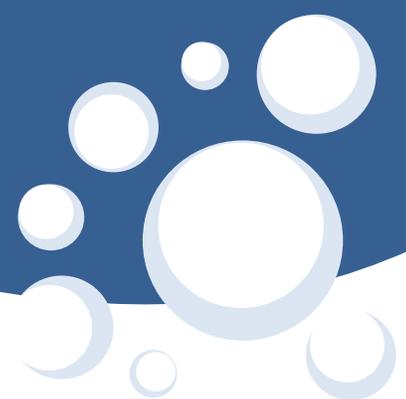


COMO ABRIR SEU PRÓPRIO NEGÓCIO NA ÁREA DE ESTÉTICA



Cris Marques



Edição 01/2016

Sumário

INTRODUÇÃO	3
CARACTERÍSTICAS DE MERCADO	4
COMO ESCOLHER A LOCALIZAÇÃO	6
EXIGÊNCIAS LEGAIS E ESPECÍFICAS	7
PRINCIPAIS NORMAS FEDERAIS	8
ESTRUTURA DO NEGÓCIO.....	9
DIFERENCIAIS NA ESTRUTURA DO NEGÓCIO.....	10
PESSOAL	11
O PROFISSIONAL ESTETICISTA	12
PERFIL DO PROPRIETÁRIO.....	13
EQUIPAMENTOS	14
MATERIA-PRIMA E MERCADORIA.....	16
ORGANIZANDO OS PROCEDIMENTOS	18
CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO DOS SERVIÇOS OFERTADOS.....	18
AUTOMATIZANDO O CENTRO ESTÉTICO	19
PLANO DE NEGÓCIOS.....	20
INVESTIMENTOS INICIAIS.....	21
CAPITAL DE GIRO	22
CUSTOS	23
DIVERSIFICANDO E AGREGANDO VALOR.....	24
PROPAGANDA E MARKETING	25
INFORMAÇÕES FISCAIS E TRIBUTÁRIAS.....	26
SIMPLES Nacional.....	26
MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL	27
EVENTOS NA ÁREA DE ESTÉTICA.....	28
ENTIDADES EM GERAL	29
NORMAS TÉCNICAS.....	31
DICIONÁRIO DE TERMOS TÉCNICOS	33

INTRODUÇÃO

A palavra estética tem origem do grego *aisthesis* e significa percepção e sensação. Na época, a estética era uma filosofia que estudava a capacidade das coisas de serem belas e da reação do homem diante da beleza da pintura, escultura e literatura. O conceito de beleza, relacionado à estética, acompanha a história desde os primórdios da humanidade, quando os povos primitivos pintavam o corpo e o rosto em celebrações, até o nosso simples ato de escovar os dentes ou pentear os cabelos.

Motivados com os cuidados com a aparência, tanto masculina quanto feminina, e a crescente utilização dos serviços por idosos, os centros estéticos viram nesse ramo uma oportunidade de crescimento e começaram a se espalhar em todo país, oferecendo serviços de tratamentos corporal e facial que buscam a reabilitação, relaxamento ou melhora estética e de saúde dos clientes, utilizando, para isso, cosméticos e equipamentos especializados.

O atual mercado de trabalho da estética exige mão-de-obra qualificada, articulada e com capacidade de atrair o público alvo para a aplicação dos seus conhecimentos. As avaliações são realizadas por esteticistas e profissionais habilitados.

Clínicas de estética são diferentes dos centros de estética, pois exigem profissionais técnicos, geralmente médicos, além de registro em órgão específico, uma vez que este tipo de negócio realiza cirurgias plásticas, por exemplo.

O centro de estética pode oferecer uma variada opção de serviços, que vão de tratamentos faciais e corporais a massagens estéticas e anti-stress. Vale lembrar que os serviços oferecidos variam de acordo com o foco e tamanho do negócio e dos profissionais que há no estabelecimento.

CARACTERÍSTICAS DE MERCADO

É fácil observar que o setor de estética e beleza está em expansão. A população brasileira está cada vez mais preocupada com a saúde corporal e, também, com a aparência. Isso alavancou o crescimento do setor de cuidados com o corpo e estética. O crescimento do número de mulheres independentes financeiramente somado ao aumento do poder aquisitivo das classes C e D fez com que o mercado de beleza e estética tomasse rumos em diversas direções, nos quais as ofertas de produtos e serviços foram ampliadas para satisfazer todos os tipos de público.

Segundo a ABIHPEC - Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos – este mercado vem crescendo em média 10% ao ano e o Brasil é o terceiro colocado no ranking do mercado estético do mundo, atrás apenas da China e dos Estados Unidos. O brasileiro hoje gasta 2% do seu orçamento na compra de produtos de higiene e beleza e o setor movimentou US\$ 43,5 bilhões em 2014. Apesar da queda de 6,7% entre janeiro e setembro de 2015, o setor ainda consegue driblar a crise e se manter forte no mercado

As opções na oferta de serviços e produtos aumentam constantemente. O novo negócio deve definir o nicho de mercado que deseja atingir e escolher as atividades e produtos que serão ofertados no estabelecimento. Cada vez mais homens e idosos vem buscando os tratamentos estéticos e estão preocupados com a saúde do corpo. Esse pode ser um tipo de clientela que o estabelecimento pode pensar em oferecer produtos e serviços. A escolha das atividades deve levar em consideração, também, o local onde está instalado o estabelecimento.

No setor estético é imprescindível estar atento às especializações profissionais e aos novos produtos lançados no mercado. Esse segmento possui uma variedade enorme de produtos e constantemente são ofertados novos tipos de tratamentos. Com isso, o centro estético pode oferecer produtos e serviços de qualidade e que estão em consonância com todas as novidades do mercado.

Em se tratando de saúde e estética, o público sempre busca por profissionais competentes, equipamentos atualizados e um estabelecimento de qualidade. O centro estético deve ficar sempre atento ao mercado, analisar a oferta e a demanda de produtos e serviços, conhecer a concorrência, buscar informações sobre o ramo estético, por meio de pesquisas, notícias, propagandas, seminários e palestras, e estar sempre atento às especializações do setor

Oportunidades de Mercado

Estética masculina: Não é de hoje que a preocupação com a aparência é uma exclusividade feminina. Cada vez mais os homens têm mostrado interesse em produtos e serviços de beleza e estética. Em reportagem, exibida pela TV TEM de São Paulo, os homens gastam, em média, R\$ 2 mil por ano com os cuidados estéticos e segundo o IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – os produtos masculinos já representam 37% das vendas de produtos de higiene e beleza do Brasil. O mercado que oferece serviços exclusivos ao público masculino ainda é pequeno, se comparado com o das mulheres. Tal fato mostra uma oportunidade de mercado, ainda pouco explorado, mas em constante crescimento.

Envelhecimento da população: Outra oportunidade, que está se mostrando atrativa devido ao aumento da procura, é a linha estética voltada a terceira idade. Cada vez mais preocupada com a aparência, a população que já passou dos 60 anos de idade contribui para a expansão do consumo de cosméticos e perfumes no Brasil. Está pode ser mais uma oportunidade que o centro estético deve analisar e agregar ao seu portfólio de atividades.

Ameaças ao Mercado: Concorrência e Diferencial

Por ser um mercado em expansão, que mesmo com a retração sofrida nos últimos meses vem na contramão da maioria dos negócios e se mantém firme no mercado, a criação de centros de estética vem atraindo cada vez pessoas interessadas em abrir estabelecimentos que ofereçam estes tipos de serviços. Nesse sentido, a concorrência tem acompanhado o crescimento no número de centros estéticos. O grande problema surge quando esses concorrentes estão no mercado informal e praticam preços abaixo dos praticados por empresas formalizadas e que seguem todas as obrigações legais.

O setor da beleza e estética apresenta novas técnicas e produtos a cada dia e exige do centro estético uma constante atualização com novas tecnologias e tratamentos, tudo isso para satisfazer e fidelizar os clientes e buscar outros novos no mercado. Portanto, é de extrema importância manter-se atento às constantes inovações do setor.

COMO ESCOLHER A LOCALIZAÇÃO

A escolha da localização do centro estético é uma das decisões mais importantes e, dentre os aspectos mais importantes, deve ser considerado:

- ✓ A quantidade populacional;
- ✓ O perfil e renda dos consumidores locais;
- ✓ O fluxo de pessoas e veículos;
- ✓ As condições de acesso e locomoção, como a distância para pontos de ônibus, táxi e metrô;
- ✓ A facilidade de estacionamento;
- ✓ A visibilidade da fachada;
- ✓ A proximidade com fornecedores, parceiros comerciais, concorrentes e atrações turísticas;
- ✓ A segurança e a iluminação da rua e do bairro; e
- ✓ A limpeza da rua ou galeria.

Deve ser analisado se o local fica próximo ao centro da cidade ou em uma avenida de grande fluxo, por exemplo ou locais de alto fluxo de pessoas com tendência ao consumo de serviços estéticos, como shoppings e bairros comerciais.

É importante estar atento a alguns detalhes na escolha do imóvel:

- ✓ Atende às necessidades operacionais de localização, instalação e expansão?
- ✓ Atende as exigências legais (Vigilância Sanitária, Bombeiros, Prefeitura, etc.)?
- ✓ Como é a disponibilidade dos serviços de água, luz, esgoto, telefone e internet?
- ✓ O ponto é de fácil acesso e possui estacionamento para veículos?
- ✓ Possui local para carga e descarga de mercadorias?
- ✓ O local está sujeito a inundações ou próximo a zonas de risco?
- ✓ O imóvel está legalizado e regularizado junto aos órgãos públicos municipais?
- ✓ A planta do imóvel está aprovada pela Prefeitura?
- ✓ Houve alguma obra posterior, aumentando, modificando ou diminuindo a área anterior?
- ✓ As atividades desenvolvidas atendem a Lei de Zoneamento ou o Plano Diretor do Município?
- ✓ Os pagamentos do IPTU referente ao imóvel estão em dia?
- ✓ O que a legislação local determina sobre o licenciamento das placas de sinalização?

EXIGÊNCIAS LEGAIS E ESPECÍFICAS

A primeira providência para abrir e registrar uma empresa é contratar um contador. Esse profissional é legalmente habilitado para elaborar atos constitutivos da empresa, auxiliar na escolha da forma jurídica mais adequada para o projeto e preencher os formulários exigidos pelos órgãos públicos de inscrição de pessoas jurídicas.

Qualquer contador pode dar informações sobre a legislação tributária aplicáveis aos centros estéticos, mas recomenda-se procurar um que já tenha experiência nessa área, isso facilitará nas informações necessárias à abertura de um estabelecimento voltado a esse ramo de atividade.

Para regularizar uma empresa são necessários alguns procedimentos burocráticos, exigidos por órgãos públicos. As etapas do registro são:

- ✓ Visita à prefeitura da cidade onde pretende montar o negócio e efetuar a consulta de local, para analisar se há possibilidade de abertura do negócio no local escolhido;
- ✓ Registro de empresa nos seguintes órgãos:
 - Junta Comercial – pesquisa e registro de nome empresarial e registro de contrato social;
 - Secretaria da Receita Federal – para obter o número do CNPJ – Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica;
 - Secretaria Estadual da Fazenda – para obter da IE – Inscrição Estadual, se necessário;
 - Prefeitura do Município – para obter o alvará de funcionamento e o número da IM – Inscrição Municipal;
 - Enquadramento na Entidade Sindical Patronal;
 - Cadastramento junto à Caixa Econômica Federal;
- ✓ Obter alvará de licença sanitária – adequar às instalações de acordo com o Código Sanitário. Em âmbito Federal a fiscalização cabe a ANVISA – Agência Nacional de Vigilância Sanitária, estadual e municipal fica a cargo das Secretarias Estadual e Municipal de Saúde; e
- ✓ Preparar e enviar o requerimento ao Chefe do DFA/SIV do seu Estado, solicitando a vistoria das instalações e equipamentos.

As empresas que prestam serviços e comercializam produtos no mercado devem observar as regras de proteção ao consumidor, estabelecidas pelo Código de Defesa do Consumidor – CDC

É necessário consultar as portarias estaduais e municipais que regulam o setor estético na cidade onde pretende abrir o negócio.

PRINCIPAIS NORMAS FEDERAIS

As principais normas federais, aplicáveis ao setor de estética são:

- ✓ **Lei 6.360, de 23 de setembro de 1976:** dispõe sobre a vigilância sanitária de medicamentos, drogas, cosméticos, saneantes e outros.
- ✓ **Resolução 51, de 24 de março de 2003:** enquadra os aparelhos ativos, eletroestimuladores, para utilização em educação física, embelezamento e correção estética.
- ✓ **Resolução 5.186, de 20/11/09:** determina, como medida de interesse sanitário, a suspensão em todo território nacional de propagandas de equipamentos para bronzeamento artificial.

ESTRUTURA DO NEGÓCIO

O tamanho e a estrutura de um centro de estética dependerão dos tipos de serviços que serão oferecidos e na quantidade de pessoas que se deseja alcançar. Estima-se que a área total do negócio deva ser em torno de 80 m² a 120 m². É preciso lembrar na flexibilidade para ampliação de acordo o crescimento do negócio.

A estrutura básica deve contar com um conjunto de salas e divisórias, conforme abaixo:

- ✓ **Estacionamento:** É importante a existência de um espaço próprio de estacionamento ou convênio com locais próximos. Isso oferece comodidade aos clientes e torna-se um diferencial favorável ao negócio.
- ✓ **Recepção:** deve conter um balcão de atendimento com equipamento de informática, facilitando o cadastramento dos clientes e o controle dos tratamentos. Pode contar com o serviço de caixa no mesmo local. Deve ter telefone para atendimento e demais usos.
- ✓ **Sala de espera:** é interessante oferecer aos clientes um espaço agradável para aguardar o atendimento, com revistas à disposição, TV ou música ambiente, enquanto aguardam o início dos procedimentos.
- ✓ **Salas de atendimento:** devem ter tamanho suficiente para acomodar os equipamentos necessários a cada tipo de serviço. Poderão ser utilizados biombo para dividir espaços maiores e criar áreas privativas para o atendimento individual, dando privacidade e conforto aos clientes. A iluminação do ambiente deve agradável tanto aos clientes quanto aos empregados. As cores das paredes e do piso devem ser discretas, preferencialmente em tons claros. As salas devem ser arejadas e a temperatura agradável e, se necessário, instalação de aparelhos de ar-condicionado.
- ✓ **Banheiros:** devem estar próximos às áreas de atendimento e suficientes para o fluxo de pessoas que frequentam o local.

O piso deve ser liso, resistente, impermeável, de alta resistência e durabilidade. Já as Paredes e teto devem ser pintados com tinta acrílica lavável. Tudo isso facilitará a limpeza do local. Texturas e tintas especiais dentro dos ambientes devem ser evitados mas podem ser usadas no exterior do centro, trazendo personalidade e valor ao local.

A luz natural deve ser utilizada sempre que possível. Isso trará economia na conta de luz e deixa o cliente mais ecológico. Na iluminação, a preferência deve ser dada às lâmpadas fluorescentes ou de led. Devido ao trabalho realizado, a iluminação deve ser ampla e abundante.

Poderão ser contratados profissionais qualificados, como arquitetos, engenheiros e decoradores, para auxiliar nas alterações a serem feitas no imóvel escolhido, bem como em questões sobre ergometria, fluxo de operação, design dos móveis, iluminação, ventilação, entre outros.

DIFERENCIAIS NA ESTRUTURA DO NEGÓCIO

TENDÊNCIAS

Consciência Ecológica

A popularização da consciência ecológica e sustentabilidade já faz parte de muitos ramos de atividade e está presente, também, nos centros de estética mais modernos, principalmente no mercado internacional.

Uma opção de estrutura ecológica alia espaços agradáveis e ao mesmo úteis e corretos. Para isso, a planta do local deve ser elaborada no sentido de minimizar o impacto ambiental. Isso pode ser feito adotando alguns procedimentos:

- ✓ Utilização da luz solar, reduzindo a necessidade de energia;
- ✓ Sistema de reutilização de água da chuva para uso em vasos sanitários; e
- ✓ Acesso aos processos de reciclagem de materiais; e

Esmalterias

O aumento dos serviços voltados à arte de decoração de unhas vem crescendo, assim como também cresce o número de esmalterias no país. O centro estético pode analisar a possibilidade de oferecer, também, a venda de produtos voltados a este tipo de procedimento, bem como, oferecer tais serviços no estabelecimento.

ACESSIBILIDADE

São poucos os centros de estética que se possuem estrutura para atender pessoas portadoras de deficiências físicas e pouca mobilidade. Nesse sentido, um novo empreendimento, adaptado às necessidades desse público, pode ter uma grande oportunidade. Nesse sentido, devem ser instaladas rampas de acesso na entrada do estabelecimento e entre os espaços internos, caso necessário, elevadores especiais, no caso de locais com mais de um andar, e instalações específicas de apoio em banheiros e vestiários.

PESSOAL

O número de funcionários pode variar de acordo com o tamanho do negócio. Alguns profissionais necessários são:

- ✓ **Proprietário:** responsável pela atividade administrativa, financeira, de controle de estoque de materiais e da prestação dos serviços. Deve ter conhecimento da gestão do negócio, do processo produtivo e do mercado.
- ✓ **Auxiliar administrativo:** responsável pelo atendimento aos clientes e agendamento dos serviços. Auxiliará o proprietário nos diversos serviços administrativos no negócio. Precisa ser educado e prestativo, pois representa a imagem da empresa perante o público externo.
- ✓ **Esteticista:** responsável por cuidar da saúde do corpo e da pele, voltando-se para o bem-estar físico, estético e mental dos clientes. É importante que o profissional goste do que faz e tenha conhecimentos científicos e anatômicos do corpo humano, além de noções de cosmetologia. Em alguns casos, o profissional esteticista pode ser, também, o proprietário do negócio.
- ✓ **Manicure/pedicuro:** responsável pelos procedimentos de cuidado e embelezamento das unhas das mãos e pés. O profissional deve ter experiência e estar atento a tendências e novidades.
- ✓ **Cabeleireiro:** responsável pelo cuidado dos cabelos. É importante que o profissional tenha experiência na profissão, o que será um diferencial para o negócio. Deve estar atento a tendências e novidades do setor.

Neste tipo de atividade, é comum a contratação de funcionários com participação no faturamento do negócio (comissão). Nestes casos, é imprescindível a participação do contador no procedimento de contratação, para que sejam atendidos todos os aspectos legais.

De acordo com o aumento na demanda dos serviços, decorrente de expansão do negócio ou conforme o os horários de pico durante o dia, pode ser necessária a contratação de mais esteticistas. Deve-se analisar as possibilidades de contratar um profissional fixo ou profissional liberal para atendimentos eventuais. Na contratação de profissionais liberais, o auxílio do contador também é necessário para atender a todas as exigências do processo.

O centro estético deve prezar pelo bom atendimento, pois nesse segmento de negócio há uma tendência ao relacionamento de longo prazo com o cliente e a possibilidade de indicação de novos clientes.

A oferta de qualificação aos profissionais aumenta o comprometimento com a empresa, eleva o nível de retenção de funcionários, melhora a performance do negócio e diminui os custos

trabalhistas com a rotatividade de pessoal. O treinamento dos colaboradores é uma necessidade constante e deve desenvolver as seguintes habilidades:

- ✓ Capacidade de percepção para entender e atender as expectativas dos clientes;
- ✓ Agilidade e presteza no atendimento;
- ✓ Capacidade de apresentar e vender os serviços do centro; e
- ✓ Motivação para crescer juntamente com o negócio.

O proprietário do negócio, juntamente com o contador, deve estar sempre atento à Convenção Coletiva do Sindicato dos Trabalhadores. Ela deve ser utilizada na oferta de salários e orientadora das relações trabalhistas, evitando, assim, consequências desagradáveis para ambos os lados.

O proprietário e seus funcionários devem participar de seminários, congressos e cursos direcionados ao seu ramo de negócio, para manter-se atualizado e sintonizado com as tendências do setor.

O PROFISSIONAL ESTETICISTA

Esse profissional deve ser responsável e estar constantemente atualizado em novas tecnologias e métodos. Deve demonstrar interesse pela aprendizagem voltada ao corpo humano e dispor de boa saúde. Deve ser sempre profissional e zelar pela descrição, relacionada a assuntos pessoais de seus clientes, mas sem deixar de ser comunicativo e prestativo.

Para atuar na profissão, o esteticista deve fazer ter formação técnica ou superior reconhecida pelo Ministério da Educação. O curso técnico de graduação em estética tem duração média de dois anos e oferece matérias que envolvem:

- ✓ Estética;
- ✓ Anatomia;
- ✓ Bioética;
- ✓ Cosmetologia;
- ✓ Administração e Economia;
- ✓ Biologia;
- ✓ Química;
- ✓ Nutrição;
- ✓ Psicologia; e
- ✓ Marketing.

PERFIL DO PROPRIETÁRIO

Quem está pensando em abrir um negócio voltado às atividades ligadas à estética pessoal, beleza e cosmetologia precisa ser arrojado e comprometido com a evolução constante de um setor altamente disputado por concorrentes, nem sempre fáceis de serem vencidos.

O necessário uma autoanálise, questionando-se sobre a situação frente a esse conjunto de fatores na abertura de um novo negócio e, com isso, identificar oportunidades de desenvolvimento.

Abaixo estão algumas características imprescindíveis à pessoa que deseja empreender no ramo de estética:

- ✓ Paixão pela atividade e conhecer o ramo de negócio;
- ✓ Manter-se atento ao mercado e promover mudanças e no negócio;
- ✓ Atitude e iniciativa para promover as mudanças necessárias;
- ✓ Acompanhar os concorrentes;
- ✓ Conhecer e saber administrar todas as áreas internas da empresa;
- ✓ Saber negociar, vender e manter clientes satisfeitos;
- ✓ Saber onde quer chegar;
- ✓ Planejar e acompanhar o desempenho da empresa;
- ✓ Persistência nos objetivos;
- ✓ Manter o foco definido para a atividade empresarial;
- ✓ Coragem para assumir riscos calculados;
- ✓ Disposição para inovar e promover mudanças; e
- ✓ Ter capacidade para perceber oportunidades e agir rapidamente para aproveitá-las.

O empreendedor deve ter aptidão para o negócio e, desde o planejamento, é muito importante manter a vontade de aprender e buscar informações em centros tecnológicos, cursos, livros e revistas especializadas ou com pessoas que atuam na área.

Além de todas essas características, os profissionais dessa área devem saber lidar com o público, sendo simpáticos e agradáveis para garantir a fidelidade do cliente e ganhar sua confiança.

A capacitação constante é requisito indispensável às pessoas do setor estético, tendo em vista que esse mercado evolui e se reinventa rapidamente. É fundamental que o empreendedor conheça bem todas as técnicas e equipamentos que são utilizados em seu estabelecimento.

EQUIPAMENTOS

A abertura de um centro estético requer a aquisição de alguns equipamentos, tanto para a parte principal do negócio, que é a prestação do serviço estético, quando para outros setores do negócio, como a recepção e o setor administrativo.

Para o escritório da administração, recepção e controle de clientes, são necessários os seguintes equipamentos:

- ✓ Microcomputador (desktop ou notebook) e impressora;
- ✓ Telefone e aparelho de fax;
- ✓ Gaveteiro para guardar dinheiro, cheques e tickets de cartões de débito e crédito;
- ✓ Sistema de ar-condicionado, dimensionado de acordo com o tamanho do ambiente; e
- ✓ Mesas, cadeiras, sofás, poltronas, armários, balcões, prateleiras e estantes de acordo com as necessidades e o dimensionamento das instalações.

Atualmente há vários equipamentos e tecnologia para atender ao mercado da beleza e da estética. Dessa forma, para a área de atendimento, vamos listar alguns dos equipamentos principais de um centro de estética, que são:

- ✓ Vaporizador;
- ✓ Aparelho de micro correntes;
- ✓ Aparelho para vacuoterapia/eletro sucção;
- ✓ Aparelho para terapia endérmica não invasiva
- ✓ Maca para depilação e massagem – fixa e portátil;
- ✓ Aparelho para termo terapia;
- ✓ Aparelho ionizadores;
- ✓ Aparelho para peeling;
- ✓ Almofadas térmicas vibratórias;
- ✓ Mantas térmicas;
- ✓ Cadeira para massagem anti-stress;
- ✓ Carrinhos auxiliares para aparelhos e acessórios;
- ✓ Cadeira reclinável para limpeza de pele e massagem facial;
- ✓ Cadeiras para bancadas com espelho;
- ✓ Lavatórios para cabelos;

- ✓ Poltronas hidráulicas;
- ✓ Cadeiras de manicure;
- ✓ Carrinho para manicure;
- ✓ Secador com pé;
- ✓ Secadores manuais;
- ✓ Cadeira para secador com pé;
- ✓ Estufas; e
- ✓ Demais ferramentas em geral.

Observação: Esta lista de aparelhos e equipamentos é só uma sugestão. O mercado da beleza e estética apresenta uma infinidade de soluções que devem ser utilizadas de acordo com o objetivo do negócio e dos serviços que serão ofertados.

A disposição dos equipamentos dentro dos ambientes deve promover a integração das atividades do estabelecimento. Portanto, ao definir o leiaute do centro, deve-se levar em conta a ambientação, decoração, circulação, ventilação, iluminação e, principalmente, os tipos de procedimentos que serão oferecidos. Na área externa, deve-se atentar para a fachada, letreiros, entradas, saídas e estacionamento.

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

MATERIA-PRIMA E MERCADORIA

O estoque dos produtos de um centro estético deve ser mínimo, visando gerar o menor impacto na alocação de capital de giro e a perda de mercadoria devido por prazo de validade. O estoque deve ser calculado levando em conta o consumo dos produtos nos diferentes procedimentos oferecidos pelo negócio.

Um centro de estética é tipicamente uma prestadora de serviços, mas, eventualmente poderá oferecer produtos aos clientes que frequentam o estabelecimento. O estoque de produtos para revenda deve, também, ser o mínimo possível e deve ser calculado considerando a oferta e demanda dos produtos.

Em um centro estético, o consumo de produtos resume-se a cosméticos e outros materiais utilizados nos serviços prestados, tais como:

- ✓ Bloqueador solar;
- ✓ Máscara antinflacidez;
- ✓ Emulsão hidratante;
- ✓ Argila;
- ✓ Flúido para bandagem quente;
- ✓ Cera, papel e creme para depilação;
- ✓ Flúido para massagem;
- ✓ Creme e gel redutor de medidas;
- ✓ Spray e gel para crioterapia;
- ✓ Cremes - esfoliante, hidratante e de limpeza da pele;
- ✓ Gel de condução e deslizamento, utilizados em massagens;
- ✓ Óleos hidratante, estimulante, revigorante, emoliente e calmante;
- ✓ Óleo para massagem;
- ✓ Loções bronzeadores;
- ✓ Leites para limpeza de pele;
- ✓ Kit gesso redutor de medidas;
- ✓ Esmaltes;
- ✓ Essências;
- ✓ Produtos para maquiagem; e
- ✓ Auxiliares aos tratamentos, tais como massageadores, escovas, esponjas e luvas.

Os tratamentos mais solicitados em um centro de estética são:

- ✓ Hidratação do rosto e do corpo;
- ✓ Limpeza de pele;
- ✓ Peelings;
- ✓ Terapia capilar;
- ✓ Terapia nos pés;
- ✓ Massagem estética de levantamento dos glúteos (massofilaxia);
- ✓ Massagem anti-estress;
- ✓ Crioterapia, que é uma bandagem terapêutica fria de relaxamento, tratamento de perda de medidas;
- ✓ Termoterapia, que é uma bandagem terapêutica quente de relaxamento, tratamento para retenção de líquido e perda medidas;
- ✓ Depilação com cera descartável quente ou fria, e *roll-on*;
- ✓ Tratamento de gordura localizada;
- ✓ Tratamento de celulite, flacidez e mamas;
- ✓ Tratamento de rejuvenescimento e rugas;
- ✓ Tratamento de acne inflamatória;
- ✓ Tratamento de manchas, clareador e anti-sinais;
- ✓ Lifting manual de (hiper-nutrição, restauração e re-hidratação);
- ✓ Drenagem linfática do rosto e do corpo;
- ✓ Drenagem linfática pré e pós-operatória; e
- ✓ Tratamentos estéticos para queimados (reestruturação da pele).

A qualidade da matéria-prima utilizada nos procedimentos é de extrema importância na oferta de serviços de qualidade e ajudam a fidelizar os clientes. No mercado há uma infinidade de marcas de produtos cosméticos e é importante experimentar algumas delas antes de se decidir pela marca definitiva que a empresa adotará.

Nessa perspectiva, ao final de cada tratamento, é fundamental fazer uma pesquisa com os clientes, questionando a qualidade dos produtos e serviços prestados. Assim é possível analisar a aderência dos produtos e ajuda na escolha dos melhores insumos e marcas.

ORGANIZANDO OS PROCEDIMENTOS

O centro estético deve possuir uma organização interna que estabeleça um fluxo contínuo das atividades na prestação dos serviços. De forma resumida, os processos devem estar divididos da seguinte forma:

- ✓ **Recepção e atendimento ao cliente:** deve contemplar as atividades de cadastramento de novos clientes, agendamento de horários, recepção e registro dos serviços personalizados que serão realizados, acomodação enquanto o cliente espera o pelo seu horário, encaminhamento aos profissionais atendentes, cobrança de valores, manutenção de registros com o perfil do cliente, ações de pós-venda e fidelização.
- ✓ **Atendimento qualificado:** responsável pela realização do serviço específico à cada cliente. Deve ser segregado por setores, de acordo com a característica do serviço. Dessa forma, cada cliente é encaminhado a um determinado setor, conforme o serviço ou conjunto de serviços que irá receber.
- ✓ **Serviços Administrativos:** responsável pela organização do processo produtivo, definição de diretrizes de trabalho, gestão da equipe de profissionais, acompanhamento e controle das atividades, compras, finanças, divulgação do negócio, contratação de pessoas e outros serviços correlatos. As atividades administrativas podem ser executadas pelo próprio empreendedor.
- ✓ **Comercial:** divulgação e propaganda do empreendimento. Pode construir uma etapa separada na administração da empresa, mas também pode ser absorvida pela equipe da administração geral (vai depender do porte da empresa e do número de funcionários).

Nota: Os setores onde serão realizados os procedimentos estéticos devem ser delimitados por divisórias, biombos ou células de trabalho e deverá contar com um controle quanto à utilização dos produtos, onde serão verificados prazos de validade, conservação e manipulação. Assim como na utilização de materiais de conservação e higiene do local.

CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO DOS SERVIÇOS OFERTADOS

Os canais de distribuição são os meios utilizados pelas empresas para escoar sua produção e ofertar seus serviços. No caso do centro de estética, vale lembrar que o produto final é a oferta de um serviço, ou vários deles. Apesar desse produto ser intangível, seus resultados podem ser visíveis e é nessa característica que o negócio deve focar e mostrar os resultados que podem ser alcançados a partir de cada tratamento. Os serviços de um centro de estética são prestados, de forma geral, em suas próprias instalações. Eventualmente, os serviços mais simples poderão ser prestados em domicílio, mediante horário agendado.

AUTOMATIZANDO O CENTRO ESTÉTICO

Atualmente, existem diversos sistemas informatizados que podem auxiliar o centro estético na gestão do negócio.

Antes de se decidir pela aquisição do sistema informatizado, o empresário deve avaliar o preço cobrado, as possibilidades de customização e manutenção, a conformidade em relação à legislação fiscal federal, municipal e estadual, a facilidade de suporte e as atualizações oferecidas pelo fornecedor, verificando, ainda, se o aplicativo possui funcionalidades como:

- ✓ Controle dos dados financeiros (faturamento/vendas), controle e gestão de caixa e bancos;
- ✓ Controle de estoque de mercadorias;
- ✓ Módulo de gestão de compras e contas a pagar;
- ✓ Emissão de pedidos;
- ✓ Controle de taxa de serviço;
- ✓ Lista de espera;
- ✓ Relatórios e gráficos gerenciais; e
- ✓ Geração de obrigações acessórias exigidas pelo fisco.

PLANO DE NEGÓCIOS

O plano de negócio é um instrumento que traça um retrato fiel do mercado, do produto ou serviço e das atitudes de quem planeja abrir o próprio negócio. Isso propicia segurança para quem quer iniciar uma empresa com maiores condições de êxito ou, até mesmo, ampliar ou promover inovações em um negócio já existente.

O plano de negócios tem como objetivo orientar na busca de informações sobre o ramo de atividade, produtos e serviços, público alvo, concorrentes, fornecedores e, principalmente, sobre os pontos fortes e fracos do negócio, identificando a viabilidade do negócio e auxiliando na gestão da empresa.

Para elaborar um bom plano de negócios você deve seguir os seguintes passos:

- ✓ **Refleta sobre a sua ideia** – Pense em todos os aspectos relacionado ao negócio e para analisar se a sua ideia é realmente uma oportunidade de negócio, utilize o sistema **Canvas** para montar um modelo de negócio. Na fase inicial a validação da ideia é importante montar um plano de negócio bem detalhado.
- ✓ **Utilize ferramentas** – Hoje em dia existem várias maneiras de montar um plano de negócio com a ajuda de ferramentas gratuitas. O **SEBRAE** tem um book que mostra passo-a-passo quais são as etapas fundamentais que não devem ficar de fora do plano de negócios.
- ✓ **Inspire-se em livros** - A leitura de obras especializadas sobre o assunto pode ajudar na construção do documento.
- ✓ **Tenha todas as informações** - Conhecer a fundo o mercado estético é essencial na elaboração de um bom plano de negócio. Pesquise sobre o perfil do público alvo e também sobre os concorrentes. Além disso, deve-se atentar para a parte financeira do negócio. Quais serão os gastos necessários para a empresa funcionar? Qual o investimento inicial, a taxa de rentabilidade, o ponto de equilíbrio e a necessidade de capital de giro?
- ✓ **Não deixe de atualizar o plano** - O plano de negócio não é um documento “engessado”. Mesmo depois de o centro estético entrar em funcionamento o documento deve ser atualizado aos poucos e de acordo com o crescimento do negócio.

INVESTIMENTOS INICIAIS

Investimento representa a aplicação de algum tipo de recurso, com a intenção de obter um retorno superior àquele investido, após decorrido um determinado período de tempo. O tipo de investimento pode variar de acordo com o objetivo que se almeja, ou de acordo com o porte da empresa.

Neste e-book, vamos planejar um investimento inicial de um centro estético que terá sede em um estabelecimento de cerca de 90 m². Este empreendimento exigiria um investimento inicial estimado em R\$ 153 mil, que seria distribuído da seguinte forma:

Descrição	Valor
Reforma do local	R\$ 30.000,00
Telefone e aparelho de fax	R\$ 500,00
Microcomputador e impressora	R\$ 2.500,00
Sistema de ar condicionado	R\$ 2.000,00
Mobiliário (mesas, cadeiras, gaveteiros, sofás, armários, estantes, etc.)	R\$ 8.000,00
Equipamentos de estética facial e corporal	R\$ 71.000,00
Cadeiras reclináveis, macas e banquetas	R\$ 10.000,00
Ferramentas em geral	R\$ 3.000,00
Capital de giro	R\$ 15.000,00
Marketing inicial	R\$ 5.000,00
Paisagismo/decoração	R\$ 6.000,00
Total do Investimento	R\$ 153.000,00

Nota: Os valores acima são apenas uma estimativa para constituir um empreendimento dessa natureza. Para dados mais precisos e detalhados, é necessário saber exatamente os serviços que serão oferecidos, o tamanho do imóvel, se haverá necessidade de reformas, entre outros.

É aconselhável que, juntamente com o **Plano de Negócio**, seja realizado um levantamento detalhado sobre os possíveis investimentos que serão necessários ao negócio.

Além disso, os valores acima podem variar conforme a região onde o centro de estética irá se instalar, da necessidade de reforma do imóvel, do tipo de mobiliário escolhido, etc.

CAPITAL DE GIRO

Capital de giro é a soma de recursos financeiros que o centro estético precisa manter para garantir os ciclos de caixa (entrada e saída de recursos financeiros). O capital de giro funciona com uma quantia fixa no caixa, ou no banco, da empresa para suportar eventuais necessidades.

O capital de giro é definido de acordo com os seguintes prazos praticados:

- ✓ **Prazos médios recebidos de fornecedores (PMF)** – é o prazo médio de pagamento que os fornecedores concedem na compra de materiais e insumos;
- ✓ **Prazos médios de estocagem (PME)** – é prazo médio que duram os estoques de matérias e insumos;
- ✓ **Prazos médios concedidos a clientes (PMCC)** – é prazo médio de pagamento concedido aos clientes.

Quanto maior o prazo concedido aos clientes e quanto maior o prazo de estocagem, maior será sua necessidade de capital de giro. Portanto, manter estoques baixos e saber o limite de prazo a conceder ao cliente pode melhorar a necessidade de possui um alto valor de dinheiro em caixa.

Se o prazo médio de pagamento aos fornecedores for maior que o prazo médio de estocagem somada ao prazo médio concedido ao cliente para pagamento dos serviços, a necessidade de capital de giro é maior, ou seja, é necessário mais dinheiro no caixa para cumprir com todos os pagamentos. Neste caso, o lucro da empresa deve ser parcialmente revertido como capital de giro.

Se ocorrer o contrário, ou seja, o prazo médio de pagamento dos fornecedores for maior que o prazo médio de estocagem e o de recebimento dos clientes, a necessidade de capital de giro é baixa. Nesse sentido, deve-se atentar para quanto de dinheiro disponível é necessário para honrar compromissos de pagamentos futuros. Portanto, retiradas não programadas poderão fazer com que a empresa venha a ter problemas com seus pagamentos.

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

Geralmente, a necessidade de capital de giro para a operação de um centro de estética gira em torno de 10% do investimento inicial. Como o empreendedor compra os componentes antes de receber do cliente, convém solicitar maiores prazos de pagamento aos fornecedores.

CUSTOS

Custos são todos os gastos realizados na produção de um bem ou na prestação de serviço e que serão incorporados, posteriormente, ao preço de venda. Alguns exemplos de custos são: aluguel, água, luz, salários, honorários profissionais, despesas de vendas, matéria-prima e insumos.

Uma gestão eficiente que preza pela redução dos custos na compra, produção e venda de produtos e serviços pode determinar se o negócio terá sucesso ou não. Na medida em que encarar como ponto fundamental a redução de desperdícios, a compra pelo melhor preço e o controle de todas as despesas internas, o centro estético pode encontrar o ponto chave de equilíbrio do negócio. Quanto menores os custos, maior a chance de ganhar no resultado final do negócio.

Os custos para abrir um centro de estética, com faturamento médio mensal de R\$ 25.000,00, podem ser estimados da seguinte forma:

Descrição	Valor
Salários, comissões e encargos	R\$ 10.000,00
Tributos, impostos, contribuições e taxas	R\$ 3.700,00
Aluguel, taxa de condomínio, segurança	R\$ 2.500,00
Água, luz, telefone e acesso a internet	R\$ 300,00
Produtos para higiene e limpeza da empresa e funcionários	R\$ 800,00
Recursos para manutenções corretivas das máquinas	R\$ 500,00
Assessoria contábil	R\$ 500,00
Propaganda e publicidade da empresa	R\$ 1.200,00
Aquisição de matéria-prima e insumos	R\$ 2.000,00
Despesas com vendas	R\$ 100,00
Despesas com armazenamento e transporte	R\$ 21.600,00

Nota: estes custos são baseados em estimativas para uma empresa de pequeno porte. É recomendável a elaboração de um **Plano de Negócio** no sentido de estimar os custos exatos do seu negócio, conforme o porte e os serviços oferecidos.

Seguem algumas dicas para manter os custos controlados:

- ✓ Comprar pelo menor preço, sem esquecer da qualidade do produto;
- ✓ Negociar prazos mais extensos com os fornecedores;
- ✓ Evitar gastos e despesas desnecessários;
- ✓ Manter equipe enxuta;
- ✓ Reduzir a inadimplência, através da utilização de cartões de crédito e débito.

DIVERSIFICANDO E AGREGANDO VALOR

Agregar valor significa acrescentar diferenciais, é trazer algo diferente daquilo que já existe no mercado, de modo a aumentar a satisfação do cliente.

A preocupação em manter o negócio interessante e atraente ao público-alvo e garantir a continuidade da empresa é um desafio constante para os empresários, não só no ramo de estética. Mas não basta apenas possuir algo que os concorrentes não oferecem. É preciso que esse diferencial seja reconhecido pelo cliente como uma vantagem e aumente o nível de satisfação com o produto ou serviço prestado.

As pesquisas quantitativas e qualitativas podem ajudar na identificação de benefícios de valor agregado. No caso de um centro de estética há várias oportunidades de diferenciação, tais como:

- ✓ Expansão dos serviços prestados com podologia;
- ✓ Atendimento em domicílio, nos casos de serviços estéticos mais simples;
- ✓ Oferta de participação em feiras e eventos de beleza;
- ✓ Prestação de serviços de fisioterapia e academia de ginástica;
- ✓ Comercialização de cosméticos e produtos relacionados aos tratamentos; e
- ✓ Comercialização de produtos naturais, orgânicos e ecológicos.

Vale lembrar que sempre é possível propor melhorias e trazer novidades. Para isso, é indicado observar os hábitos dos clientes e ouvir as pessoas. Assim é possível ter ideias sobre novos produtos e serviços que podem ampliar os níveis de satisfação.

PROPAGANDA E MARKETING

Uma pesquisa de campo, feita antes de montar o negócio, é uma boa estratégia para identificar seu público-alvo e direcionar o modo que será feita a divulgação do negócio.

A divulgação do negócio é fundamental para o sucesso de um centro de estética. As campanhas publicitárias e de marketing devem ser adequadas de acordo com o orçamento da empresa, da região de abrangência e das peculiaridades do local. Algumas ações são acessíveis e geralmente muito eficientes:

- ✓ Confeção de folders e *flyers* para a distribuição em prédios e residências, em academias de ginástica, lojas de cosméticos, etc.;
- ✓ Anúncios em jornais e revistas locais; e
- ✓ Website gratuitos, com o portfólio de serviços.

A mídia eficiente é aquela que tem linguagem moldada ao público-alvo, se enquadra no orçamento do negócio e repassa credibilidade ao cliente. Entretanto, nada supera a propaganda feita “boca-a-boca” por clientes satisfeitos.

No setor de prestação de serviços é essencial fidelizar clientes, por isso a necessidade de oferecer produtos e serviços de qualidade, ambiente acolhedor e bom atendimento. Eles ajudarão na prosperidade do negócio e na divulgação do centro de estética.

Atualmente, com o grande avanço e uso de tecnologias, a internet tornou-se uma ótima forma de divulgação, de compra produtos e, inclusive, oferta de reservas online. É interessante notar que os empreendimentos estão aumentando as participações e divulgação em redes sociais como facebook e Twitter. Uma maneira rápida e eficiente de envolver os clientes é usar WhatsApp, deixando os clientes informados sobre promoções e novidades.

INFORMAÇÕES FISCAIS E TRIBUTÁRIAS

O segmento de Centro de Estética é classificado na seguintes opções de CNAE – Classificação Nacional de Atividades Econômicas:

- ✓ **9602-5/02** - atividade de limpeza de pele, massagem facial, maquiagem, depilação, massagem estética e para emagrecimento, spas que não operam estabelecimentos hoteleiros, outras atividades de tratamento de beleza não especificadas anteriormente

Esta classificação não compreende as clínicas dermatológicas com recursos para a realização de procedimentos cirúrgicos e exames complementares, que devem ser classificadas no CNAE 8630-5/01.

SIMPLES Nacional

O centro estético pode optar pelo SIMPLES Nacional, que nada mais é que um regime especial de arrecadação unificada de tributos e contribuições aplicável as ME - Microempresa e EPP - Empresa de Pequeno Porte.

Este regime de tributação foi instituído pela Lei Complementar nº 123/2006. Entretanto, a opção por esse regime é restrita ao negócio que tenha receita bruta anual inferior a R\$ 360 mil, nos casos de ME, ou a R\$ 3,6 milhões nos casos de EPP.

Nesse regime, o recolhimento dos impostos e contribuições é feita por meio de um único documento fiscal, o DAS - Documento de Arrecadação do Simples Nacional, que é gerado no Portal do SIMPLES Nacional. Os tributos contemplados por esse recolhimento único são:

- ✓ IRPJ - Imposto de Renda da Pessoa Jurídica;
- ✓ CSLL - Contribuição Social sobre o Lucro Líquido;
- ✓ PIS/Pasep - Programa de Integração Social e Formação do Patrimônio do Servidor Público;
- ✓ COFINS - Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social;
- ✓ ISSQN - Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza; e
- ✓ INSS - Contribuição para a Seguridade Social relativa à parte patronal.

De acordo com a Lei Complementar nº 123/2006, as alíquotas do SIMPLES Nacional, para esse ramo de atividade, variam de 6% a 17,42%, dependendo da receita bruta do negócio. No caso de início de atividade no próprio ano-calendário da opção pelo SIMPLES Nacional, para determinar a alíquota no primeiro mês de atividade, deve ser considerada a receita bruta acumulada proporcional ao número de meses de atividade no período.

Existem casos em que o Estado concede benefícios tributários para o ICMS, onde a alíquota poderá ser reduzida conforme. Já na esfera Federal, poderá haver redução no PIS/Pasep e/ou COFINS. Então, vale a pena conversar com um contador e verificar se esses benefícios são aplicáveis ao local onde funcionará o centro estético.

MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL

No início das atividades, se a estimativa de receita bruta anual do centro estético não ultrapassar R\$ 60 mil, o centro estético poderá optar pelo regime de Microempreendedor Individual – MEI, desde que o dono do negócio não seja sócio de outra empresa.

Neste caso, os recolhimentos dos tributos serão efetuados em valores fixos mensais conforme abaixo:

1) Sem empregado:

- ✓ 5% do salário mínimo vigente - a título de contribuição previdenciária do empreendedor;
- ✓ R\$ 5,00 a título de ISS - Imposto sobre serviço de qualquer natureza.

2) Com um empregado:

o MEI poderá ter um empregado, desde que o salário seja de um salário mínimo ou piso da categoria.

- ✓ O empreendedor recolherá mensalmente, além dos valores do item 1, os seguintes percentuais:
 - 8% de INSS, descontado sobre a remuneração do empregado; e
 - 3% de INSS patronal, desembolsado de acordo com a remuneração do empregado.

Havendo receita excedente ao limite permitido superior a 20% o MEI terá seu empreendimento incluído no sistema SIMPLES NACIONAL.

Para este segmento, tanto ME, EPP ou MEI, a opção pelo SIMPLES Nacional sempre será muito vantajosa no aspecto tributário, bem como nas facilidades de abertura do estabelecimento e para cumprimento das obrigações acessórias.

EVENTOS NA ÁREA DE ESTÉTICA

A seguir, são indicados os principais eventos sobre o segmento:

- ✓ **BEAUTY FAIR** - Feira Internacional de Cosméticos e Beleza. Com cerca de 500 expositores é uma feira internacional anual de produtos, equipamentos e acessórios de beleza, mobiliários e serviços para salões, clínicas e spas. É promovida pela Beauty Fair Eventos e Promoções Ltda. e realizada na Expo Center Norte - São Paulo/SP. Website: <http://www.beautyfair.com.br>. Contato: beautyfair@beautyfair.com.br.
- ✓ **ESTÉTIKA** - Exposição Internacional da Beleza. Com cerca de 140 expositores, é uma feira nacional anual de matéria prima e embalagem para cosméticos, produtos profissionais para tratamento e cuidado do corpo, face e pele, manicure, podologia, depilação e maquiagem, equipamentos para clínicas de estética, spas, cirurgia plástica, dermatologia e fisioterapia. É promovida pela Fagga Promoção de Eventos S/A e realizada no Centro de Convenções do Anhembi - São Paulo/SP. Website: <http://www.congressoestetica.com.br>. Contato: congresso@congressoestetika.com.br.
- ✓ **FCE COSMETIQUE** - Exposição Internacional de Tecnologia para a Indústria Cosmética. Com cerca de 600 expositores, é uma exposição internacional que ocorre anualmente e tem como foco embalagens, matéria prima, química, rótulos, etiquetas, frascos, vidros, máquinas, equipamentos, serviços, logística, processos, controle de qualidade, terceirização, analítico, laboratorial, equipamentos de processos, tecnologia e gráfica. É promovida pela NürnbergMesse Brasil - Feiras e Congressos Ltda. Ocorre na Transamérica Expo Center - São Paulo/SP Website: <http://www.fcecosmetique.com.br>. Contato: fcecosmetique@nm-brasil.com.br.
- ✓ **HAIR BRASIL** - Feira Internacional de Beleza, Cabelos e Estética: Com cerca de 900 expositores, é uma feira internacional que ocorre anualmente e tem como foco linhas de produtos, equipamentos e serviços para salões de beleza, clínicas de estética, spas e demais estabelecimentos de beleza. É promovida pelo Hospitalar Feira e Fórum e ocorre no Expo Center Norte - São Paulo/SP. Website: <http://www.hairbrasil.com>. Contato: hairbrasil@hairbrasil.com.br
- ✓ **HAIRNOR** - Feira de Beleza do Nordeste. Com cerca de 200 expositores é uma feira regional anual que tem como foco produtos profissionais, produtos de varejo e de atacado, consultoria e aprimoramento técnico, franquia, linhas de financiamento e instituições de ensino. É promovida pela Autonor Empreendimentos e Consultoria Ltda. e ocorre no Centro de Convenções de Pernambuco - Olinda/PE. Website: <http://www.hairnor.com.br>. Contato: autonor@autonor.com.br.
- ✓ **PROFESSIONAL FAIR** - Feira Profissional de Beleza. Com cerca de 450 expositores, é uma feira internacional que ocorre anualmente e tem como foco cosméticos e serviços de beleza. É realizada pela Fire Assessoria e ocorre na Expominas - Belo Horizonte/MG. Website: <http://www.professionalfair.com.br>. Contato: eventos@professionalfair.com.br.

ENTIDADES EM GERAL

Abaixo estão listadas algumas das principais entidades de auxílio ao negócio:

- ✓ **ABC** - Associação Brasileira de Cosmetologia
Rua Catharina Randi, nº 25, bairro Jardim Petrópolis, CEP: 04637-130 - São Paulo/SP
Fone: (11) 5044-5466 / Fax: (11) 5044-5528
Website: <http://www.abc-cosmetologia.org.br> / E-mail: abc@abc-cosmetologia.org.br

- ✓ **ABME** - Associação Brasileira de Medicina Estética
Rua Gen. Souza Doca, nº 71, cj 503, CEP: 90630-050 - Porto Alegre/RS
Fone: (51) 3388-1122
Website: <http://www.abmenacional.com.br> / E-mail: abmenacional@terra.com.br

- ✓ **ABRAESC** - Associação Brasileira de Estética e Saúde Complementar
Rua Hermann Hering, nº 573, bairro Bom Retiro, CEP: 89010-600 – Blumenau/SC
Fone: (47) 3222-3068
Website: <http://www.abraesc.com.br> / E-mail: abraesc@abraesc.com.br

- ✓ **ANVISA** - Agência Nacional de Vigilância Sanitária
SEPN 515, bloco B, Edifício Ômega – unidade I, CEP: 70770-520 – Brasília/DF
Fone: (61) 3462-6000
Website: <http://www.anvisa.com.br>

- ✓ **Associação Brasileira de Podólogos**
Website: <http://www.podologo.com.br> / E-mail: podologo@podologo.com.br

- ✓ **FEBRAPE** - Federação Brasileira de Profissionais Esteticistas
Website: <http://www.febrape.org.br>

✓ **Ministério da Saúde**

Esplanada dos Ministérios, bl. G, CEP 70058-900 – Brasília/DF

Fone: (61) 3315-2425

Website: <http://www.saude.gov.br> / E-mail: contato@saude.gov.br

✓ **Receita Federal**

Brasília/DF

Website: <http://www.receita.fazenda.gov.br>

✓ **SNDC - Sistema Nacional de Defesa do Consumidor**

Website: <http://www.mj.gov.br/dpdc/sndc.htm>

✓ **Sociedade Brasileira de Dermatologia**

Website: <http://www.sbd.org.br>

NORMAS TÉCNICAS

Norma técnica é o resultado de um processo de consenso estabelecido por um organismo reconhecido onde todas as partes interessadas podem participar e contribuir. As Normas se baseiam em estudos consolidados da ciência, tecnologia e experiência acumulada, visando a benefícios para a comunidade.

Em geral, participam da elaboração de uma norma técnica os fabricantes, consumidores, governo, institutos de pesquisas, universidade e pessoas físicas.

A ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas – é responsável por publicar toda norma técnica no Brasil.

1) Normas Técnicas aplicáveis ao Centro de Estética:

- ✓ **ABNT NBR NM IEC 60335-2-23:2002** - Segurança de aparelhos eletrodomésticos e similares. Dispõe sobre os requisitos de segurança e uso de aparelhos para cuidados da pele ou cabelo.
- ✓ **ABNT NBR IEC 60601-2-22:2012** - Equipamento eletromédico. Trata da segurança básica e desempenho essencial de equipamento a laser para cirurgias, uso cosmético, terapêutico e diagnóstico, destinado à utilização em humanos ou animais.
- ✓ **ABNT NBR 11817:2001** – Esterilização, esterilizador a vapor e/ou esterilizadores pequenos. Fixa os requisitos para esterilizadores a vapor, especialmente os usados no campo da medicina-odontologia-veterinária e, também, os campos industrial e comercial, em que, por motivos médicos, os materiais devem ser esterilizados.

2) Normas Técnicas aplicáveis na execução dos serviços do Centro de Estética:

- ✓ **ABNT NBR 15842:2010** - Qualidade de serviço para pequeno comércio. Esta Norma estabelece requisitos de qualidade nas atividades de venda e prestação de serviços nos estabelecimentos de pequeno porte, que permitam satisfazer as expectativas do cliente.
- ✓ **ABNT NBR 12693:2010** – Sistemas de proteção por extintores de incêndio. Esta Norma estabelece as exigências para projeto, seleção e instalação de extintores de incêndio portáteis e sobre rodas, em edificações e áreas de risco, para combate a princípio de incêndio.
- ✓ **ABNT NBR 5410:2004 Versão Corrigida: 2008** - Instalações elétricas de baixa tensão. Esta Norma estabelece as condições das instalações elétricas de baixa tensão, a fim de garantir a segurança de pessoas e animais, o funcionamento adequado da instalação e a conservação dos bens.
- ✓ **ABNT NBR ISO/CIE 8995-1:2013** - Iluminação dos ambientes de trabalho. Esta Norma dispõe sobre iluminação para locais de trabalho internos e os requisitos para que as

pessoas desempenhem tarefas visuais de maneira eficiente, com conforto e segurança durante todo o período de trabalho.

- ✓ **ABNT NBR 5419:2005** - Proteção de estruturas contra descargas atmosféricas. Esta Norma fixa as condições de projeto, instalação e manutenção de para-raios. A proteção se aplica também contra a incidência direta dos raios sobre os equipamentos e pessoas que se encontrem no interior das edificações e estruturas.
- ✓ **ABNT NBR 5626:1998** - Instalação predial de água fria. Esta Norma estabelece exigências e recomendações relativas ao projeto, execução e manutenção da instalação predial de água fria. As exigências e recomendações o bom desempenho da instalação e da garantia de potabilidade da água no caso de instalação de água potável.
- ✓ **ABNT NBR 8160:1999** - Sistemas prediais de esgoto sanitário. Esta Norma trata das exigências e recomendações relativas ao projeto, execução, ensaio e manutenção dos sistemas de esgoto sanitário, para atenderem às exigências mínimas quanto á higiene, segurança e conforto dos usuários, tendo em vista a qualidade deste sistema.
- ✓ **ABNT NBR IEC 60839-1-1:2010** - Sistemas de alarme. Esta Norma especifica os requisitos gerais para o projeto, instalação, controle após instalação, operação, ensaio de manutenção e registros de sistemas de alarme manual e automático, utilizados para a proteção de pessoas, de propriedade e do ambiente.
- ✓ **ABNT NBR 9050:2004 Versão Corrigida:2005** - Acessibilidade a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos. Esta Norma estabelece critérios e parâmetros técnicos a serem observados no projeto, construção, instalação e adaptação de edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos às condições de acessibilidade.

DICIONÁRIO DE TERMOS TÉCNICOS

ADIPÓCITOS: células que formam o tecido adiposo e armazenam grandes quantidades de gordura.

ALOPECIA: deficiência natural ou anormal de cabelo; é considerada alopecia quando a perda de cabelo ultrapassa os 25%.

ANDROGÊNIOS: grupo de hormônios sexuais masculinos, como a testosterona, a androsterona e a androstenodiona. Todas segregadas pelos testículos e, em menor proporção, pelas glândulas suprarrenais.

ANESTESIA: fármaco que provoca a perda total ou parcial da sensibilidade em várias zonas do corpo. Pode ser local, epidural ou geral.

ANTICELULÍTICOS: produtos cosméticos que agem sobre as fibras de tecido conjuntivo, sobre a drenagem da derme e mobilizam gorduras.

ANTI-AGING: também conhecido por antienvelhecimento, é o processo que trava ou abranda a libertação de radicais livres, produzida por agentes ambientais agressivos, alimentação incorreta, idade, etc. afetam a circulação de retorno.

BRANQUEAMENTO DENTÁRIO: tratamento destinado a aclarar a cor dos dentes, eliminar manchas ou pigmentos.

BOTOX: nome comercial de um produto farmacêutico derivado da toxina botulínica A, produzido pelo laboratório americano Allergan.

CELULITE: acumulação de líquido e tecido adiposo, de eliminação muito difícil, denominada pelos especialistas como lipodistrofia localizada.

COLÁGENO: proteína fibrosa, componente estrutural do tecido conjuntivo e que representa cerca de 70% do peso da derme e cerca de 25% das restantes proteínas dos mamíferos.

DENTINA: tecido duro, parecido com osso, que circunda a polpa do dente e lhe dá forma.

DERMOABRASÃO: ação mecânica que destrói as camadas superficiais da pele, eliminando rugas finas e reduzindo cicatrizes e imperfeições.

EDEMA: acumulação de líquido intercelular (que flui entre as células) e nas cavidades.

ENDERMOLOGIA: técnica de massagem profunda realizada por um aparelho de alta tecnologia com um sofisticado sistema de aspiração num dos rolos; melhora o contorno corporal.

ENDOLASER: técnica que consiste na introdução de um cateter na veia, com uma fibra óptica de laser finíssima, e que serve para tratar varizes.

ERITEMA: lesão da pele caracterizada por vermelhidão congestiva da pele, causada por um aumento da circulação sanguínea.

ESCLEROTERAPIA: método que provoca a fibrose das varizes e as transforma numa cicatriz.

ESMALTE DENTÁRIO: material rígido que cobre a coroa do dente.

FIBROSE: procedimento através do qual a fibra de colágeno se torna rígida.

FLACIDEZ: alteração da elasticidade da pele e dos músculos, devido a transtornos nos fibroblastos, as células encarregues de fabricar colágeno e elastina.

FLEBITE: inflamação da parede venosa.

FOLÍCULO PILOSO: cavidade profunda da pele onde nascem os pêlos.

FOTODEPILAÇÃO: eliminação do pêlo através de fontes de Luz Pulsada Intensa (IPL) ou laser.

FOTOESCLEROTERAPIA: tratamento para as varizes que consiste em injetar espuma de polidocanol nas veias e, em seguida, aplicar laser para eliminá-las.

FOTOESTIMULAÇÃO: ativação das células através de ondas luminosas.

GINECOMASTIA: formação de tecido mamário firme nos homens, produzida, habitualmente, nos períodos de maiores alterações hormonais: infância, adolescência e velhice.

HEMATOMA: sangue acumulado debaixo da pele ou num órgão, normalmente, depois de sofrer uma pancada ou um impacto cirúrgico.

HIPERPIGMENTAÇÃO: excesso de pigmentação da pele que provoca manchas ou rubor.

INCISÃO: abertura feita com um bisturi para chegar a uma determinada zona do corpo.

LIFTING: alongamento ou levantamento da pele, com o objetivo de remediar a flacidez e o descaimento de zonas mais propensas.

LIPOASPIRAÇÃO: procedimento cirúrgico que elimina o excesso de gordura através de um mecanismo de aspiração.

MICROCIRCULAÇÃO: fluxo sanguíneo que flui pelos vasos sanguíneos, normalmente superficiais, de pequeníssimo diâmetro.

MESOTERAPIA: tratamento através do qual se introduzem no corpo substâncias liporedutoras mediante injeções.

OZONOTERAPIA: técnica que utiliza ozônio, um gás que deriva do oxigênio, para estimular a microcirculação e a oxigenação das células.

PERCUTÂNEO: terapia que se aplica na pele ou através dela.

PRÓTESE MAMÁRIA: cápsulas cheias com diferentes substâncias que imitam a forma e textura de uma mama natural.

PTOSE: queda de tecido conjuntivo e muscular, frequente, por exemplo, nas mamas e nas pálpebras.

RESURFACING: destruição controlada das camadas superficiais da pele do rosto, com vista à sua regeneração.

RINOESCULTURA: tratamento através do qual se corrigem defeitos do nariz mediante infiltrações de material sintético derivado do plástico.

RINOPLASTIA: intervenção cirúrgica ao nariz com fins estéticos ou funcionais.

SÉRUM (OU SORO): cosmético de base aquosa com uma maior concentração em substâncias ativas e, por conseguinte, maior poder de penetração.

SULCO MAMÁRIO: depressão situada na parte inferior da mama.

TOXINA BOTULÍNICA: produto químico natural proveniente de uma bactéria purificada (*Clostridium botulinum*) que se injeta na pele para relaxar os músculos que marcam as rugas de expressão e, assim, apagar as rugas.

TROMBO: coágulo sanguíneo que se forma num vaso e que aí permanece.

TROMBOFLEBITE: inflamação da parede venosa, com coágulos que obstruem o fluxo sanguíneo.