



Beleza

Painel de Inteligência Setorial



Sumário

1. INTRODUÇÃO.....	3
2. DADOS DO SETOR NO BRASIL E DISTRITO FEDERAL.....	5
3. STAKEHOLDERS.....	33
4. CADEIA DE VALOR - DESAFIOS.....	35
5. ANÁLISE SWOT DO SETOR DA BELEZA NO DISTRITO FEDERAL.....	43
6. TENDÊNCIAS.....	45
7. FATORES CRÍTICOS DE SUCESSO.....	48
8. INSIGHTS.....	50
9. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	55

1. Introdução

O objetivo deste painel setorial é analisar o mercado de beleza, com um enfoque inicial sobre o cenário em Brasília. Ao analisar um painel setorial para o mercado de beleza os espera-se que os empresários possam obter uma análise que revele as tendências e a dinâmica do setor, identificando oportunidades e desafios específicos. Além disso, apresentaremos inovações tecnológicas e tendências, como o uso de inteligência artificial e práticas sustentáveis, que possam impactar o setor.



As informações do painel fornecem diretrizes para a tomada de decisões estratégicas, recomendar melhorias operacionais e ajudar a desenvolver políticas e parcerias que fortaleçam o mercado. Esses elementos são essenciais para otimizar a gestão, aprimorar a experiência do cliente e garantir o crescimento e a sustentabilidade dos negócios no setor de beleza.

2. Dados do setor no Brasil e Distrito Federal

No **cenário global**, o mercado de beleza se destaca pelo seu dinamismo com marcas internacionais, com inovações tecnológicas, como a personalização de produtos e o uso de inteligência artificial, moldando novastendências.

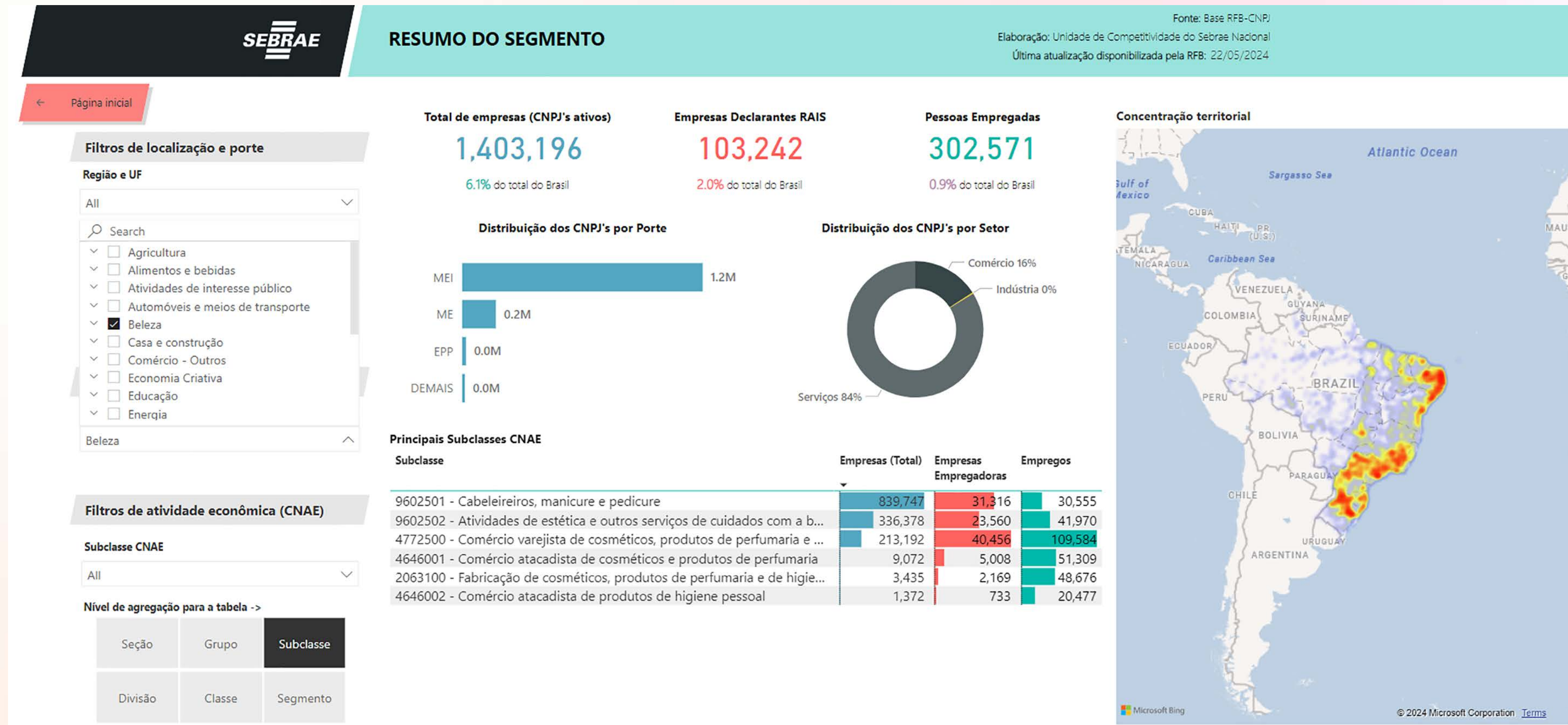
No **Brasil**, o setor é um dos mais relevantes, com uma participação significativa no mercado mundial, mas forte lideranças nacionais Natura e Boticário que desempenham um papel significativo, impulsionado por uma forte cultura de



autocuidado e estética. Em 2022, o faturamento global de varejo no mercado de fragrâncias, maquiagem, produtos para os cabelos e produtos para a pele foi de aproximadamente R\$ 430 bilhões. A área da beleza se mostra em uma trajetória ascendente ao redor do mundo e vem se mostrando

resiliente em meio a crises econômicas, como no caso da rápida e forte recuperação dos impactos da pandemia de covid-19. Projeções estimam que esse faturamento crescerá 6% por ano até 2027, podendo chegar a R\$ 580 bilhões^{7,8}. Nesse cenário, o Brasil se destaca positivamente, tendo o 4º maior mercado consumidor de produtos de beleza e higiene do mundo, atrás apenas dos EUA, da China e do Japão. Ao fim de 2022, a área de Beleza no país ultrapassou a marca de 2,5 milhões de profissionais, superando em 9,3% os números pré-pandemia (2019). Esse tamanho se reflete em uma forte indústria e uma rica cadeia de serviços, resultando em uma heterogeneidade de produtos e serviços.

Os números oficiais impressionam: existem, no Brasil, 1.403.196 atividades relacionadas a negócios de beleza, o que inclui os setores de serviço, indústria e comércio. Deste total, a maior parte se concentra nos serviços de beleza registrados nos CNAEs 9602-5/01 que englobam as atividades de cabeleireiros, manicure e pedicure e o CNAE 9602-5/02 relativo às atividades de estética e outros serviços de cuidados com a beleza. Estes são dados do DataSebrae, obtidos no início de agosto de 2024.



No Distrito Federal, o mercado de beleza reflete essas dinâmicas nacionais, mas com características únicas que o diferenciam. Segundo o Sindicato do Varejo de Cosméticos do DF (Sindbele), o consumo per capita de produtos e serviços de beleza em Brasília é 40% acima da média nacional.

Em termos de consumo de beleza o **Distrito Federal** revela elevado potencial. Segundo pesquisa da CODEPLAN, Companhia de Planejamento do Distrito Federal, divulgada em 2021 durante o Forum Econômico Pós Pandemia, o gasto médio das famílias locais com produtos de beleza é 25% maior que a média brasileira, ocupando o segundo maior posto entre as unidades da federação. No DF, esse valor era de R\$ 117 por família, enquanto no Brasil a média era de R\$ 93,54.

O mercado local é caracterizado por uma predominância de pequenos e microempreendedores, além da presença de algumas franquias e marcas conhecidas.

A região, também, apresenta um crescimento expressivo no número de empresas formais e informais que contribuem na geração de empregos, especialmente em serviços de salão e na comercialização de cosméticos. No entanto, enfrenta desafios como a dependência de mão de obra, rotatividade dos profissionais parceiros, má qualificação dos profissionais e informalidade que podem impactar a competitividade local.

Compreender as dinâmicas do setor é essencial para apoiar a tomada de decisões estratégicas que possam potencializar o crescimento e a inovação.

Em 2023 o programa Brasília Capital da Beleza contratou consultoria especializada para realizar um estudo de caracterização do setor de beleza e cosméticos no distrito federal objetivo de subsidiar a gestão da Carteira do Setor de Beleza e Bem-estar do SEBRAE no DF, oferecendo informações atuais e consistentes sobre o Setor de Beleza e Cosméticos no Distrito Federal e sua atuação. Tais informações deverão possibilitar a construção de um planejamento estruturado para o desenvolvimento setorial, bem como definir ações estratégicas de atendimento aos pequenos negócios locais de embelezamento e fabricação de cosméticos. Sua estrutura procurou seguir as diretrizes do protótipo desenvolvido pelo SEBRAE Nacional, enquanto modelo norteador de atividades e ações que atendem ao público de interesse. Os principais eixos de investigação tiveram foco em quatro pilares estruturantes para o desenvolvimento do Setor:

- Governança
- Políticas Públicas
- Tendências
- Diferencial Competitivo.

Após diálogos com lideranças e entidades de classe, conclui-se que, embora existam especificidades dos segmentos há uma unanimidade quanto ao elevado potencial do mercado do DF para os negócios de beleza. No entanto este potencial ainda está latente e precisa ser desenvolvido a partir da estruturação do Setor. Apesar deste potencial a pandemia impactou profundamente o Setor da Beleza mudando tanto o comportamento e perfil dos negócios, quanto o comportamento dos consumidores. Em linhas gerais o fechamento de salões levou a um aumento da informalidade com a migração de profissionais, antes estabelecidos em negócios estruturados, para o atendimento em suas moradias ou na casa dos clientes, sem as condições técnicas e de biossegurança necessárias. Isso impactou sobremaneira a atuação profissional, a qualidade dos atendimentos e os riscos sanitários do setor.

No entanto, é reconhecida a necessidade urgente de profissionalização tanto para empreendedores quanto para profissionais do setor da beleza, além da necessidade de publicização da Lei Salão Parceiro, que regula a relação trabalhista entre as partes. A capacitação de toda a cadeia produtiva é a principal demanda do setor.

Nesse contexto, foi proposta uma Matriz Curricular de Educação Profissional desenvolvida para atender às necessidades específicas do setor da beleza. Esta matriz está organizada de forma lógica e progressiva, permitindo a aquisição gradual de conhecimentos e habilidades. A estrutura da matriz permitirá que os estudantes tenham

saídas intermediárias para inclusão no mercado de trabalho e desenvolvimento de seu portfólio profissional, com a possibilidade de continuar seus estudos e obter o Diploma de Técnico de Imagem Pessoal.

Ao adotar essas estratégias, as instituições de ensino privadas poderão implementar com sucesso a matriz curricular, aumentar a fidelização dos alunos e fortalecer sua reputação no mercado de educação profissional. Isso resultará em uma formação de qualidade e em profissionais mais bem preparados para atender às demandas do setor da beleza.

Na visão de representante da indústria de cosméticos o mercado do Distrito Federal não propicia o crescimento da atividade por falta de um fortalecimento da cadeia produtiva local e pouco incentivo para a indústria que é intensiva em tecnologia, não poluente e que gera muitos recursos.

Negócios por Região Administrativa:

A primeira etapa destinou-se à investigação da realidade do mercado local, através da análise de bases de dados disponibilizadas no Data Sebrae e Bases da Receita Federal 2023, identificando, por CNAE, a quantidade de negócios do Setor da Beleza regularmente estabelecidos no Distrito Federal e sua estratificação por porte.

Foram considerados para este projeto os empreendimentos com os seguintes CNAEs.

CNAE **9602-5/01** Cabeleireiros, manicure e pedicuro

CNAE **9602-5/02** Atividades de estética e outros serviços de cuidados com a beleza

CNAE **2063-1/00** Fabricação de cosméticos, produtos de perfumaria e higiene

CNAE- **4646-0/01** Comércio Atacadista de cosméticos e perfumaria

Tabela - Distribuição Percentual dos Negócios do Setor da Beleza no DF, por CNAE, segundo o Porte.

CNAE	Descrição da Atividade	Nº de Negócios	% Porte dos Negócios		
			EPP	ME	MEI
CNAE 9602-5/01	Cabeleireiros, Manicures e Pedicuros	17.438	0,69%	11,61%	87,70%
CNAE 9602-5/02	Estética e Outros Cuidados de Beleza	8.031	1,61%	18,08%	80,31%
CNAE 2063-1/00	Fabricantes de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	42	19,05%	66,67%	14,29%
CNAE 4646-0/01	Comércio atacadista de cosméticos e produtos de perfumaria	30	30,00%	60,00%	10,00%
CNAE 4772-5/00	Comércios varejistas de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal	4.446	5,51%	28,25%	66,24%

Também foi realizada pesquisa para levantamento de dados foi realizado junto a empreendedores do setor da beleza no Distrito Federal cuja atividade principal está contemplada pela CNAE – CNAE 9602-5/01 na Base da Receita Federal 2023. Assim, foram considerados no estudo as barbearias, salões de beleza, esmalterias e afins.

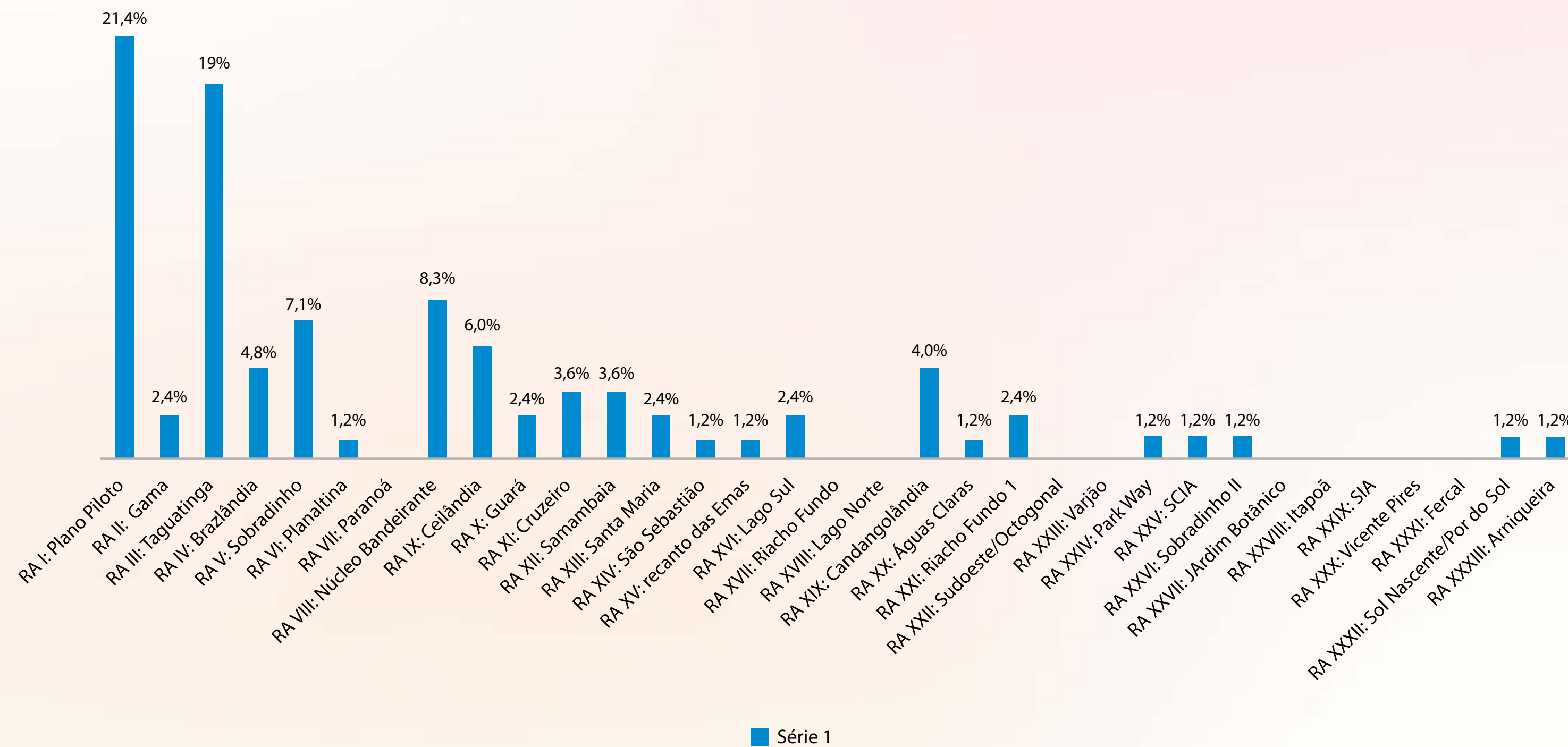
O levantamento de dados foi feito a partir de questionário estruturado para autopreenchimento encaminhado via internet e ficou disponível para o público-alvo no mês de junho de 2023.

Ao final do período de levantamento de dados obtivemos um retorno de 84 questionários de empreendimentos que aderiram à pesquisa. Embora seja um número relativamente pequeno de participantes, o que nos impede de fazer inferências sobre o universo pesquisado, suas respostas ratificam uma realidade já identificada em etapas anteriores do estudo, de natureza qualitativa. Finalmente, considerando que o objetivo principal da pesquisa era identificar as oportunidades de atuação do SEBRAE – DF diante das demandas dos empresários, os resultados obtidos são bastante válidos.

A pesquisa buscou identificar a realidade dos empreendimentos abordando os seguintes aspectos:

Localização do Empreendimento

1. Em qual Região Administrativa sua empresa está localizada?

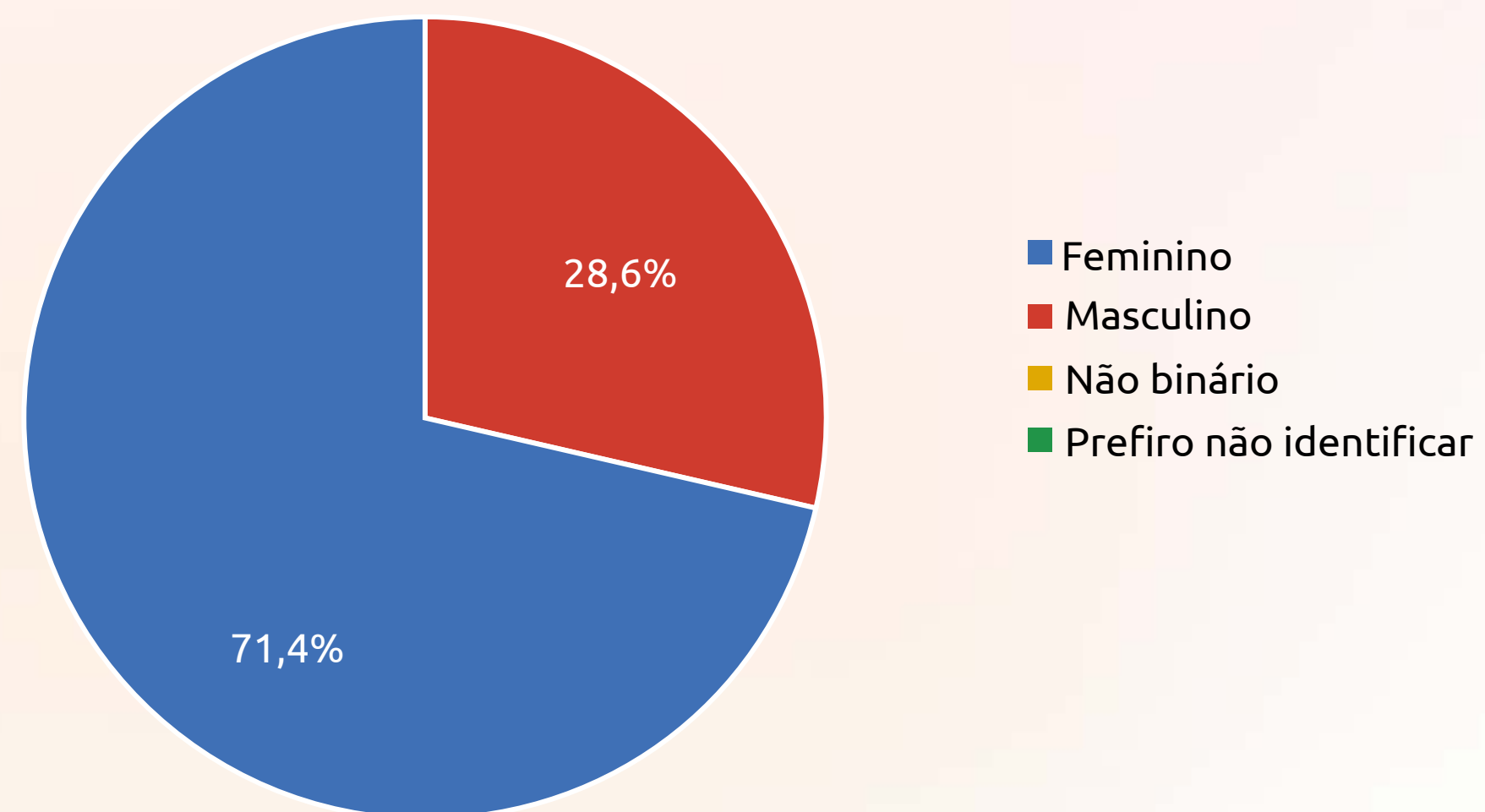


Como podemos observar a maioria dos empreendimentos participantes da pesquisa estão situados nas regiões do Plano Piloto (21,4%), Taguatinga (19%), Sobradinho (8,3%) e Núcleo Bandeirante (7,1%).

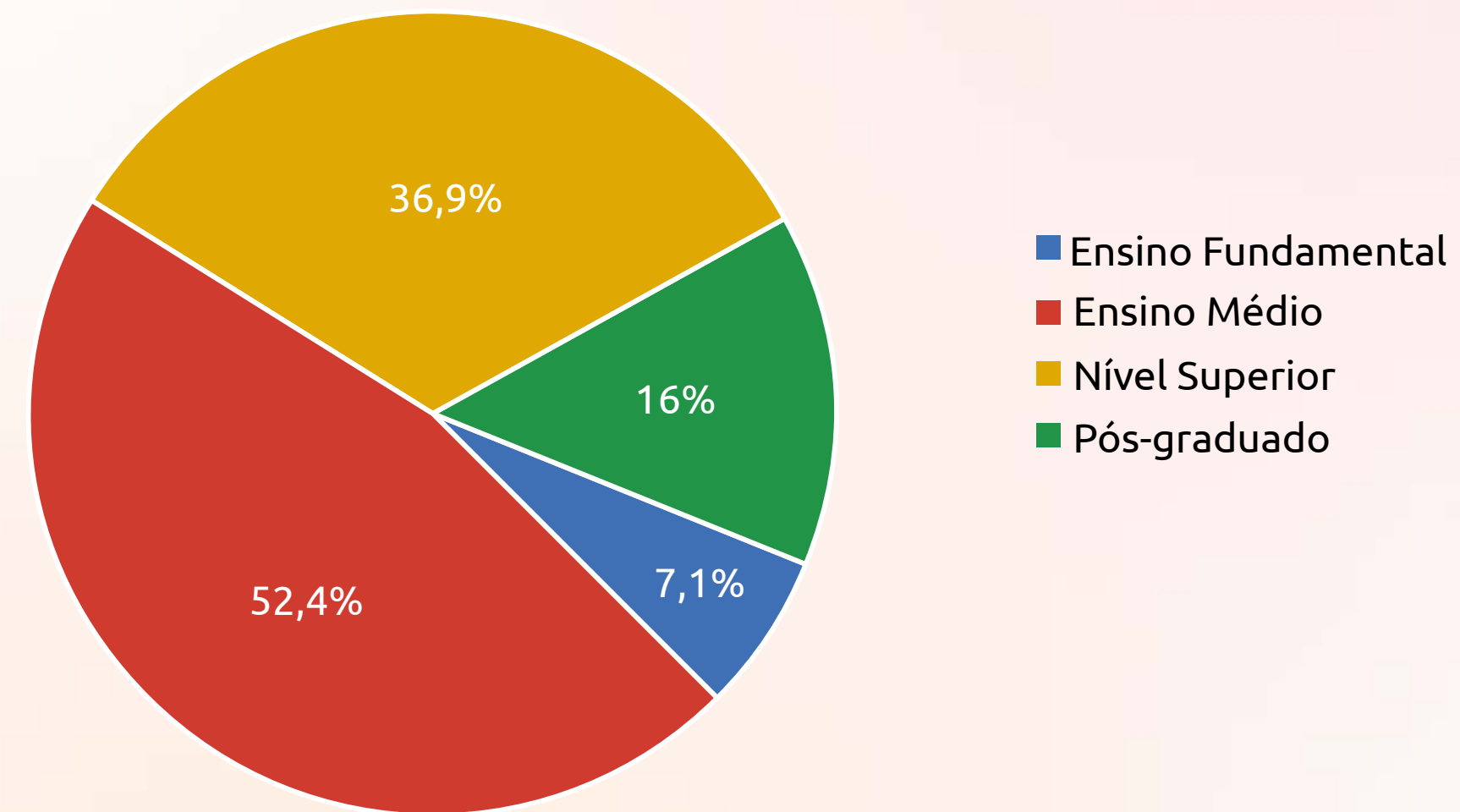
Perfil do Empreendedor

Como podemos observar nos gráficos 2, 3 os empresários participantes da pesquisa são mulheres, em sua maioria (71,4%), seguidos dos homens na proporção de 28,6%.

2. Com qual identidade de gênero você se identifica
84 respostas



3. Qual sua escolaridade (Marque apenas uma opção)
84 respostas

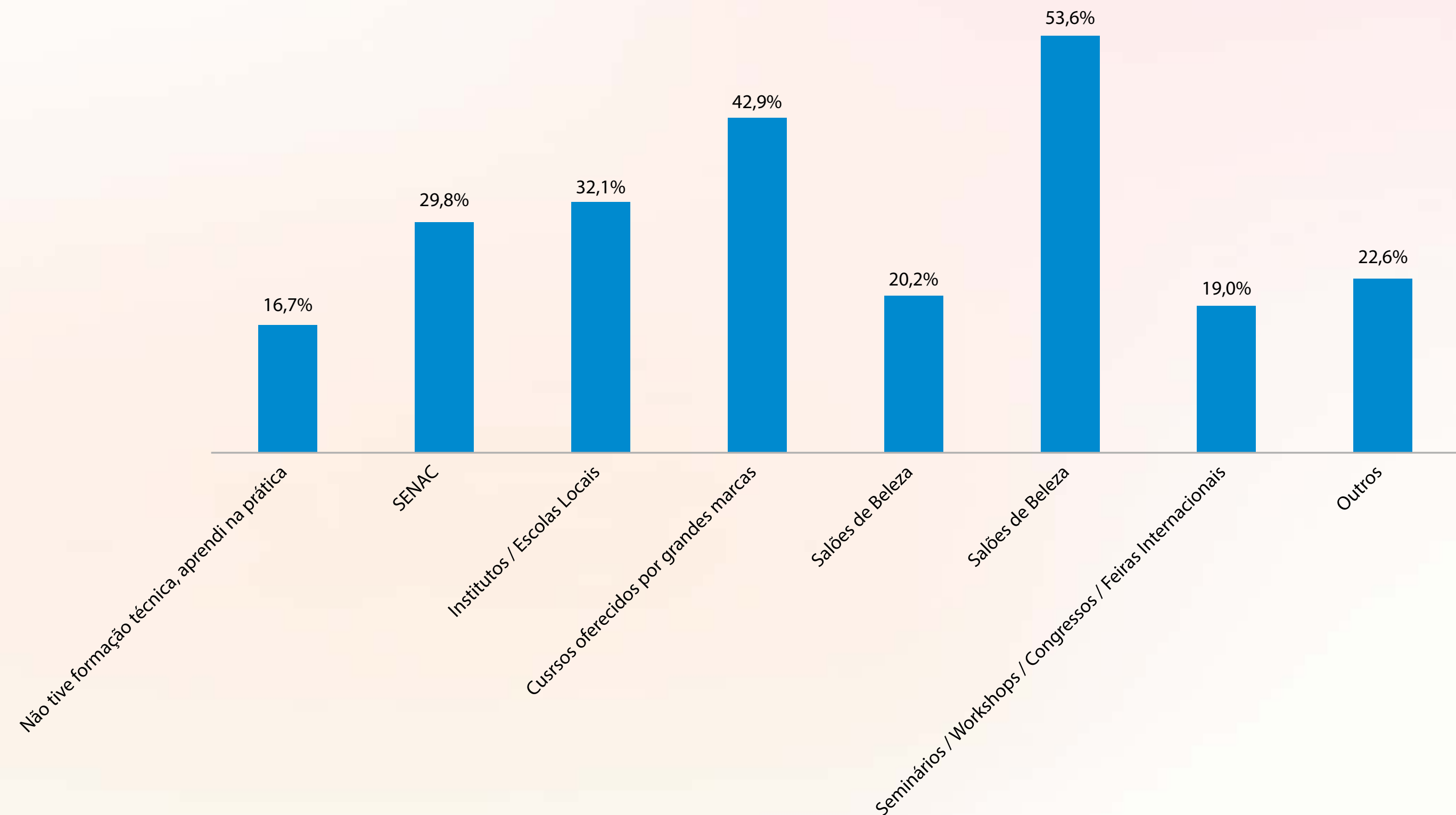


Formação Técnica:

Quando à formação técnica no segmento de beleza os resultados indicam com maior frequência a formação através de seminários, workshops, congressos e feiras nacionais (56,4%) seguidos dos cursos oferecidos pelas grandes

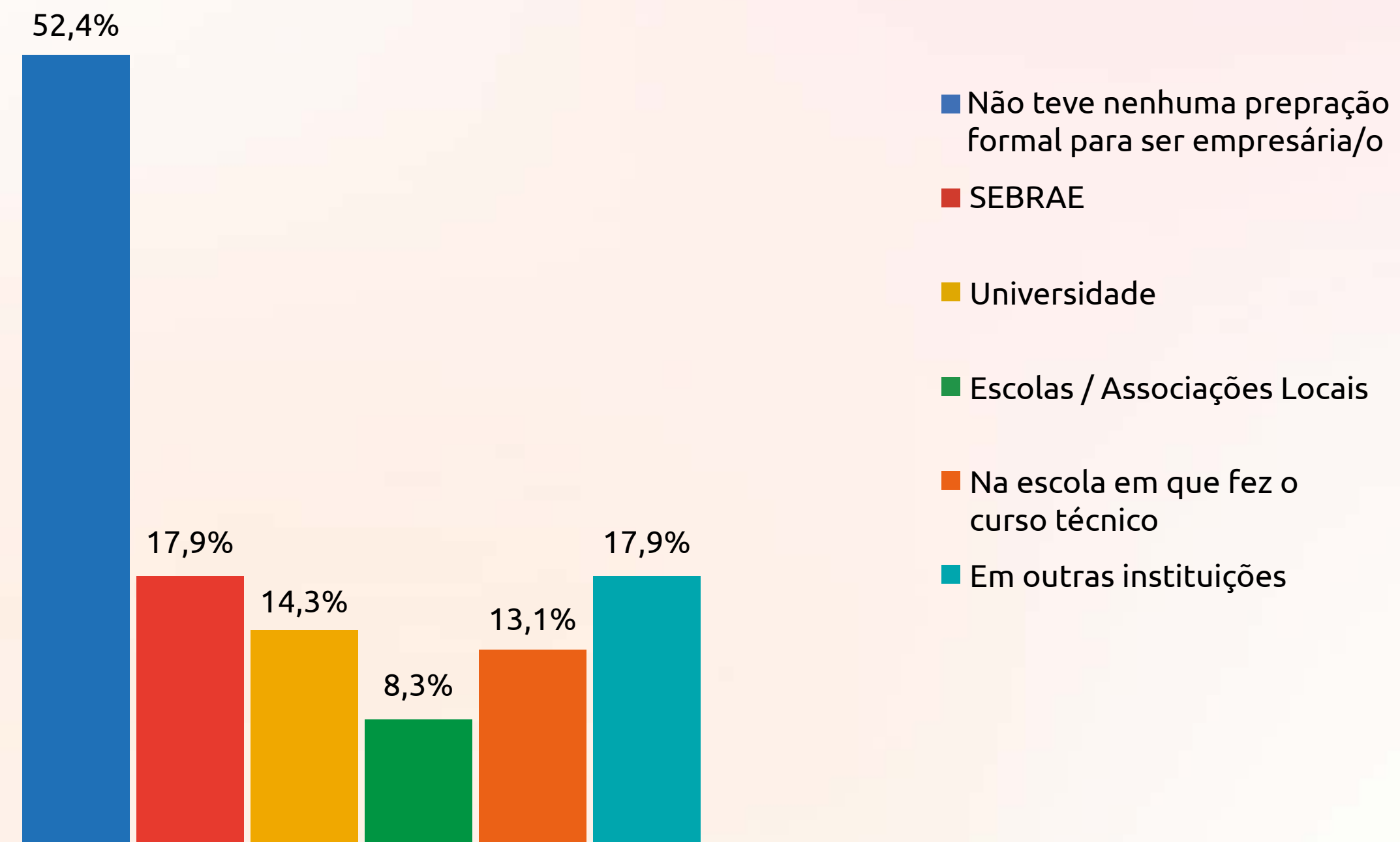
marcas de cosméticos (42,9%). Outros 32,1% atribuem sua formação aos institutos e escolas locais e 29,3% ao SENAC. 20,2% citam os salões de beleza em sua capacitação técnica. 19% referem-se a eventos internacionais e 16,7% informam que aprenderam com a prática.

8. Você teve alguma formação Técnica no segmento de Beleza em que atua?
(Marque quantas opções forem necessárias)



Quanto à uma preparação formal para a gestão do seu negócio verificamos que, em 52,4% dos casos, ela não existiu.

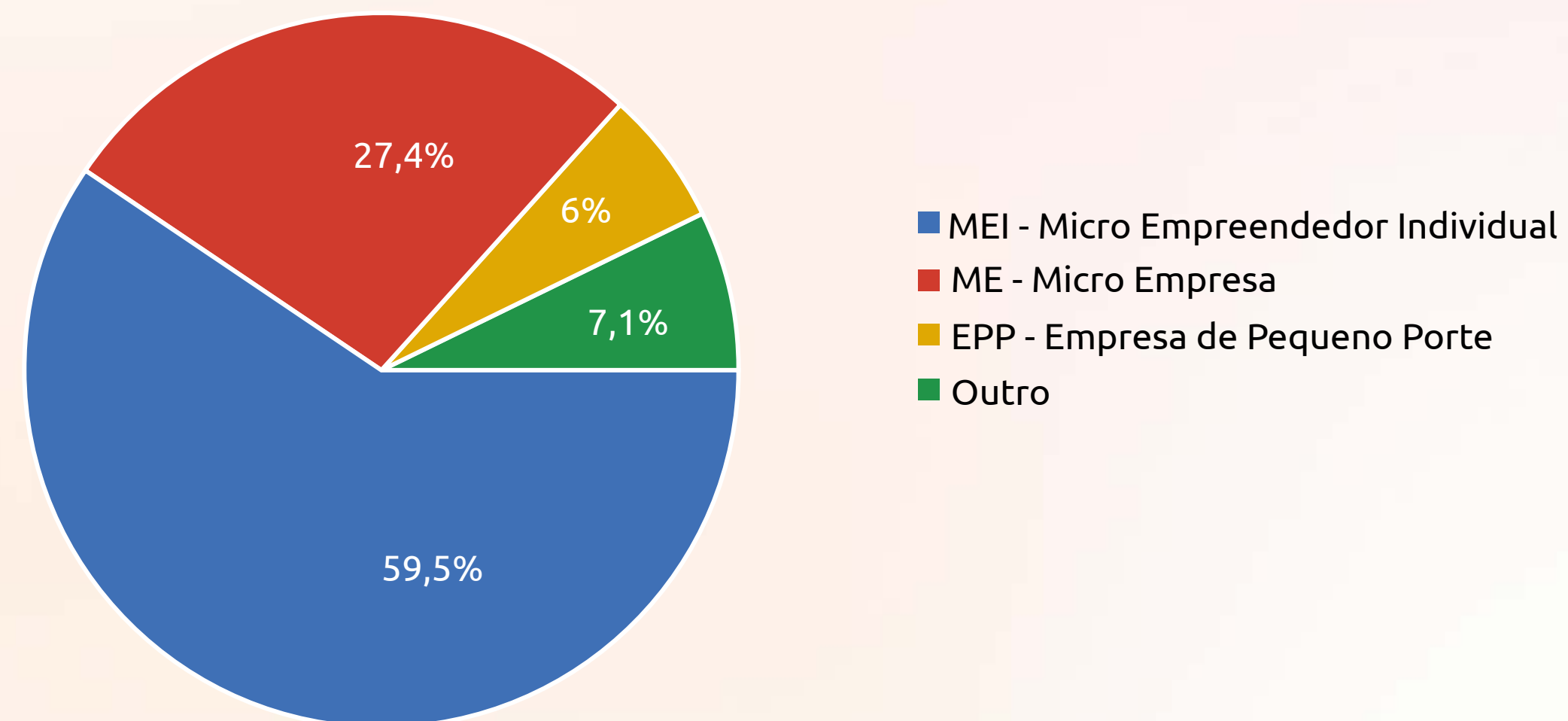
7. Você teve uma preparação formal para a gestão do seu negócio?
(Marque quantas opções forem necessárias)



Perfil do Negócio

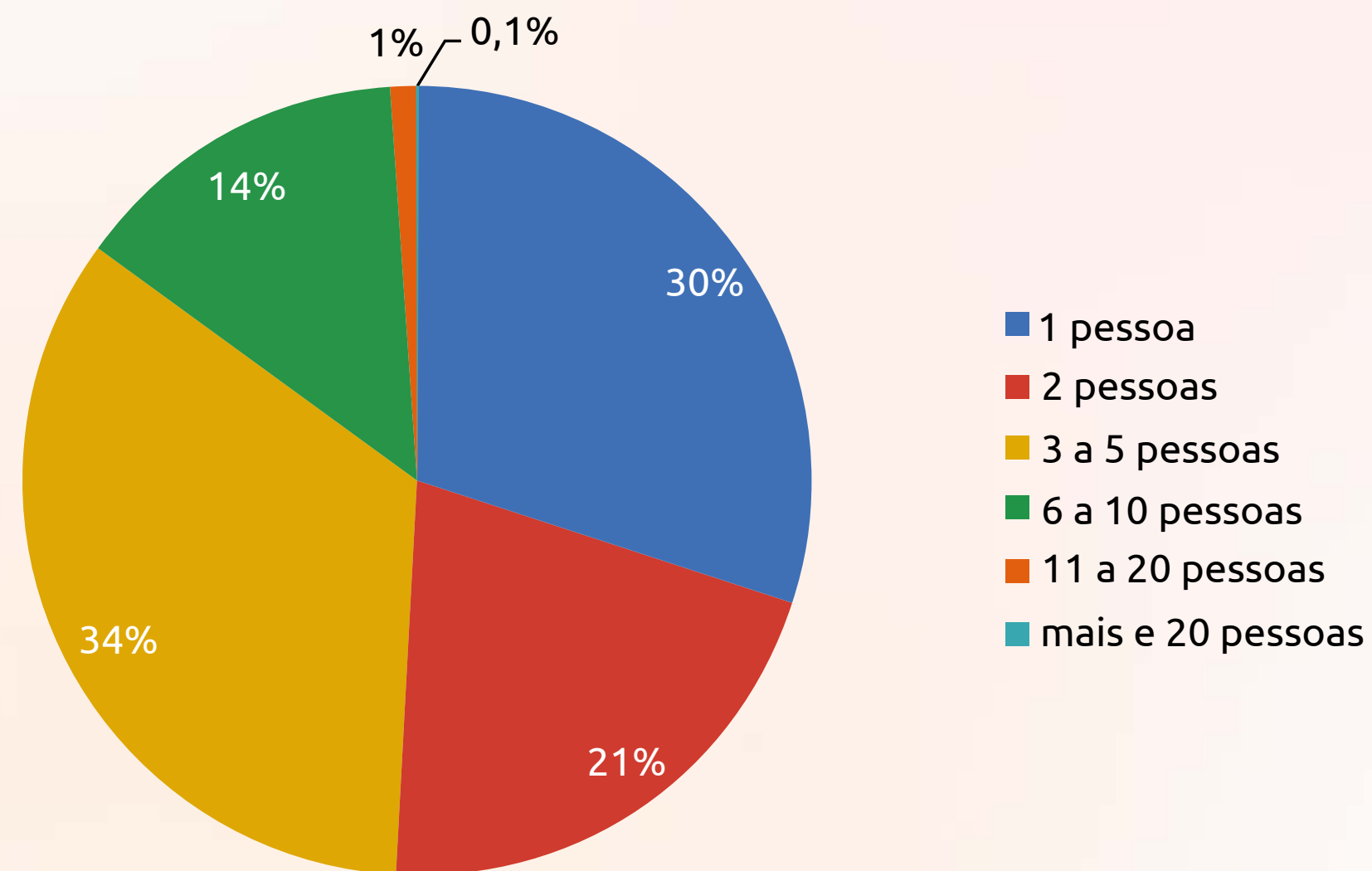
Como já é de conhecimento público os negócios do segmento de beleza são em sua maioria pequenos negócios. Isso não é diferente na pesquisa. 59,5% dos participantes informam serem empreendedores individuais e 27,4% micro empresas. Apenas 6% são empresas de pequeno porte.

8. Qual o porte da sua empresa? (Marque apenas uma opção)
84 respostas



Em relação à **quantidade de pessoas trabalhando no estabelecimento** a pesquisa indica a predominância de empreendimentos com 3 a 5 pessoas (34%), seguidos de 30% onde apenas o proprietário trabalha. 21% tem duas pessoas e apenas 14% têm entre 6 e 10 trabalhadores.

9. QUANTAS PESSOAS TRABALHAM NO ESTABELECIMENTO

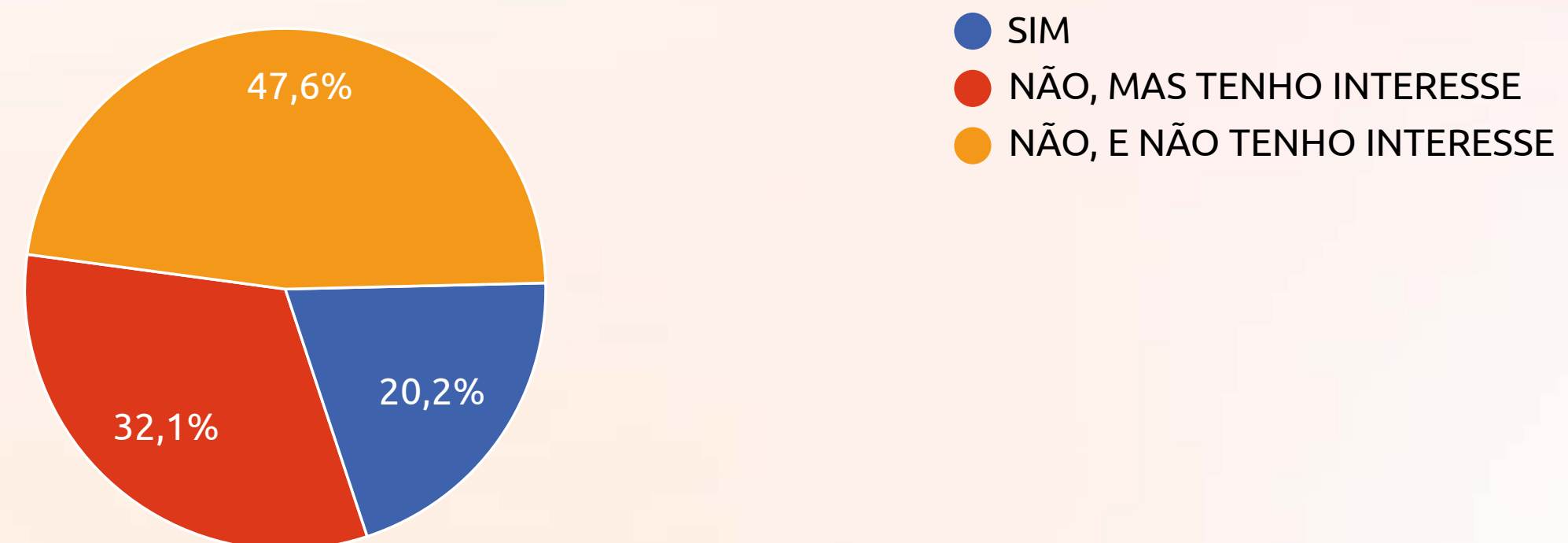


Sindicalização:

Apenas uma minoria é participante: 20,2%. Outros 32,1% embora não sejam sindicalizados informam interesse em fazê-lo e outros 47,6% não são sindicalizados e não têm interesse.

11. A EMPRESA É SINDICALIZADA? (Marque apenas uma opção)

84 respostas

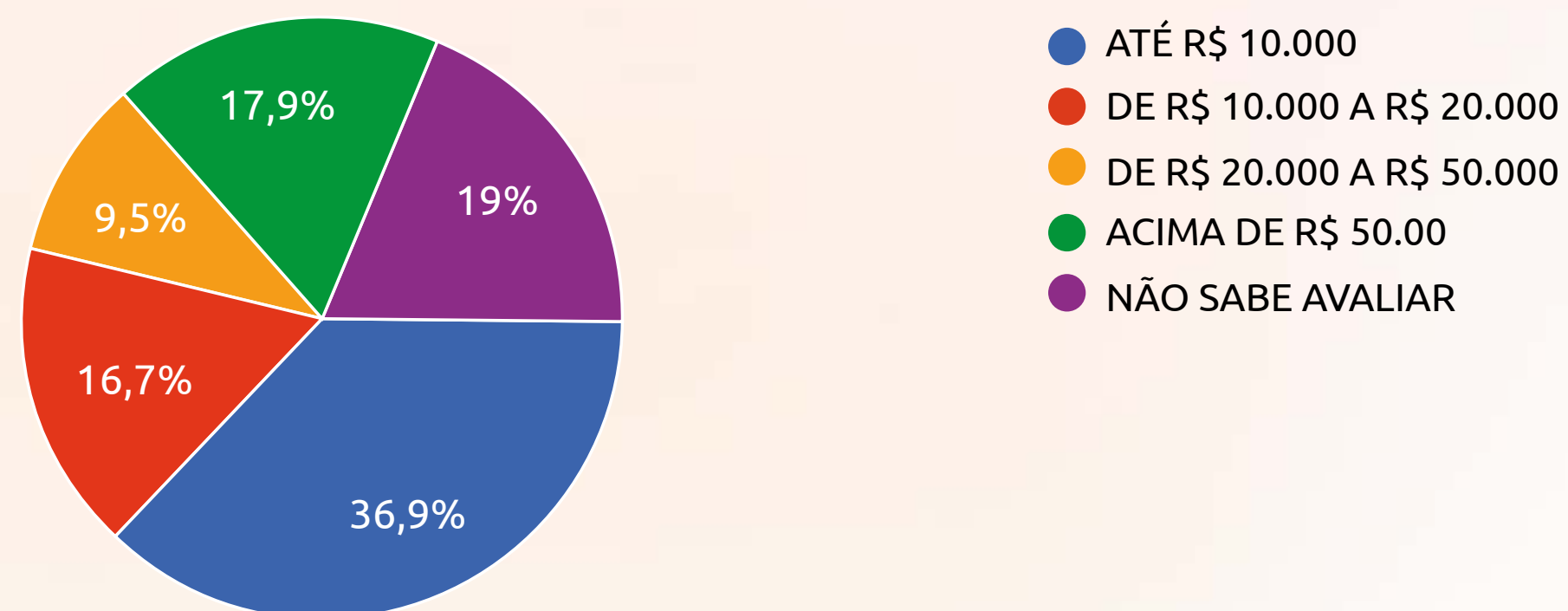


Faturamento:

Quando analisamos o faturamento bruto mensal médio informado pelos pesquisados novamente percebemos o reduzido porte da maioria. Cerca de 36,9% dos caso informam um rendimento bruto mensal de até R\$10.000,00. 16,7% declaram rendimento entre R\$ 10.000 e R\$20.000 e outros 9,5% entre R\$ 20.000 e R\$ 50.000. Apenas 17,9% informam um faturamento bruto mais alto, acima de R\$ 50.000. Finalmente, importante ressaltar que 19% dos empreendedores pesquisados informam não saber avaliar qual o faturamento bruto mensal de seus negócios.

12. QUAL A FAIXA DE FATURAMENTO BRUTO MENSAL DO ESTABELECIMENTO? (Marque apenas uma opção)

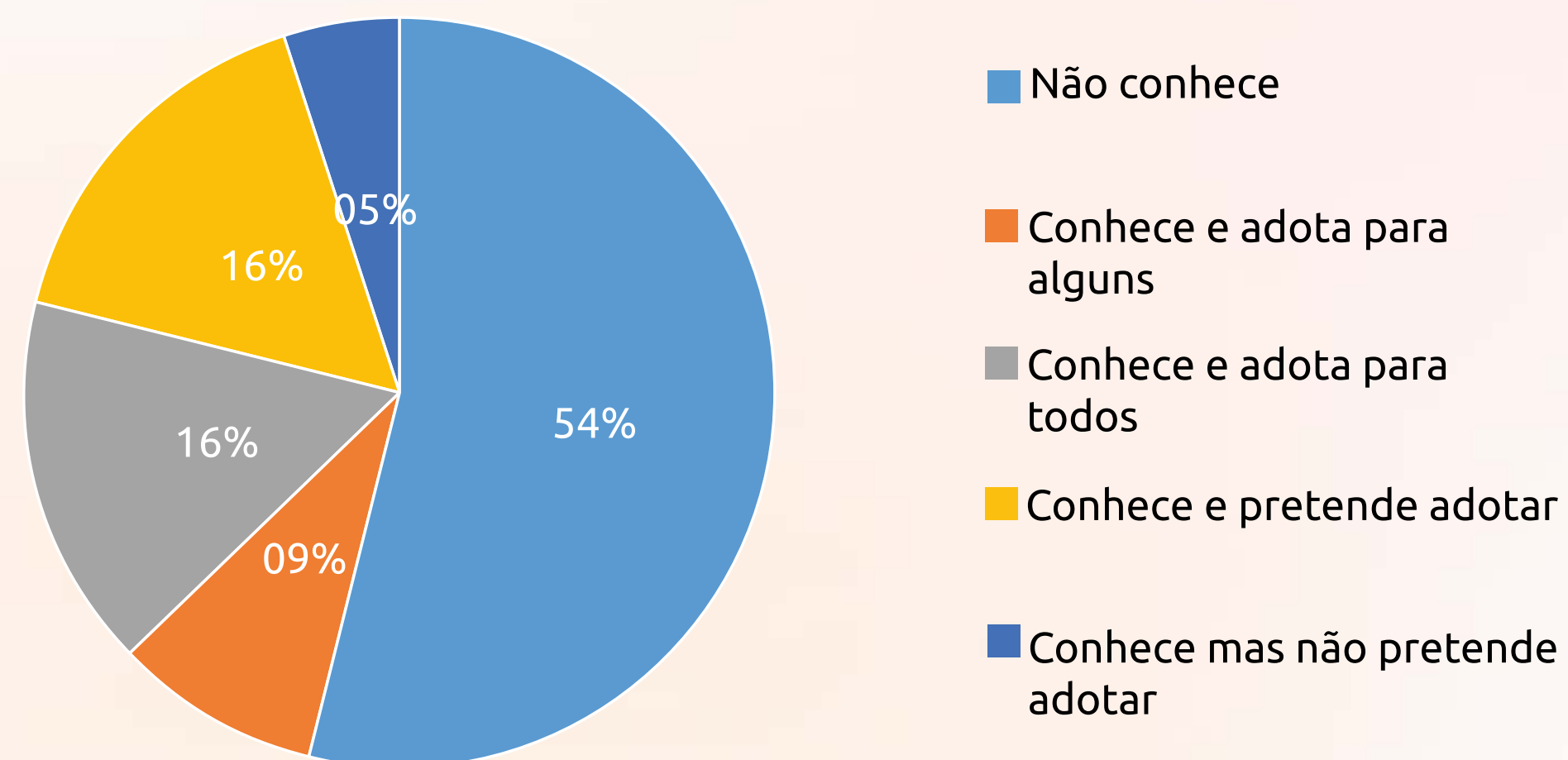
84 Respostas



Lei do Salão Parceiro

Um dos temas da pesquisa referiu-se ao conhecimento e adesão à Lei do Salão Parceiro sancionada em 2021. Neste sentido os resultados indicam ainda um elevado desconhecimento da Lei: 54,3%.

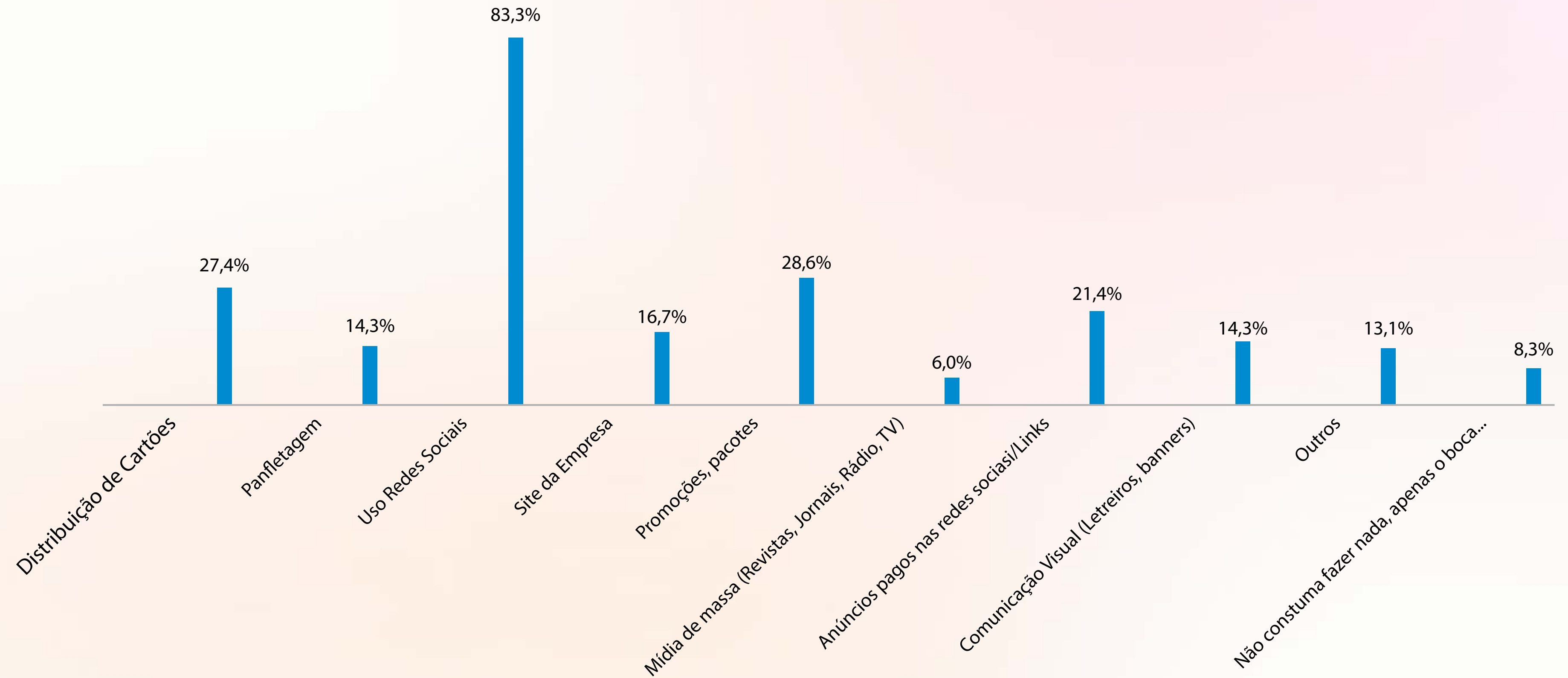
14. CONHECE A LEI DO SALÃO PARCEIRO? SE SIM, ADOTA NO ESTABELECIMENTO?



Estratégias de Marketing e Comunicação:

As estratégias de marketing e comunicação utilizadas pelos empresários para divulgar seus negócios também foi objeto de investigação da pesquisa. Como podemos observar o grande canal de comunicação utilizado para divulgação dos negócios pesquisados são as rede sociais (83% dos casos). Em segundo lugar citam as promoções (28,6%) e a distribuição de cartões (27,4%) e, mais uma vez, o uso de anúncios pagos nas redes sociais (2,14%). As demais estratégias pesquisadas são usadas por menos de 20% dos empresários pesquisados. Importante ressaltar que 8,3% dos casos não costumam adotar nenhuma estratégia de marketing ou divulgação, valendo-se apenas do “boca a boca”.

25. Costuma fazer ações de comunicação para divulgar o seu estabelecimento? Quais?



Manual de Biossegurança

Relativamente ao Manual de Biossegurança as respostas indicam uma situação bastante preocupante. Embora 84,5% declarem conhecer o manual, sua aplicação é baixa. Inicialmente, os que o conhecem e usam integralmente são apenas 27,4%. Outros 35,7% declaram conhecimento, mas com aplicação parcial e ainda outros 7,1% conhecem, mas não aplicam. Finalmente temos 15,5% que têm interesse em conhecê-lo.

27. VOCÊ CONHECE O MANUAL DE BIOSSEGURANÇA PARA OS ESTABELECIMENTOS DE BELEZA? (Marque apenas uma opção)

84 respostas



Taxa de crescimento do Setor no Brasil

Ao olhar para o movimento do mercado e crescimento das empresas de estética e cabelereiros a pesquisa realizada pela ABSB de agosto de 2024, que apresenta o índice de índices mensais entre 2023 e 2024, revela uma tendência de queda nas receitas deflacionadas ao longo dos dois anos. Em 2023, o setor apresentou uma variação positiva de 2,8% em janeiro, seguida por quedas significativas nos meses subsequentes, culminando em uma redução de 4,1% em maio. Já em 2024, a trajetória negativa foi observada desde janeiro, com um declínio de 3,8%, continuando essa tendência nos meses seguintes, encerrando com uma queda de 3,7% em maio.

A mesma pesquisa observou o movimento dos índices de crescimento para o varejo comparando o período de 2023 e 2024. Esses dados indicam uma deterioração contínua no desempenho do setor, destacando a necessidade de estratégias de recuperação e adaptação às condições econômicas diversas. Em 2023, o setor começou com um aumento de 4,9% em janeiro, seguido por uma leve queda de 0,7% em fevereiro e um pequeno crescimento de 1,2% em março, antes de declinar novamente em abril e maio, com reduções de 2,8% e 2,9%, respectivamente. Em 2024, o desempenho foi mais estável, começando com uma ligeira queda de 0,6% em janeiro, um aumento de 0,4% em fevereiro, outra pequena queda de 0,7% em março, e um decréscimo de 2,1% em abril, finalizando com uma modesta alta de 0,1% em maio.

Esses dados refletem uma volatilidade menor em 2024, apesar das contínuas flutuações nas receitas.

Estética e Cabeleireiros 2023 e 2024

Ano	Janeiro	Feuereiro	Março	Abril	Maio
2023	2,8%	-8,2%	-1,0%	-13,1%	-4,1%
2024	-3,8%	-2,4%	-9,9%	-3,4%	-3,7%

Varejo Total 2023 e 2024

Ano	Janeiro	Feuereiro	Março	Abril	Maio
2023	4,9%	-0,7%	1,2%	-2,8%	-2,9%
2024	-0,6%	0,4%	-0,7%	-2,1%	0,1%

Segundo a ABSB, “os dados apresentados destacam as distintas trajetórias econômicas dos setores de estética e cabeleireiros e do varejo total entre 2023 e 2024. Enquanto o varejo total conseguiu manter uma certa estabilidade, apesar das flutuações, o setor de estética e cabeleireiros enfrentou quedas mais pronunciadas e persistentes. Esse contraste enfatiza a necessidade de estratégias específicas para cada setor, visando mitigar os impactos negativos e promover a recuperação. A compreensão dessas dinâmicas é essencial para que os profissionais e empresários do setor da beleza possam adaptar-se às mudanças do mercado, garantindo a sustentabilidade e o crescimento a longo prazo”.

Mercado de Trabalho e Perspectivas Futuras no Setor da Beleza por CNAE

1. CNAE 9602-5/01 – Cabeleireiros, Manicure e Pedicuro

Situação Atual: Esta categoria abrange os serviços de cabeleireiro, manicure e pedicuro. O mercado é caracterizado por uma grande quantidade de profissionais autônomos e pequenas empresas. A informalidade é relativamente alta, embora haja uma crescente demanda por serviços especializados e de qualidade. O segmento está crescendo, impulsionado por tendências como personalização de serviços e um aumento na conscientização sobre cuidados pessoais.

Perspectivas Futuras: Espera-se que o setor continue a crescer, com uma demanda crescente por profissionais qualificados e serviços personalizados. A digitalização e o e-commerce também estão começando a impactar o setor, com mais oportunidades para profissionais que utilizam plataformas online para oferecer serviços e produtos.

2. CNAE 9602-5/02 – Atividades de Estética e Outros Serviços de Cuidados com a Beleza

Situação Atual: Inclui serviços como tratamentos estéticos, massagens e cuidados com a pele. Este segmento está vendo uma expansão, com um aumento na demanda por tratamentos não invasivos e soluções de beleza inovadoras.

A formalização do setor está aumentando, mas ainda existem desafios relacionados à regulação e padronização dos serviços.

Perspectivas Futuras: O setor de estética deve continuar a crescer com a crescente procura por tratamentos de bem-estar e rejuvenescimento. Inovações tecnológicas, como o uso de inteligência artificial e novas técnicas estéticas, são tendências emergentes que deverão moldar o futuro do setor. A demanda por serviços personalizados e a integração de tecnologias avançadas são esperadas para impulsionar o mercado.

3. CNAE 2063-1/00 – Fabricação de Cosméticos, Produtos de Perfumaria e Higiene

Situação Atual: Este segmento cobre a fabricação de cosméticos e produtos relacionados. É um setor altamente competitivo e inovador, com uma grande variedade de produtos no mercado. A indústria está experimentando um crescimento robusto, impulsionado por tendências de saúde e beleza, bem como pela crescente demanda por produtos naturais e sustentáveis.

Perspectivas Futuras: A inovação em formulações e embalagens, juntamente com o aumento da demanda por produtos ecológicos e éticos, está moldando o futuro da fabricação de cosméticos. As empresas devem focar em

sustentabilidade e responsabilidade social, além de se adaptar rapidamente às mudanças nas preferências dos consumidores e regulamentações.

4. CNAE 4646-0/01 – Comércio Atacadista de Cosméticos e Perfumaria

Situação Atual: Esta categoria abrange a distribuição de cosméticos e produtos de perfumaria no atacado. O setor é crucial para a cadeia de suprimentos do mercado de beleza, com um papel importante na logística e na disponibilidade de produtos para varejistas e consumidores finais. O mercado tem visto um crescimento consistente, impulsionado por uma maior demanda por produtos de beleza e o aumento do comércio eletrônico.

Perspectivas Futuras: O comércio atacadista de cosméticos está previsto para continuar crescendo, com um aumento nas oportunidades de negócios relacionadas ao comércio eletrônico e à globalização. As empresas atacadistas precisarão se adaptar às novas demandas dos consumidores e às tendências do mercado, como a personalização e a sustentabilidade dos produtos.

Em complemento, segundo estudo do Senac, realizado em 2023 Ao final de 2022, apresenta uma síntese sobre a formalidade e informalidade.

Infográfico 1. Resumo do mercado de trabalho da área de Beleza

Área de Beleza: mercado formal e informal (2022)

Síntese

Profissionais da área de Beleza, segundo dados da PNAD Contínua, são, em sua maioria, mulheres pardas, na faixa de 25 a 39 anos, com ensino médio completo ou equivalente.

São trabalhadoras por conta própria, com rendimentos mensais de até 1 SM, que não contribuem para a Previdência Social. Trabalham de 15 a 39 horas por semana, em geral oferecendo serviço em domicílio.

População ocupada

2,6 milhões = 2,64%

de pessoas ocupadas do total da população ocupada no Brasil

48%
se concentram no Sudeste



23%
se concentram no Nordeste



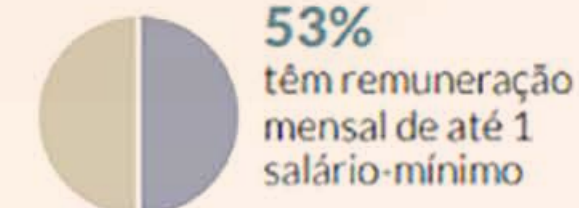
variação positiva de estoque entre 2018 e 2022: **+15%**

Depois do Nordeste, as regiões com maior participação na área são: Sul (12%), Centro-Oeste (9%) e Norte (8%).

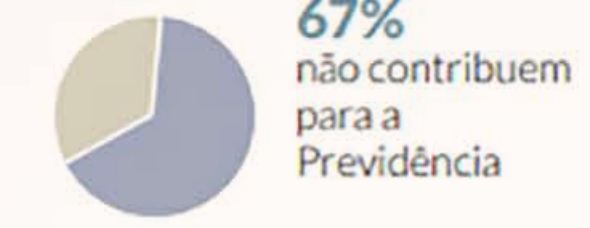
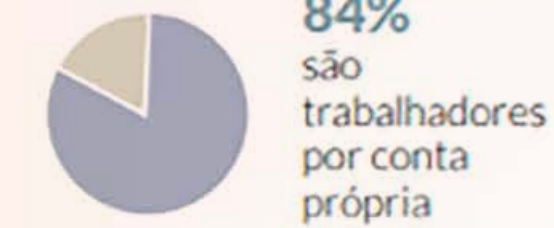
Perfil dos trabalhadores



8 em cada 10 pessoas ocupadas na área são **mulheres**



Condições de exercício profissional



Fonte: Senac, Departamento Nacional, 2024, a partir de dados da PNAD Contínua.

3. Stakeholders

No Distrito Federal a representação sindical do setor ocorre através de três sindicatos locais SINDBELE, SINDBELEZA e SIMBELEZA

SINDICATO DAS EMPRESAS DO COMERCIO VAREJISTA DE COSMÉTICOS, PRODUTOS DE PERFUMARIA E HIGIENE PESSOAL DO DISTRITO FEDERAL (SINDBELE), pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o número 21.647.687/0001-21, com sede na Quadra Scs Quadra 6, sala 206 – Asa Sul, representada neste ato por seu presidente, Artur Emilio Zanganelli, brasileiro, portador do RG número 1383362 SSP/DF e do CPF número 584.317.801-34;



SINDICATO DOS SALÕES, INSTITUTOS E CENTROS DE BELEZA E ESTETICA DO DF (SIMBELEZA/DF), pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o número 00.484.196/0001-37, com sede na SGAN 712/912 Conjunto E térreo, parte C, CEP 70.790-125, Asa Norte, Brasília/DF, representada neste ato por seu presidente, Gustavo Nakanishi, brasileiro, portador do RG número 2062586 SESPDS/DF e do CPF número 959.553.211-87;

SINDICATO DOS TRABALHADORES EM SALÃO DE BELEZA, INSTITUTO DE BELEZA, CLÍNICA DE BELEZA DO DISTRITO FEDERAL (SINDBELEZA/DF), pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o número 00.505.883/0001-91, com sede no setor comercial sul quadra 02 bloco c sala 717 e 718 ed Anhanguera, representada neste ato por seu presidente, Daniel Borges de Oliveira, brasileiro, portador do RG número 2301.711 SSP/DF e do CPF número 010.354.591.32;

Ainda no contexto dos stakeholders, Brasília é sede de uma das maiores feiras de beleza do país, a Hair Brasília and Beauty, que reúne as principais tendências, inovações e tecnologias do setor. Participar de eventos como esse é essencial para os empresários que desejam se manter atualizados, ampliar seu networking e descobrir novas oportunidades de negócios. Feiras como a Hair Brasília são momentos únicos para acessar informações valiosas e acompanhar as transformações do mercado, fortalecendo a competitividade e o crescimento de seus negócios.

4. Cadeia de valor - desafios

Para entender e mapear sua cadeia de valor, uma empresa deve seguir uma abordagem estruturada que envolve a análise de todas as etapas do processo produtivo e de entrega de valor aos clientes. Ampliando esse olhar para cadeia produtiva da beleza podemos teremos:



CNAE 9602-5/01 - Cabeleireiros, manicure e pedicuro

Segmento da Cadeia de Valor	Descrição
Fornecedores de Insumos e Produtos	Provedores de Produtos de Beleza: Cosméticos, produtos para cabelo, esmaltes e outros.
	Fabricantes de Equipamentos: Ferramentas como secadores, tesouras, kits de manicure.
	Distribuidores: Empresas que distribuem produtos para os profissionais e salões.
Atividades Operacionais	Serviços de Cabeleireiro: Cortes, coloração, alisamento, e tratamentos capilares.
	Serviços de Manicure e Pedicure: Cuidados com unhas, incluindo corte, esmaltação e decoração.
	Tratamentos Estéticos: Depilação e cuidados com a pele oferecidos em alguns estabelecimentos.
Gestão de Salão ou Estabelecimento	Administração: Gestão do dia a dia, incluindo agendamento, controle de estoque e finanças.
	Recursos Humanos: Contratação, treinamento e gestão dos profissionais.
Marketing e Vendas	Promoção e Publicidade: Campanhas de marketing, promoções e presença em mídias sociais.
	Atendimento ao Cliente: Suporte antes, durante e após a prestação dos serviços.
Experiência do Cliente	Ambiente e Qualidade do Serviço: Criação de um ambiente agradável e garantia de alta qualidade de atendimento.
	Personalização: Serviços adaptados às necessidades e preferências dos clientes.
Distribuição e Entrega	Serviço de Entrega de Produtos: Logística para entrega de produtos de beleza, se aplicável.
Suporte e Pós-Venda	Acompanhamento Pós-Serviço: Verificação da satisfação do cliente e resolução de problemas ou reclamações.

Inovação e Desenvolvimento

Atualização de Serviços: Implementação de novas técnicas e produtos.

Capacitação Profissional: Treinamento contínuo para atualização das melhores práticas e inovações.

Esta tabela oferece uma visão clara e organizada da cadeia de valor para o setor de cabeleireiros, manicure e pedicure, destacando os principais componentes e suas funções.

CNAE 9602-5/02 Atividades de estética e outros serviços de cuidados com a beleza

Segmento da Cadeia de Valor	Descrição
Fornecedores de Insumos e Produtos	Provedores de Produtos Estéticos: Cosméticos, tratamentos faciais e corporais, equipamentos de estética.
	Fabricantes de Equipamentos de Estética: Dispositivos para tratamentos de pele
	Distribuidores: Empresas que distribuem produtos e equipamentos para centros de estética e clínicas de beleza.
Atividades Operacionais	Tratamentos Faciais e Corporais: Limpeza de pele, hidratação, peeling, e outros tratamentos estéticos.
	Serviços de Spa e Relaxamento: Massagens, tratamentos relaxantes e terapias alternativas.
	Cuidados com as Mãos e Pés: Tratamentos específicos para mãos e pés, além de serviços como parafina e esfoliação.

Gestão do Centro de Estética ou Clínica	Administração: Gestão do funcionamento diário, agendamentos, controle de estoque e finanças.
	Recursos Humanos: Contratação e treinamento de profissionais de estética e terapeutas.
Marketing e Vendas	Promoção e Publicidade: Campanhas de marketing, promoções e presença em mídias sociais e plataformas de avaliação.
	Atendimento ao Cliente: Suporte e orientação durante e após os tratamentos, gestão de feedback e reclamações.
Experiência do Cliente	Ambiente e Qualidade do Serviço: Criação de um ambiente relaxante e garantia de alta qualidade nos serviços oferecidos.
	Personalização: Serviços personalizados de acordo com as necessidades e preferências individuais dos clientes.
Distribuição e Entrega	Serviço de Entrega de Produtos: Logística para entrega de produtos estéticos ou kits de cuidados, se aplicável.
Suporte e Pós-Venda	Acompanhamento Pós-Tratamento: Monitoramento da satisfação do cliente, oferecimento de conselhos e soluções para possíveis problemas.
Inovação e Desenvolvimento	Atualização de Serviços: Implementação de novas técnicas e tecnologias estéticas.
	Capacitação Profissional: Formação contínua para atualização das melhores práticas e novas tendências do setor.

Esta tabela fornece uma visão estruturada da cadeia de valor para o CNAE 9602-5/02, destacando cada segmento e sua função no contexto de atividades estéticas e cuidados com a beleza.

CNAE 2063-1/00 Fabricação de cosméticos, produtos de perfumaria e higiene

Fornecedores de Insumos e Matérias-Primas	Provedores de Ingredientes Ativos: Substâncias químicas e naturais utilizadas na formulação de cosméticos e produtos de higiene.
	Fornecedores de Embalagens: Materiais de embalagem, frascos, tubos, potes e rótulos.
	Fornecedores de Aditivos e Conservantes: Ingredientes que garantem a estabilidade e segurança dos produtos.
Desenvolvimento e Pesquisa	Pesquisa e Desenvolvimento (P&D): Desenvolvimento de novas fórmulas, testes de eficácia e segurança dos produtos.
	Laboratórios de Testes: Realização de testes clínicos e de segurança para garantir a qualidade dos produtos.
	Inovação em Formulações: Implementação de novas tecnologias e tendências na formulação de produtos.
Produção e Fabricação	Processos de Fabricação: Mistura, processamento e produção de cosméticos e produtos de higiene.
	Controle de Qualidade: Inspeção e controle da qualidade durante e após a produção.
	Gestão de Linha de Produção: Organização e otimização das linhas de produção e controle de processos.
Distribuição e Logística	Gestão de Estoque: Armazenamento e gerenciamento de inventário de produtos acabados.
	Distribuição: Logística para entrega de produtos a distribuidores, varejistas e clientes finais.
	Transporte e Entrega: Coordenação e execução do transporte dos produtos para diversos canais de distribuição.

Marketing e Vendas	<p>Promoção e Publicidade: Desenvolvimento de estratégias de marketing, campanhas publicitárias e promoção de produtos.</p> <p>Estratégias de Vendas: Definição de canais de vendas, precificação e técnicas de abordagem ao mercado.</p> <p>Gestão de Marca: Construção e manutenção da imagem e reputação da marca no mercado.</p>
Experiência do Cliente	<p>Atendimento ao Cliente: Suporte ao cliente, gestão de reclamações e feedback sobre produtos.</p> <p>Educação e Informação: Fornecimento de informações sobre o uso e benefícios dos produtos aos consumidores.</p>
Suporte e Pós-Venda	<p>Garantia e Suporte Técnico: Resolução de problemas e suporte para produtos defeituosos ou insatisfatórios.</p> <p>Feedback e Melhoria Contínua: Coleta de feedback dos clientes para aprimoramento contínuo dos produtos.</p>
Inovação e Desenvolvimento	<p>Atualização de Produtos: Adaptação e melhoria contínua das fórmulas com base em novas pesquisas e tendências.</p> <p>Acompanhamento de Tendências: Monitoramento das tendências de mercado e inovação no setor de cosméticos e perfumaria.</p>

Esta tabela apresenta uma visão detalhada da cadeia de valor para a fabricação de cosméticos, produtos de perfumaria e higiene, destacando cada segmento e suas funções específicas dentro da cadeia produtiva.

CNAE- 4646-0/01 Comércio Atacadista de cosméticos e perfumaria

Segmento da Cadeia de Valor	Descrição
Fornecedores	Fabricantes de Cosméticos e Perfumaria: Empresas que produzem cosméticos, produtos de perfumaria e higiene.
	Fornecedores de Embalagens: Fornecedores de materiais de embalagem usados pelos fabricantes.
	Fornecedores de Matérias-Primas: Provedores de ingredientes e aditivos utilizados na fabricação dos produtos.
Aquisição e Compra	Seleção de Produtos: Identificação e compra de cosméticos e produtos de perfumaria para revenda.
	Negociação com Fornecedores: Negociação de preços, condições de pagamento e prazos de entrega.
	Gestão de Estoque: Controle e gerenciamento de inventário dos produtos adquiridos para revenda.
	Recebimento de Mercadorias: Processamento e inspeção de produtos recebidos dos fornecedores.
Logística e Armazenagem	Armazenagem: Organização e armazenamento adequado dos produtos em estoque.
	Gestão de Inventário: Monitoramento e controle de níveis de estoque para garantir disponibilidade.
Distribuição e Entrega	Preparação de Pedidos: Seleção e embalagem de produtos para envio aos clientes.
	Logística de Transporte: Coordenação e execução da entrega de produtos para clientes e pontos de venda.
	Gestão de Entregas: Rastreamento e gerenciamento de processos de entrega para garantir pontualidade.

Marketing e Vendas	Estratégias de Vendas: Desenvolvimento de estratégias para alcançar clientes e aumentar as vendas.
	Promoção e Publicidade: Implementação de campanhas de marketing e promoções para impulsionar vendas.
	Relacionamento com Clientes: Gestão e manutenção de relacionamento com clientes atacadistas e varejistas.
Serviço ao Cliente	Atendimento ao Cliente: Suporte e assistência para clientes atacadistas em relação a pedidos e problemas.
	Gestão de Reclamações: Processamento e resolução de reclamações e questões dos clientes.
	Feedback e Melhoria: Coleta de feedback dos clientes para aprimorar o serviço e os processos.

Esta tabela apresenta uma visão detalhada da cadeia de valor para o comércio atacadista de cosméticos e perfumaria, destacando as principais etapas e atividades envolvidas.

5. Análise SWOT do setor da beleza no Distrito Federal

A análise SWOT é uma ferramenta fundamental para a tomada de decisões estratégicas, e sua finalidade é proporcionar uma visão clara e abrangente do ambiente interno e externo de uma organização ou projeto.



Análise SWOT

-	Forças	Fraquezas	Oportunidades	Ameaças
Aspectos	Cultura de Autocuidado: Gastos 25% acima da média nacional.	Dependência de Insumos Importados: Riscos cambiais e logísticos.	Inovações Tecnológicas: Adoção de IA e personalização de produtos.	Barreiras Regulatórias: Dificuldades na operação e expansão.
	Crescimento do Setor: Aumento de empresas formais e informais.	Informalidade Pós-Pandemia: Comprometimento da qualidade dos serviços e biossegurança.	Capacitação e Profissionalização: Demanda crescente por qualificação.	Volatilidade Econômica: Flutuações econômicas e incertezas.
	Potencial de Consumo Elevado: Alto gasto das famílias com produtos de beleza.	Baixa Representatividade Sindical: Enfraquece negociações e defesa de interesses.	Sustentabilidade e Responsabilidade Social: Práticas sustentáveis atraem consumidores conscientes.	Mudanças no Comportamento do Consumidor: Alterações nas preferências podem impactar a demanda.
	Presença de Franquias e Marcas Reconhecidas: Base sólida de confiança.	Falta de Fortalecimento da Cadeia Produtiva Local: Limita inovação e crescimento.	Desenvolvimento de Políticas Públicas: Políticas favoráveis podem apoiar o crescimento dos negócios.	Concorrência Intensa: Competição de grandes marcas e profissionais informais.
	-	Baixa Adesão à Lei Salão Parceiro: Falta de conformidade com regulamentações.	Desenvolvimento de Matriz Curricular: Melhoria na formação profissional e regularização do ensino técnico.	Baixa Maturidade em Gestão: Deficiências na gestão e preparação para empreender.

6. TENDÊNCIAS

A tabela a seguir destaca as principais tendências que estão moldando o setor da beleza, oferecendo um guia essencial para microempresários que desejam se manter competitivos e sustentáveis. Com grandes marcas dominando o mercado, o crescimento de pequenas empresas e startups nativas digitais, que se destacam em nichos como beleza inclusiva e sustentável, está impulsionando mudanças significativas. O avanço tecnológico, incluindo inteligência artificial (IA) e realidade aumentada (RA), está melhorando a experiência do cliente com personalização e inovação.

Microempresários devem estar atentos a essas tendências



para definir seu diferencial competitivo e garantir a sustentabilidade de seus negócios. Adotar práticas sustentáveis, investir em novas disciplinas como psicodermatologia e dermocosmetologia, e aproveitar as tecnologias emergentes são estratégias cruciais. A integração dessas tendências não só atende às expectativas do mercado, mas também posiciona os negócios como líderes inovadores e responsáveis no setor da beleza.

Tendência	Descrição
Domínio de Grandes Marcas	Marcas como Natura & Co, Grupo Boticário, Unilever, Grupo L'Oréal e Colgate Palmolive Company lideram o mercado nacional, concentrando 47,8% do setor.
Crescimento das Franquias	O segmento de Saúde, Beleza e Bem-Estar é o segundo em faturamento, superado apenas pelo setor de Alimentação, destacando o crescimento das franquias.
Ascensão de Pequenas Empresas e Startups	Pequenas empresas e startups, muitas nativas digitais, se destacam em nichos como beleza inclusiva e sustentável, focando em mídias sociais e proximidade com a comunidade.
Integração de Beleza, Saúde e Bem-Estar	A associação entre aparência física e bem-estar leva à demanda por serviços que combinam cuidados com a saúde física, mental e emocional, incluindo propriedades terapêuticas.
Novas Disciplinas e Avanços Tecnológicos	Psicodermatologia e dermocosmetologia são novas disciplinas, enquanto avanços em biotecnologia e medicina estética refletem progressos na área de beleza.
Práticas Sustentáveis e Valorização da Beleza Natural	Tendências incluem práticas sustentáveis, beleza premium, autoaceitação, inclusão e valorização da beleza natural, com terapias complementares cada vez mais integradas.
Uso de Tecnologias Avançadas	Aplicação de inteligência artificial (IA) e realidade aumentada (RA) para oferecer análises instantâneas da pele e sugestões personalizadas, além de experimentação de produtos com filtros.

Cosmetologia Avançada	Desenvolvimento de cosméticos com ativos farmacológicos e uso eficiente de recursos naturais, além de transformações na indústria de equipamentos que impactam a gestão e serviços.
Expansão do Comércio Eletrônico e Marketing Digital	Crescimento do e-commerce, estratégias voltadas para a experiência do cliente (CX), e marketing digital, com influenciadores digitais desempenhando um papel importante.
Personalização e Produtos Sob Medida	A demanda por produtos personalizados, como cosméticos formulados especificamente para o tipo de pele e preferências individuais, está em alta.
Beleza Inclusiva e Diversidade	A inclusão e a diversidade são cada vez mais valorizadas, com marcas expandindo suas linhas para atender a diferentes tons de pele, tipos de cabelo e necessidades específicas.
Saúde e Beleza de Dentro para Fora	O foco está aumentando em suplementos e nutracêuticos que promovem a saúde da pele, cabelo e unhas, complementando os cuidados externos.
Experiências Omnicanal	Integração de experiências online e offline, permitindo aos clientes uma jornada de compra mais fluida e coesa, desde a pesquisa até a compra e pós-compra.
Cuidados com a Pele Baseados em Dados	Uso de dados e análise avançada para oferecer recomendações e tratamentos de cuidados com a pele mais precisos e baseados em evidências.
Beleza Tecnológica e Wearable Tech	Dispositivos tecnológicos que monitoram a saúde da pele e fornecem feedback em tempo real, como patches inteligentes e dispositivos de monitoramento.
Beleza Regenerativa e Anti-Idade	Crescente interesse em produtos e procedimentos que não apenas tratam, mas regeneram e rejuvenescem a pele a nível celular, utilizando tecnologias avançadas.
Beleza Híbrida	Mistura de produtos de beleza e cuidados com a pele, oferecendo benefícios duplos, como cremes que combinam proteção solar e propriedades anti-envelhecimento.
Transparência e Ética nas Marcas	Consumidores exigem maior transparência sobre ingredientes e práticas de produção, com um foco crescente em ética e responsabilidade corporativa.
Terapias Baseadas em Tecnologia de Realidade Virtual (VR)	Uso de realidade virtual para oferecer experiências de beleza imersivas, como simulações de tratamentos e consultas virtuais com especialistas.

7. Fatores críticos de sucesso

O QUE SÃO Fatores Críticos de Sucesso (FCS) representam práticas que, quando bem executadas, contribuem para aumentar as probabilidades de êxito de qualquer atividade. Na gestão de projetos podem ser utilizados para acompanhamento dos projetos, tomada de decisão e avaliação de desempenho. O quadro ao lado apresenta alguns dos principais FCS para o setor.



Fator Crítico de Sucesso

Descrição

Capacitação Profissional e Qualificação Técnica

Apesar da baixa exigência de educação formal no setor de beleza, o aumento da complexidade dos serviços e a valorização de profissionais mais escolarizados indicam que investir em educação formal e qualificação técnica é essencial. O desenvolvimento de habilidades específicas e certificações pode não apenas melhorar a qualidade dos serviços, mas também aumentar a confiança dos clientes e abrir oportunidades de crescimento profissional, diferenciando-se no mercado competitivo.

Inovação e Adaptação Tecnológica

A incorporação de novas tecnologias, como inteligência artificial e ferramentas digitais, é um fator crítico de sucesso. Essas inovações permitem personalizar serviços, otimizar a gestão do negócio e melhorar a experiência do cliente, o que é particularmente relevante em um mercado onde a inovação é constante.

Sustentabilidade e Responsabilidade Social

O consumidor brasileiro está cada vez mais consciente e exigente quanto à origem e impacto dos produtos que consome. Marcas que adotam práticas sustentáveis e transparentes em sua cadeia de produção, e que se posicionam de forma ética e responsável, têm maior probabilidade de fidelizar clientes.

Conhecimento do Mercado Local

No Distrito Federal, em particular, o conhecimento das especificidades do mercado local é crucial. Compreender as preferências do consumidor, as tendências de consumo e as particularidades da economia regional permite que as empresas adaptem suas estratégias de marketing e vendas de maneira mais eficaz.

8. Insights

Insights são ideias que podem contribuir para uma percepção de algo, uma criação ou adaptação, contribuir para uma nova perspectiva. A abordagem para o setor de beleza é ampla e pode ser sempre enriquecida, visto que esse é um setor econômico que está em constante transformação e evolução. Abaixo estão alguns insights, em forma de tópicos que, alinhados ao atendimento do Sebrae DF, poderão auxiliar empreendedores a se destacarem no mercado:



Resumo dos Principais Insights sobre o Setor da Beleza

1. Crescimento e Resiliência do Setor:

- O setor da beleza no Brasil é um dos mais robustos globalmente, sendo o quarto maior mercado consumidor do mundo. Em 2022, o setor ultrapassou a marca de 2,5 milhões de profissionais, superando em 9,3% os números pré-pandemia.
- Mesmo durante crises econômicas, como a pandemia de COVID-19, o setor demonstrou resiliência, com uma rápida recuperação e projeções de crescimento contínuo até 2027.

2. Diversidade e Heterogeneidade:

- O setor é caracterizado por uma ampla variedade de produtos e serviços, que vão desde cuidados básicos de higiene até tratamentos estéticos avançados.
- As grandes marcas dominam o mercado, com cinco empresas (Natura & Co, Grupo Boticário, Unilever, Grupo L'Oréal e Colgate-Palmolive) concentrando quase 48% do mercado nacional. No entanto, pequenas empresas e startups têm emergido, muitas vezes com foco em nichos específicos, como beleza inclusiva e sustentável.

3. Informalidade e Condições de Trabalho:

- Uma característica marcante do setor é a alta informalidade, com 84% dos profissionais atuando por conta própria. A maioria dos trabalhadores não contribui para a previdência social, o que indica uma falta de segurança financeira e social.
- As condições de trabalho também são desafiadoras, com longas jornadas e baixos rendimentos, sendo que 53% dos profissionais ganham até um salário mínimo.

4. Educação e Qualificação:

- Não há grandes exigências de educação formal para a atuação no setor, com muitos profissionais adquirindo habilidades na prática. No entanto, há uma valorização crescente de profissionais com maior escolaridade, especialmente em áreas técnicas como estética e massoterapia.
- A automaquiagem e outras práticas autodidatas têm impulsionado trajetórias de profissionalização, muitas vezes apoiadas por cursos livres online.

5. Tendências e Inovações:

- O setor tem visto uma crescente integração entre beleza, saúde e bem-estar, com tendências como beleza mente-corpo e avanços em psicodermatologia.
- A digitalização e o uso de tecnologias como inteligência artificial e realidade aumentada têm transformado a experiência do cliente, oferecendo serviços altamente personalizados e aumentando a eficiência dos negócios.

6. Desafios e Oportunidades:

- O setor enfrenta desafios como a informalidade, baixos rendimentos e a necessidade de políticas públicas que incentivem a formalização e a segurança social dos trabalhadores.

7. Importância Crescente do ESG:

- A implementação de práticas ambientais, sociais e de governança (ESG) é crucial para a competitividade e perenidade das pequenas indústrias de cosméticos. O ESG deixou de ser opcional e tornou-se um imperativo para empresas que desejam se manter relevantes no mercado, visto que consumidores e investidores estão cada vez mais atentos às práticas sustentáveis.

8. Sustentabilidade como Diferencial Competitivo:

- A adoção de práticas sustentáveis é essencial para salões de beleza que buscam se destacar no mercado. Investir em medidas como a redução do consumo de água e energia, bem como a gestão responsável de resíduos, não só ajuda a preservar o meio ambiente, mas também reduz custos operacionais. Salões que implementam essas práticas são vistos como inovadores e atraem uma clientela que valoriza a sustentabilidade

9. Responsabilidade Social e Comunidade:

- Salões de beleza que se envolvem em iniciativas de responsabilidade social, como apoio a programas educativos ou o emprego de profissionais de comunidades carentes, não apenas melhoram a qualidade de vida dessas pessoas, mas também fortalecem sua conexão com a comunidade local. Essas práticas vão além do cuidado com funcionários, abrangendo o fortalecimento das comunidades e o apoio a projetos sociais, o que resulta em maior retenção de talentos, engajamento comunitário e uma imagem positiva que atrai clientes que valorizam empresas socialmente responsáveis.

9. Referências Bibliográficas

SEBRAE. Números mostram a pujança dos negócios de beleza. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/numeros-mostram-a-pujanca-dos-negocios-de-beleza,dc88327896a76810VgnVCM1000001b00320aRCRD>.



Acesso em: [29/08/2024].

SEBRAE. Números mostram a pujança dos negócios de beleza. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/numeros-mostram-a-pujanca-dos-negocios-de-beleza,dc88327896a76810VgnVCM1000001b00320aRCRD>.

Acesso em: [29/08/2024].

ABIHPEC. Panorama do setor atualizado. Disponível em: https://abihpec.org.br/site2019/wp-content/uploads/2021/04/Panorama_do_Setor_Atualizado_1208.pdf

Acesso em: [27/08/2024].

NEGÓCIOS SC. Novo estudo mostra as oportunidades no mercado de beleza. Disponível em: <https://www.negociossc.com.br/blog/novo-estudo-mostra-as-oportunidades-no-mercado-de-beleza/>. Acesso em: [29/08/2024].

AGÊNCIA SEBRAE. Setor de beleza tem mais de 524 novos negócios abertos por dia em 2023. Disponível em: <https://agenciasebrae.com.br/cultura-empREENDEDORA/setor-de-beleza-tem-mais-de-524-novos-negocios-abertos-por-dia-em-2023/>. Acesso em: [29/08/2024].

MCKINSEY & COMPANY. O mercado de beleza em 2023: um relatório especial sobre o estado da moda. Disponível em: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/destaques/o-mercado-de-beleza-em-2023-um-relatorio-especial-sobre-o-estado-da-moda/pt> . Acesso em: [29/08/2024].

BEAUTFY FAIR. Mercado de beleza pode atingir 580 bilhões. Disponível em: <https://negociosdebeleza.beautyfair.com.br/mercado-de-beleza-pode-atingir-580-bilhoes/>. Acesso em: [29/08/2024].

SENAC. Panorama do mercado de beleza. Disponível em: https://forumsetorial.senac.br/assets/images/panorama_mercado_beleza.pdf

Acesso em: [29/08/2024].

AGÊNCIA SEBRAE. Setor de beleza tem mais de 524 novos negócios abertos por dia em 2023. Disponível em: <https://agenciasebrae.com.br/cultura-empreadora/setor-de-beleza-tem-mais-de-524-novos-negocios-abertos-por-dia-em-2023/> . Acesso em: [29/08/2024].

SEBRAE. Painéis de inteligência setorial. Disponível em: https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/es/paginas_es/paineis-de-inteligencia-setorial,bc3c612070535810VgnVCM100000d701210aRCRD. Acesso em: [29/08/2024].

