

Barbearia

EXPEDIENTE

Presidente do Conselho Deliberativo

José Zeferino Pedrozo

Diretor Presidente

Décio Lima

Diretor Técnico

Bruno Quick

Diretor de Administração e Finanças

Margarete Coelho

Gerente

Eduardo Curado Matta

Gerente-Adjunta

Anna Patrícia Teixeira Barbosa

Gestor Nacional

Luciana Macedo de Almeida

Autor

Sebrae

Coordenação do Projeto Gráfico

Renata Aspin

Projeto Gráfico

Nikolas Furquim Zalewski

ÍNDICE

Apresentação de Negócio.....	1
Mercado.....	5
Localização.....	6
Exigências Legais e Específicas.....	8
Estrutura.....	11
Pessoal.....	14
Equipamentos.....	16
Matéria Prima/Mercadoria.....	28
Organização do Processo Produtivo.....	30
Automação.....	31
Canais de Distribuição.....	33
Investimentos.....	36
Capital de Giro.....	48
Custos.....	50
Diversificação/Agregação de Valor.....	54
Divulgação.....	58
Informações Fiscais e Tributárias.....	59
Eventos.....	62
Entidades em Geral.....	63
Normas Técnicas.....	64
Glossário.....	64
Dicas de Negócio.....	66
Características Específicas do Empreendedor.....	68
Bibliografia Complementar.....	69
Fonte de Recurso.....	71
Planejamento Financeiro.....	71
Produtos e Serviços - Sebrae.....	74
Sites Úteis.....	75

1. Apresentação de Negócio

As barbearias estão entre os negócios de Beleza que estão em ascensão, devido, principalmente, à valorização da estética masculina no mercado de beleza. A vaidade e o cuidado com a aparência estiveram por muito tempo restritos ao universo feminino. Hoje, os homens estão mais à vontade para expressar o seu visual.

As Barbearias e salões de beleza masculinos têm crescido de forma expressiva, apresentando-se como uma oportunidade de negócios para empreender na beleza. A valorização da estética masculina; o interesse crescente dos homens em se cuidarem e a liberdade de costumes tem alavancado este mercado que cresce a cada dia, tornando o Brasil o segundo maior mercado mundial de produtos de beleza.

Com a proposta de ser um espaço masculino e especial para o embelezamento dos homens, as barbearias modernas vivem um boom e se apresentam com decorações diferenciadas e com temas que costuma agradar estes clientes, se apresentando com decorações temáticas e diferenciadas como: vintage, retrô, garagem, pub, posto de gasolina, oficina mecânica, bares, sala de jogos e temas esportivos.

Este acaba sendo um espaço direcionado ao público masculino onde ele pode se cuidar, se embelezar, se divertir e socializar. Desta forma as barbearias também têm apostado em serviços de bar, venda de cervejas artesanais, mesas de bilhar, video games, venda de cosméticos masculinos e outros serviços estéticos. Com um atendimento voltado aos diferentes nichos e gostos masculinos, as barbearias conquistam e fidelizam a clientela.

Embora os cuidados de beleza masculinos concentrem-se nos cabelos, na barba e no bigode – pouco a pouco mais homens estão começando a se preocupar com outras partes do corpo. Sendo assim, manicure, pedicure, tratamentos estéticos faciais e corporais, massagem, depilação corporal ou íntima, design de sobrancelhas e até dia dos noivos podem fazer parte dos serviços de beleza oferecidos a este público.

Para um planejamento mais detalhado da abertura deste tipo de negócio é importante se preparar. Para isto, o futuro empreendedor pode entrar em contato com o Sebrae da sua região, que vai poder lhe ajudar em relação ao planejamento do negócio e estratégias de curto, médio e de longo prazo, além de trazer informações relevantes sobre gestão.

O conhecimento do negócio é fundamental, mas é necessário também se pensar no propósito, nos valores, no público-alvo e no ambiente de negócios para se fazer a modelagem física e digital deste espaço de beleza. Isto naturalmente envolverá escolhas como: escolha do ponto comercial, definição do porte do negócio, posicionamento de marca, menu de serviços oferecidos, equipe, qualificação e competências dos colaboradores e profissionais a serem contratados e toda infraestrutura e investimentos necessários montagem deste empreendimento.

Para a abertura do negócio será necessário que o empreendedor busque auxílio profissional de um bom contador e tenha conhecimento das exigências legais, normas e regulamentações específicas destes estabelecimentos de beleza.

Abaixo segue um passo a passo de como abrir uma barbearia:

Passo

Item

Descrição

Inicial

Definição do negócio

Propósito, valores, público-alvo e ambiente de negócios

Passo 1

Modelagem de negócios

Saber quais serão os produtos, serviços e como divulgá-los.

A modelagem do negócio deve ser pensada de forma a contemplar seu espaço físico e o digital.

Passo 2

Plano de negócio e ferramentas de planejamento estratégico

Realizar análise e cálculo da viabilidade do negócio: quanto investir para alcançar a lucratividade. Isto vai

nortear o planejamento e auxiliar na prevenção de riscos.

Passo 3

Criação da marca

Definir a cara da empresa, o nome, a cor, o posicionamento, layout e logotipo devem ser pensados nesse passo

Passo 4

Abertura da empresa

Procurar por um especialista para auxiliar na parte

legal, trabalhista e tributária.

Passo 5

Escolha do ponto comercial

Informar-se sobre o público da região, fluxo, potencial, imóvel, aluguel, acesso, mercado local e concorrência.

Passo 6

Adequação do espaço

Elaborar projetos, orçar a obra, contratar um gerenciamento de obra, comprar móveis, comprar insumos e equipamentos.

Passo 7

Contratação de profissionais

Contratar barbeiros, atendentes, auxiliares, recepcionistas, colaboradores e equipe de apoio.

Passo 8

Treinamento

Treinar a equipe de profissionais e ensinar todas as técnicas e processos.

Passo 9

Definição do cardápio de produtos e serviços

Definir os serviços e produtos que serão oferecidos aos clientes do estabelecimento de beleza.

Passo 10

Precificação

Estabelecer os preços a serem praticados, tendo como base o plano de negócios, o planejamento estratégico e os custos e despesas fixas e variáveis.

Passo 11

Marketing

Definir o público-alvo a ser atendido. A estratégia de comunicação com o público, as formas de divulgação e promoção, investimento em redes sociais, construção de uma marca forte, bom atendimento, plano de marketing.

Passo 12

Gestão do dia a dia

Administração do negócio, com foco nos indicadores e na rentabilidade. Boas práticas de gestão, foco na experiência e satisfação do cliente. É importante atingir o breakeven ou

ponto de equilíbrio do negócio, para que a receita seja maior que a soma de todos os custos e gastos, além disso obter uma receita que torne o negócio rentável e competitivo.

Tabela 1 – Passo a passo: como abrir uma barbearia.

Ferramentas para planejamento estratégico de uma barbearia ou salão de beleza masculino:

1. Plano de Negócios:

Aviso: Antes de conhecer este negócio, vale ressaltar que os tópicos contidos neste documento não fazem parte de um Plano de Negócios e sim do ambiente no qual este negócio está inserido. O objetivo dos tópicos é dar uma visão geral de como um negócio se posiciona no mercado e contribuir para responder as perguntas como: quais as variáveis que mais afetam este tipo de negócio? Como se comportam essas variáveis de mercado? Como levantar as informações necessárias para tomar a decisão de empreender neste segmento?

Para saber como elaborar um Plano de Negócios, procure a Unidade do Sebrae mais próxima ou clique aqui.

[https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/5f6dba19baaf17a98b4763d4327bfb6c/\\$File/2021.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/5f6dba19baaf17a98b4763d4327bfb6c/$File/2021.pdf)

1. Canvas

O Canvas <https://sebraecanvas.com.br> é uma ferramenta de planejamento estratégico utilizada para planejamento de negócios inovadores que permite desenvolver e esboçar modelos de negócio novos ou existentes. O SEBRAE tem uma cartilha que ensina a usar a ferramenta e um bom resumo segue abaixo:

O mapa visual pré-formatado contendo nove blocos tem a seguinte configuração:

a. Proposta de valor: deve se basear nos valores de um barbearia tendo em vista o que será oferecido para o mercado e que realmente tem valor para sua comunidade;

b. Segmento de clientes: Nesse caso temos informações sobre o perfil da comunidade e os

- c. Os canais: como a comunidade do barbearia compra e recebe seu produto e serviço;
- d. Relacionamento com clientes: como a sua empresa se relaciona com a comunidade do barbearia;
- e. Atividade-chave: quais são as atividades essenciais do barbearia para que seja possível entregar a proposta de valor;
- f. Recursos principais: são os recursos necessários para realizar as atividades-chave do barbearia;
- g. Parcerias principais: são as atividades-chave realizadas de maneira terceirizada e os recursos principais adquiridos fora do barbearia;
- h. Fontes de receita: são as formas de o barbearia obter receita por meio da proposta de valor.
- i. Estrutura de custos: São os custos relevantes necessários para que a estrutura do barbearia possa funcionar.

2. Mercado

O segmento de perfumaria e cosméticos para o público masculino tem crescido no Brasil, que já é o segundo maior mercado da beleza para produtos masculinos do mundo. Com a demanda em alta por produtos e serviços voltados para os homens, cada vez mais é possível encontrar barbearias em todas as regiões e cidades do país. As barbearias têm se tornado espaços que combinam a funções de cuidado pessoal e beleza com atrativos adicionais como: boutiques, bares, oficinas, jogos, estúdios, locais de lazer, diversão, pontos de encontro, e muito mais.

O público masculino passou a demandar produtos específicos para suas necessidades, independente de origem, classe social ou qualquer outra segmentação. A beleza masculina e o cuidado pessoal, aliado a diferentes estilos de cabelos e barbas se tornaram uma grande tendência nos últimos anos. Os homens querem assumir sua vaidade e buscam opções de autocuidado e embelezamento.

De acordo com relatório da empresa Research and Markets o mercado de produtos de beleza masculina crescerá em média 6,5% ao ano de 2022 a 2027, sendo que o aumento no número de salões masculinos está estimulando a demanda por produtos masculinos em todo o mundo. Este mesmo estudo cita que os homens estão se tornando mais individualistas em termos de estilo e que o mercado introduziu vários novos produtos de beleza para eles como: produtos para a pele, hidratantes, cremes faciais, máscaras faciais, produtos antienvelhecimento, bronzeadores e corretivos. À medida que a atitude em relação à masculinidade tradicional mudou, devido à tendência crescente do homem metrosssexual e

à crescente influência de celebridades e influenciadores, os homens agora estão investindo extensivamente em produtos de higiene e beleza.

Segundo a Euromonitor, o Brasil responde por 13% do mercado global de cosméticos para homens, e eles já representam um terço dos clientes das clínicas de estética no Brasil. Estudo Beauty Plan 2022 revela que:

- Para 40% dos homens a compra de produtos de beleza é um assunto que os atrai cada dia mais;
- 65% dos homens pesquisados gastam entre R\$51 a R\$200 por mês em produtos para cuidados pessoais, sendo este um hábito que veio para ficar.

A maioria dos entrevistados busca informações sobre produtos para o cuidado pessoal masculino na internet, principalmente em sites especializados.

A demanda por produtos de beleza masculina, serviços de barbearia e beleza pessoal estão em constante crescimento. Diversas barbearias estão se instalando para acompanhar a demanda deste mercado e apesar do número de concorrentes ter aumentado, a demanda pelos negócios relacionados à beleza masculina possui fortes perspectivas de crescimento, se configurando numa excelente oportunidade de negócio.

O salão de beleza masculino ou Barbearia se insere em um ecossistema diferenciado de outros modelos de salões e espaços de beleza, com referências ao universo masculino, apresentando seu estilo de vida, sua cultura e suas atividades preferenciais.

As barbearias ganharam versões mais atraentes, diversificaram sua oferta por produtos e serviços e se proliferaram. Existem barbearias para todos os públicos e gostos. Esse setor vem investindo em serviço de qualidade, com técnicas modernas, profissionais experientes, produtos de qualidade e ambientes temáticos, diferentes e sofisticados, propiciando um momento de beleza e relaxamento, buscando oferecer uma experiência de entretenimento e cuidado com a beleza em um ambiente descontraído.

3. Localização

Um passo importante para o empreendedor que se prepara para abrir uma barbearia é a escolha do ponto. A localização do imóvel é um fator importante para o sucesso do negócio. Uma boa localização é aquela que favorece o acesso das pessoas ao estabelecimento comercial, com o menor grau possível de dificuldade, bem como a evidência de condições agradáveis para a permanência dos usuários dos serviços.

Para a escolha da melhor localização deve-se considerar o fluxo de pessoas na região e se a localização do imóvel está em um local agradável e prático para a clientela.

Deve-se pesquisar o local e o seu entorno com cuidado, observando-se que nem sempre uma grande movimentação de pessoas representa público interessado nos serviços oferecidos pelo estabelecimento. Uma boa pesquisa de mercado é interessante para entender o perfil do público e o potencial de consumo deste público. Visite o local em diferentes horários para entender melhor se o fluxo de pessoas é contínuo ou é concentrado apenas em determinados horários ou dias.

O estabelecimento de beleza pode ser instalado ou próximo ao local de residência ou de trabalho do público-alvo, ou em locais de grande frequência de público (como em bairros movimentados e em shoppings centers, por exemplo). Bairros populosos e com proximidades de condomínios são locais bastante adequados para a instalação de um Barbearia. Para isso deverá ser identificada a área de influência da localidade, ou seja, identificar de forma correta a região geográfica onde estão localizados os potenciais compradores, ou seja, identificar a localidade que tenha maior necessidade da prestação de serviços.

Os serviços de beleza têm consumidores em todas as classes sociais, o empreendedor deve observar qual público deseja para seu estabelecimento e quais o seu posicionamento de preços frente aos preços praticados na localização escolhida.

A definição do local de instalação de um negócio deve ser feita após a identificação do território (região) e da localização (endereço), considerando-se ainda algumas variáveis como: a demanda (potencial), perfil socioeconômico do público (faixa etária, renda, nível educacional), hábitos de consumo, a concorrência e os custos (ponto, aluguel, reforma, impostos, taxas etc.).

O melhor ponto não é necessariamente aquele que proporcionará o maior faturamento, e sim, aquele que trará o melhor resultado. Para tanto, deve-se conhecer profundamente as particularidades do negócio em questão.

Alguns pontos importantes devem ser avaliados ao escolher um imóvel para a instalação do seu negócio:

- Facilidade de acesso do seu público – o empreendedor deve analisar o perfil de público que irá atender e como esse público se locomove. Se o meio de locomoção mais usado for carro, é importante que o imóvel disponha de estacionamento. Se o meio de locomoção for por transporte público, é imprescindível que a localização escolhida seja próxima a terminais de ônibus ou estações de metrô ou ainda que tenham acesso fácil pelo transporte público.
- Custos do imóvel – não apenas os custos para a reforma e adaptação do imóvel, mas também os custos como aluguel e itens como tempo de contrato e reajustes.

Após a escolha do imóvel, o empreendedor precisa preparar a documentação necessária para a instalação de sua empresa.

Pontos de atenção na escolha do imóvel onde a empresa será instalada:

- Veja se o custo do aluguel, prazo do contrato, reajustes e formas a fazer são compatíveis com a sua capacidade de investimento e com suas metas em relação às receitas e despesas estimadas.
- Certifique-se de que o imóvel atende às suas necessidades de operação: localização, instalação, vizinhança, serviços de água, luz, esgoto, telefone, transporte etc.

- Verifique se existem as facilidades de acesso, estacionamento e outras comodidades para seus clientes e funcionários.
- Cuidado com imóveis situados em locais sujeitos a inundações ou próximos às zonas de risco. Consulte a vizinhança a respeito.
- Confira se a planta do imóvel foi devidamente aprovada e se está regularizada e atualizada na Prefeitura.
- As atividades econômicas da maioria das cidades são regulamentadas pelo Plano Diretor Urbano (PDU), que determina o tipo de atividade que pode funcionar em determinado endereço. A consulta de local junto à Prefeitura deve atender para:
 - Verificar se imóvel está regularizado, ou seja, se possui HABITE-SE;
 - Veja se as atividades a serem desenvolvidas no local respeitam a Lei de Zoneamento do Município, pois alguns tipos de negócios não são permitidos em qualquer bairro;
 - Confira se os pagamentos do IPTU referente ao imóvel estão em dia.
 - Verifique e atenda a legislação local e licenciamento necessários para identificação do estabelecimento, como letreiros e outdoors;
 - Veja quais as exigências da legislação local e do Corpo de Bombeiros Militar.

4. Exigências Legais e Específicas

Para abrir uma empresa, o empreendedor poderá ter seu registro de forma individual ou em um dos enquadramentos jurídicos de sociedade. Ele deverá avaliar as opções que melhor atendem suas expectativas e o perfil do negócio pretendido. Leia mais sobre este assunto no capítulo 'Informações Fiscais e Tributárias'. É importante avaliar as opções que melhor lhe atenda.

O Contrato Social é o instrumento legal entre pessoas que se juntam para formar uma sociedade, ele é a peça mais importante do início de uma empresa, pois constitui a sociedade formalmente perante os órgãos legais, e nele devem estar definidos os Objetivo da empresa; descrição do aspecto societário e a maneira de integralização das cotas.

Nesse momento, é essencial o acompanhamento de um contador, escolher um profissional habilitado e competente para elaborar os atos constitutivos da empresa que conheça a legislação específica e as particularidades deste segmento de beleza que também poderá lhe auxiliar neste processo em questões importantes como a contratação de profissionais de beleza, tributação e outras questões legais.

A classificação de uma empresa é feita com base em função de seu porte ou do seu faturamento anual: MEI-Microempreendedor Individual; ME- Microempresa Empresa de Pequeno Porte; EPP- Empresa de Pequeno porte e empresas de médio ou grande porte.

Em relação ao Regime tributário, a empresa poderá ser enquadrada no Simples Nacional,

Lucro Presumido ou Lucro Real. A escolha do regime tributário para empresa é muito importante pois se refere às alíquotas e aos tributos pagos.

Para a abertura e registro da empresa é necessário realizar os seguintes procedimentos:

- Registro na Junta Comercial;
- Registro na Secretaria da Receita Federal (onde irá receber o CNPJ – Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica);
- Registro na Prefeitura Municipal (para obtenção do Alvará de Funcionamento);
- Enquadramento na entidade sindical patronal;
- Cadastro junto à Caixa Econômica Federal no sistema “Conectividade Social – INSS/FGTS”;
- Registro no Corpo de Bombeiros Militar (Órgão que verifica se a empresa atende às exigências mínimas de segurança e de proteção contra incêndio, para que seja concedido o “Habite-se” pela Prefeitura).

Importante:

- Para a instalação do negócio é necessário realizar consulta prévia de endereço na Prefeitura Municipal/Administração Regional, sobre a Lei de Zoneamento.
- É necessário observar as regras de proteção ao consumidor, estabelecidas pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC).
- A Lei 123/2006 (Estatuto da Micro e Pequena Empresa) e suas alterações estabelecem o tratamento diferenciado e simplificado para micro e pequenas empresas. Isso confere vantagens aos empreendedores, inclusive quanto à redução ou isenção das taxas de registros, licenças etc.
- Para a barbearia iniciar suas atividades é necessário que ele consiga o Alvará de Funcionamento, que é um documento de aprovação do local, expedido pela Prefeitura Municipal.

Na abertura de uma barbearia é importante também conhecer e cumprir as exigências legais específicas do Estado e do Município onde irá atuar. Para isso, o empreendedor deve buscar informações nas Secretarias Estaduais e Municipais da Fazenda, Junta Comercial, Institutos e Secretarias Ambientais, Receitas Estadual e Municipal, Cartório de Registro de Pessoa Jurídica, Administração Regional, INSS local, ANVISA local e na Delegacia Regional do Trabalho.

Para os estabelecimentos de beleza, é muito importante observar o novo Marco Regulatório, que é o conjunto de leis, normas e regulamentações.

Lei Salão Parceiro e Contrato de Parceria

O mercado de serviços de beleza, é caracterizado por ter as suas relações de trabalho na forma de parceria profissional entre espaços de Beleza e profissionais, sendo que a maioria destes é formada pelos micro e pequenos profissionais, os “MEIs” e tem suas atividades formalizadas de acordo com as atividades econômicas abaixo:

- CNAE 9602-5/01 – Barbeiros, cabeleireiros, manicures e pedicures
- CNAE 9602-5/02 - atividades de estética e outros serviços de cuidado com a beleza

A Lei nº 13.352 de 2016 dispõe sobre a parceria entre os salões de beleza e os profissionais da beleza mediante contrato de parceria, que deve ser homologado pelo sindicato profissional. Esta lei é conhecida como Lei Salão Parceiro.

Em 28 de outubro de 2021, o STF - Supremo Tribunal Federal que decidiu pela constitucionalidade da contratação de profissionais de beleza sob a forma de parceria, prevista na Lei do Salão Parceiro (Lei 12.592/2012, alterada pela Lei 13.352/2016), esta decisão reforça ainda mais a segurança jurídica dos negócios de serviços de beleza no Brasil.

- Simples Nacional

Regulamenta as regras de tributação do salão-parceiro e do profissional-parceiro optantes pelo Simples Nacional e/ou MEI conforme a Lei Complementar nº 123/2006 e a Resolução do Comitê Gestor do Simples Nacional, CGSN nº 140/2018.

- Dispõe sobre o Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas Microempresas e Empresas de Pequeno Porte (Simples Nacional).

- Dispões sobre as normas aprovadas pelo Comitê do Simples Nacional para estabelecimentos de beleza

- Anvisa - Agência Nacional de Vigilância Sanitária

A Anvisa estabelece uma série de normas e determinações legais relativas à higiene e à limpeza do ambiente, descarte de materiais, utilização de produtos certificados, revestimento de móveis e a necessidade dos Equipamentos de Proteção Individual (EPIs) para estabelecimento de Beleza.

Procure sempre a VISA - Vigilância Sanitária local. As VISAs locais são responsáveis pelos regulamentos para os negócios de beleza do município e estado.

A Anvisa (Agência Nacional de Vigilância Sanitária) também disponibiliza:

- Consulta de produtos irregulares <https://consultas.anvisa.gov.br/#/dossie/>
- Contatos das vigilâncias sanitárias estaduais e municipais
<https://www.gov.br/anvisa/pt-br/assuntos/snvs/contatos-vigilancias-sanitarias>
- Informações sobre cosméticos
<https://www.gov.br/anvisa/pt-br/search?SearchableText=cosm%C3%A9ticos>
- A Instrução Normativa - IN N° 124, DE 24 DE MARÇO DE 2022: Estabelece a "Lista de ativos permitidos em produtos cosméticos para alisar ou ondular os cabelos" com requisitos para seu uso <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/instrucao-normativa-in-n-124-de-24-de-marco-de-2022-389596766>

Deve-se observar cuidadosamente o limite de atuação de um estabelecimento de beleza, em relação aos serviços ofertados e sobre os limites deste em relação a algumas atividades estéticas que não podem ser praticadas neste estabelecimento sem o cumprimento das exigências legais específicas.

O SEBRAE local poderá ser consultado para orientação.

5. Estrutura

A estrutura é todo o conjunto de recursos necessários para o pleno funcionamento do estabelecimento de beleza, o que inclui: recursos materiais, ponto comercial, equipamentos e acessórios necessários para a execução das atividades.

A modelagem da parte física de uma barbearia envolve o planejamento e a montagem de sua estrutura que compreende: instalações, mobiliário, equipamentos, insumos e todos os itens necessários para a implementação do negócio.

O primeiro passo é definir o tipo e o porte da barbearia, considerando-se o estilo, serviços oferecidos e o número de atendimentos esperados. Com base nestas informações, é possível ter uma noção do que será necessário em termos de mobiliários, equipamentos, acessórios e insumos para montagem do empreendimento.

Para o planejamento e definição da estrutura física de uma barbearia, temos que considerar:

1. Projeto, layout e levantamento do material necessário
2. Levantamento de preços

O projeto ou layout deve ser feito previamente considerando-se também as exigências legais e regulatórias locais.

Conhecer o perfil do público que será atendido é imprescindível no momento da elaboração desse projeto, pois esse perfil irá influenciar no espaço físico, em que tipos de serviços serão prestados e quais as necessidades mínimas de equipamentos e mobiliários.

De acordo com a norma técnica Norma técnica - Boas Práticas para estabelecimentos de beleza, NBR 16383:2015, a estrutura física compreende:

- Edificação, layout e instalações físicas apropriadas
- Iluminação e instalações elétricas
- Instalações sanitária
- Suprimento e uso de água
- Esgotamento sanitário
- Manejo de resíduos
- Equipamentos, mobiliários e utensílios
- Higienização de instalações, equipamentos, mobiliários e utensílios
- Higiene, saúde e capacitação dos colaboradores e parceiros
- Produtos cosméticos

O espaço deve oferecer instalações elétricas e hidráulicas em boas condições, com um ambiente bem iluminado, paredes e pisos claros e laváveis. É necessário que o espaço seja limpo e organizado.

Deve se pensar em algumas áreas do estabelecimento como:

Recepção: este local é onde é feito o contato inicial com o cliente, sua recepção e encaminhamento e é também onde é feito o contato final com o cliente e onde geralmente fica o caixa. Esta área deve ter um balcão de atendimento com equipamentos de informática que possibilitem o cadastramento dos clientes e o controle dos serviços realizados. É geralmente onde são feitos os contatos telefônicos para atendimento e agendamento. É preciso bastante cuidado com o visual, localização e funcionalidade da recepção. O serviço de recepção tem que ser ágil e eficiente.

Espaço operacional: neste espaço estão localizadas as bancadas onde se realiza a prestação de serviços de embelezamento. As bancadas devem ter superfícies que possibilitem uma limpeza fácil e de acordo com os padrões sanitários adequados para dar segurança aos clientes. Aqui também ficam os lavatórios e outros mobiliários necessários à prestação do serviço.

O ambiente deve ser arejado e a temperatura agradável. Se necessário, o empreendedor deve instalar aparelhos condicionadores de ar.

Deve-se sempre que possível: optar por iluminação natural; usar lâmpadas com tecnologia LED, mais modernas e eficientes e o uso de sensores em locais para desligar a iluminação.

Banheiros: Devem estar próximos das áreas de atendimento e serem limpos e organizados, deve-se pensar nos equipamentos necessários nos banheiros como os dispensers com sabonete, álcool e cestos de lixo. O banheiro deve ser sempre limpo e organizado.

Estacionamento: Caso não haja espaço para estacionamento, deve-se fazer convênio com estacionamentos próximos.

O ESG que se refere às boas práticas, ambientais, sociais e de governança também devem ser observados. O Sebrae oferece informações relevantes sobre boas práticas, ambientais, sociais e de governança no documento ESG e Serviços de Beleza que pode ser encontrado no Portal Sebrae: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/arquivos/esg-e-servicos-de-beleza,13b26210e9400810VgnVCM100000d701210aRCRD>

Nesse sentido, uma opção de estrutura em consonância com estas tendências alia espaços agradáveis e ao mesmo tempo ecologicamente corretos. Para tanto, a planta arquitetônica do empreendimento é desenvolvida estrategicamente buscando minimizar o impacto ambiental, e especialmente:

- a. Maximizar a utilização da luz solar, reduzindo a necessidade de energia;
- b. Promover adequado e fácil acesso às áreas e processos de reciclagem de materiais;
- c. Facilitar uma possível expansão física do espaço quando do crescimento da operação do salão de beleza, evitando obras desnecessárias e utilização excessiva de materiais de construção.

Idealmente um estabelecimento ou salão de beleza sustentável deve ter uma construção física, também sustentável, pensando em: soluções para melhor eficiência energética e hídrica; gestão de resíduos, qualidade ambiental e de processos.

É importante alertar aos futuros empreendedores que o valor do aluguel do estabelecimento não poderá comprometer de forma significativa o faturamento do empreendimento, haja vista que será necessário ainda a quitação de outras despesas da empresa, como água, luz, internet telefone, remuneração dos empregados, impostos etc.

6. Pessoal

A quantidade de colaboradores dependerá do porte e da estrutura do empreendimento e dos serviços oferecidos.

A definição da equipe da barbearia deve ter como foco a demanda ou quantidade de clientes atendidos e a qualidade do atendimento que será oferecido.

Uma estrutura básica de quadro pessoal de um estabelecimento de beleza, no caso barbearia, deve ser pensada considerando pessoas para executar o atendimento profissional especializado, para a recepção e para administração/gestão do estabelecimento de beleza.

Caso o estabelecimento de beleza seja de maior porte, deve-se pensar em mais profissionais especializados, estoquista, manobrista, segurança, limpeza/copa etc.

Para um estabelecimento de beleza do tipo barbearia de pequeno e médio porte recomenda-se ter uma equipe formada de pelo menos, uma recepcionista e de dois a três barbeiros para atender os clientes, além de uma pessoa responsável pela gestão do negócio, que pode até ser o proprietário do estabelecimento.

É imprescindível que, além do conhecimento técnico, a recepcionista e os profissionais que atendam aos clientes sejam pessoas capacitadas e qualificadas para exercer suas funções que realizam e que atuem com competência, ética, educação e cordialidade, possuindo habilidades que favoreçam o bom relacionamento e atendimento aos clientes.

Regimes de contratação:

- **Empregado:** Pessoa física que presta serviços para empresas segundo o regime previsto pela Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), na forma de contrato de emprego.
- **Profissional parceiro:** pessoa jurídica inscrita no “Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica” (CNPJ) na forma de empresário individual ou de microempreendedor individual - MEI que exerce as atividades profissionais especializadas mediante contrato de parceria junto a Barbearia.

Para uma barbearia de pequeno porte pode-se começar com quatro profissionais, sendo:

- 1 (um) recepcionista

Recepcionista: é a pessoa que têm o primeiro contato com os clientes. Precisa ser prestativa, cordial, atenciosa e paciente, garantindo um bom atendimento. Precisa estar também preparado para fazer a recepção e atendimento ao cliente, agendamento de horários, receber os pagamentos e demais atividades pertinentes a função.

A recepcionista é geralmente contratada em regime CLT com o CBO: 4221-05.

- 3 (três) barbeiros profissionais;

Barbeiro: é o profissional da beleza que exerce atividade de corte de cabelo e barba dos clientes. Entre as atividades exercidas por eles estão previstas as atividades técnicas de corte, química, penteado, tratamento e higienização de barba, cabelo, bigode e costeletas, empregando aparelhos manuais ou elétricos e produtos estéticos e/ou antissépticos mais adequados às expectativas do cliente. Devem utilizar e manusear os produtos, utensílios e equipamentos de acordo com o serviço a ser executado. Devendo responsabilizar-se tecnicamente por eventuais problemas advindos da prestação dos serviços e adotar as devidas medidas corretivas e/ou mitigadoras do problema apresentado. Devem estar capacitados e bem treinados para realizar estes procedimentos e atender as normas e regulamentações vigentes em relação às práticas sanitárias e legais.

Os profissionais da beleza, barbeiros, podem ser contratados em regime de parceria profissional de acordo com a Lei 13.352 (Lei Salão Parceiro) ou no regime CLT com o CBO 5161-05.

Importante:

A Lei nº 12.592/12 que dispõe sobre o exercício das atividades profissionais de Cabeleireiro, Barbeiro, Esteticista, Manicure, Pedicure, Depilador e Maquiador, reconhece estes profissionais de beleza e estabelece que estes profissionais deverão obedecer às normas sanitárias, ou seja devem seguir as normas da ANVISA e VISAs locais.

Os profissionais que exerçam as atividades incluídas na Lei Salão Parceiro, mas estejam registrados como CLT ou autônomos não estarão sujeitos ao disposto na Lei do Salão Parceiro, continuando a ter que respeitar as regras da CLT e a lei dos autônomos, por exemplo.

- Gestor/proprietário:

É a pessoa responsável pelas atividades administrativas, financeiras, de controle de estoque de materiais, gestão dos recursos humanos e da prestação dos serviços. Deve ter conhecimento da gestão do negócio, do processo produtivo e do mercado.

Para a implantação de uma barbearia do porte em questão, o quadro de colaboradores pode ser estimado da seguinte forma:

PESSOAL

QUANTIDADE

Recepcionista

1

Barbeiro

Tabela 2 - Quadro Pessoal

O atendimento (por todos os profissionais do empreendimento) é um item que merece a maior preocupação do empresário, já que nesse segmento de negócio há uma tendência ao relacionamento de longo prazo com o cliente e indicação de novos clientes. Desta forma, deverá se ter uma capacitação contínua, tanto dos procedimentos a serem realizados, como de relações humanas e atendimento ao cliente.

Fator importante na contratação e gestão de pessoas é a capacitação profissional. A qualificação, a atualização e o bom atendimento dos profissionais atraem e fidelizam os clientes, e melhoram a performance do negócio.

O treinamento é importante para manter os profissionais motivados e atualizados. Os profissionais devem desenvolver algumas competências como: capacidade de percepção para entender e atender as expectativas dos clientes; agilidade e presteza no atendimento; capacidade de explicar os procedimentos em questão; motivação para crescer juntamente com o negócio.

O empreendedor e os profissionais da beleza deverão participar de seminários, congressos e cursos direcionados a sua atividade, para manter-se atualizado e sintonizado com as tendências do setor, considerando que o segmento de produtos e serviços de beleza requer contínua atualização e melhoria.

Os profissionais de beleza parceiros podem ser contratados tanto em regime de parceria, como CLT. No caso da parceria profissional devem seguir a Lei nº 13.352 de 2016, conhecida como “Lei Salão Parceiro” que dispõe sobre a parceria entre os salões de beleza e os profissionais da beleza mediante contrato de parceria, que deve ser homologado pelo sindicato profissional.

Deve-se estar atento e seguir o que for acordado na CCT - Convenção Coletiva de Trabalho, utilizando-a como balizadora dos salários e orientadora das relações trabalhistas, evitando, assim, irregularidades e consequências desagradáveis. Um ponto importante é a observar a legislação do Microempreendedor Individual MEI e suas atualizações, se aplicável a modalidade escolhida.

O Sebrae da localidade poderá ser consultado para aprofundar as orientações .

7. Equipamentos

Para montagem e instalação deste estabelecimento de beleza é necessário a compra de equipamentos e mobiliários. Os preços destes podem apresentar uma grande variação, a depender do: porte, número de funcionários e serviços ofertados. Contudo, existem alguns equipamentos necessários para estes estabelecimentos que apresentamos abaixo.

Nota:

- Os equipamentos e mobiliário utilizados dependem do planejamento, da disponibilidade e escolha do empreendedor.

- Esta é apenas uma tabela orientativa. Os itens e os preços podem apresentar variação.

Os preços devem ser pesquisados em lojas especializadas, marketplaces e canais de venda online.

Consideramos neste exemplo um estabelecimento de beleza com 3 barbeiros e 1 recepcionista.

Item

Quantidade

Preço mínimo aproximado

Preço máximo aproximado

Total mínimo aproximado

Total máximo aproximado

Entrada e Recepção

Placa de Identificação

1

R\$ 600,00

R\$ 1.500,00

R\$ 600,00

R\$ 1.500,00

Balcão para recepção/recepcionista

1

R\$ 580,00

R\$ 2.500,00

R\$ 580,00

R\$ 2.500,00

banqueta alta para recepcionista

1

R\$ 250,00

R\$ 400,00

R\$ 250,00

R\$ 400,00

Sofás ou Poltronas ou bancos

1

R\$ 600,00

R\$ 3.000,00

R\$ 600,00

R\$ 3.000,00

Nicho exposição de produtos 100% Mdf

1

R\$ 300,00

R\$ 1.000,00

R\$ 300,00

R\$ 1.000,00

Artigos de decoração diversos

1

R\$ 500,00

R\$ 2.000,00

R\$ 500,00

R\$ 2.000,00

Ar-condicionado

1

R\$ 2.500,00

R\$ 0,00

R\$ 2.500,00

Televisão 32" para recepção (opcional)

1

R\$ 1.200,00

R\$ 0,00

R\$ 1.200,00

Impressora multifuncional (copiadora e scanner)

1

R\$ 600,00

R\$ 1.250,00

R\$ 600,00

R\$ 1.250,00

Notebook

1

R\$ 2.500,00

R\$ 3.800,00

R\$ 2.500,00

R\$ 3.800,00

Operação: Equipamento e Mobiliário

Bancada com gavetas e espelho (conjunto)

3

R\$ 650,00

R\$ 1.500,00

R\$ 1.950,00

R\$ 4.500,00

Cadeira Hidráulica de barbearia

3

R\$ 1.000,00

R\$ 3.800,00

R\$ 3.000,00

R\$ 11.400,00

Carrinhos Auxiliar

3

R\$ 300,00

R\$ 500,00

R\$ 900,00

R\$ 1.500,00

Lavatório

1

R\$ 600,00

R\$ 2.000,00

R\$ 600,00

R\$ 2.000,00

Autoclave ou estufa e insumos

1

R\$ 1.300,00

R\$ 2.800,00

R\$ 1.300,00

R\$ 2.800,00

Nicho Organizador Toalha etc. 100% Mdf

1

R\$ 120,00

R\$ 300,00

R\$ 120,00

R\$ 300,00

Kit máquina de corte e máquina de acabamento

3

R\$ 200,00

R\$ 500,00

R\$ 600,00

R\$ 1.500,00

Kit tesouras para corte

3

R\$ 120,00

R\$ 480,00

R\$ 360,00

R\$ 1.440,00

Tesoura desbastadora

3

R\$ 30,00

R\$ 100,00

R\$ 90,00

R\$ 300,00

Tesoura fio de navalha

3

R\$ 50,00

R\$ 150,00

R\$ 150,00

R\$ 450,00

secador

3

R\$ 450,00

R\$ 800,00

R\$ 1.350,00

R\$ 2.400,00

Navalhete com lâminas

6

R\$ 50,00

R\$ 150,00

R\$ 300,00

R\$ 900,00

Avental

6

R\$ 50,00

R\$ 100,00

R\$ 300,00

R\$ 600,00

Conjunto de acessórios (pentas, tigelas, dosadores, borrifadores, pincéis, prendedores, espanadores etc.)

1

R\$ 300,00

R\$ 600,00

R\$ 300,00

R\$ 600,00

Espelhos de serviço (móveis)

3

R\$ 30,00

R\$ 80,00

R\$ 90,00

R\$ 240,00

Ring Light

1

R\$ 150,00

R\$ 480,00

R\$ 150,00

R\$ 480,00

Estoque

Armário para estoque

1

R\$ 400,00

R\$ 900,00

R\$ 400,00

R\$ 900,00

Estoque inicial de produtos, acessórios, limpeza etc.

1

R\$ 2.000,00

R\$ 3.200,00

R\$ 2.000,00

R\$ 3.200,00

Cozinha

Cafeteira café expresso

1

R\$ 200,00

R\$ 850,00

R\$ 200,00

R\$ 850,00

Purificador de água gelada

1

R\$ 350,00

R\$ 750,00

R\$ 350,00

R\$ 750,00

Geladeira 122 L

1

R\$ 1.250,00

R\$ 1.800,00

R\$ 1.250,00

R\$ 1.800,00

Microondas 20 L

1

R\$ 200,00

R\$ 700,00

R\$ 200,00

R\$ 700,00

conjunto acessórios de cozinha e lixeiras

1

R\$ 180,00

R\$ 400,00

R\$ 180,00

R\$ 400,00

Enxoval

capas

6

R\$ 25,00

R\$ 60,00

R\$ 150,00

R\$ 360,00

Produtos descartáveis

1

R\$ 150,00

R\$ 200,00

R\$ 150,00

R\$ 200,00

Kit Gola Higiênica

1

R\$ 50,00

R\$ 100,00

R\$ 50,00

R\$ 100,00

toalhas comuns (Kit)

1

R\$ 80,00

R\$ 180,00

R\$ 80,00

R\$ 180,00

Total

R\$ 22.500,00

R\$ 60.000,00

INVESTIMENTO TOTAL

Faixa de R\$22.500,00 a R\$60.000

Pode-se ter uma variação em cima dos itens apresentados considerando outras realidades como os itens escolhidos, o tamanho e o perfil do negócio.

Os equipamentos devem estar conservados, limpos e em bom funcionamento, para garantir a produtividade do negócio e a segurança dos funcionários.

É importante lembrar que esta lista de aparelhos e equipamentos é sugestiva e, portanto, não precisa conter todos estes itens e nem se limitar somente a estes.

Materiais e acessórios necessários para barbearia:

- Máquina para corte
- Máquina de acabamento

- Secador
- Chapinha
- Tesoura grande ou média fio navalha
- Tesoura Desfiadeira
- Navalha em caixa
- Navalhete
- Pente para corte
- Borrifador de água
- Espanador de cabelo
- Esponja Nudred
- Toalhas
- Gel, Pomada e outros cosméticos de finalização
- Xampu, condicionador, máscara de cabelo
- Talco
- Espelho
- Pente?de?cabo?fino
- Pente?para?desfiar
- Pente para corte
- Clipes
- Piranhas
- Kit Gola Higiênica
- Escova média
- Avental
- Tigelas plásticas
- Pincel para coloração
- Touca de alumínio

- Touca para reflexo de silicone com prendedor
- Luva descartável
- Máscara descartável
- Outros descartáveis

8. Matéria Prima/Mercadoria

A gestão de estoques apresenta particularidades de acordo com o porte e perfil do estabelecimento ou Barbearia. Os salões de beleza podem apenas operar com a prestação de serviço ou podem também atuar com o comércio e vendas de produtos. De qualquer forma, deve-se buscar a eficiência nesta gestão, sendo que o estoque de mercadorias deve ser suficiente para o adequado funcionamento da empresa, bem planejado de forma a reduzir o impacto no capital de giro.

O empreendedor deverá buscar sempre manter em estoque quantitativo suficiente para atender ao seu público. Para isto deve-se fazer um planejamento e controle de estoque adequado para evitar a falta de produtos, para atender aos clientes e oportunizar a compra de maneira mais vantajosa.

Ao adquirir os insumos para o estabelecimento de beleza é importante verificar a procedência e qualidade dos produtos utilizados e verificar se estão com situação regular perante os órgãos de fiscalização competentes. Se tiver dúvida, verifique o rótulo do produto, nele você encontra o número do registro ou notificação na Anvisa, orientações de uso, advertências e a data de validade. Deve-se também verificar constantemente a data de validade dos produtos estocados. Muitos estabelecimentos de beleza passam por fiscalizações e podem sofrer multas e autuações se estiverem com produtos irregulares ou fora do prazo de validade.

A Anvisa também disponibiliza portal eletrônico para a verificação de produtos no seu site: <https://www.gov.br/anvisa/pt-br>.

Os produtos/insumos e as respectivas quantidades variam consideravelmente e dependem do serviço prestado. Cada serviço, tem um processo que chamamos de fluxo de processo produtivo e para cada processo é requerido uma quantidade de produto que chamamos de matéria-prima.

As barbearias são espaços de beleza masculina cujos insumos e matéria-prima para prestação de serviços são: xampus, condicionadores, óleos, balms, pomadas e gel são muito utilizados, sendo que muitos empreendedores acabam até desenvolvendo estes produtos com marca própria.

É importante lembrar que, nesse setor, a qualidade da matéria-prima é fator de vital importância para fidelizar os clientes. Existe uma infinidade de marcas de produtos cosméticos no mercado. É importante que o empreendedor experimente algumas delas antes de se decidir pela marca definitiva que a empresa adotará.

Nessa perspectiva, é fundamental fazer uma pesquisa junto aos clientes sobre a qualidade dos serviços oferecidos para obter-se um “termômetro das preferências” o que facilitará a escolha dos melhores insumos e marcas no futuro.

Definidos os processos de cada serviço, o passo seguinte é levantar os fornecedores, identificar onde buscar essa mercadoria, se em seu estado, município ou em outras regiões do país.

É necessário ainda verificar se há oferta permanente em quantidade e na qualidade necessárias e qual o custo desses insumos. É necessário identificar se o volume de produtos que as empresas situadas em sua área de atuação possuem é o suficiente para suprir a demanda da empresa ou se será necessário buscar os insumos fora de seu estado, o que resulta em uma elevação dos custos, maior demora para sua reposição, resultando num maior custo com manutenção do estoque. O controle de estoques e de insumos utilizados é recomendável. E sabe-se que quanto maior for o volume em estoque, maior a perda com recursos financeiros parados em prateleiras.

A gestão de estoques é algo crucial na gestão. Ele deve ser suficiente para o adequado funcionamento da empresa, mas mínimo, para reduzir o impacto no capital de giro.

É essencial o bom desempenho na gestão de estoques, com foco no equilíbrio entre oferta e demanda. Esse equilíbrio deve ser sistematicamente conferido, com base, entre outros, nestes três indicadores de desempenho:

1 - Giro dos estoques: número de vezes que o capital investido em estoques é recuperado por meio das vendas. É medido em base anual e tem a característica de representar o que aconteceu no passado. Quanto maior for a frequência de entregas dos fornecedores, em menores lotes, maior será o índice de giro dos estoques, também chamado de índice de rotação de estoques.

2 - Cobertura dos estoques: indicação do período em que o estoque, em determinado momento, consegue cobrir as vendas futuras, sem que haja suprimento.

3 - Nível de serviço ao cliente: demonstra o número de oportunidades de prestação de serviço que podem ter sido perdidas pelo fato de não existir a matéria-prima em estoque ou não se poder executar o serviço com prontidão.

No caso da barbearia, os itens de matéria-prima básica para a realização do processo produtivo são os seguintes:

- Gel, pomada e outros cosméticos de finalização;
- Xampu, condicionador, máscara e outros produtos para cabelos;
- Produtos para tinturas, coloração e descoloração de cabelos e barbas.

Para a definição do mix dos produtos e serviços a serem oferecidos, o empresário deverá visitar concorrentes, se atualizar em feiras e eventos especializados do seu setor, se informar sobre tendências, além de ouvir permanentemente seus clientes e inovar fazendo adaptações e incorporações ao longo do tempo, sempre a partir das demandas e

necessidades do mercado de beleza e de seus clientes. Buscar mercadorias que acompanhem novas tendências também deve ser considerado constantemente pelo empresário.

O tipo de material e os fornecedores devem ser escolhidos de maneira criteriosa e de acordo com o público-alvo. É importante estar atento, buscando mercadorias que atendam às expectativas dos clientes. Pesquisas podem ajudar no levantamento destas informações.

9. Organização do Processo Produtivo

O processo produtivo para este tipo de negócio apesar de ser bastante simples, requer do profissional bastante organização, uma vez que o atendimento e a satisfação do cliente são percebidos na hora e, se prestados de maneira insatisfatória, é passível de propaganda negativa. É justamente nesse ponto em que um estabelecimento se diferencia de seu concorrente e fideliza seus clientes.

Os principais processos produtivos de uma barbearia são:

Recepção e Atendimento ao cliente: responsável pelo cadastramento, agendamento de horários, recepção e registro dos serviços personalizados a serem realizados, acomodação enquanto o cliente espera o seu horário, encaminhamento aos profissionais atendentes, cobrança de valores, manutenção de registros que definem o perfil do cliente para futuras ações de pós-venda e fidelização.

Serviços de divulgação e publicidade: – responsável por transmitir a imagem do estabelecimento aos potenciais clientes, divulgando o catálogo menu de serviços, valores. Como diferencial poderá ser divulgado fotos, tanto em site próprio, blogs como em redes sociais divulgando os serviços prestados na barbearia.

Recepção e Atendimento ao cliente: responsável pelo cadastramento, agendamento de horários, recepção e registro dos serviços personalizados a serem realizados, acomodação enquanto o cliente espera o seu horário, encaminhamento aos profissionais atendentes, cobrança de valores, manutenção de registros que definem o perfil do cliente para futuras ações de pós-venda e fidelização.

Serviço de Atendimento Qualificado (execução dos procedimentos e/ou manutenção): responsável pela prestação do serviço específico a cada cliente. Deve ser representado por áreas ou setores, de acordo com a característica do serviço. Assim, cada cliente será encaminhado a um determinado setor ou profissional da beleza, conforme o serviço ou conjunto de serviços que irá receber. Determinados setores ou atendimento, como é o caso da depilação, serão delimitados por divisórias ou biombos e os demais são caracterizados por células e tipo de serviço.

Pós-Venda: responsável pela execução de serviços de verificação do nível de satisfação de clientes, bem como orientações que ainda se fizerem necessárias para a fidelização do cliente junto ao estabelecimento.

Entretanto, alguns cuidados se fazem necessários entre cada atendimento, tais como:

- Esterilização e/ou limpeza cuidadosa dos equipamentos e utensílios utilizados, na medida em que é um tipo de serviço propenso à contaminação;
- Higiene do piso, no caso do serviço de corte de cabelo;
- Organização do espaço de trabalho, de forma a manter os implementos à mão evitando sua procura ao longo do processo de atendimento;
- Informe sobre níveis de produtos de uso corrente em situação de necessitar reposição e gerenciamento de estoque;
- Quando se tratar de estabelecimento mais sofisticado, este deverá contar com uma organização interna que estabeleça um fluxo de atividades para prestação dos serviços.

10. Automação

Para a modelagem da barbearia, a tecnologia e automação devem ser pensadas já na sua estruturação. Uma barbearia que quer garantir sua competitividade num mercado em franco crescimento precisa ter a inovação e tecnologia como diferenciais, especialmente na era da transformação digital.

Estar no digital não é apenas uma conexão à internet, nem fazer posts em redes sociais, usar softwares e aplicativos ou estar na nuvem. Existem diversas opções de tecnologia e de planejamento da estrutura digital para dar agilidade na gestão do negócio e para melhorar conexão e inovação.

Pontos básicos a serem considerados no digital e na automação de um espaço de beleza:

1. Internet: Acesso e conexão à internet.
2. Online e Offline: O acesso e a conexão aos sistemas e plataformas devem ser tanto online como offline e realizados a qualquer tempo e em todo lugar.
3. Dispositivos digitais: Uso via dispositivos digitais como smartphones ou tablets.
4. Softwares e aplicativos: A gestão do negócio, as operações e os processos básicos devem ser feitos por softwares e aplicativos de gestão.
5. Presença digital e marketing digital: Ferramentas de marketing digital devem ser

implementadas e constantemente aprimoradas.

6. Velocidade e agilidade tecnológica: Tecnologias para melhorar a experiência do cliente precisam ser implementadas rapidamente e sempre que possível.

7. Atualização constante e permanente: Estar atualizado sobre novas tecnologias digitais criadas para o segmento da Beleza.

8. Treinamento da equipe: Toda a equipe da barbearia deve ter conhecimento e ser treinada para saber utilizar as diferentes ferramentas, softwares, aplicativos e plataformas, cada um de acordo com sua atividade. Os treinamentos devem ser constantes.

A automação de uma barbearia inclui os sistemas em que os processos são controlados por meio de tecnologia digitais e dispositivos eletrônicos.

A adoção de sistemas, softwares e aplicativos facilitam a gestão e controle do negócio permitindo. Existem muitos softwares e aplicativos voltados para a Gestão e controle dos Espaços de Beleza, isto ajuda o gestor a ganhar tempo, ter o controle do seu negócio e saber a qualquer tempo sobre todas as entradas e saídas do seu negócio, sem contar outras possibilidades que incluem agendamento; cálculo de comissões de seus parceiros profissionais, controle de agenda, controle de estoque, de pagamentos e muitos mais.

Usando essas ferramentas tecnológicas de forma adequada, ou seja, registrando todas as entradas e saídas do seu negócio de beleza, será possível ter a visão clara e objetiva do ponto onde está e isto vai lhe ajudar a definir estratégias para chegar aonde deseja.

O Controle certamente tem um impacto fundamental na economia de custos e despesas e aumento da rentabilidade do seu negócio.

Existem vários softwares disponíveis no mercado para as barbearias, escolha um que lhe ajude geral a registrar e classificar, de forma simples e ágil, todas as saídas, ou seja, todos os gastos de forma adequada, classificando-os em custos e despesas; estes, por sua vez, em fixos e variáveis. O Software também vai lhe ajudar a ter controle da entrada de capital, ou seja, de todo dinheiro obtido com a venda de produtos e serviços.

Num primeiro momento, pode até parecer complicado, mas com a ajuda de seu software ou aplicativo de Gestão e um bom contador, tudo fica muito mais simples e este processo acaba por ficar cada vez mais automatizado, sendo que o gestor da barbearia, nem vai ter de fazer cálculos financeiros aparentemente complicados. Entretanto é de responsabilidade do Gestor garantir que tudo seja registrado: todas as entradas e todas as saídas. O gestor vai poder visualizar seu caixa em diferentes períodos - dia, semana, mês etc. - de acordo com sua necessidade.

Os softwares especializados nos negócios de Beleza permitem o registro e visualização de informações mais confiáveis sobre o negócio. Com base nos dados é possível obter relatórios importantes, como: faturamento diário, semanal e mensal, valor do tíquete médio de seus clientes; faturamento de cada um dos profissionais parceiros; serviços mais procurados por período; entre outras informações e indicadores importantes para que se possa elaborar planos de ação, estratégias e a tomar a tomar decisões de negócios importantes.

Apesar de ser necessário procurar softwares de custo acessível e compatível com uma pequena empresa, deve ser observado que os aplicativos e softwares de gestão são ferramentas fundamentais no controle gerencial. Geralmente, estes aplicativos cobram operação mensal e alguns cobram taxa de instalação e pacotes de suporte operacional também são opcionais que podem ser adquiridos.

Para a escolha de um software de Barbearia é preciso entender quais são as funções essenciais dentro do negócio:

Exemplo de software disponíveis para o mercado de beleza e estabelecimentos de Beleza:

- Avec
- Belasis
- Belezasoft
- Bellesoftware
- Gendo
- Graces
- Granatum
- One beleza
- Salao.Me
- Sistemabeauty
- Trinks
- Versum

11. Canais de Distribuição

O canal de distribuição se refere aos meios que o barbearia utiliza para entregar seus serviços e produtos aos clientes. Uma escolha adequada dos canais de distribuição do seu negócio possibilita um maior alcance. Ao definir os canais de distribuição, o empreendedor definirá quais são os meios pelos quais irá entregar o serviço e produtos ao seu cliente final.

O empreendedor precisa responder às seguintes perguntas: Como os serviços e produtos de

beleza chegam ao cliente? E qual a estratégia para que o cliente chegue a sua barbearia.

Para essas respostas, o empreendedor deve levar em conta quatro fatores muito importantes:

Produtos/Serviços

Os produtos e serviços oferecidos aos clientes devem estar alinhados com a missão, propósito e valores do estabelecimento de beleza e com o público atendido. É importante decidir quais são os produtos e serviços que serão ofertados ao cliente. Por exemplo: seu espaço será especialista em qual serviço e qual o estilo e preferências do seu público? Você terá produtos para vender para que o cliente continue com os cuidados em casa chamados “Home care”? Serão vendidos acessórios? Isso vai orientar o valor e a forma que os profissionais vão realizar o serviço e a estratégia de venda e atendimento ao cliente.

Estratégias de disponibilização dos Produtos/Serviços e canais de venda

É necessário levantar e avaliar pontos como o local e a forma como os produtos serão ofertados ou os serviços prestados.

Atualmente a estratégia “fidigital” que trata dos canais de venda físicos e digitais é tendência no segmento de beleza. Ou seja, é preciso avaliar se a prestação do serviço, ou a eventual venda de produtos, se dará apenas na forma presencial nas instalações da barbearia, se no domicílio do cliente, se em unidades parceiras, ou se por meio digital: lojas online ou aplicativo próprio, WhatsApp, marketplaces ou e-commerces especializados na área da beleza etc. Esse é o ponto que orienta a estratégia de onde e como estar para atender o cliente. No caso das barbearias, tradicionalmente, os serviços são prestados presencialmente nas próprias instalações da empresa. Em algumas situações os clientes poderão ser atendidos em outros locais, não sendo incomum o pedido de atendimento em domicílio. Neste caso, há que considerar não apenas o preço do serviço a ser prestado, mas também o custo do deslocamento e o tempo adicional gasto (que poderia ser alocado em outras prestações de serviço).

Preço

Muito além do levantamento dos custos e da margem de lucro, é preciso definir os critérios a serem considerados na definição dos preços. Devem ser considerados o perfil do público-alvo, o posicionamento de marca, as formas de pagamento e as a prestação de serviços através de parceria.

Para definir os preços a serem praticados em sua Barbearia:

- Pesquise o preço praticado no mercado e pela sua concorrência de acordo com o perfil de seus clientes.

- Faça os cálculos financeiros considerando a quantidade e o custo dos produtos utilizados. Considere também o tempo de execução do serviço (é importante para cada serviço praticado conhecer a margem de contribuição)
- Avalie seu posicionamento e seus diferenciais competitivos, tendo em mente que preço é diferente de valor.

Estratégia de Captação e Manutenção dos Clientes:

É o momento de definir as estratégias da empresa para manter os clientes e conquistar novos. Essa estratégia depende muito do perfil do público-alvo, incluindo aqui seu comportamento, sua localização, suas preferências, seu poder aquisitivo entre outros. Grande parte das barbearias são pequenas empresas e não dispõem de grandes verbas para investir no marketing tradicional, é essencial elaborar um plano de marketing eficiente, dentro da realidade da empresa, utilizando os meios digitais de forma inovadora. O engajamento junto aos clientes é muito importante e não é incomum que alguns barbeiros se tornem influencers da beleza.

O plano de marketing para barbearias deve considerar:

- Mídias sociais, presença online: A presença digital é importante e é preciso estar presente nas redes sociais e ter o seu perfil de negócios principalmente naquelas que seu público mais utilizar (Facebook, Instagram, WhatsApp Business). O Sebrae pode lhe dar dicas importantes sobre o WhatsApp Business.

- Postagens e divulgação: Uma boa estratégia é fazer postagens mostrando principalmente a transformação no visual dos clientes, considerar que os depoimentos dos clientes são importantes e trazem engajamento. Os vídeos com depoimentos e transformações visuais devem ser publicados e divulgados, mas o estabelecimento deve ter um Termo de cessão de direito de imagem assinado por seus clientes e profissionais para evitar problemas. A visibilidade no Google é importante para que o estabelecimento esteja visível nas buscas do Google, sendo necessário que o estabelecimento comercial faça o seu cadastro no “Google meu negócio”. O Sebrae oferece várias dicas e informações sobre o Google para negócios.

Uma estratégia de Marketing ativa com anúncios patrocinados e ofertas no Facebook e Instagram, por exemplo, com o objetivo de levar o seu cliente ideal para dentro da sua barbearia. É importante trabalhar com promoções, fazer um bom design com um layout que chame a atenção e um texto direto. As postagens devem ser relevantes e o conteúdo atrativo.

12. Investimentos

Para iniciar um negócio de barbearia, um investimento inicial é necessário. Esse valor vai variar de acordo com o tamanho do empreendimento, de acordo com os produtos e serviços que serão oferecidos. Para cada região, cada cidade, existe também uma variação desses valores. Portanto, os valores descritos aqui para investimentos no processo de instalação do empreendimento são apenas uma estimativa, itens e valores comuns para uma barbearia:

Investimentos Pré-operacionais

Quantidade

Preço mínimo aproximado

Preço máximo aproximado

Total mínimo aproximado

Total máximo aproximado

Abertura da empresa

1

R\$ 1.500,00

R\$ 2.000,00

R\$ 1.500,00

R\$ 2.000,00

Reformas e adaptação do imóvel

1

R\$ 1.000,00

R\$ 16.000,00

R\$ 1.000,00

R\$ 16.000,00

Reserva de caixa

1

R\$ 3.000,00

R\$ 5.000,00

R\$ 3.000,00

R\$ 5.000,00

Publicidade e marketing

1

R\$ 600,00

R\$ 2.000,00

R\$ 500,00

R\$ 2.000,00

subtotal 1

R\$ 6.000,00

R\$ 25.000,00

Item

Quantidade

Preço mínimo aproximado

Preço máximo aproximado

Total mínimo aproximado

Total máximo aproximado

Entrada e Recepção

Placa de Identificação

1

R\$ 600,00

R\$ 1.500,00

R\$ 600,00

R\$ 1.500,00

Balcão para recepção/recepcionista

1

R\$ 580,00

R\$ 2.500,00

R\$ 580,00

R\$ 2.500,00

banqueta alta para recepcionista

1

R\$ 250,00

R\$ 400,00

R\$ 250,00

R\$ 400,00

Sofás ou Poltronas ou bancos

1

R\$ 600,00

R\$ 3.000,00

R\$ 600,00

R\$ 3.000,00

Nicho exposição de produtos 100% Mdf

1

R\$ 300,00

R\$ 1.000,00

R\$ 300,00

R\$ 1.000,00

Artigos de decoração diversos

1

R\$ 500,00

R\$ 2.000,00

R\$ 500,00

R\$ 2.000,00

Ar-condicionado

1

R\$ 2.500,00

R\$ 0,00

R\$ 2.500,00

Televisão 32" para recepção (opcional)

1

R\$ 1.200,00

R\$ 0,00

R\$ 1.200,00

Impressora multifuncional (copiadora e scanner)

1

R\$ 600,00

R\$ 1.250,00

R\$ 600,00

R\$ 1.250,00

Notebook

1

R\$ 2.500,00

R\$ 3.800,00

R\$ 2.500,00

R\$ 3.800,00

Operação: Equipamento e Mobiliário

Bancada com gavetas mais espelho (conjunto)

3

R\$ 650,00

R\$ 1.500,00

R\$ 1.950,00

R\$ 4.500,00

Cadeira Hidráulica de barbearia

3

R\$ 1.000,00

R\$ 3.800,00

R\$ 3.000,00

R\$ 11.400,00

Carrinhos Auxiliar

3

R\$ 300,00

R\$ 500,00

R\$ 900,00

R\$ 1.500,00

Lavatório

1

R\$ 600,00

R\$ 2.000,00

R\$ 600,00

R\$ 2.000,00

Autoclave ou estufa e insumos

1

R\$ 1.300,00

R\$ 2.800,00

R\$ 1.300,00

R\$ 2.800,00

Nicho Organizador Toalha etc 100% Mdf

1

R\$ 120,00

R\$ 300,00

R\$ 120,00

R\$ 300,00

Kit máquina de corte e máquina de acabamento

3

R\$ 200,00

R\$ 500,00

R\$ 600,00

R\$ 1.500,00

Kit tesouras para corte

3

R\$ 120,00

R\$ 480,00

R\$ 360,00

R\$ 1.440,00

Tesoura desbastadora

3

R\$ 30,00

R\$ 100,00

R\$ 90,00

R\$ 300,00

Tesoura fio de navalha

3

R\$ 50,00

R\$ 150,00

R\$ 150,00

R\$ 450,00

Secador

3

R\$ 450,00

R\$ 800,00

R\$ 1.350,00

R\$ 2.400,00

Navalhete com lâminas

6

R\$ 50,00

R\$ 150,00

R\$ 300,00

R\$ 900,00

Avental

6

R\$ 50,00

R\$ 100,00

R\$ 300,00

R\$ 600,00

Conjunto de acessórios (pentes, tigelas, dosadores, borrifadores, pincéis, prendedores, espanadores, etc)

1

R\$ 300,00

R\$ 600,00

R\$ 300,00

R\$ 600,00

Espelhos de serviço (móveis)

3

R\$ 30,00

R\$ 80,00

R\$ 90,00

R\$ 240,00

Ring Light

1

R\$ 150,00

R\$ 480,00

R\$ 150,00

R\$ 480,00

Estoque

Armário para estoque

1

R\$ 400,00

R\$ 900,00

R\$ 400,00

R\$ 900,00

Estoque inicial de produtos, acessórios, limpeza etc.

1

R\$ 2.000,00

R\$ 3.200,00

R\$ 2.000,00

R\$ 3.200,00

Cozinha

Cafeteira café expresso

1

R\$ 200,00

R\$ 850,00

R\$ 200,00

R\$ 850,00

Purificador de água gelada

1

R\$ 350,00

R\$ 750,00

R\$ 350,00

R\$ 750,00

Geladeira 122 L

1

R\$ 1.250,00

R\$ 1.800,00

R\$ 1.250,00

R\$ 1.800,00

Microondas 20 L

1

R\$ 200,00

R\$ 700,00

R\$ 200,00

R\$ 700,00

conjunto acessórios de cozinha e lixeiras

1

R\$ 180,00

R\$ 400,00

R\$ 180,00

R\$ 400,00

Enxoval

Capas

6

R\$ 25,00

R\$ 60,00

R\$ 150,00

R\$ 360,00

Produtos descartáveis

1

R\$ 150,00

R\$ 200,00

R\$ 150,00

R\$ 200,00

Kit Gola Higiênica

1

R\$ 50,00

R\$ 100,00

R\$ 50,00

R\$ 100,00

toalhas comuns (Kit)

1

R\$ 80,00

R\$ 180,00

R\$ 80,00

R\$ 180,00

subtotal 2

R\$ 22.500,00

R\$ 60.000,00

Total

R\$ 28.500,00

R\$ 85.000,00

Tabela 3 – Investimento

Ressaltamos que os valores acima relacionados são apenas uma referência para constituição de um empreendimento dessa natureza. Para dados mais detalhados é necessário saber exatamente quais serviços serão oferecidos.

Essa tabela foi elaborada com base na estrutura proposta de 3 barbeiros e 1 recepcionista. Para essa estrutura, o investimento inicial necessário será cerca de um valor mínimo de R\$28.500,00 podendo chegar a R\$85.000,00 ou mais.

É recomendável acrescentar ao valor do investimento um percentual de cerca de 20% para arcar com custos imprevistos (capital de giro). O retorno esperado para esse tipo de investimento é de 12 a 24 meses.

Porém, antes de abrir sua empresa, é essencial que o empreendedor faça um planejamento, elabore um Plano de Negócios para detalhar melhor cada um dos valores necessários. Dentro desse planejamento, é importante que o empreendedor calcule o valor de capital de giro, pois será essencial ter esse valor nos primeiros meses de funcionamento de sua empresa.

Esse é o momento mais indicado para o empreendedor procurar o Sebrae para uma consultoria estratégica do seu negócio. O empreendedor tem também acesso a diversas orientações propostas nas metodologias de modelagem de negócios, onde poderá analisar o mercado no qual irá atuar, mapeando o segmento de clientes, as parcerias possíveis e necessárias, as áreas com as quais irá se relacionar, a estrutura de custos e suas fontes possíveis de receita.

13. Capital de Giro

O capital de giro é o montante de recursos financeiros que o estabelecimento de beleza precisa, ou seja, o dinheiro suficiente para cumprir suas obrigações. O capital de giro é fundamental para suprir os gastos e manter o fluxo de caixa positivo (equilíbrio entre entradas e saídas), para permitir que o negócio tenha fluidez. Ele funciona com uma quantia imobilizada (inclusive em bancos) para suportar as oscilações de caixa.

De uma forma prática, o capital de giro é o valor necessário em caixa para que a empresa possa arcar com seus compromissos financeiros sem precisar entrar no vermelho, ou seja, é o valor em dinheiro que a empresa necessita para cobrir todos os custos até que entre novamente dinheiro em caixa.

Para se chegar ao valor do capital de giro é necessário ter bem definido despesas futuras como custos fixos, compra de mercadorias e financiamento de vendas (cartão de crédito ou crediário).

Principalmente no início do negócio, onde as vendas são poucas e as compras são muitas, o Capital de Giro é necessário para custear este desequilíbrio.

Erros comuns:

Muitas vezes na implantação da barbearia é muito comum a falta de planejamento levar o empreendedor a gastar mais do que estava previsto em mercadorias ou melhorias na reforma e equipamentos.

Outro erro comum é “empatar” o dinheiro do capital de giro no estoque de mercadorias de giro demorado.

Um erro comum de empreendedores inexperientes é ver o dinheiro “sobrar” no final do mês (sem perceber que logo terá que desembolsar o pagamento das compras parceladas pelos fornecedores) e utilizar como lucro ou compras desnecessárias.

Quanto maior o prazo concedido aos clientes para pagamento e quanto maior o prazo de estocagem, maior será a necessidade de capital de giro do negócio. Portanto, manter estoques mínimos regulados e saber o limite de prazo a conceder ao cliente pode amenizar a necessidade de imobilização de dinheiro em caixa. Prazos médios recebidos de fornecedores também devem ser considerados nesse cálculo: quanto maiores os prazos, menor será a necessidade de capital de giro.

Sempre será muito útil que se tenha certo montante de recursos financeiros reservado para que o negócio possa fluir sem sobressaltos, especialmente no início do projeto. No entanto, ter esse recurso disponível não é suficiente. Faz-se necessário uma boa gestão desse

recurso, ou seja, somente deverá ser utilizado para honrar compromissos imediatos ou lidar com problemas de última hora.

O capital de giro garante a saúde financeira, proporcionando:

1. Recursos de financiamento aos clientes (nas vendas a prazo);
2. Mantendo os estoques;
3. Assegurando o pagamento aos fornecedores (compras de matéria-prima ou mercadorias de revenda), bem como o pagamento de impostos, salários e demais custos e despesas operacionais.

Neste caso, deve-se atentar para quanto do dinheiro disponível em caixa é necessário para honrar compromissos de pagamentos futuros (fornecedores, impostos). Recomenda-se pensar uma margem de lastro para no mínimo 3 meses. Portanto, retiradas e imobilizações excessivas poderão fazer com que a empresa venha a ter problemas com seus pagamentos futuros.

Um fluxo de caixa, com previsão de saldos futuros de caixa deve ser implantado na empresa para a gestão competente da necessidade de capital de giro. Só assim as variações nas vendas e nos prazos praticados no mercado poderão ser geridas com precisão.

Dicas que podem ser observadas:

1. Identifique e corte gastos

Descubra custos que podem ser diminuídos e faça o que for necessário para cortá-los. Fique sempre atento ao fluxo de caixa para manter as finanças em dia, pois empresas muitas vezes fecham as portas pela má administração do capital de giro.

1. Tenha muita disciplina

Não use seu capital de giro para cobrir alguma despesa e deixe de repor a mesma quantia quando entra dinheiro em caixa, isso pode ser o começo da sua ruína. Seja “chato” com o seu controle financeiro, reduzindo possíveis riscos no futuro.

1. Saiba negociar com fornecedores e clientes

Em relação aos fornecedores, procure as formas de pagamento mais confortáveis, com um aumento de prazo ou, se à vista o preço ficar mais barato, verifique se esse desconto cabe no seu planejamento de capital de giro. Para os clientes, tente sempre que possível reduzir os prazos de financiamento. É difícil, já que os concorrentes podem oferecer condições de pagamento melhores que a sua. No entanto, não custa tentar.

1. Antecipe pagamentos a receber

Para ter mais dinheiro em caixa, você pode procurar instituições financeiras e receber delas os valores que teria somente no futuro. Mas, tome cuidado! Fique atento às taxas de juros cobradas por esse serviço e veja se realmente vale a pena para o seu negócio.

1. Faça um empréstimo

Se a sua empresa precisa pagar dívidas e não tem dinheiro em caixa, o empréstimo é uma alternativa. Contudo, aqui entra novamente o planejamento. Não procure esse serviço se sua empresa não possui garantias futuras para quitá-lo.

Pesquise os menores juros do mercado e não faça dessa alternativa um hábito. Corrija os procedimentos de compra e venda para conseguir ficar no azul com seu capital de giro, sem precisar recorrer a meios que podem fazer suas dívidas aumentarem mais ainda.

14. Custos

É essencial para o empreendedor conhecer os custos de seu negócio e entender que custo e despesa são conceitos diferentes, uma vez que custos são gastos diretamente ligados à prestação do serviço e possuem relação direta com a atividade dos serviços de beleza executados pelos profissionais da beleza, os barbeiros. Precisa-se saber tudo que é utilizado na prestação de serviços, como os produtos e insumos usados, a matéria-prima e os produtos para revenda.

O custo está relacionado às atividades-fim do negócio, como a matéria-prima, ou seja, os produtos usados para a prestação do serviço de beleza. Já a despesa se refere aos gastos não relacionados ao produto final, como as despesas administrativas

As despesas têm relação direta com a administração e gestão do negócio: aluguel, água, luz, energia elétrica, internet, materiais de escritório, impostos, contador e marketing. Para entender a diferença, basta se perguntar se eliminando o gasto com a produção (no caso a prestação de serviço) seria afetada. Se a resposta for sim, trata-se de um custo.

Os custos dentro de um negócio de barbearia, são os gastos com os serviço e produtos utilizados e os com a manutenção do pleno funcionamento da barbearia. Entre essas despesas, estão o que chamamos de custos fixos e custos variáveis.

- Custos variáveis

São aqueles que variam diretamente com a quantidade produzida ou vendida, na mesma proporção.

- Custos fixos

São os gastos que permanecem constantes, independente de aumentos ou diminuições na quantidade produzida e vendida. Os custos fixos fazem parte da estrutura do negócio.

Para estimar os custos da barbearia, é preciso avaliar o tamanho da estrutura, o volume de serviços, a quantidade de funcionários e as despesas fixas. É fundamental levantar esses valores totais para realizar um controle sobre todos os custos do empreendimento. Isso ajudará a reduzir desperdícios, controlar as despesas internas. A gestão de custos é o gerenciamento inteligente dos gastos de uma organização e é essencial para manter o bom funcionamento do negócio, tornando-o mais competitivo, evitando prejuízos e permitindo um crescimento sustentável da empresa.

Tomando como base o exemplo de uma barbearia, com 3 barbeiros e 1 recepcionista, os custos estimados para a operação do negócio são:

Despesas fixas

valor mensal

valor anual

Aluguel e IPTU

R\$ 2.600,00

R\$ 31.200,00

Água

R\$ 240,00

R\$ 2.880,00

Energia elétrica

R\$ 720,00

R\$ 8.640,00

Telefone e Internet

R\$ 120,00

R\$ 1.440,00

Material de escritório + limpeza

R\$ 160,00

R\$ 1.920,00

Serviço de Contabilidade

R\$ 1.200,00

R\$ 15.600,00

Recepcionista + benefícios e provisões (13º, férias etc.) + vale transporte e cesta básica

R\$ 2.155,43

R\$ 25.865,12

Faxineira

R\$ 600,00

R\$ 7.200,00

Pró-labore + GPS

R\$ 1.345,32

R\$ 16.143,84

Banco PJ e máquina cartão

R\$ 98,95

R\$ 1.187,40

Taxas e contribuições legais

R\$ 40,00

R\$ 480,00

Seguros

R\$ 80,00

R\$ 960,00

Outras despesas (depreciação, manutenção etc)

R\$ 280,00

R\$ 3.360,00

Despesas com Marketing e divulgação

R\$ 240,00

R\$ 2.880,00

Custos variáveis

valor mensal

valor anual

Comissões profissionais parceiros

R\$ 4.675,00

R\$ 56.100,00

matéria primas (produtos usados para realizar serviços)

R\$ 600,00

R\$ 7.200,00

Taxas cartão de crédito e débito (média 2,5%)

R\$ 400,00

R\$ 4.800,00

imposto simples nacional 6%

R\$ 919,50

R\$ 11.034,00

Total despesas

R\$ 16.474,20

R\$ 198.890,36

Tabela 4 – Custo

Dessa forma, o custo total é R\$16.472,20.

Importante registrar, novamente, que são apenas estimativas e que podem variar.

Os custos acima são uma estimativa para a estrutura proposta (3 barbeiros e 1 recepcionista).

A variação destes custos depende do porte, localização e região onde será instalada a barbearia.

Aconselha-se que o empreendedor faça a elaboração de um plano de negócio com o intuito de estimar os custos exatos do seu empreendimento conforme o porte da empresa e dos serviços oferecidos. Para isso, o empresário poderá solicitar a ajuda do Sebrae do seu estado.

15. Diversificação/Agregação de Valor

Existem diversas formas para os empreendedores do segmento de beleza diversificarem na prestação dos serviços, se diferenciando da concorrência e elevando o nível de satisfação da clientela, aumentando, assim, o faturamento do estabelecimento.

Identificar um diferencial em relação aos concorrentes e vê-lo reconhecido pelo consumidor significa vantagem para uma frente em relação às demais empresas do mercado. Observe que não basta oferecer algo que os concorrentes não oferecem. É necessário que esse algo mais seja reconhecido pelo cliente como uma vantagem competitiva e aumente o seu nível de satisfação com o produto/serviço prestado.

Há duas formas clássicas de estratégia de agregação de valor: de custo ou de diferenciação. Na estratégia de custos, na qual o empreendedor pratica um preço mais baixo que os concorrentes, é preciso ter uma grande quantidade de clientes para ter lucro. Afinal, nessa estratégia, a empresa não possui a mesma margem de lucro que locais mais caros. É importante lembrar que esta alternativa precisa ser percebida pelo cliente como algo valoroso. Se o preço não for um fator importante para o cliente, esta estratégia de diferenciação por custo não é a adequada ao seu negócio.

Ao optar por essa estratégia, o cuidado com custos administrativos reduzidos deve ser redobrado, pois vão impactar diretamente no resultado financeiro final.

Na estratégia de diferenciação, é fundamental pensar em oferecer algum valor agregado ao seu cliente diferente de preço. Invista em um bom plano de marketing, na presença digital, invista em programas de fidelização dos clientes como brindes, descontos, aposte na inovação, tenha oferta de produtos diferenciados para um público-alvo específico.

Para a definição da estratégia e do valor agregado, é importante pesquisar junto aos concorrentes para conhecer os produtos e serviços que estão sendo adicionados e desenvolver opções específicas com o objetivo de proporcionar um produto diferenciado ao cliente. Ou seja, agregar valor, inicialmente, consiste em realizar com excelência o serviço contratado, minimizando a sensação dos procedimentos mais duros e maximizando a sensação de conforto dos procedimentos mais suaves.

Um segundo ponto para a agregação de valor, relaciona-se à oferta de serviços diferenciados ou destinados a um público segmentado, desde a oferta de serviços exclusivos, bem como a oferta de serviços especializados.

Como exemplo, pode-se citar terapia capilar, tratamentos para queda de cabelo, crescimento da barba, entre outros. A tricologia agrega muito no dia a dia do barbeiro, problemas como a queda de cabelo, afinamento dos fios e até caspa podem ser endereçados pelo barbeiro que pode alertar e orientar seus clientes. Temos até a Pogonologia, que é o estudo da barba.

O profissional que possui noções de geometria, desenho e estética também ganha um

adequada, além de adquirir conhecimentos como biossegurança, técnicas de corte de cabelo e de barba, visagismo (harmonia entre barba e cabelo). Além disso, é preciso estar sempre buscando possibilidades de aprendizado e treinar bastante. Por fim, é importante estar sempre de olho nas novidades e tendências.

Além disso, conversar com os clientes atuais para identificar suas expectativas é muito importante, tendo em vista o desenvolvimento de novos serviços ou produtos personalizados, o que amplia as possibilidades de fidelizar os atuais clientes, e cativar novos.

Agregar também é acrescentar inovações, diferenciar-se do comum, oferecendo produtos e serviços diferenciados e com qualidade, trazendo satisfação e tornando o negócio atrativo a sua clientela. O cliente deve ter o sentimento de que o valor gasto ali teve o seu devido retorno.

A percepção da clientela sempre estará relacionada à forma com que o empreendedor apresentará o seu negócio, por isso esteja atento às necessidades e anseios dos seus clientes, construindo uma marca forte, onde os resultados procurados sejam plenamente satisfeitos, construindo assim um relacionamento com os clientes, garantindo o sucesso do negócio.

O empreendedor também deve manter-se sempre atualizado com as novas tendências, novas técnicas, novos métodos, por meio da leitura de colunas de jornais e revistas especializadas, pois a agregação de valor pode acontecer das mais diversas formas. A busca pela criatividade, o contínuo aprendizado e a quebra de paradigmas são as possíveis soluções para os desafios das empresas atualmente.

Objetive a qualidade e excelência na prestação dos serviços, faça cursos e os exponha para os clientes verem, além disso, equipamentos de qualidade demonstram maior qualidade. O conforto é ainda mais importante em salões e barbearias justamente pela necessidade de aguardar até a vez chegar. Tenha móveis de qualidade e formas de fazer com que os clientes se distraiam, como é o caso de internet livre, televisão e revistas. As pessoas estão cada vez mais com menos tempo e com suas vidas corridas, por isso o tempo é cada vez mais precioso. Poucos homens saem do trabalho durante o horário comercial para ir a uma barbearia, por isso você deve adaptar os seus horários aos dos clientes.

A rotina de beleza masculina, diferentemente da feminina, precisa ser rápida e ter poucas etapas. Por isso, é importante que o corte de cabelo seja prático. Poucos são os homens que vão concordar em usar um secador para que o cabelo fique igual ao dia em que ele saiu da barbearia. Pelo mesmo motivo, eles são menos afeitos a colorações, que demandam retoque de raiz com frequência.

O lado bom dessa praticidade tipicamente masculina é que homens podem ser ótimos consumidores de cosméticos vendidos na barbearia. Vale, por exemplo, oferecer para ele levar o xampu e o condicionador usados no lavatório. Afinal, ele já testou, ainda que inconscientemente, já sabe que cheiro tem e qual será o resultado alcançado.

O mesmo pode acontecer com a pomada de finalização para o cabelo, o creme de barbear e o pós-barba. Tanto melhor se um deles for do tipo 2 em 1, por exemplo um óleo para barba e cabelo. A sensação é que com uma única entrada na barbearia ele resolveu diversos problemas e facilitou a própria vida.

Uma precaução importante ao montar o portfólio de cosméticos que serão vendidos na barbearia é a escolha da textura. Homens detestam cremes pegajosos ou que levam tempo para secar. Também é importante que tenham fragrâncias agradáveis e que não conflitem entre si. outro ponto que faz toda a diferença é ter a disposição produtos com embalagens que comuniquem as informações de forma clara. Rótulos que exijam malabarismos para saber que o cosmético é para o bigode ou para o cabelo podem ser rechaçados rapidamente pelo consumidor masculino.

Embora os cuidados de beleza masculinos concentrem-se na cabeça – ou seja, cabelo, couro cabeludo, barba e bigode – pouco a pouco mais homens estão começando a se preocupar com outras partes do corpo. Sendo assim, manicure, pedicure, tratamentos estéticos faciais e corporais, massagem, depilação corporal ou íntima, design de sobrancelhas e até dia dos noivos podem fazer parte do cardápio que será oferecido aos clientes.

Nesse caso também vale a ideia de que cosméticos testados na Barbearia podem ser levados para casa. Para o cliente, a compra naquele mesmo local é prática e um serviço a mais que está sendo ofertado para ele. Para o profissional de beleza significa aumento no ticket médio e geração de renda com o atendimento do mesmo cliente. A lojinha de produtos dentro da Barbearia apresenta mais uma vantagem. Quando o produto acabar, o cliente, sendo homem, vai preferir ir até a barbearia para comprar outro em vez de testar um cosmético novo comprado na farmácia mais perto.

Referências para menu de serviços de uma barbearia ou salão de beleza masculino

Apresentamos abaixo algumas referências de produtos e serviços oferecidos aos clientes por uma barbearia:

- Cortes de Cabelo

A arte da barbearia exige muito estudo e uma técnica apurada. Diferentemente do cabeleireiro, o barbeiro precisa saber cortar com diversos tamanhos e tipos de máquinas de corte e com navalha, além da tesoura.

Ele também aprende a fazer o fade, que aqui chamamos popularmente de degradê. Trata-se de uma gradação que vai diminuindo suavemente o comprimento do cabelo, até chegar ao raspado total. As gradações são bem suaves o que dá a impressão de um degradê que vai do escuro até o tom da pele. Fade significa “desaparecer aos poucos”, como uma luz que vai diminuindo de intensidade.

Os barbeiros precisam oferecer aos clientes diversos tipos de cortes dos cabelos em nuças e costeletas. Existe grande variedade e para cada um deles um penteado que constrói um estilo. De forma geral, os termos usados na barbearia são em inglês, embora um ou outro possa ter tradução para o português.

- Barba e Bigode

Além do cabelo, o barbeiro também deve dominar técnicas de raspagem, design e estilização de barba e de bigode.

O conhecimento do visagismo, especialmente em linhas e ângulos do rosto, pode ser um importante diferencial. Ou seja, o barbeiro não cuida apenas dos cabelos, mas de todos os pelos da cabeça.

Entre os serviços que podem ser oferecidos estão:

- Corte simples e acabamento da barba;
- Acabamento pezinho
- Cortes especiais como freestyle e blindado

- Barba Simples
- Barba aparar
- Barba Terapia
- Design de barba;
- Pigmentação de barba;
- Barba com toalha quente
- Barba com vapor de ozônio.
- Cabelo + Barba
- Cabelo + Barba + Sobrancelha
- Cabelo + Barba + Sobrancelha
- Degradê + Tesoura
- Degradê Lateral
- Limpeza de Pele
- Máquina + Tesoura
- Máquina 1 Pente c/ contorno
- Máquina 1 Pente s/ contorno
- Máquina 2 pentes

- Risco Lateral

16. Divulgação

A forma de comunicação com o público-alvo é de suma importância no desenvolvimento da estratégia de divulgação dos serviços prestados. Uma boa divulgação pode gerar resultados positivos à empresa, aumentando o número de pessoas interessadas nos produtos e serviços divulgados, o que pode ocasionar um aumento da procura pelos produtos/serviços oferecidos pelo empreendimento.

É necessário saber o público-alvo para traçar um plano de divulgação. Escolhido esse público, é importante pesquisar o seu perfil, seus hábitos: que essas pessoas gostam de fazer, o que compram, o que gostariam de adquirir, quais são os seus hábitos, os seus costumes, quais meios de publicidade as atingem, entre outros aspectos relevantes. A fachada da barbearia é importante. Além disso, pode-se investir em um letreiro na porta da barbearia, preferencialmente contendo o horário de funcionamento, serviços e claro, uma palavra de ação como “Entre”, ou “Seja, bem-vindo”.

Entre as formas mais eficientes para a divulgação do empreendimento pode-se citar a internet, que já se consolidou como a principal ferramenta de comunicação entre as pessoas, se tornando em nossos dias como uma das mais efetivas, se destacando na promoção e divulgação de empreendimentos.

As redes sociais utilizadas no formato de marketing digital também têm evoluído de forma significativa na divulgação dos serviços ofertados. Os empreendimentos cada dia mais utilizam os recursos disponíveis nas redes sociais (geralmente Facebook, Instagram, WhatsApp e Twitter) para divulgar os serviços e produtos oferecidos. Ressalta-se que esse tipo de comunicação apresenta custo relativamente baixo e com forte e crescente apelo popular.

Nota-se, também, que as empresas que utilizam o marketing digital têm tido seu destaque no mercado empreendedor, fazendo com que a oferta de produtos e serviços possam ser apresentados de forma instantânea, com custos relativamente inferiores às formas tradicionais de divulgação.

É importante também promover ações de relacionamento, campanhas de comunicação, investir em programas de fidelidade e indicação. Apostar em sacolas e materiais personalizados, sites, anúncios na internet e cartões de visita também são meios pelos quais o empreendedor poderá divulgar a sua marca.

O Sebrae disponibiliza o material “10 dicas básicas de redes sociais para os pequenos negócios”, no link:

<https://www.sebrae.com.br/sites/v/index.jsp?vgnextoid=f3d453c03a730610VgnVCM1000004c00210aRCRD> para dar suporte ao empreendedor que deseja utilizar esse formato de divulgação em seus negócios.

no mercado empreendedor, fazendo com que a oferta de produtos e serviços possam ser apresentados de forma instantânea, com custos relativamente inferiores às formas tradicionais de divulgação.

Para se ter uma ideia da dimensão do alcance das redes sociais, atualmente, no final de 2021 o Brasil somava cerca de 159 milhões de pessoas acessando as mídias sociais diariamente. A previsão é de que até o final de 2026 o Brasil acumule em média 184,76 milhões de pessoas – chegando a equivale a 87,09% da população. Já adentrando para a seara mercadológica, 92% das empresas brasileiras possuem perfil em redes sociais para divulgação de seus produtos. Em 2019, a pesquisa social Media Trends demonstrou crescente aumento do uso de redes sociais por empresas com 96,2% das empresas utilizando algum canal digital. O Sebrae disponibiliza diversos cursos para ajudar o empreendedor a planejar sua presença nas redes sociais, como o “Sua empresa nas redes sociais” <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/courseseeventos/sua-empresa-nas-redes-sociais,2fb0b8a6a28bb610VgnVCM1000004c00210aRCRD>

Na medida do interesse e das possibilidades do empreendedor, e da característica da clientela da barbearia, a divulgação também pode se dar por meios tradicionais, como propagandas em rádios locais, TV locais, panfletos, anúncios em jornais de bairro, jornais de circulação local, sites, rádio, revistas e/ou outdoor; e até divulgação nos próprios produtos como embalagens customizadas, cartões-fidelidade etc.

Um meio indireto de divulgação é através de clientes que saíram satisfeitos e bem atendidos. Por recomendação deles, novos clientes poderão procurar pelo produto ou serviço oferecido. A propaganda “boca a boca” é fator de fortalecimento para a empresa.

Antes de iniciar efetivamente o processo de divulgação, é importante ter definido o logotipo, a identidade visual do estabelecimento e ter disponível o material de apoio à divulgação, como cartões, sites, redes sociais. Pode-se contratar um profissional de marketing e comunicação para desenvolver campanhas específicas.

Por fim, tão importante quanto a divulgação, é preciso sempre entregar o prometido e superar as expectativas dos clientes. A publicidade deve ser recorrente, separe sempre parte do orçamento mensal para investir em publicidade no decorrer do mês seguinte, com isso é provável que sua barbearia mantenha um bom público e faturamento estável.

17. Informações Fiscais e Tributárias

Ao iniciar um novo negócio, o empreendedor precisa conhecer as questões relativas aos tributos federais, estaduais e municipais. Entender quanto irá pagar pelos tributos em sua região é muito importante pois esses valores irão influenciar em seu preço e faturamento. Os conteúdos aqui informados são de âmbito nacional. Para informações locais, é preciso buscar auxílio junto às Secretarias Estaduais e Municipais da Fazenda.

O segmento de salão de beleza está classificado predominantemente pela CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) 9602-5/01, como a atividade de

Cabeleireiros, barbeiros e outras atividades de tratamento de beleza.

Existem três modalidades de apuração e recolhimento de tributos no Brasil: Simples Nacional, Lucro Real e Lucro Presumido. O regime tributário influencia no gasto com os impostos e por isso deve ser escolhido de forma cuidadosa, com a ajuda de um profissional.

No caso das microempresas a recomendação é a opção pelo Simples nacional que é um regime diferenciado de tributação para micro e pequenas empresas.

Simples Nacional:

O Simples Nacional é um Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições (Lei Complementar nº 123/2006), no qual o empreendedor poderá recolher os tributos e arrecadação por meio de um único documento – o DAS (Documento de Arrecadação do Simples Nacional), gerado no Portal do Simples Nacional. As alíquotas variam de acordo com a atividade exercida e da receita bruta auferida.

O primeiro passo para optar por esse regime é verificar se sua categoria está contemplada, a receita bruta anual não ultrapasse R\$360.000,00 para microempresa (ME) e que seja entre R\$360.000,00 e R\$4.800.000,00 para empresa de pequeno porte (EPP) e sejam respeitados os requisitos previstos na Lei.

Anexo III do Simples Nacional

Receita Bruta Total em 12 meses (ano)

Alíquota

Valor a deduzir

Até R\$ 180.000,00

6%

0

De R\$ 180.000,01 a R\$ 360.000,00

11,20%

R\$ 9.360,00

De R\$ 360.000,01 a R\$ 720.000,00

13,50%

R\$ 17.640,00

De R\$ 720.000,01 a R\$ 1.800.000,00

16%

R\$ 35.640,00

De R\$ 1.800.000,01 a R\$ 3.600.000,00

21%

R\$ 125.640,00

De R\$ 3.600.000,01 a R\$ 4.800.000,00

33%

R\$ 648.000,00

O Microempreendedor Individual (MEI) é uma modalidade de microempresa optante pelo Simples Nacional.

O empreendedor pode optar pelo registro como Microempreendedor Individual (MEI), desde que não seja dono ou sócio de outra empresa e que tenha até um funcionário. Está em andamento projeto de Lei que deve aumentar este limite para R\$130.000, mas atualmente o teto é R\$81.000,00.

O MEI não pode ser um salão parceiro, no caso barbearia, pois as atividades que são atribuídas ao Salão Parceiro não estão contempladas nas atividades permitidas ao Microempreendedor Individual. No caso de MEI ser um profissional parceiro, sua receita bruta anual não ultrapassar R\$81.000,00.

O Sebrae disponibiliza informações para saber mais sobre o MEI:

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/tudo-o-que-voce-precisa-saber-sobre-o-mei,caa7d72060589710VgnVCM100000d701210aRCRD>

De uma forma geral, para fins de opção e permanência no Simples Nacional, existe um limite de receita (faturamento) em cada ano-calendário, no valor de R\$ 4.800.000,00 (quatro milhões e oitocentos mil reais).

Se a receita bruta anual não ultrapassar R \$81 mil, o empreendedor poderá optar pelo registro como Microempreendedor Individual (MEI), desde que ele não seja dono ou sócio de outra empresa e tenha até um funcionário.

Neste caso, os recolhimentos dos tributos e contribuições serão efetuados em valores fixos mensais. Recomenda-se que o empreendedor consulte um contador, para que ele oriente sobre o enquadramento jurídico e o regime de tributação mais adequado ao seu caso.

No Simples Nacional, as atividades de salão de beleza com contrato de parceria nos termos da Lei nº 12.592, de 2012, têm como base de cálculo o seguinte:

- Para o salão-parceiro, não se consideram os valores repassados ao profissional parceiro, desde que este esteja devidamente inscrito no CNPJ;
- Para o profissional-parceiro, considera-se a totalidade da cota-parte recebida do salão-parceiro.

Quanto à receita que constituir a base de cálculo do Simples Nacional, ela é tributada:

- Pelo Anexo III da Lei Complementar nº 123, de 2006, em relação aos serviços e produtos neles empregados e
- Pelo Anexo I em relação aos produtos e mercadorias comercializados. Quanto às obrigações acessórias:
- O salão-parceiro emitirá documento fiscal para o consumidor com a indicação do total das receitas de serviços e produtos neles empregados e a discriminação das cotas-parte do salão-parceiro e do profissional parceiro, bem como o CNPJ deste; e
- O profissional-parceiro emitirá documento fiscal destinado ao salão-parceiro relativamente ao valor das cotas-parte recebidas.

(Base normativa: art. 2º, § 5º, VI, art. 25, § 18, art. 59, §§ 2º e 3º, art. 100, § 6º, da Resolução CGSN nº 140, de 2018.)

A decisão sobre o enquadramento jurídico e o regime de tributação mais adequados à sua empresa é uma decisão a ser tomada sob a orientação de um contador.

18. Eventos

1.Barber Week

O Barber Week se consolidou como o maior evento Barber do Mundo reunindo os barbeiros profissionais, nacionais e internacionais, mais gabaritados e ávidos por conhecimento e avanço de técnicas e novidades e lançamentos de produtos, equipamentos e móveis. A Feira acontece em São Paulo e durante dois dias as principais marcas do mercado expõem suas linhas de cosméticos masculinos, equipamentos e móveis para barbearia, além de congresso e apresentações. O evento conta ainda com cursos e workshops técnicos e de gestão para barbeiros.

Site: <https://www.barberweek.com.br/>

2.Hair Brasil

A Feira Hair Brasil, Feira Internacional de Beleza, Cabelos e Estética acontece em São Paulo e traz diversas marcas que apresentam produtos e lançamentos para o universo Barber e

oficinas e workshops voltados aos profissionais da beleza, com apresentação de barbeiros e embaixadores renomados do segmento de Barbearia que trazem técnicas de barba e cabelo voltadas aos profissionais barbeiros, além de outros temas relevantes como lucratividade e biossegurança para barbearias.

Site: <https://www.hairbrasil.com/pagina/informacoes-gerais>

3.Beauty Fair

A maior feira de Beleza das Américas é uma das feiras mais abrangentes de todo o mercado da beleza, que traz também diversas atrações para o mundo barber. A Feira traz diversas marcas expositoras voltadas para o mercado e profissionais de barbearia e as principais novidades em cosméticos masculinos, móveis e equipamentos para barbearia.

Na sua programação já conta com o Congresso Barber Beauty Fair que apresenta workshops prático de cortes e trata de temas como a gestão das barbearias. A proposta é munir barbeiros e gestores sobre as últimas tendências e técnicas nos espaços de beleza, além de temas globais imprescindíveis para o crescimento dos negócios como empreendedorismo, saúde e segurança, além de diversidade.

Site: <https://www.beautyfair.com.br/cursos-congressos/congressobarber/>

4.Expo Barber

Evento Internacional que ocorre durante 4 dias na Cidade do México, apresentando aos visitantes as principais tendências internacionais do mundo barber.

Site: <https://www.expobarbershow.com/>

19. Entidades em Geral

Relação de entidades para eventuais consultas:

Sebrae – Serviço Brasileiro de Apoio às micro e pequenas empresas

<http://www.sebrae.com.br>

ABC Cosmetologia - Associação Brasileira de Cosmetologia

<https://www.casadacosmetologia.com.br/>

ABIHPEC - Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos

Site: www.abihpec.org.br

ABSB – Associação Brasileira de Salões de Beleza

Site: <https://www.saloesbrasil.com.br>

ANVISA - Agência Nacional de Vigilância Sanitária –

<http://portal.anvisa.gov.br/>

PRÓ- BELEZA- Sindicato Nacional PROBELEZA - Sindicato dos profissionais do setor de beleza, cosméticos, terapias complementares, arte-educação e similares.

Site: <https://probeleza.org.br>

20. Normas Técnicas

As normas técnicas são documentos estabelecidos por consenso que fornecem regras, diretrizes visam à ordenação. As normas no Brasil são aprovadas por um organismo reconhecido que é a ABNT- Associação Brasileira de Normas Técnicas.

- O uso das normas é voluntário, não são obrigatórias por lei, mas representam Boas Práticas
- As normas técnicas fazem com que os produtos e serviços sejam mais eficientes, mais seguros e mais limpos;
- As normas técnicas compartilham os avanços tecnológicos e disseminam a inovação;
- As normas técnicas fazem proteger os consumidores e usuários em geral

Abaixo as normas da ABNT- Associação Brasileira de Normas Técnicas para estabelecimento de Beleza, realizadas em parceria com Sebrae e Abihpec:

- ABNT NBR 16283:2015 – Estabelecimentos de Beleza / Terminologia;
- ABNT NBR 16383:2015 – Estabelecimentos de Beleza / Requisitos de boas práticas na prestação de serviços;
- ABNT NBR 16483:2016 – Salão de Beleza / Competências de pessoas que atuam nos salões de beleza.

As normas podem ser localizadas no Catálogo da ABNT, usando a palavra-chave BELEZA.

Site: <https://www.abntcatalogo.com.br/normagrid.aspx>

21. Glossário

- Barbeiro: profissional que exerce as mesmas atividades que o cabeleireiro(a), realizando também as atividades de corte e recorte de barba, bigode e outros cuidados afins;
- Profissionais de beleza: pessoas que desenvolvem atividades de cabeleireiro, manicure, esteticista, depilador, maquiador e similares que atuam como empregados ou autônomos, ainda que inscritas no "Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica CNPJ" na forma "empresário individual, de microempreendedor individual ou mesmo como partícipes de pessoa jurídica organizada em forma de cooperativa, de sociedade simples (sociedade de serviços) ou organizações similares.
- Navalhete: instrumento de corte com uso e função similares aos de uma navalha;
- Serviços de estética, corporal, capilar e facial: procedimentos que visam o embelezamento, higienização e bem-estar corporal, facial e capilar por meio de produtos cosméticos, recursos manuais e instrumentais.
- E-commerce: refere-se às vendas pela internet;
- Fidigital (Phydigital); Phygital consiste na fusão entre o mundo digital e físico, na qual será possível o desenvolvimento de novas experiências de relacionamento com os consumidores.
- Insumos: elementos necessários para produzir mercadorias ou serviços, se refere a todas as despesas e investimentos que contribuem para a obtenção de determinado resultado, mercadoria ou produto
- Americano afro – corte americano para cabelos afro, tem as laterais baixinhas, no estilo disfarçado de degradê, e o topo com fios mais volumosos.
- Black power – é um clássico para o cabelo afro masculino, cabelo estiloso e volumoso
- Blindado – este corte também conhecido como Dimil, foi criado por Ariel Barbeiro, é um estilo que mistura o pompadour com as mechas quiff, traz mais durabilidade e resistência ao penteado.
- Blowout – com topete alto como se tivesse sido erguido pelo vento e laterais batidas.
- Bowl Cut – tigelinha
- Buzz Cut – corte bem rente à cabeça, quase careca, exige nenhum penteado
- Comb-Over – frente com volume no alto e nas laterais, penteadas para trás. Bem similar ao estilo usado pelo ator James Dean.
- Crew Cut – topo curto e laterais um pouco mais curtas para um visual bem-comportado
- Disconnected Undercut – um dos mais populares hoje em dia, com uma camada mais

longa no topo e laterais significativamente mais curtas, criando desconexão e contraste

- Dreadlocks – estilo rastafari muito associado ao cantor jamaicano Bob Marley.
- Fade – topo e frente mais longos e laterais e costais mais curtas, reduzindo o volume do cabelo aos poucos até a nuca e a parte superior das orelhas estarem raspadas.
- Faux Hawk – simula um moicano comportado, longe da pegada punk, tem o topo bem penteado.
- French Crop – corte minimalista com laterais mais curtas, porém estreitas. O topo da cabeça se estende até a linha do canto externo dos olhos. O topo é penteado para frente, simulando uma franja.
- High Fade – topo de cabeça mais longo com laterais bem curtas com um contraste bem forte entre os dois comprimentos.
- Ivy League – também conhecido por corte Princeton ou Harvard, é uma versão ligeiramente mais longa que o Crew Cut, o suficiente para ser penteado com uma risca lateral.
- Man Bun – o coque masculino está em alta no Brasil e entre a comunidade Hipster. Pode ser feito na parte de trás da cabeça.
- Mohawk – o moicano radical tem cabelo bem longo e espetado para cima, no estilo punk, e laterais raspadas.
- Pompadour – estilo clássico dos anos 1700 popularizado por Elvis Presley.
- Quiff – também penteado para cima e para trás, como o Pompadour, tem um topo mais curto e que harmoniza melhor com as laterais
- Side Part – tem risca na lateral, laterais e topo quase do mesmo comprimento com textura, volume e acabamento com brilho dado por gel.
- Slicked Back – visual tradicional muito comum no meio corporativo, com todo o cabelo penteado para trás e arrematado com gel ou pomada para manter a forma. O mesmo penteado com gel de efeito molhado cria o estilo rockabilly.
- Top Knot – versão do Bun no alto da cabeça. Pode ter as laterais raspadas.
- Tranças nagô masculina - trança bem rente à cabeça é chamada de trança nagô ou trança raiz.
- Undercut – ganhou bastante popularidade nos últimos anos. O top é mais longo que as laterais, curtas, num fade suave e em desconexão radical com o topo.

22. Dicas de Negócio

Para se diferenciar da concorrência e oferecer aos clientes inovação, é preciso estar atento às

formas de diferenciação do seu negócio. O empreendedor deve definir o seu segmento de atuação, administrar corretamente a empresa e ter o conhecimento necessário do ramo. Essas são condições indispensáveis para o sucesso do empreendimento.

Alguns pontos merecem destaque:

- estude bem como funciona o negócio e as oportunidades de inovação que poderão ser utilizadas na barbearia;
- esteja bem-informado em relação ao setor específico em que se deseja atuar, analisando as práticas do mercado e da concorrência;
- conheça seus possíveis consumidores, por meio de uma pesquisa com as principais necessidades, preferências e demandas dos clientes em potencial;
- conheça os tipos de serviços e os produtos oferecidos pelos concorrentes mais diretos, além dos preços praticados no mercado;
- desenvolva um plano para o negócio, contendo a especificação dos custos variáveis e das despesas fixas previstas para a abertura do negócio;
- Realize cursos e capacitações, participe de workshops e feiras voltadas ao negócio.

Além disso, é importante possuir um estabelecimento aconchegante, atentar-se à organização e limpeza, estar sempre de olho nas novidades do mercado, atender o cliente de forma única e com bastante atenção e profissionalismo, possuir um diferencial. Outras dicas também podem ser eficazes para alavancar o negócio: caprichar na decoração, manter as redes sociais ativas, fazer promoções especiais, fazer parcerias, entregar mais que o desejado, diversificar, investir em outros atrativos.

É importante ter conhecimentos voltados à gestão empresarial, como finanças, planejamento, empreendedorismo, marketing, dentre outros. A procura por capacitações deverá ser constante. Neste caso, procure o Sebrae do seu estado e peça orientação sobre os programas, inclusive das orientações de seus técnicos, específicas para seu caso, gratuitas e permanentes. Já as feiras e workshops garantem, além do relacionamento com cliente e fornecedores, o conhecimento dos novos produtos e serviços disponíveis no mercado, que podem servir como catalisadores de novas oportunidades de atuação da empresa.

Para o sucesso do empreendimento, deverão ser tomadas diversas medidas que irão agregar valor ao serviço oferecido, um maior nível de satisfação, cativando os clientes e oferecendo serviços de alta qualidade.

Entre as diversas ações que deverão ser tomadas para a fidelização e satisfação dos clientes, podemos citar: Investimento em capacitação no segmento, investimento em divulgação, conhecimento do mercado, fidelização de clientes, planejamento e gestão do

empreendimento, qualidade no atendimento.

Um ponto que merece destaque é a utilização de produtos que atendem às normas técnicas e sanitárias que trarão segurança tanto para os trabalhadores, como a satisfação e o reconhecimento de sua clientela pela segurança nos procedimentos ali executados. É importante destacar que os empreendedores de salões de beleza devem utilizar somente produtos devidamente aprovados pela vigilância sanitária.

O empreendedor deve buscar contínuo aperfeiçoamento das atividades necessárias para a excelência do negócio, buscando informações em centros tecnológicos, cursos, livros e revistas especializadas ou junto a pessoas que atuam na área. Além dessas características básicas é fundamental que os profissionais dessa área tenham habilidades tanto técnicas quanto humanas, visando a correta receptividade de seus clientes. É importante ainda a realização de cursos e capacitações considerando que o mercado evolui rapidamente, entidades como o SENAI ofertam diversos tipos de capacitação para o mercado de beleza e estética.

Os empregados também devem participar de cursos de aperfeiçoamento, congressos e seminários, para garantir a atualização do salão de beleza. Uma característica do setor de beleza e estética pessoal é a constante necessidade de apresentar novidades. Para cumprir esse objetivo, as indústrias do setor investem anualmente grandes somas de recursos em lançamentos e promoções de novos produtos. Procure destacar-se com promoções e produtos de qualidade, que atendam realmente às necessidades de seu público-alvo.

A principal oportunidade deste segmento é justamente a ascensão do mercado de beleza, que apresenta poucas chances de queda. Em vista da crescente busca por bem-estar e autoestima, clientes das mais variadas idades e gêneros procuram esse tipo de serviço. Além disso, é um segmento que conta com muita inovação, portanto está sempre mudando e oferecendo produtos e serviços diferenciados.

23. Características Específicas do Empreendedor

Ser empreendedor é ser dono do seu próprio negócio. Abrir uma empresa requer preparo, planejamento, cuidados, foco. O empreendedor deve estar atento às necessidades dos seus clientes e comprometido com o seu negócio. É aconselhável uma auto análise para verificar qual a situação do empreendedor frente ao conjunto de características desejáveis, visando identificar oportunidades de desenvolvimento. Além de conhecer as características do seu produto/serviço é preciso também possuir características empreendedoras:

- **Iniciativa e proatividade:** mostrar que é engajado e quer crescer, demonstrar organização;
- **Autoconfiança:** confiar em si mesmo para tomar decisões, arriscar, buscar novas soluções;
- **Análise e planejamento:** analisar a concorrência, a economia, setores ligados ao negócio, o mercado, saber sobre o funcionamento da empresa;
- **Conexão e criatividade:** estar atento às inovações e mudanças no mercado;

- Controle: não esquecer quem está no controle;
- Liderança: liderar com eficácia, planejar, dividir funções, estabelecer metas;
- Persistência e otimismo: para driblar os possíveis problemas;
- Aprendizagem contínua: buscar se capacitar sempre;
- Criatividade; buscar novos caminhos e soluções;
- Comprometimento, determinação e perseverança: planejar o crescimento da empresa, cuidar da saúde financeira;
- Negociação: ser bom negociador para lidar com clientes e fornecedores;
- Lidar bem com o fracasso: usar suas experiências ruins como formas de aprendizado;
- Eficiência: usar o dinheiro disponível com inteligência, estudando a melhor forma de aplicá-lo;

O empreendedor envolvido em atividades ligadas à barbearia, para se destacar, não basta apenas saber as últimas tendências de corte masculino, mas entender sobre estratégias de marketing e ideias para promover o seu negócio. É importante não economizar com divulgação, investir em ações que mostrem a existência do negócio para o público-alvo, além dos serviços oferecidos. Fidelizar o cliente pode ser tudo que o empreendedor necessita para que ele volte ao seu estabelecimento, é preciso ser criativo e inovador: ter personalidade, deixar transparecer suas melhores características. Prestar um bom atendimento, fazendo com que a experiência na barbearia seja inesquecível.

O Sebrae disponibiliza vários materiais sobre as características de um empreendedor, como:

- As 10 maiores características do empreendedor
- Características que um empreendedor deve ter

24. Bibliografia Complementar

ABIHPEC - Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos. Panorama do Setor. Disponível em: <https://abihpec.org.br/publicacao/panorama-do-setor/> Acesso em agosto/2022.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. ESG e Serviços de

Beleza. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/arquivos/esg-e-servicos-de-beleza,13b26210e9400810VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em agosto/2022.

SENAC - Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial. Blog Senac SP. Disponível em: <https://www.blogsenacsp.com.br/trabalhar-com-barbearia/>. Acesso em agosto/2022.

BARBA DE RESPEITO. Blog. Marketing para barbearias: 5 dicas para sua barbearia crescer. Disponível em: <https://blog.barbaderespeito.com.br/marketing-para-barbearias/> Acesso em agosto/2022.

BEAUTY FAIR. Site. Disponível em: <https://www.beautyfair.com.br/papo-de-barbeiro-turbine-seu-atendimento-com-a-terapia-capilar/> .Acesso em agosto/2022.

BELASIS. 8 dicas para abrir uma Barbearia. Disponível em: <https://www.belasis.com.br/8-dicas-para-abrir-uma-barbearia/>

BELASIS. As maiores novidades para barbearias. Disponível em: <https://www.belasis.com.br/as-maiores-novidades-para-barbearias/>

BELASIS. Disponível em: <https://www.belasis.com.br/como-calcular-o-preco-dos-servicos-de-um-salao-de-beleza-ou-barbearia/> .Acesso em agosto/2022.

BELEZA VERDE. Cuidados naturais para uma barba de respeito. Disponível em: <https://www.belezaverde.com/blog/cuidados-naturais-para-uma-barba-de-respeito/> .Acesso em agosto/2022.

BELEZA VERDE. Por que investir no mercado de beleza masculina?. Disponível em:

<https://www.belezaverde.com/blog/por-que-investir-no-mercado-de-beleza-masculina/> .Acesso em agosto/2022.

DECORFÁCIL. Decoração de barbearia: veja dicas e ideias para montar o ambiente ideal.

Disponível em: <https://www.decorfacil.com/decoração-de-barbearia/> .Acesso em agosto/2022.

ECOMMERCE BRASIL. Mercado de beleza masculina é a aposta da vez. Disponível em: <https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/mercado-de-beleza-masculina-e-a-aposta-da-vez/> . Data: 28/07/2022

GRACES. O que não pode faltar na sua barbearia. Disponível em: <https://graces.com.br/blog/o-que-nao-pode-faltar-na-sua-barbearia-equipamentos/> .Acesso em agosto/2022.

NOVOBARBER Blog. Como tornar a sua barbearia mais atrativa para os clientes. <https://blog.novobarber.com.br/2021/04/como-tornar-a-sua-barbearia-mais-atrativa-para-os-clientes/> .Acesso em agosto/2022.

REVISTA FORBES. 6 barbearias descoladas que provam que beleza e autoestima também são importantes para os homens. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbeslife/2021/07/6-barbearias-descoladas-que-provam-que-beleza-e-autoestima-tambem-sao-importantes-para-os-homens/> . Acesso em agosto/2022.

VOCÊSA. Beleza masculina: um mercado em alta. Disponível em: <https://vocesa.abril.com.br/empreendedorismo/beleza-masculina-um-mercado-em-alta/>.

25. Fonte de Recurso

Para obter recursos, o empreendedor pode buscar junto às agências de fomento linhas de crédito que podem ajudá-lo no início do negócio.

Como captar recursos para o seu negócio

Conheça as fontes de financiamento e as principais linhas de crédito

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/ms/sebraeaz/linhas-de-credito,be990af026458510VgnVCM1000004c00210aRCRD>

26. Planejamento Financeiro

Para o sucesso de todo e qualquer empreendimento, o planejamento é essencial. E é claro que para o sucesso de uma empresa, o planejamento financeiro é a base da sustentação e

crescimento.

Uma barbearia precisa também de um planejamento financeiro, onde o empreendedor conheça seus custos e despesas, saiba exatamente como foi a formação de preço e administre bem seu fluxo de caixa.

Deve-se:

- Vender com preços bem calculados, para evitar prejuízo ou perda de vendas pela oferta de serviços com preços mal dimensionados;
- Comprar com eficiência: pesquisar ofertas e alternativas no mercado que ofereçam o melhor custo-benefício de rendimento, preços e condições de pagamento.
- Também é fundamental evitar o excesso de itens ou compra de insumos que não giram e acumulam dinheiro parado no estoque.

Mas, mais que isso, o planejamento financeiro irá fazer a prospecção do crescimento da empresa. Tendo como base a capacidade produtiva, é possível elaborar uma projeção de crescimento, planejando as vendas futuras e como esse faturamento irá evoluir.

Um bom planejamento financeiro dará base para as outras áreas da empresa também realizarem seu planejamento, executarem suas metas e atingirem seus objetivos.

Nesse momento, é importante que o empreendedor busque ajuda. O Sebrae disponibiliza conteúdo para consulta e consultores que poderão orientar nas melhores decisões.

Ao empreendedor não basta vocação e força de vontade para que o negócio seja um sucesso. Independentemente do segmento ou tamanho da empresa, é necessário que haja um controle financeiro adequado que permita a mitigação de riscos de insolvência em razão do descasamento contínuo de entradas e saídas de recursos. Abaixo, estão listadas algumas sugestões que auxiliarão na gestão financeira do negócio:

- Fluxo de caixa:

O controle ideal sobre as despesas da empresa é realizado por meio do acompanhamento contínuo da entrada e da saída de dinheiro através do fluxo de caixa. Esse controle permite ao empreendedor visão ampla da situação financeira do negócio, facilitando a contabilização dos ganhos e gestão da movimentação financeira.

À medida em que a empresa for crescendo, dificultando o controle manual do fluxo de caixa, tornando difícil o acompanhamento de todas as movimentações financeiras, o empreendedor poderá investir na aquisição de softwares de gerenciamento.

- Princípio da entidade:

O patrimônio da empresa não se mistura com o de seu proprietário. Portanto, jamais se deve confundir a conta pessoal com a conta empresarial, isso seria uma falha de gestão gravíssima que pode levar o negócio à bancarrota. Ao não separar as duas contas, a lucratividade do negócio tende a não ser atingida, sendo ainda mais difícil reinvestir os recursos, gerados pela própria operação. É o caminho certo para o fracasso empresarial.

- Despesas:

O empreendedor deve estar sempre atento para as despesas de rotina como água, luz, material de escritório, internet, produtos de limpeza e manutenção de equipamentos. Embora pequenas, o seu controle é essencial para que não reduzam a lucratividade do negócio.

- Reservas/Provisões:

Esse recurso funcionará como um fundo de reserva, o qual será composto por um percentual do lucro mensal - sempre que for auferido. Para o fundo de reserva em questão, poderá ser estabelecido um teto máximo. Quando atingido, não haverá necessidade de novas alocações de recursos, voltando a fazê-las apenas no caso de recomposição da reserva utilizada. Esse recurso provisionado poderá ser usado para cobrir eventuais desembolsos que ocorram ao longo do ano.

- Empréstimos:

Poderão ocorrer situações em que o empresário necessitará de recursos para alavancar os negócios. No entanto, não deverá optar pela primeira proposta, mas estar atento ao que o mercado oferece, pesquisando todas as opções disponíveis. Deve ter cuidado especialmente com as condições de pagamento, juros e taxas de administração. A palavra-chave é renegociação, de forma a evitar maior incidência de juros.

- Objetivos:

Definidos os objetivos, deve-se elaborar e implementar os planos de ação, visando amenizar erros ou definir ajustes que facilitem a consecução dos objetivos financeiros estabelecidos.

- Utilização de softwares:

As novas tecnologias são de grande valia para a realização das atividades de gerenciamento, pois possibilitam um controle rápido e eficaz. O empreendedor poderá consultar no mercado as mais variadas ferramentas e escolher a que mais se adequa às suas necessidades.

27. Produtos e Serviços - Sebrae

Aproveite as ferramentas de gestão e conhecimento criadas para ajudar a impulsionar o seu negócio. Para consultar a programação disponível em seu estado, entre em contato pelo telefone 0800 570 0800.

Confira as principais opções de orientação empresarial e capacitações oferecidas pelo Sebrae:

- Cursos on-line e gratuitos: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosonline>
- Empretec

Para desenvolver o comportamento empreendedor o Empretec – Metodologia da Organização das Nações Unidas (ONU) proporciona o amadurecimento de características empreendedoras, aumentando a competitividade e as chances de permanência no mercado:

<https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/empretec>

As soluções abaixo são uteis para quem quer iniciar um negócio. Pessoas que não possuem negócio próprio, mas que querem estruturar uma empresa ou pessoas que têm experiência em trabalhar por conta própria e querem se formalizar.

- Plano de Negócios

Para quem quer começar o próprio negócio, saiba mais sobre tudo o que você precisa saber para criar o seu plano de negócio.

O plano irá orientá-lo na busca de informações detalhadas sobre o ramo, os produtos e os serviços a serem oferecidos, além de clientes, concorrentes, fornecedores e pontos fortes e fracos, construindo a viabilidade da ideia e na gestão da empresa: <http://goo.gl/odLojT>

Para quem quer inovar:

- Ferramenta Canvas online e gratuita

A metodologia Sebrae Canvas ajuda o empreendedor a identificar como pode se diferenciar e inovar no mercado: <https://www.sebraecanvas.com/#/>;

- ALI - O Programa Agentes Locais de Inovação

O Programa Agentes Locais de Inovação (ALI) é um acordo de cooperação técnica com o CNPq, com o objetivo de promover a prática continuada de ações de inovação nas empresas de pequeno porte: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/agentelocaldeinovacao>

- Programa Sebraetec Sebrae

O Sebraetec- Serviços em Inovação e Tecnologia, é um programa nacional do Sistema Sebrae que atende negócios de todo o Brasil e oferecendo acesso subsidiado à inovação, tanto em novos projetos quanto em processos.

O Sebraetec é um programa, com atuação nacional, foi criado para que as micro e pequenas empresas possam inovar por meio de consultoria especializada.

Verifique quais as soluções Sebraetec para salões de beleza que são oferecidos no seu estado.

<https://sebraetec.com/>

28. Sites Úteis

- Portal Sebrae: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae>
- Portal Sebrae: MEI: Você sabe o que é a Lei Salão Parceiro. Como aderir a Lei Salão Parceiro.
- Portal do empreendedor: <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/empreendedor>
- Abihpec- Associação Brasileira das Indústrias de Higiene Pessoal Perfumaria e cosméticos: www.abihpec.org.br/
- ABNT- Associação Brasileira de Normas Técnicas para estabelecimento de Beleza: Site: <https://www.abntcatalogo.com.br/normagrid.aspx>

- Pinterest. Decoração Barbearia:
<https://br.pinterest.com/luizvilelagonal/decora%C3%A7%C3%A3o-barbearia/>
- Marketing Digital para barbearia:
 - <https://linkingsites.com.br/servicos/marketing-digital-para-barbearia>
 - <https://insidedigital.com.br/marketing-digital-para-barbearias/>
 - <https://rockcontent.com/br/blog/marketing-para-barbearia/>

