos estudos organizacionais podem ser aplicados de forma prática na melhoria contínua de serviços, na tomada de decisão gerencial e no fortalecimento da relação entre organização e cliente. Além disso, destaca-se o potencial da abordagem metodológica para futuros estudos em diferentes segmentos do setor de serviços.



Referências Bibliográficas

SLACK, Nigel; BRANDON-JONES, Alistair; BURGESS, Nicola. **Administração da produção**. 10. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2023. E-book. p. 93. ISBN 9786559775187.

SLACK, Nigel. **Vantagem competitiva em manufatura: atingindo a competitividade nas operações industriais**. Trad. Sônia Maria Corrêa. Rev. téc. Henrique Luiz Corrêa. São Paulo: Atlas, 1993.

SLACK, Nigel; BRANDON-JONES, Alistair; JOHNSTON, Robert. **Administração da produção**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2018.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 7. ed. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2019. E-book. ISBN 9788597020991.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia científica**. Rio de Janeiro: Grupo GEN, 2022. E-book. ISBN 9786559770670.

MASCARENHAS, Sidnei Augusto. **Metodologia científica**. 2. ed. São Paulo: Pearson, 2018. E-book. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/>. Acesso em: 6 fev. 2025.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE HIGIENE PESSOAL, PERFUMARIA E COSMÉTICOS – ABIHPEC. **O crescimento do setor de beleza e estética no Brasil**. 2024. Disponível em: <https://institutovenere.com.br/mercado-de-estetica-e-beleza-no-brasil-segue-em-crescimento/>. Acesso em: 13 jul. 2025.

AGÊNCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS. **Setor de beleza tem mais de 524 novos negócios abertos por dia em 2023**. Disponível em: <https://agenciasebrae.com.br/cultura-empREENDEDORA/setor-de-beleza-tem-mais-de-524-novos-negocios-abertos-por-dia-em-2023/>. Acesso em: 13 jul. 2025.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA – IBGE. **Em 2022, Brasil tinha 14,6 milhões de microempreendedores individuais**. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/41046-em-2022-brasil-tinha-14-6-milhoes-de-microempreendedores-individuais>. Acesso em: 13 jul. 2025.

SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM COMERCIAL – SENAC.
Panorama de mercado: beleza. Disponível em:
https://forumsetorial.senac.br/assets/images/panorama_mercado_beleza.pdf.
Acesso em: 13 jul. 2025.

