

Esmalteria

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.....	7
Exigências Legais e Específicas.....	10
Estrutura.....	13
Pessoal.....	16
Equipamentos.....	19
Matéria Prima/Mercadoria.....	20
Organização do Processo Produtivo.....	23
Automação.....	25
Canais de Distribuição.....	27
Investimentos.....	29
Capital de Giro.....	40
Custos.....	42
Diversificação/Aggregação de Valor.....	46
Divulgação.....	47
Informações Fiscais e Tributárias.....	49
Eventos.....	53
Entidades em Geral.....	54
Normas Técnicas.....	55
Glossário.....	56
Dicas de Negócio.....	57
Características Específicas do Empreendedor.....	59
Bibliografia Complementar.....	60
Fonte de Recurso.....	62
Planejamento Financeiro.....	62
Produtos e Serviços - Sebrae.....	64
Sites Úteis.....	66

1. Apresentação de Negócio

As esmalterias são espaços de beleza especializados como foco em produtos e serviços para cuidado, tratamento e embelezamento das unhas, através da oferta de serviços diversos de manicure e pedicure.

Os cuidados e embelezamentos das unhas são os serviços de beleza mais procurados e utilizados pelos diferentes perfis de público e principalmente pelo público feminino.

O universo das unhas, as técnicas de esmaltação, design de unhas, o “nail art” que trata de decoração das unhas e diversos outros temas relacionados ao embelezamento e cuidado com as unhas são objeto de inúmeros tutoriais de beleza e atraem inúmeros e variados seguidores.

Dos primórdios aos tempos modernos, o embelezamento das unhas atrai consumidores. Os espaços de beleza dedicados às unhas são uma oportunidade de negócios bastante atraente para os profissionais da beleza que desejam empreender na beleza.

Os salões de beleza respondem por grande parte dos serviços nesse setor, mas oferecem diversos outros serviços. , portanto uma alternativa para quem quer empreender é trabalhar com um nicho deste mercado dedicado aos serviços de cuidado e embelezamento das unhas.

O negócio de esmalteria traz também inovações e especialidades que valorizam mais ainda este empreendimento. A tecnologia e a inovação trazem novos equipamentos e produtos que acompanham as tendências de mercado e mantém este negócio sempre atualizado, atrativo e valorizado.

A Esmalteria é um negócio que disponibiliza diversos serviços de unhas, com foco em manicure, pedicure e esmaltes, trazendo novos conceitos na hora de cuidar das unhas. Geralmente, trabalha com a aplicação dos produtos, mas também oferece a venda deles. Além dos serviços relacionados à parte da esmaltação, podem também proporcionar serviços de conveniência como depilação, linhas de maquiagem, unhas artísticas e design de sobancelhas.

O diferencial da esmalteria, além do foco e especialização, é o ambiente que pode ser customizado e oferece diferentes possibilidades para oferecer ao cliente uma experiência diferenciada e agradável. As experiências proporcionadas aos clientes nas esmalterias podem tornar o momento de fazer as unhas uma experiência prazerosa e inovadora. Neste contexto, a ambientação das esmalterias oferece inúmeras possibilidades como o “Nail bar”, que é um happy hour enquanto se faz as unhas, com bebidas diversas e ambiente descontraído. Além disso, é um negócio cujo seu principal item, o esmalte, nunca sai de moda e tem sido objeto de constantes inovações. Por todas essas razões que esta ideia de negócio sempre atrai muitos empreendedores.

Para abrir o negócio, é fundamental ter conhecimento de mercado: saber onde está entrando e desenvolver estratégias de curto, médio e de longo prazo. É preciso também realizar uma pesquisa sobre a cidade, o bairro e o local de instalação. A localização de qualquer negócio é um ponto fundamental. É importante obter informações sobre o número e a qualidade dos profissionais, além das suas especialidades. Para um planejamento mais detalhado é

importante entrar em contato com o Sebrae da sua região. Os preços e os custos podem variar de acordo com o nível de tecnologia, de sofisticação, da localização e dos serviços oferecidos. Tudo isso aumenta a percepção de valor para os clientes. Abaixo segue um exemplo de passo a passo de como abrir uma esmalteria.

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 profissionais depiladores, atendentes, auxiliares, recepcionista, 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 da esmalteria.

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 esmalteria.

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 uma esmalteria 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 hábitos de consumo das pessoas que serão foco da esmalteria;
- c. Os canais: como a comunidade da esmalteria compra e recebe seu produto e serviço;
- d. Relacionamento com clientes: como a sua empresa se relacionará com a comunidade da esmalteria;
- e. Atividade-chave: quais são as atividades essenciais da esmalteria para que seja possível entregar a proposta de valor;

f. Recursos principais: são os recursos necessários para realizar as atividades-chave da esmalteria;

g. Parcerias principais: são as atividades-chave realizadas de maneira terceirizada e os recursos principais adquiridos fora da esmalteria;

h. Fontes de receita: são as formas da esmalteria obter receita por meio da proposta de valor.

i. Estrutura de custos: São os custos relevantes necessários para que a estrutura da esmalteria possa funcionar.

2. Mercado

De acordo com o Panorama da Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos – ABIHPEC 2021, o Brasil se tornou o 4º país com o maior mercado de Higiene Pessoal Perfumaria e Cosméticos estética do mundo. Atualmente, o país representa cerca de 4,3% do mercado mundial. Dados da Abihpec indicam que o Brasil é o segundo maior mercado de esmaltes do mundo.

De acordo com essa agência de pesquisas de mercado, Transparency Market Research (TMR) a previsão é que as vendas mundiais de produtos para unhas (esmaltes, cuidados e acessórios) devem ter um crescimento anual de 8,0% no período de 2022 a 2031 em todo o mundo. Esta mesma pesquisa revela, o papel das redes sociais neste segmento e o fato de as mulheres seguirem os tutoriais e as influenciadoras vem aumentando o interesse pelo hábito de cuidar das unhas em todas as camadas sociais.

As esmalterias são espaços de beleza que sempre terão seu lugar no mercado, afinal, boa parte das mulheres cuidam de suas unhas toda semana. As diversas cores de esmaltes e as constantes novidades no setor favorecem o mercado. Para se destacar, é preciso especialização, inovação e tratamento personalizado. No Brasil, segundo país que mais consome esmaltes, as oportunidades de negócios surgem a todo momento.

Segundo o Estudo Beauty Plan 2022 da B4A, houve um aumento de gasto mensal por pessoa em relação a 2021, neste ano o investimento deve ser em torno de R\$ 51 a R\$ 200 para mais de 60% das pessoas entrevistadas.

Segundo a Associação Brasileira de Franchising, mesmo com todas as dificuldades em 2020, um dos segmentos que mais chamou a atenção foi o de Saúde, Beleza e Bem-Estar. O segmento registrou desempenho positivo, de 5,4% no 4º trimestre e de 3,1% no acumulado do ano e faturou mais de R\$10,7 bilhões, sendo um mercado de grande potencial.

Uma das vantagens desse tipo de negócio é que a compra dos produtos costuma ser mais acessível. Outro fator positivo é que a principal concorrência desses empreendimentos são os salões de beleza, que não possuem especialização na esmalteria. Trata-se, portanto, de

um serviço com grande diferencial competitivo. Para isso, é importante estar sempre atualizado e trazer novidades para o negócio. Os fornecedores de esmaltes nacionais e importados são encontrados facilmente, tornando possível o investimento em produtos de qualidade.

Um dos principais processos nessa abertura é a formação da carteira de clientes. É importante ter em vista que, apesar de ser um ramo novo no mercado, o setor de beleza e cosméticos é bastante competitivo, sendo necessários grandes esforços para conquistar novos consumidores. O público costuma escolher esse tipo de serviço pela proximidade, valores, segurança e conforto. Outro ponto positivo é a indicação de outros clientes, por isso é importante que o empresário seja influente e faça a diferença dentro desse meio. É essencial apostar na conquista dos consumidores, oferecendo pacotes, benefícios, promoções e uma alta variedade de produtos.

Outro diferencial é a oferta de serviços variados como: podólogo; francesinha e inglesinha; unhas artísticas; esmaltação; esmaltes antialérgicos; unhas de gel; esfoliação e hidratação de cutícula.

Mercado consumidor:

O mercado percebeu que cuidar das unhas é mais do que uma questão de higiene, já faz parte do visual feminino. A clientela busca cada vez mais serviços rápidos e práticos. O objetivo do negócio, é facilitar a vida das clientes com seus horários alternativos, oferecendo bem-estar, comodidade e especialização. É necessário um esforço maior para fidelizar os clientes dentro desse ramo de beleza. Isso pode ocorrer por meio de programas de pontuação, cartões de fidelidade, ações promocionais por meio das redes sociais. As novidades e as tendências aquecem ainda mais o mercado e atraem cada vez mais clientes. Além disso, alta variedade, serviço de qualidade e especializado, conveniência no atendimento e flexibilidade nos horários também são fatores atrativos e que poderão contribuir para a fidelização de futuros clientes.

Mercado concorrente:

O mercado concorrente do segmento de esmalterias é extremamente vasto, pois os salões de beleza e os prestadores de serviços autônomos podem ser considerados concorrentes diretos. Para se destacar dentro desse nicho é necessário investir em comunicação, marketing, eventos e outros mecanismos que facilitem o acesso ao consumidor, além de descobrir as preferências de sua clientela, visando melhorias no atendimento, na conveniência e no bem-estar. Para isso, é preciso estar atento às novas tecnologias e inovações que surgem constantemente, pesquisar e monitorar o mercado, desenvolver planejamento estratégico, aperfeiçoamento constante no atendimento e capacitação dos funcionários. Estar à frente do mercado é o que vai determinar o sucesso do estabelecimento. É preciso adotar boas práticas de gestão e de atendimento para garantir que sua marca seja lembrada pelos clientes. Ter ideias inovadoras e prezar pelo atendimento são atitudes fundamentais para garantir o diferencial competitivo, enfrentar os concorrentes e garantir uma posição favorável no mercado.

Mercado fornecedor:

O mercado fornecedor é atendido pelas empresas produtoras de equipamentos, produtos e utensílios. As empresas dependem desses stakeholders para funcionarem. Esse mercado

para as esmalterias é extremamente vasto em todos os cantos do país. Os empreendedores recebem visitas de promotores de vendas contratados pela indústria que se encarregam de realizar demonstrações particulares nos estabelecimentos. Para conhecer novos fornecedores, é importante participar de feiras, exposições, convenções e eventos do setor. Além disso, deve-se procurar trabalhar em parceria com os seus fornecedores, procurando sempre negociações do tipo ganha-ganha, que sejam vantajosas para todos os envolvidos. Dessa forma será mais fácil conseguir vantagens, obtendo os melhores itens e negociando valores.

3. Localização

A escolha do ponto comercial é de extrema importância e pode ser um dos segredos para quem está interessado em montar esse tipo de 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 do local para a prestação dos serviços, deve ser levado em consideração o fluxo de pessoas na região, local adequado que favoreça o estacionamento de veículos, além de possuir boas condições ambientais para uma permanência agradável da clientela.

Neste caso, levando em consideração o público-alvo, uma pesquisa de mercado seria interessante na localidade, haja vista que nem sempre um local que apresente grande movimentação, representa que este público terá interesse naquele tipo de prestação de serviços na localidade. Outra providência necessária é a visitação do local em diferentes horários a fim de verificar se o fluxo de pessoas é concentrado apenas em um horário específico ou se a movimentação é contínua.

Uma esmalteria poderá estar instalada 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 uma esmalteria. 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.

Existem consumidores para serviços relacionados à beleza em todas as classes sociais, havendo possibilidade de sucesso tanto em regiões de classe média ou alta como também em bairros de menor poder aquisitivo. Ademais, caso o local já contenha comércio semelhante, também deve ser verificado os preços praticados na localidade, a fim de identificar se os custos com pessoal, insumos e matéria prima serão suficientes para a manutenção do negócio.

Especialistas afirmam que a definição do local de instalação de um negócio se dá em duas esferas principais: identificação do território (região) e localização (endereço), considerando-se ainda algumas variáveis como: a demanda (potencial), a oferta (concorrência) e os custos (aluguel, reforma 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.

Entre as estratégias para se definir o ponto estão:

Entre as estratégias para se definir o ponto estão:

- Perfil do público: Definir a faixa de renda e hábitos de consumo ajuda a identificar melhor a região em que os potenciais clientes estão presentes. Conhecer o seu possível consumidor é um fator de importância para o sucesso de um novo negócio, e uma pesquisa focada e profunda deve ser feita para definir as principais necessidades não atendidas, preferências e principais demandas. Conhecendo as necessidades do público é possível oferecer produtos e serviços de forma adequada, permitindo uma satisfação da clientela nos produtos e serviços ofertados e nos preços praticados.

- Aluguel: Ao definir o local do empreendimento, verifique se o valor do aluguel está adequado com o seu plano de negócios e quais as condições para renovação contratual. Encontrar um ponto extraordinário com um aluguel muito alto pode consumir todo o lucro esperado e não trazer retorno proporcional ao custo fixo. O valor do condomínio, instalações, reformas, possibilidade de ampliações e taxas anuais (comuns em shoppings), também devem ser levados em consideração.

- Vizinhança: A análise dos empreendimentos ao redor é um fator que precisa ser observado. Instalar em grandes centros pode ser uma boa ideia, mas com certeza terá uma grande concentração de concorrentes, o que pode facilitar na atração destes, mas pode dificultar a fidelização e a manutenção das margens de lucro. É importante conhecer o perfil dos moradores do local, sua renda média, os hábitos de lazer e os tipos de imóveis da região.

- Acessibilidade: Uma esmalteria é um modelo de negócio onde o cliente permanece um bom tempo dentro do estabelecimento; logo, uma área de com estacionamento, de fácil acessibilidade é essencial para seu sucesso. Caso o espaço não possibilite essa infraestrutura, vale pensar em uma parceria com estacionamentos, por exemplo. O acesso a cadeirantes e a outras pessoas com deficiência também precisa ser observado.

- Visibilidade: A possibilidade de exposição do local é um ponto crucial na hora de escolher a localização. Aqui também deve ser observado a iluminação da rua, valendo para a segurança ou para a visibilidade noturna da empresa. É importante levantar várias alternativas de pontos para poder comparar e definir o melhor lugar para o negócio.

- Aspectos legais: Observe ainda as regularizações, de acordo com o local e licenças exigidas. Verifique se existem restrições de instalação para determinado tipo de negócio naquele endereço, em relação ao plano da Lei de Zoneamento e do Plano Diretor da cidade.

É importante também que o imóvel escolhido ofereça condições para expansão do empreendimento que ocorrerá à medida que o negócio conquistar mais clientes.

De maneira resumida, estão listados alguns pontos de atenção na escolha do imóvel onde a empresa será instalada:

1. A relação entre receitas e despesas estimadas precisa ser compatível com os objetivos definidos pelo empreendedor. É preciso estar atento ao custo do aluguel, prazo do contrato, reajustes e reformas a fazer.
2. Certifique-se de que o imóvel atende às necessidades operacionais quanto à localização, capacidade de instalação, características da vizinhança, serviços de água, luz, esgoto, telefone, transporte etc.
3. Verifique se existem facilidades de acesso, estacionamento e outras comodidades que possam tornar mais conveniente e menos onerosa a adaptação do imóvel.
4. Cuidado com imóveis situados em locais sujeitos a inundações ou próximos às zonas de risco. Consulte a vizinhança a respeito.
5. Confira a planta do imóvel aprovada pela Prefeitura, e veja se não houve nenhuma obra posterior, aumentando, modificando ou diminuindo a área, que deverá estar devidamente regularizada.

Após a escolha do imóvel, o empreendedor precisa preparar a documentação necessária para a instalação de seu estabelecimento de beleza.

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

- Veja se o custo do aluguel, prazo do contrato, reajustes e reformas 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 atentar 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 a esmalteria, 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'.

Nesse momento, é essencial o acompanhamento de um contador, que é um profissional habilitado para elaborar os atos constitutivos da empresa e conhece a legislação tributária, auxiliando nas decisões importantes. O empreendedor deverá ter um registro de Pessoa Jurídica. O modelo ou natureza jurídica da empresa e tipo de CNPJ que será utilizado depende da estrutura que essa pessoa jurídica terá, principalmente em termos de sócios e funcionários, e a finalidade (atividade principal). 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. Ele é o documento que apresenta, por meio de cláusulas, as normas gerais e principais que regerão o estabelecimento, como: nome e localização, objetivo do negócio, dados dos sócios, participação e função de cada um na sociedade.

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, que podem ser realizados pelo contador contratado para este fim:

? 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).

? Alvará de Funcionamento - Para uma esmalteria 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 do estabelecimento 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.

É necessário, ainda, observar as regras de proteção ao consumidor, estabelecidas pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC) que regula a relação de consumo em todo o território brasileiro, buscando equilibrar a relação entre consumidores e fornecedores. O CDC só se aplica às operações comerciais em que haja relação de consumo.

Para os estabelecimentos de Beleza como as esmalterias 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 micros e pequenos profissionais, os “MEIs” e tem suas atividades formalizadas de acordo com as atividades econômicas abaixo:

- CNAE 9602-5/01 - 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.

http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2016/lei/l13352.htm

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), e que esta Lei não viola a proteção à relação de emprego.

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. A Lei do Simples Nacional 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.

- 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 os salões e 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>

O SEBRAE local poderá ser consultado para orientação.

5. Estrutura

Pode-se entender como estrutura todo o conjunto de recursos necessários para o pleno funcionamento de uma esmalteria, incluindo ali recursos materiais, ponto comercial, equipamentos e acessórios necessários para a execução das atividades do estabelecimento.

A modelagem física de um estabelecimento de beleza, como uma esmalteria, envolve o planejamento e a montagem de sua estrutura física que compreende: instalações, mobiliário, equipamentos, insumos e todos os itens necessários para a implementação do negócio.

O primeiro passo é definir o tipo de negócio, 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 um estabelecimento deste tipo 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 transmitir a impressão de limpeza.

O investimento inicial para abrir uma esmalteria pode variar conforme a quantidade de serviços que serão oferecidos, a média de atendimentos previstos, as instalações etc. O valor pode variar de R\$ 16.890,00 a R\$ 42.400,00, de acordo com o tamanho das instalações e o conforto, além dos equipamentos e produtos necessários.

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.

Para dar tratamento profissional ao negócio é fundamental oferecer facilidade para estacionar e ter sala de espera. O conforto e a beleza fazem parte da experiência do cliente no espaço de beleza e devem fazer parte da estrutura.

Sugere-se:

- Recepção: Deve ter um balcão de atendimento com equipamentos de informática que possibilitem o cadastramento dos clientes e o controle dos serviços realizados. Deve ter telefone para atendimento e contatos diversos. É preciso bastante cuidado com o visual,

localização e funcionalidade, porque é onde se dá o primeiro contato com o cliente. O serviço de recepção tem que ser ágil e eficiente, encaminhando o cliente para o local onde será realizado o serviço escolhido, sem criar locomoção desnecessária. O caixa pode estar na recepção, local de entrada, onde será realizado contato inicial e final com o cliente na esmalteria.

- Sala de espera: Deve oferecer comodidade aos clientes e, opcionalmente, dispor de água e/ou cafezinho, revistas atualizadas, televisão ou música ambiente, por exemplo. Deve ficar localizada próxima à recepção e com fácil acesso. As cores do ambiente devem ser leves e sem grandes contrastes.
- Espaços de atendimento: Devem ter tamanho suficiente para acomodar os móveis e equipamentos necessários a cada tipo de serviço. Pode-se utilizar biombos para dividir espaços maiores e criar áreas para o atendimento individual, dando privacidade e conforto aos clientes. A iluminação do ambiente deve ser serena e agradável, proporcionando tranquilidade, porém a luz deve ser adequada para que o profissional preste um serviço de qualidade. Da mesma forma, a cor das paredes e do piso deve ser discreta. O ambiente deve ser arejado e a temperatura agradável. Se necessário, o empreendedor deve instalar aparelhos de ar-condicionado para oferecer conforto tanto aos clientes quanto aos empregados. O espaço destinado ao atendimento deve ser organizado e limpo, além de oferecer conforto, condições essenciais para se manter a integridade e a saúde do cliente.
- Sala de estoque: O material e os insumos de uso devem ser estocados em lugar limpo e arejado, organizados em prateleiras, observando o prazo de validade e a integridade das embalagens. Deve-se tomar todo o cuidado necessário para que o material fique livre de umidade e não corra nenhum risco de contato com insetos e/ou roedores.
- Banheiro(s): Devem estar próximos das áreas de atendimento e serem suficientes para o fluxo de pessoas que frequentam o estabelecimento. O banheiro deve ser sempre limpo e organizado. Deve-se pensar nos equipamentos necessários nos banheiros como os dispensers com sabonete, álcool e cestos de lixo
- Estacionamento - É muito importante que haja espaço para estacionamento, ou convênio com estacionamentos próximos, o que pode traduzir-se em diferencial favorável ao negócio.

Sempre que possível, deve-se aproveitar a luz natural; recomenda-se usar lâmpadas com tecnologia LED, mais modernas e eficientes e o uso de sensores em locais para desligar a iluminação. No final do mês, a economia da conta de luz compensa o investimento. Devido ao trabalho realizado, a iluminação deve ser ampla e abundante.

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 da esmalteria, evitando obras desnecessárias e utilização excessiva de materiais de construção.

Idealmente um estabelecimento 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 profissionais está relacionada ao porte do empreendimento e aos serviços oferecidos.

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

Os colaboradores de uma esmalteria devem estar em constante aprendizado, abertos a inovações e prezar sempre pelo excelente atendimento aos clientes. É preciso estar sempre se capacitando por meio de cursos, workshops. Assim, o empreendedor pode ampliar sua área de atuação, fidelizar e conquistar novos clientes.

A contratação de mão-de-obra especializada e qualificada é de suma importância para garantir a satisfação dos clientes, bem como o sucesso e crescimento do negócio. Uma estrutura básica de quadro pessoal de um estabelecimento de beleza, deve ser pensada considerando pessoas para executar o atendimento profissional especializado (prestação de serviços de beleza), para a recepção e para administração/gestão do estabelecimento de beleza.

Para uma esmalteria de pequeno porte recomenda-se ter uma equipe formada de pelo menos duas ou três manicures/pedicure e uma recepcionista para atender os clientes, além de uma pessoa responsável pela gestão do negócio, que pode até ser o proprietário(a) do estabelecimento.

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

Os profissionais que a esmalteria deve dispor são listados a seguir:

- **Recepcionista:** é a pessoa que têm o primeiro contato com os clientes. Precisa ser uma pessoa prestativa, cordial, atenciosa e paciente, garantindo um bom atendimento. Precisa estar também preparada 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

- **Manicure e pedicure:** é o profissional que exerce serviços de higiene e embelezamento das mãos e/ou dos pés. O profissional que realiza os serviços de manicure e pedicure deve estar apto a: “aplicar as técnicas de higiene e embelezamento das mãos e pés; como limpeza, remoção parcial de cutículas e esmaltação das mãos e pés; manusear, higienizar e esterilizar utensílios e equipamentos adequados de acordo com as normas sanitárias fazendo a antisepsia, assepsia, desinfecção, esterilização, descontaminação de utensílios e equipamentos utilizados” (Norma Técnica NBR 16483:2015).

Os profissionais manicure/pedicure 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 5161-20 (manicure) e 5161-40 (pedicure).

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.

- **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.

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 esmalteria.

Para a implantação da empresa do porte em questão, o quadro de colaboradores é estimado da seguinte forma:

PESSOAL

QUANTIDADE

Recepcionista

1

Manicure/Pedicure

3

Tabela 2 - Quadro Pessoal

O atendimento (por todos os profissionais da esmalteria) 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

A Esmalteria requer a compra de equipamentos e mobiliários cujos preços podem apresentar uma grande variação. O investimento necessário depende do porte, do número de funcionários e dos serviços ofertados.

Nota: Os equipamentos e mobiliário utilizados dependem do planejamento, da disponibilidade e escolha do empreendedor. Os itens e os preços podem apresentar grande variação.

Os equipamentos necessários para a montagem de uma esmalteria são:

- Placa de identificação;
- Cadeiras para espera;
- Armários;
- Balcão para recepção;
- Televisão;
- Utensílios descartáveis;
- Bancos e/ou sofá para clientes em atendimento;
- Ar-condicionado (compatível com a metragem da sala);
- Mesas e bandejas para alocar os produtos utilizados na execução do serviço;
- Carrinho para esmaltes ou prateleira expositora;
- Banquetas para posicionar as profissionais;
- Cadeira para Manicure (Cirandinha);
- Espelhos e vitrines;

- Esterilizador (autoclave);
- Espaço para organização dos materiais descartáveis e outros a serem utilizados na realização do serviço;
- Materiais descartáveis para execução do serviço
- Carrinho auxiliar;
- Vassoura, pá e equipamentos para limpeza;
- Aparelho telefônico/smartphone;
- Instalação de internet banda larga;
- Computador/notebook;
- Máquina de cartão;
- Impressora;
- Software para controle estoque, arquivo de clientes, agendamento de horários e controle do fluxo de caixa;
- Material de escritório: canetas, lápis, papéis;
- Caixas organizadoras;
- Prateleiras;
- Purificador de água.

Todos os materiais e equipamentos devem ser disponibilizados em quantidades suficientes para atender a demanda do empreendimento. A quantidade deverá ser definida de acordo com a estrutura e espaço escolhidos.

A depender da sofisticação, outros equipamentos poderão integrar o ambiente, tais como som, máquina de café, frigobar ou geladeira etc. Estes implementos deverão ser quantificados em função do tipo e quantidade de serviços a ser prestados, bem como sua sofisticação dimensionada pelo perfil do público que se pretende atender.

8. Matéria Prima/Mercadoria

A gestão de estoques apresenta particularidades de acordo com o porte e perfil do estabelecimento. Deve-se buscar eficiência nesta gestão, sendo que o estoque de mercadorias deve ser suficiente para o adequado funcionamento da empresa, bem planejado de forma a para 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 uma esmalteria 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. Muitas esmalterias 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.

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

- Toalhas;
- Kits de unha com luvas hipoalergênicas;
- Palitos e lixas descartáveis;
- Esmaltes diversos;
- Máscaras;
- Lixa polidora;
- Álcool 70%;
- Removedor de esmalte;
- Dosador de removedor;
- Amolecedor de cutículas;
- Extra brilho;
- Base;

- Rolo filme;
- Esfoliante (pés e mão);
- Lixa para pés;
- Separador de dedos;
- Creme hidratante para pés e mãos;
- Algodão (rolo);
- Saco para mãos e pés;
- Kits de unha (1 lixa, 1 saco e 1 palito);
- Alicates para cutículas e para cortar unhas;
- Espátula;
- Cortador de unha em inox;
- Pinças;
- Tesouras;
- Tripé suporte de pernas;
- Pó hemostático;
- Spray secante;
- Borrifador;
- Óleo secante;
- Adesivos para unhas;
- Películas para unhas;
- Material de limpeza

Depois de conhecidos os insumos necessários, o passo seguinte é levantar os fornecedores, identificar onde buscar essa mercadoria, se em seu estado, município ou em outras regiões do país.

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.

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.

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 esmalteria 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 esmalteria 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 menu de serviços, valores. Como diferencial poderá ser divulgado fotos, tanto em site próprio, blogs e redes sociais apresentando e divulgando os serviços prestados na empresa de serviços de esmalteria.

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 de esmalteria, conforme o serviço ou conjunto de serviços que irá receber. Determinados setores ou atendimento serão delimitados por divisórias ou biombos e os demais são caracterizados por 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.

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;
- 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 de uma esmalteria, a tecnologia e automação deve ser pensada já na sua estruturação. Uma empresa 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.

A automação inclui os sistemas em que os processos são controlados por meio de dispositivos eletrônicos, por exemplo. O objetivo é dinamizar e otimizar todos os processos. A adoção de sistemas que facilitam a realização de tarefas rotineiras acaba permitindo mais tempo de dedicação às atividades que mais impactam o negócio. Para isso, é necessário que o empreendedor selecione softwares, metodologias e procedimentos que se adequem ao seu negócio. Para automatizar os processos da esmalteria é necessário identificar quais são os processos repetidos na rotina, avaliar o tempo gasto para realizar essas tarefas, manter a organização e procurar ferramentas de automação de processos específicos.

Com relação à gestão da empresa, existem diversos sistemas de gerenciamento de pequenos negócios que podem auxiliar o empreendedor. Esses sistemas podem integrar as compras, as vendas e o financeiro, auxiliando o empreendedor na sua tomada de decisão. Contudo, antes de se decidir pelo sistema a ser utilizado, o empreendedor deve avaliar o preço cobrado, o serviço de manutenção, a conformidade em relação à legislação fiscal municipal e estadual, a facilidade de suporte e as atualizações oferecidas pelo fornecedor.

A automação de uma esmalteria inclui os sistemas em que os processos são controlados por meio de tecnologia digitais e dispositivos eletrônicos como celulares/smartphones e computadores/notebooks.

Pontos básicos a serem considerados no digital e na automação de uma esmalteria:

- 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 esmalteria 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.

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

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 esmalterias, escolha um que lhe ajude 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 um 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 esmalteria, 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.

Os softwares especializados nos negócios de esmalteria 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.

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

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.

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

Todos estes fornecedores de software, podem ser contatados através das suas redes sociais (Instagram, Facebook, Youtube).

11. Canais de Distribuição

O canal de distribuição se refere aos meios que a esmalteria 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 esmalteria chegam ao cliente? E qual a estratégia para que o cliente chegue a sua empresa.

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 da esmalteria 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 serão prestados.

Atualmente a estratégia “fidigital” que trata dos canais de venda físicos e digitais é tendência no segmento de esmalteria. 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 esmalteria, 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.

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 esmalteria:

- 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 esmalterias 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 profissionais se tornem influencers da beleza.

O plano de marketing para esmalterias 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 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 de sua esmalteria. 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 esmalteria, um investimento inicial é necessário. O valor a ser investido num novo negócio envolve um conjunto de fatores identificados ao longo do processo de instalação do empreendimento. O investimento para o início das atividades varia de acordo com o porte do empreendimento e os produtos e serviços que serão oferecidos. O valor das aquisições varia de cidade para cidade e depende do tamanho do empreendimento e do seu nível de complexidade.

Para cada região, cada cidade, existe também uma variação desses valores, portanto, os valores descritos aqui para investimentos no processo de instalação de um negócio de serviços são apenas uma estimativa.

São investimentos comuns a uma empresa desse segmento:

Investimentos Pré-operacionais

Qtde

Preço mínimo aproximado

Preço máximo aproximado

Total mínimo aproximado

Total máximo aproximado

Abertura da empresa

1

R\$ 1.200,00

R\$ 1.500,00

R\$ 1.200,00

R\$ 1.500,00

Reformas e adaptação do imóvel

1

R\$ 1.000,00

R\$ 8.000,00

R\$ 1.000,00

R\$ 8.000,00

Reserva de caixa

1

R\$ 1.000,00

R\$ 3.000,00

R\$ 1.000,00

R\$ 3.000,00

Publicidade e marketing

1

R\$ 250,00

R\$ 500,00

R\$ 500,00

R\$ 500,00

R\$ 3.700,00

R\$ 13.000,00

Item

Qtde

Preço mínimo aproximado

Preço máximo aproximado

Total mínimo aproximado

Total máximo aproximado

Entrada e recepção

Placa de Identificação

1

R\$ 600,00

R\$ 850,00

R\$ 600,00

R\$ 850,00

Nicho exposição de produtos 100% Mdf

1

R\$ 350,00

R\$ 750,00

R\$ 350,00

R\$ 750,00

Televisão 32" para recepção

1

R\$ 1.000,00

R\$ 0,00

R\$ 1.000,00

Balcão para a recepcionista

1

R\$ 650,00

R\$ 1.200,00

R\$ 650,00

R\$ 1.200,00

Banqueta alta para recepcionista

1

R\$ 250,00

R\$ 400,00

R\$ 250,00

R\$ 400,00

Artigos de decoração diversos

1

R\$ 480,00

R\$ 1.000,00

R\$ 480,00

R\$ 1.000,00

Ar-condicionado

1

R\$ 2.500,00

R\$ 0,00

R\$ 2.500,00

Sofás ou Poltronas ou bancos

R\$ 500,00

R\$ 1.200,00

R\$ 500,00

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

Mobiliário manicure/pedicure

Cirandinha Cadeira Manicure c/apoio e Gaveta Completa

3

R\$ 500,00

R\$ 1.050,00

R\$ 1.500,00

R\$ 3.150,00

Cadeira/poltrona cliente

3

R\$ 250,00

R\$ 600,00

R\$ 750,00

R\$ 1.800,00

Kit básico para manicure e pedicure

12

R\$ 40,00

R\$ 100,00

R\$ 480,00

R\$ 1.200,00

Expositor de esmaltes ou nicho

1

R\$ 50,00

R\$ 400,00

R\$ 50,00

R\$ 400,00

Autoclave ou estufa e insumos

1

R\$ 1.300,00

R\$ 3.000,00

R\$ 1.300,00

R\$ 3.000,00

Ring Light

1

R\$ 150,00

R\$ 480,00

R\$ 150,00

R\$ 480,00

Estoque

Armário com prateleiras

1

R\$ 500,00

R\$ 800,00

R\$ 500,00

R\$ 800,00

Estoque inicial de produtos, acessórios, limpeza etc.

1

R\$ 200,00

R\$ 320,00

R\$ 200,00

R\$ 320,00

produtos descartáveis

1

R\$ 100,00

R\$ 300,00

R\$ 100,00

R\$ 300,00

Cozinha

Cafeteira café expresso

1

R\$ 180,00

R\$ 650,00

R\$ 180,00

R\$ 650,00

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\$ 1.600,00

R\$ 1.250,00

R\$ 1.600,00

Microondas 20 L

1

R\$ 200,00

R\$ 600,00

R\$ 200,00

R\$ 600,00

Acessórios e Lixeiras

1

R\$ 250,00

R\$ 400,00

R\$ 250,00

R\$ 400,00

subtotal

R\$ 13.190,00

R\$ 29.400,00

Total

R\$ 16.890,00

R\$ 42.400,00

Na lista acima não foram considerados equipamentos para alongamento de unha ou outros procedimentos mais especializados e complexos.

Para matéria prima, insumos e outros matérias considerar:

Alicates para cutículas

Tesourinhas

Alicate e cortador de unhas

Espátulas

Curetas

Borrifadores

Acetona e porta acetona

Algodão e porta algodão

Creme emoliente para cutículas

Creme esfoliante para os pés

Outros cremes, hidratantes e produtos para cuidado e tratamento

Lixa diversas

Palito (inox e de laranjeira)

Descartáveis (máscara, luvas e touca)

Óculos de proteção

Pó hemostático

Esmaltes extrabrilho

Esmaltes Base

Esmaltes cores e marcas diversas

Óleo e spray secante

Toalhas (para mãos e pés - podem ser descartáveis)

Para nail art ou design de unha (pincéis e outros materiais acessórios)

Gaze e/ou algodão

É recomendável acrescentar ao valor do investimento um percentual de cerca de 20% para arcar com custos imprevistos, capital de giro. A previsão de faturamento mensal desse tipo de negócio é R\$4.000 a R\$6.000 por profissional, o faturamento total então estará na faixa de R\$12.000,00 a R\$16.000,00, entretanto este valor irá depender do tipo de serviços/produtos ofertados e dos preços praticados. O retorno esperado é de 12 a 36 meses.

Muito importante lembrar que, antes da abertura da Esmalteria deve-se fazer um planejamento cuidadoso considerando o número de clientes (estimativa conservadora), a quantidade de serviços executados e o tíquete médio (faturamento por cliente). Deve-se analisar o número de profissionais manicures e pedicures. Estas variáveis são importantes pois com estas é possível ter-se uma ideia do faturamento esperado e calcular se a real rentabilidade do negócio. Deve-se avaliar os custos cuidadosamente pois a depender do tamanho e porte do estabelecimento o ponto de equilíbrio pode não ser atingido e o empreendedor pode ter prejuízo.

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 pela esmalteria.

Essa tabela foi elaborada com base em uma esmalteria de pequeno porte, que oferece os serviços básicos de manicure/pedicure, em uma área de 50m², com um profissional para a

recepção/atendimento dos clientes e venda dos produtos e três profissionais para executarem o serviço de manicure/pedicure, o investimento necessário estaria na faixa de R\$16.890,00 a R\$42.400,00. 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.

Nessa etapa, é indicado que o empreendedor procure o Sebrae para consultoria adequada ao seu negócio, levando em conta suas particularidades. O empreendedor também poderá basear-se nas orientações propostas por metodologias de modelagem de negócios, em que é possível analisar o mercado no qual estará inserido, mapeando o segmento de clientes, os atores com quem se relaciona, as atividades chave, as parcerias necessárias, sua estrutura de custos e fontes de receita.

13. Capital de Giro

O capital de giro é o montante de recursos financeiros que o estabelecimento precisa 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 de um negócio de esmalteria 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 muitas empresas 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. 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 do negócio, como a matéria-prima, ou seja, os produtos usados para a prestação do serviço de esmalteria. Já a despesa se refere aos gastos não relacionados ao produto, 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 a prestação de serviço seria afetada. Se a resposta for sim, trata-se de um custo.

Os custos dentro de um negócio, são os gastos com os serviços e produtos utilizados e os com a manutenção do pleno funcionamento da esmalteria. 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 esmalteria, 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 da esmalteria de pequeno porte, os custos estimados para a operação do negócio são:

Despesas -Custos fixo

valor mensal

valor anual

Aluguel e IPTU

R\$ 1.200,00

R\$ 14.400,00

Água

R\$ 180,00

R\$ 2.160,00

Energia elétrica

R\$ 280,00

R\$ 3.360,00

Telefone e Internet

R\$ 80,00

R\$ 960,00

Material de escritório + limpeza

R\$ 150,00

R\$ 1.800,00

Serviço de Contabilidade

R\$ 1.000,00

R\$ 12.000,00

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

R\$ 2.155,43

R\$ 25.865,12

faxineira

R\$ 480,00

R\$ 5.760,00

Pró-labore + GPS (retirada do proprietário)

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

outras despesas (depreciação, manutenção etc.)

R\$ 200,00

R\$ 2.400,00

Despesas com Marketing e divulgação

R\$ 250,00

R\$ 3.000,00

Custos variáveis

valor mensal

valor anual

Comissões profissionais parceiros manicures

R\$ 4.400,00

R\$ 52.800,00

matéria primas (produtos usados para realizar serviços)

R\$ 1.320,00

R\$ 15.840,00

Taxas cartão de crédito e débito (média 2%)

R\$ 264,00

R\$ 3.168,00

imposto simples nacional 6%

R\$ 528,00

R\$ 6.336,00

Total despesas

R\$ 13.971,70

R\$ 167.660,36

Dessa forma, o custo total mensal é R\$13.971,70.

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

Os custos acima são uma estimativa para a estrutura proposta (3 manicures/pedicures e 1 recepcionista). Pode-se notar que para os serviços básicos de esmalteria com os custos projetados acima a margem é pequena, no caso de custos acima, se fossem apenas 2 profissionais a rentabilidade poderia até não ser positiva. Portanto, para atingir uma rentabilidade é necessária uma boa gestão de custo, bons profissionais e uma boa clientela, com uma quantidade razoável de clientes.

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

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/Aggregação de Valor

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

A esmalteria compreende serviços voltados para a estética de forma diferenciada, trazendo uma nova experiência de conforto e bem-estar aos clientes. 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.

O primeiro ponto que agrega valor relaciona-se à prestação de um serviço e atendimento de qualidade.

A agregação de valor aos serviços de uma esmalteria pode-se dar através da oferta de serviços de maior valor agregado e, portanto, maior tíquete médio como:

- Através da oferta de serviços e produtos para tratamento e cuidado de unhas e cutículas.
- Serviços de blindagem e esmaltação em gel
- Serviços de nail art, que é uma técnica que vai além da esmaltação tradicional, englobando uma maneira artística de pintar, decorar e realçar as unhas. O Sebrae inclusive dá dicas de como aumentar o faturamento através da oferta de serviços de Nail art.
- Alongamento de unhas (fibra de vidro, acrygel, polygel, gel moldado, acrílico, porcelana etc.).

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 de cursos e especialização, eventos e feiras especializadas, tutoriais e leitura 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.

16. Divulgação

A forma de comunicação com o público-alvo é de suma importância no desenvolvimento da estratégia de divulgação dos serviços prestados. É notório que uma boa divulgação pode gerar resultados positivos a empresa, aumentando o número de pessoas conhecedoras dos produtos e serviços divulgados, ocasionando assim a procura dos serviços oferecidos no empreendimento.

É necessário saber o público-alvo para traçar um plano de divulgação. Escolhido esse público, é importante pesquisar o seu perfil, seus hábitos: o que essas pessoas gostam de fazer, 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 do estabelecimento é importante. Além disso, pode-se investir em um letreiro na porta da esmalteria, 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 podemos citar a internet, que já se consolidou como a principal ferramenta de comunicação entre as pessoas, se tornando em nossos dias como a mais efetiva, se destacando na promoção e divulgação de empreendimentos.

As redes sociais utilizadas no formato de marketing digital 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 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, site, 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?vnextoid=f3d453c03a730610VgnVCM1000004c00210aRCRD> para dar suporte ao empreendedor que deseja utilizar esse formato de divulgação em seus negócios.

O Sebrae disponibiliza um vídeo “Como bombar nas redes sociais”, no

<https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/como-bombar-o-seu-negocio-nas-redes-sociais,89df67cc63554710VgnVCM1000004c00210aRCRD> para dar suporte ao empreendedor que deseja utilizar esse formato de divulgação em seus negócios.

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.

Para se ter uma ideia da dimensão do alcance das redes sociais, 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/cursosoeventos/sua-empresa-nas-redes-sociais,2fb0b8a6a28bb610VgnVCM1000004c00210aRCRD>

Na medida do interesse e das possibilidades do empreendedor, e da característica da clientela da esmalteria, a divulgação também pode se dar por meios tradicionais, como

circulação local, sites, rádio, revistas e/ou outdoor; e até divulgação nos próprios produtos como embalagens customizadas, cartões-fidelidade etc.

A estratégia de distribuição de panfletos de forma dirigida, em locais de grande circulação de pessoas (próximos a esmalteria) ou no bairro onde está localizado também é viável.

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 esmalteria 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 esmalteria, assim como de salão de beleza, está classificado predominantemente pela CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) 9602-5/01, como a atividade de Cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza.

Existem cinco 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.

O MEI não pode ser um salão parceiro, no caso de ser proprietário do estabelecimento e tiver profissionais parceiros, 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 o valor do limite.

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).

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 o 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 (no caso a esmalteria), 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(no caso a esmalteria).

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.)

Lucro Presumido:

Para os empreendedores que preferirem não optar pelo Simples, há também o Lucro Presumido – se presume através da receita bruta de vendas de mercadorias e/ou prestação de serviços. É uma forma de tributação simplificada, usada para determinar a base de cálculo dos tributos de pessoas jurídicas que não estiverem obrigadas à apuração pelo Lucro Real. A base de cálculo varia de acordo com a atividade. A apuração dos impostos é feita trimestralmente.

Sobre o resultado da equação: Receita Bruta x % (percentual da atividade), aplicam-se as alíquotas:

- IRPJ (Imposto de Renda – Pessoa Jurídica) – 15%: Poderá haver um adicional de 10% para a parcela do lucro que exceder o valor de R\$ 20 mil, no mês, ou R\$ 60 mil, no trimestre, uma vez que o imposto é apurado trimestralmente;
- CSLL (Contribuição Social sobre o Lucro) – 9%;
- PIS (Programa de Integração Social) – 0,65%: sobre a receita bruta total;
- COFINS (Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social) – 3,00% - sobre a receita bruta total.

Além desses, incidem também os impostos estaduais e municipais:

- ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços) – Varia de acordo com o estado;
- ISS (Imposto Sobre Serviço) – Varia conforme o município.

Sobre a folha de pagamento incidem as contribuições previdenciárias e encargos sociais:

- INSS (Instituto Nacional do Seguro Social) - Valor devido pela Empresa - 20% sobre a folha de pagamento de salários, pró-labore e autônomos;
- INSS - Autônomos - A empresa deverá descontar na fonte e recolher entre 11% da remuneração paga ou creditada a qualquer título no decorrer do mês a autônomos, observado o limite máximo do salário de contribuição (o recolhimento do INSS será feito através da Guia de Previdência Social - GPS);
- FGTS (Fundo de Garantia do Tempo de Serviço) – 8%.

Lucro Real:

É o lucro líquido do período ajustado pelas adições, exclusões ou compensações. As

alíquotas são:

- IRPJ (Imposto de Renda – Pessoa Jurídica) – 15%: Poderá haver um adicional de 10% para a parcela do lucro que exceder o valor de R\$ 20 mil, multiplicado pelo número de meses do período. Pode ser determinado trimestralmente ou anualmente;
- CSLL (Contribuição Social sobre o Lucro) – 9% - mesmas condições do IRPJ;
- PIS (Programa de Integração Social) – 1,65% sobre a receita bruta total;
- COFINS (Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social) – 7,60% - sobre a receita bruta total.

Os demais impostos e contribuições são iguais ao Lucro Presumido.

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

18. Eventos

As principais feiras e eventos da área da beleza:

Beauty Fair

Maior Feira Internacional de Beleza Profissional das Américas, destinada a profissionais, lojistas, indústrias, distribuidores e exportadores da Beleza de mundo todo. Tem como objetivo desenvolver o mercado da beleza. <https://www.beautyfair.com.br/>

Hair Brasil

Feira Internacional de Beleza, Cabelos e Estética é uma Feira profissional para o mercado profissional dos salões de beleza e clínicas de estética <https://hairbrasil.com/>

In Cosmetics

Principal evento de matérias-primas para cosméticos, conecta os principais fornecedores de matérias-primas, fragrâncias, equipamentos de laboratório, testes e soluções regulatórias do mundo todo com fabricantes de cosméticos. <https://www.in-cosmetics.com/latin-america/pt-br.html>

Hairnor - Feira de Beleza do Nordeste

maior feira de beleza da região nordeste do Brasil, reúne as principais marcas de cosméticos, produtos para cabeleireiros, manicure e maquiagem. Conta com uma ampla programação de cursos de especialização e técnicas de cabelos e maquiagem e demonstrações ao vivo.
<https://www.instagram.com/hairnor/>

Hair Brasília e Beauty

A maior feira de beleza do Centro-Oeste. A feira de beleza movimenta a economia do DF e oferece cursos e workshops de profissionalização.
<https://www.instagram.com/hairbrasilandbeauty/>

Sul Beleza

Para todo os segmentos do setor de beleza, cabelos, estética, higiene pessoal, perfumaria, cosméticos, bem-estar e afins, promovendo relações comerciais e educacionais.
<https://www.sulbeleza.com.br/>

Curitiba Beauty Hair

evento de negócios de beleza do Sul do Brasil, setorizado nos mais diversos segmentos da beleza, estética e negócios. <https://curitibabeautyhair.com.br/>

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>

INTERCOIFFURE- Associação Internacional de Mestres Cabeleireiros:

<http://www.intercoiffure.com.br/site/>

20. Normas Técnicas

As normas técnicas são documentos estabelecidos por consenso que fornecem regras, diretrizes e 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 protegem os consumidores e usuários em geral.

Normas para estabelecimentos de beleza:

- ABNT NBR 16383:2014 – Estabelecimento de beleza – Requisitos de boas práticas na prestação de serviços. Essa norma especifica os requisitos de boas práticas a serem seguidos por estabelecimentos de beleza que fornecem serviços e comercializam produtos de acordo com as boas práticas de atendimento aos clientes e com as condições higiênico-sanitárias, por meio de processos e procedimentos devidamente estruturados;
- ABNT NBR 16483:2015 – Estabelecimento de beleza – Competências de pessoas que atuam nos estabelecimentos de beleza. Essa norma especifica as competências dos profissionais dos estabelecimentos de beleza no desempenho das suas atividades, a fim de que possam prestar serviços de qualidade;
- ABNT NBR 16283:2014 – Versão corrigida: 2014 – Estabelecimento de beleza – Terminologia. Essa norma fornece as definições de termos específicos relativos às atividades típicas dos estabelecimentos de beleza. Destina-se a incentivar a utilização de uma terminologia uniforme e um entendimento comum dentro desse segmento de serviço.

21. Glossário

- Autoclave: aparelho de esterilização de instrumentos, hermeticamente fechado, que opera usando vapor de água sob pressão, a alta temperatura;
- Cutícula: É a pele fininha que fica ao redor das unhas, para protegê-las contra vírus e bactérias;
- Design: conceito de qualquer produto de acordo com seu ponto de vista estético e sua funcionalidade;
- E-commerce: ou “comércio eletrônico” em português, é uma modalidade de comércio onde os negócios e transações financeiras são realizadas via dispositivos e plataformas eletrônicas, como computadores, tablets e smartphones;
- Esmalte: verniz opaco ou transparente com que se recobrem certas matérias para dar-lhes brilho ou cor inalterável;
- Esterilização: processo de conservação que visa a destruir, comumente pela ação do calor, os microrganismos modificadores ou deteriorantes de produtos animais e vegetais;
- Francesinha: unha artística, em que é feito um risco em cima da unha de branco;
- Gestão: ato de gerir ou administrar;
- Hipoalergênico: que provoca poucas reações alérgicas. Os cosméticos que tiverem essa palavrinha impressa na embalagem foram submetidos a testes rigorosos de alergia e, no resultado, deram negativo;
- Modelagem: ato ou resultado de modelar; moldação, moldagem, modelação;
- Nail art: maneira criativa de pintar, decorar, realçar, e embelezar as unhas. É um tipo de arte que pode ser feito nas unhas das mãos e dos pés;
- Nail bar: um “happy hour” para mulheres, que entre um drink e outro aproveitam para cuidar da beleza;
- Óleo secante: Tipo de esmalte bem líquido e oleoso, para ser passado depois que as unhas estão feitas e pintadas. Serve para acelerar o processo de secagem das mesmas e evitar que pelos, sujeiras ou pós grudem no esmalte ainda molhado;
- Pó hemostático: interrompem o sangramento de pequenos ferimentos, formando um coágulo artificial. Aplique em pequenos ferimentos, ele agirá como adstringente hemostático;
- Podologia: aplicação de práticas relacionadas à saúde dos pés por profissionais de nível técnico, que complementam o trabalho do ortopedista ou do dermatologista;

- Público-alvo: parte específica de uma sociedade com peculiaridades em comum (sexo, idade, grau de escolaridade, objetivos profissionais, interesses etc.) e para a qual se destina uma mensagem determinada
- Spray secante: Acelera o processo de secagem do esmalte das unhas;
- Stakeholders: público estratégico e descreve uma pessoa ou grupo que tem interesse em uma empresa, negócio ou indústria, podendo ou não ter feito um investimento neles;
- Unhas de gel: unhas feitas à base de um gel fino e transparente;
- Workshop: Oficina; curso ou seminário intensivo, de pouca duração, em que habilidades artísticas ou intelectuais são exercidas.

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.

Para ter sucesso no empreendimento, o empreendedor deve:

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

feiras voltadas ao negócio.

Além disso, é importante possuir um estabelecimento aconchegante, agradável e bonito. Deve atentar-se à organização e limpeza, estar sempre de olhos 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 capacitação 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.

Com relação às esmalterias, alguns conceitos como “Nail bar” podem ser atrativos, assim como diferentes decorações e ambientações. Dessa forma, pode-se estabelecer um ambiente descontraído, agradável para que os clientes se sintam bem e possam desfrutar de momentos descontraídos na companhia de amigos, ao mesmo tempo em que faz as unhas. É importante, portanto, investir em um modelo de negócios que prioriza a diferenciação na prestação de serviços.

Entre os equipamentos que podem oferecer diferenciação diante da concorrência estão: poltronas massageadoras, impressora digital de unhas, massageadores de pés, estrutura para serviços de lanches, cafeteria e bar. Além disso, pode-se oferecer variedade de cardápio, tecnologias para testar a cor de esmaltes antes da aplicação, oferecer uma gama de esmaltes, oferecer descontos para alguns dias da semana, por exemplo, drinks por conta da casa em alguns horários e outros mimos.

Um ponto que merece destaque é a biossegurança, deve-se priorizar processos e 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 SENAC oferecem 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 da esmalteria. 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 engajada 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 esmalteria, para se destacar, não basta apenas saber as últimas tendências e inovações, 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 empresa 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. Caderno de tendências 2019-2020. Acesso em 15 de setembro de 2022. Disponível em: <https://abihpec.org.br/publicacao/caderno-de-tendencias-2019-2020/>

ANVISA - Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Legislação para Salões de Beleza e Similares. Acesso em 15 de setembro de 2022. Disponível em: <https://abihpec.org.br/publicacao/caderno-de-tendencias-2019-2020/>

BEAUTY FAIR. Unhas: inovação é a palavra-chave para o setor. Acesso em 15 de setembro de 2022. Disponível em: <https://www.beautyfair.com.br/unhas-inovacao-e-a-palavra-chave-para-esse-setor/>

BRAZIL BEAUTY NEWS. Produtos para unhas: projeções indicam forte crescimento na próxima década. Acesso em 15 de setembro de 2022. Disponível em: <https://www.brazilbeautynews.com/produtos-para-unhas-projecoes-indicam-forte,4441>.

COMO MONTAR. Saiba mais sobre montar esmalteria. Acesso em 15 de setembro de 2022. Disponível em: <https://www.comomontar.com.br/beleza/saiba-mais-sobre-montar-esmalteria>.

CONTABILIZEI. Quanto custa abrir empresa no Brasil? Confira os custos e taxas em 2022. Acesso em 15 de setembro de 2022. <https://www.contabilizei.com.br/contabilidade-online/quanto-custa-abrir-empresa-no-brasil-descubra-tudo/#:~:text=os%20primeiros%20passos,-,O%20custo%20para%20abrir%20uma%20empresa%20e%20ter%20um%20CNPJ,e%20o%20escrit%C3%B3rio%20de%20contabilidade.>

CPT. Tratamento das unhas - a história do cuidado com as unhas. Acesso em 15 de setembro de 2022. Disponível em: <https://www.cpt.com.br/artigos/tratamento-das-unhas-a-historia-do-cuidado-com-as-unhas>

DICIONÁRIO MICHAELIS. Acesso em 15 de setembro de 2022. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br>.

EMPREENDEDORISMO. Como montar uma esmalteria. Acesso em 15 de setembro de 2022. Disponível em: <https://blog.egestor.com.br/como-montar-uma-esmalteria/>.

ENCONTRE SUA FRANQUIA. Franquia de esmalteria: entenda o preço do negócio e confira opções para investir. Acesso em 15 de setembro de 2022. Disponível em: <https://encontresuafranquia.com.br/franquia-de-esmalteria-preco/#:~:text=Como%20explicado%20antes%2C%20o%20servi%C3%A7o,abrir%20uma%20franquia%20de%20esmalteria.>

FRANQUIA EMPRESA. Como montar uma esmalteria. Acesso em 15 de setembro de 2022. Disponível em: <https://franquiaempresa.com/2012/12/como-montar-uma-esmalteria.html>.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e estatística. Acesso em 15 de setembro de 2022. Disponível em: < <https://ibge.gov.br> >

NEXTAR. Como montar uma esmalteria: o GUIA completo e atualizado! Acesso em 15 de setembro de 2022. Disponível em: <https://www.programanex.com.br/blog/como-montar-uma-esmalteria-simples-e-lucrativa>.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Como escolher a melhor localização para o seu negócio físico. Acesso em 15 de setembro de 2022. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-escolher-melhor-ponto-comercial-para-seu-negocio,d9d89e665b182410VgnVCM100000b272010aRCRD>.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. As 10 principais características de uma empreendedora de sucesso. Acesso em 15 de setembro de 2022. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/empreendedorismofeminino/artigoempreendedorismofeminino/10-caracteristicas-de-uma-empreendedora-de-sucesso,042b4f9e53bd7710VgnVCM100000d701210aRCRD>.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Portal Sebrae. Acesso em 15 de setembro de 2022. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae>.

SÓ CONTABILIDADE. Capital de giro. Acesso em 15 de setembro de 2022. Disponível em:

SYHUS CONTABILIDADE. Qual a diferença entre lucro real e lucro presumido? Acesso em 15 de setembro de 2022. Disponível em: <https://syhus.com.br/2014/07/15/qual-diferenca-entre-lucro-real-e-lucro-presumido/>.

TREASY. Diferença entre custo e despesa. Acesso em 15 de setembro de 2022. Disponível em: <https://www.treasy.com.br/blog/custos-e-despesas-saiba-a-diferenca/>.

TOULOUSE COMUNICAÇÃO. Quanto investir em marketing para sua empresa ter resultados?. Acesso em 15 de setembro de 2022. Disponível em: <https://toulousecomunicacao.com.br/quanto-investir-em-marketing-para-sua-empresa-ter-resultados/#:~:text=Como%20saber%20quanto%20investir%20em%20marketing,-N%C3%A3o%20existe%20uma&text=Eles%20auxiliam%20os%20gestores%20a,bruto%20em%20a%C3%A7%C3%B5es%20de%20marketing.>

UNIVERSO RETRÔ. A história das unhas femininas através das gerações. Acesso em 15 de setembro de 2022. Disponível em: <https://universoretro.com.br/a-historia-das-unhas-femininas-atraves-das-geracoes/>

ZAICO CONTÁBIL. Contabilidade para salão de beleza. Acesso em 15 de setembro de 2022. Disponível em: <https://zaicocontabil.com.br/contabilidade-para-salao-de-beleza/>

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 esmalteria 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. A medida 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 online e gratuitos:

<http://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 úteis para quem quer iniciar um negócio. Pessoas que não possuem negócio próprio, mas que querem estruturar uma empresa ou pessoas que tem 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>
- ABNT- Associação Brasileira de Normas Técnicas para estabelecimento de Beleza: Site: <https://www.abntcatalogo.com.br/normagrid.aspx>
- Anvisa - Agência Nacional de Vigilância Sanitária - <https://www.gov.br/anvisa/pt-br/search?SearchableText=salao%20de%20beleza>

