



ideias de
negócios

Como montar uma esmalteria



EMPREENDEDORISMO

Expediente

Presidente do Conselho Deliberativo

José Roberto Tadros

Diretor Presidente

Carlos Carmo Andrade Melles

Diretor Técnico

Bruno Quick

Diretor de Administração e Finanças

Eduardo Diogo

Unidade de Gestão de Soluções

Diego Demetrio

Coordenação

Luciana Macedo de Almeida

Autor

DÃ©bora Cristina Alves das Chagas Cunha

Projeto Gráfico

Staff Art Marketing e Comunicação Ltda.

www.staffart.com.br

Sumário

1.	1
2. Mercado	3
3.	6
4.	8
5. Estrutura	11
6. Pessoal	13
7. Equipamentos	14
8.	17
9.	19
10.	20
11.	21
12. Investimento	22
13.	28
14. Custos	29
15.	31
16.	32
17.	33
18. Eventos	35
19.	37
20.	38
21.	39
22.	40
23.	41
24.	42
25.	43
26.	44

Sumário

27.	45
28.	46

1.

Saiba mais sobre esses locais especializados e focados em serviço de manicure e pedicure e em esmaltes, seja pela venda ou aplicação do produto.

Segundo dados de 2017 da Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (Abihpec), o mercado de beleza continua em expansão e movimentou mais de R\$35 bilhões de reais por ano no Brasil e cresceu, nos últimos cinco anos, 567%. Os salões de beleza representam grande parte dos serviços nesse setor. Eles oferecem vários serviços, desde cabelo até depilação.

Com a exigência cada vez maior dos consumidores, buscando novas experiências, preços mais acessíveis, inovação e bem-estar, surgem as esmalterias, trazendo como principal diferencial a especialização, a qualificação dos profissionais, a variedade de serviços e o conceito de “nail art”, que visa o design de unhas.

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

O diferencial da esmalteria é poder tornar o momento de fazer as unhas uma experiência prazerosa, inovadora. O serviço é voltado para o conforto dos clientes e pode ser bastante variado. O café, o chá e diversas outras bebidas dão um destaque especial ao local. Uma novidade desse ramo trazida por uma rede de esmalteria é o “Nail bar” – happy hour enquanto faz as unhas. Além disso, é um negócio cujo seu principal item, o esmalte, nunca sai de moda. Existem várias cores e texturas que podem agradar todos os públicos: das crianças aos idosos. É por essas razões que negócios relacionados ao embelezamento e à estética têm atraído muitos empreendedores.

Para abrir o negócio, é fundamental ter conhecimento de mercado: saber onde está entrando e desenvolver estratégias de curto, médio e de longo prazo. É preciso também realizar uma pesquisa sobre a cidade, o bairro e o local de instalação. A localização de qualquer negócio é ponto fundamental. É importante obter informações sobre o número e a qualidade dos profissionais, além das suas especialidades. Para um planejamento mais detalhado é importante entrar em contato com o Sebrae da sua região. Os preços e os custos podem variar de acordo com o nível de tecnologia, de sofisticação, da localização e dos serviços oferecidos. Tudo isso aumenta a percepção de valor para os clientes. Abaixo segue um passo a passo de como abrir uma esmalteria.

Passo

Item

Descrição

Passo 1

Modelagem de negócios

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

Passo 2

Plano de negócios

Cálculo da viabilidade do negócio: quanto investir para alcançar a lucratividade. Norteia o planejamento e auxilia na prevenção de riscos.

Passo 3

Criação da marca

Definir a cara da empresa, o nome, a cor, o posicionamento.

Passo 4

Abertura da empresa

Procurar por um especialista para auxiliar na parte trabalhista e tributária.

Passo 5

Escolha do ponto comercial

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

Passo 6

Adequação do espaço

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

Passo 7

Decoração

É o que vai ou não atrair o público.

Passo 8

Contratação de profissionais

Contratar manicures, pedicures, recepcionistas.

Passo 9

Treinamento

Treinar a equipe de profissionais e ensinar todas as técnicas.

Passo 10

Definição do cardápio de produtos e serviços

O que vai oferecer aos clientes.

Passo 11

Precificação

Estabelecer os preços a serem praticados, tendo como base o plano de negócios e os custos fixos e variáveis.

Passo 12

Marketing

Pra quem vender e como ele vai saber o que eu vendo. Comunicar ao público: investir em redes sociais, construir marca forte, oferecer bom atendimento, fazer plano de marketing.

Passo 13

Inauguração

Festa de inauguração e/ou soft opening (inaugurar aos poucos, uma semana inteira de inauguração, por exemplo, com algum benefício).

Passo 14

Gestão do dia a dia

Administrar tudo para que os clientes tenham boas experiências. É importante atingir o breakeven (ponto de equilíbrio), receber de receita pelo menos o que se teve de custo no mês.

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

Outra opção para abrir uma esmalteria é através das franquias existentes no ramo, como a Esmalteria Nacional, lançada em 2012, a Clube Esmalteria, a Maria Joaquina. Os investimentos iniciais variam. As vantagens da franquia são a segurança, o auxílio desde a escolha até as normas de funcionamento, sistema testado, auxílio na escolha dos pontos comerciais. Para escolher a franquia mais adequada ao seu tipo de negócio, é importante realizar pesquisas, entrevistas com alguns franqueados e empresários que atuam no ramo. Após, é importante comparar os valores dos investimentos para saber se estão dentro do seu orçamento.

Outra alternativa é montar uma esmalteria como loja virtual ou de porta em porta. As lojas virtuais possuem um custo relativamente baixo na sua implementação. No entanto, existe uma maior concorrência para esse nicho de mercado quando comparada às esmalterias em espaços físicos.

2. Mercado

O segmento de beleza e estética no Brasil engloba indústria, comércio e prestação de serviços relacionados aos produtos de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos. É um setor com grande potencial de crescimento e lucratividade. De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE, o setor de beleza está entre os 10 principais segmentos do varejo. Mesmo em tempos de crise econômica, o setor de beleza costuma se manter como uma boa opção para investir, pois a população dificilmente para de consumir produtos desse ramo. De acordo com a Abihpec, a indústria de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos cresceu entre 1% e 3% de 2016 para 2017, o que geraria um faturamento de 50 bilhões de reais.

A Abihpec também destaca que o mercado de beleza cresce cerca de 10% ao ano e que a esmalteria é um dos mais inovadores negócios da atualidade. Esse ramo já é consolidado no exterior e vem ganhando força no país. Mercado existe, pois o Brasil é o segundo maior consumidor de esmaltes do mundo, ficando atrás apenas dos Estados Unidos (SEBRAE).

Essa novidade chegou ao Brasil em 2010, trazendo um novo modelo de experiência na prestação de serviços de cuidados com as mãos e os pés. A evolução desses empreendimentos acompanha o movimento do setor de produtos de beleza. A Abihpec acredita que essa evolução se dá devido à participação crescente da mulher no mercado de trabalho, ao lançamento constante de novos itens, consumo de produtos com maior valor agregado por parte dos integrantes da classe C e aumento da renda

das classes D e E, permitindo o acesso aos produtos do setor e também ao aumento da expectativa de vida.

As esmalterias encontram-se em um nicho em franca expansão. Afinal, boa parte das mulheres fazem pé e mão toda semana. As diversas cores de esmaltes e as constantes novidades no setor favorecem o mercado. Para se destacar, é preciso especialização, inovação e tratamento personalizado. No Brasil, segundo país que mais consome esmaltes, as oportunidades de negócios surgem a todo momento.

Dados do Sebrae demonstram que as mulheres brasileiras chegam a gastar, em média, 30% dos seus rendimentos mensais com serviços e produtos ligados à beleza e estética. Dados do Instituto Data Popular mostram que esses gastos ultrapassam um valor mensal de R\$150,00 reais.

Uma das vantagens desse tipo de negócio é que a compra dos produtos costuma ser mais acessível. Outro fator positivo é que a principal concorrência desses empreendimentos são os salões de beleza, que não possuem especialização na esmalteria. Trata-se, portanto, de um serviço com grande diferencial competitivo. Para isso, é importante estar sempre atualizado e trazer novidades para o negócio. Os fornecedores de esmaltes nacionais e importados são encontrados facilmente, tornando possível o investimento em produtos de qualidade.

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

Nas esmalterias os serviços são destinados ao conforto dos clientes, por isso costumam oferecer bebidas e até comidas naturais. Outro diferencial é a oferta de serviços variados como: manicure e pedicure; francesinha e inglesinha; unhas artísticas; esmaltação; esmaltes antialérgicos; unhas de gel; esfoliação e hidratação de cutícula.

Existem três tipos de modelos de negócios para esmalterias: Esmalteria de Luxo; Esmalteria Mãos e Pés; e Esmalteria que mescla serviços e vendas (SEBRAE, 2014). A esmalteria do tipo luxo oferece esmaltação do modelo convencional ao de impressão de unhas. Os profissionais atuam como consultadores e são atualizados quanto às tendências em técnicas, equipamentos, cores. Envolve a oferta de outros tipos de serviços como massagem, maquiagem e depilação. O modelo mãos e pés é destinado à manutenção das unhas. O cliente deseja soluções rápidas de atendimento com variedade de cores, marcas e serviços, sem o desconforto de ambientes como salões de beleza. Por fim, as esmalterias que mesclam comércio e serviços, oferecem os serviços de esmaltação e a comercialização de produtos como esmaltes.

Para se entender melhor o ramo das esmalterias, é preciso conhecer os três mercados que a influenciam: o consumidor, o concorrente e o fornecedor.

· Mercado consumidor:

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

· Mercado concorrente:

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

· Mercado fornecedor:

O mercado fornecedor é atendido pelas empresas produtoras de equipamentos, produtos e utensílios. As empresas dependem desses stakeholders para funcionarem. Esse mercado para as esmalterias é extremamente vasto, das lojas físicas às virtuais, em todos os cantos do país. Os empreendedores recebem visitas de promotores de vendas contratados pela indústria que se encarregam de realizar demonstrações particulares nos estabelecimentos. Para conhecer novos fornecedores, é importante participar de feiras, exposições, convenções e eventos do setor. Além disso, deve-se procurar trabalhar em parceria com os seus fornecedores, procurando sempre negociações do tipo ganha-ganha, que sejam vantajosas para todos os envolvidos. Dessa forma será mais fácil conseguir vantagens, obtendo os melhores itens e negociando valores.

3.

A escolha do ponto comercial é de extrema importância e pode ser um dos segredos para quem está interessado em montar esse tipo de negócio. Quando se trata de comércio varejista, o ponto comercial é fundamental para o bom desempenho das vendas. Depende do público alvo, da disponibilidade financeira, da facilidade para chegar ao local, das condições de estacionamento e segurança. É importante localizar o estabelecimento onde tenha um grande fluxo de pessoas circulando, perto de lojas, mercados, condomínios, escolas. Dessa forma, a exposição será maior.

Faz-se necessário considerar as referências de esmalteria na região, os possíveis clientes locais. Por atender mulheres que querem um serviço rápido e de qualidade, o local precisa ter um perfil aconchegante, charmoso e funcional. A questão da localização não pode ser dissociada dos outros componentes do marketing, devem ser considerados, portanto, os 4P's e buscar a coerência entre eles (ponto, preço, produto e promoção).

O empreendedor que desejar montar o seu negócio em um bairro desconhecido, deve coletar dados como renda per capita, crescimento populacional, empresas já estabelecidas, custo de vida e pesquisar sobre as melhores regiões para localizar o seu empreendimento. Escolhido o bairro, parte-se para a busca pelo ponto de venda. Para defini-lo, deve considerar o perfil dos clientes, o que eles mais procuram. Se optar por serviços mais específicos e com alto valor agregado, o seu público alvo será a população com maior poder aquisitivo. Caso opte por prestar serviços mais básicos, terá necessidades mais simples. Nesse caso, poderá focar na quantidade de clientes que podem ser atendidos durante o horário comercial, pois esses serviços mais básicos possuem menor valor e o empreendedor ganhará no volume de atendimentos.

Para as esmalterias, os empresários têm investido na locação/aquisição de espaços em estabelecimentos comerciais, tais como prédios, centros comerciais, shoppings, etc., por possuírem um maior fluxo de pessoas que são futuros clientes em potencial. Pesquisas para mapear o local são de extrema importância, pois ajudam a obter informações sobre o mercado imobiliário, eventos locais, divulgação dos serviços. É preciso conhecer os seus concorrentes, se aproximar dos seus fornecedores. Existem zonas específicas para a abertura de negócios em cada município, cidade ou estado.

Para obter êxito na escolha do local, é importante, primeiramente, definir o público alvo, pois além de influenciar na escolha do ponto comercial, faz parte do planejamento estratégico. O segundo passo é observar o fluxo de pessoas no local, tanto de pedestres quanto de carros. Ruas mais movimentadas e que dão acesso a outros bairros aumentam a visibilidade da empresa. O terceiro passo é avaliar a acessibilidade do ponto, ou seja, como chegar até o ponto comercial, a sua infraestrutura ao redor. Perguntas como: "as ruas são asfaltadas? A iluminação é adequada? O acesso é facilitado? Existem locais para estacionamento? O entorno é seguro? Há transporte público perto?" devem fazer parte dessa etapa. O quarto passo é verificar se existem concorrentes próximos ao local, pois no geral, não é

aconselhável abrir uma empresa muito próxima de outras já consolidadas, pois pode dificultar o crescimento do negócio.

Entre as estratégias para se definir o ponto estão:

1. Estabelecer o perfil do consumidor que pretende atingir;
2. Definir o produto a ser oferecido;
3. Avaliar o contrato, as condições de pagamento e o prazo do aluguel, se for o caso;
4. Verificar se o preço é compatível com sua capacidade de investimento, com o prazo de retorno e o movimento esperado;
5. Observar a facilidade de acesso, a visibilidade, o volume do tráfego, o local para estacionamento e o nível de ruído;
6. Verificar as condições de higiene e de segurança;
7. Checar a proximidade de concorrentes e similares;
8. Atentar para a facilidade de aquisição de matéria-prima e recrutamento de mão de obra, ou seja, verifique a existência de pessoas especializadas nas imediações;
9. Verificar se o local atende às especificações do projeto, em termos de área adequada à produção e/ou serviços prestados, proximidade com o mercado consumidor e fornecedores e solicite a busca prévia de localização junto à prefeitura, com o objetivo de verificar possíveis impedimentos em relação à montagem do negócio, tendo em vista o plano diretor urbano do município;
10. Levantar várias alternativas de pontos para poder comparar e definir o melhor lugar para o negócio;
11. Observar o movimento dos locais escolhidos durante vários dias e em horas alternadas;
12. Falar com os proprietários dos estabelecimentos vizinhos para tentar descobrir qual é o valor médio de compra dos imóveis da região;
13. Verificar a infraestrutura oferecida - luz, água, telefone - e as facilidades de acesso;
14. Prefira pontos que tenham estacionamento próprio ou nas proximidades;
15. Escolher o lado da rua onde faz sombra à tarde, quando o movimento é maior; dê preferência para lojas no nível da rua e sem recuo, para aumentar a visibilidade;
16. Procurar pontos próximos à entrada principal, às escadas rolantes, à praça de

alimentação ou junto às lojas-âncora dos shoppings.

Alguns erros cometidos durante essa fase do negócio devem ser evitados, tais como: adaptar o negócio ao ponto e não o contrário, só se importar com o valor do aluguel, não avaliar como os clientes chegam até o negócio.

4.

Para abrir a esmalteria, o empreendedor deverá ter conhecimento sobre o funcionamento do negócio e também sobre suas exigências legais.

É importante lembrar que o ponto empresarial já deve estar montado desde o início do processo de registro, pois o zoneamento da cidade pode impedir o exercício de certas atividades em determinados locais e a fiscalização dos órgãos de regulação é feita durante o processo de registro.

Para abrir a empresa, o empreendedor poderá atuar com um ou mais sócios ou individualmente, podendo ter seu registro como autônomo ou constituir uma sociedade simples. A sociedade simples poderá adotar uma das espécies de sociedades admitidas em lei ou então utilizar o societário – Sociedade Simples Pura. Pode ainda adotar a Sociedade Limitada. Para isso, é preciso analisar os fatores que melhor atendem as suas expectativas e o perfil do negócio.

O contrato social irá definir as participações de capital de cada um dos sócios, assim como as atividades da empresa. O documento deverá ser reconhecido em cartório e assinado por um advogado. Nesse momento já é importante avaliar se a empresa enquadra-se no Simples Nacional, uma forma de reduzir alíquotas de tributos e simplificar sua forma de pagamento junto aos órgãos do Fisco.

Para elaborar os atos constitutivos da empresa, indica-se a contratação de um contador, profissional habilitado para auxiliar na escolha da forma jurídica mais adequada. As autorizações necessárias para abrir um negócio divergem conforme o ramo escolhido. A legislação do município e do estado também podem exigir inscrições específicas, por isso é importante consultar um contador com conhecimento sobre a legislação local.

- Alguns procedimentos devem ser adotados para a abertura de uma empresa:
 1. Registro na Junta Comercial ou no Cartório de Pessoas Jurídicas do estado. A partir desse registro que a empresa passa a existir oficialmente. É necessário realizar consulta prévia sobre a existência do nome;
 2. Registro na Secretaria da Receita Federal (CNPJ);
 3. Registro na Prefeitura do Município para obter o alvará de funcionamento;

4. Registro do enquadramento na Entidade Sindical Patronal: a empresa ficará obrigada a recolher por ocasião da constituição e até o dia 31 de janeiro de cada ano, a Contribuição Sindical Patronal;
5. Cadastramento junto à Caixa Econômica Federal no sistema “Conectividade Social – INSS/FGTS”.
6. Registro no Corpo de Bombeiros Militar: Órgão que autoriza o funcionamento das atividades no município, responsável por fazer a vistoria que aprova que a empresa esteja dentro das exigências mínimas de segurança de proteção contra incêndio, rotas de fuga e equipamentos de segurança de combate a incêndio para que a empresa consiga o “Habite-se” da Prefeitura local;
7. Visita à prefeitura da cidade onde pretende montar a esmalteria (quando for o caso) para fazer a consulta de local.
8. Obtenção do alvará de licença sanitária: adequar às instalações de acordo com o Código Sanitário (especificações legais sobre as condições físicas). Em âmbito federal a fiscalização cabe a Anvisa – Agência Nacional de Vigilância Sanitária; já em âmbito estadual e municipal fica a cargo das secretarias estadual e municipais de saúde (quando for o caso);
9. Realizar uma consulta prévia de endereço na Prefeitura; Municipal/Administração Regional sobre a lei de zoneamento;
10. Observar as regras de proteção ao consumidor, estabelecidas pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC);
11. A Lei 123/2006 (Estatuto da Micro e Pequena Empresa), e suas alterações, informa sobre o tratamento favorecido, diferenciado e simplificado para as microempresas (ME) e a empresa de pequeno porte (EPP). Isso confere vantagens aos empreendedores que optarem pelo enquadramento de sua empresa no órgão de registro público (Cartório ou Junta Comercial), seja em órgãos governamentais, inclusive quanto à redução ou isenção das taxas de registros, licenças etc.
 - Legislação específica: normas da Agência Nacional de Vigilância Sanitária para salões de beleza, cabelereiro, barbeiros e afins:
 1. Ser independente de residência;
 2. Possuir local próprio para lavagem de material;
 3. Apresentar-se limpo, organizado e possuir ventilação e circulação de ar;
 4. Manter rotina de limpeza dos pentes, escovas, bobies, etc. Esta limpeza deve ser realizada a cada cliente;

5. Utilizar toalhas e lençóis limpos, devendo esses serem lavados a cada uso e trocados a cada cliente;
 6. Utilizar apenas produtos com registro na Anvisa. Isto vale para esmaltes, cremes, shampoos, tinturas, maquiagens, etc.;
 7. Manter cadeiras e colchões de macas revestidos de material impermeável e em bom estado de conservação;
 8. Possuir licença sanitária.
- Para manicure, pedicure e podologia, é importante atentar-se aos seguintes itens:
1. Serviços por profissionais capacitados;
 2. Manter rotina de esterilização dos materiais utilizados em procedimentos invasivos;
 3. Lixas para unhas e pés, espátulas de madeira e lâminas não podem ser reutilizadas nem reprocessadas;
 4. Alicates, pinças, afastadores e tesouras devem ser esterilizados após o uso;
 5. Possuir local exclusivo para a realização dos procedimentos de podologia;
 6. Bisturis, navalhas e agulhas devem ser descartados após o uso;
 7. Os materiais estéreis devem estar embalados individualmente e armazenados em local próprio e exclusivo, atentando-se para o controle da data de validade da esterilização;
 8. Trabalhadores devem utilizar equipamentos de proteção individual, como luvas e jaleco;
 9. Realizar a higienização e antissepsia da pele do cliente, antes de iniciar o procedimento;
 10. Todos os produtos devem estar dentro do prazo de validade.

Lembrete: É proibido ao podólogo prescrever ou indicar qualquer medicamento ou substância para uso sistêmico ou tópico.

Para consulta direta à legislação, sugere-se o seguinte:

- Lei nº 6.360, de 23 de setembro de 1976, que trata sobre as normas de vigilância sanitária para diversos produtos, entre eles os produtos de higiene e os cosméticos.

- Norma ABNT Brasileira - NBR 9050, que propõe que os ambientes sejam preparados para acessibilidade de pessoas que apresentem dificuldades de locomoção.
- Lei nº 12.592, de 18 de janeiro de 2012, que dispõe sobre o exercício das atividades de Cabeleireiro, Barbeiro, Esteticista, Manicure, Pedicure, Depilador e Maquiador.
- Lei nº 13.352, de 27 de outubro de 2016, que dispõe sobre o contrato de parceria entre os profissionais que exercem as atividades de Cabeleireiro, Barbeiro, Esteticista, Pedicure, Depilador e Maquiador e pessoas jurídicas registradas como salão de beleza.

No site da Anvisa (Agência Nacional de Vigilância Sanitária) também estão disponibilizadas as seguintes orientações:

- portal eletrônico para a verificação de produtos devidamente registrados:
<http://portal.anvisa.gov.br/consulta-produtos-registrados>
- Contatos das vigilâncias sanitárias estaduais e municipais:
<http://portal.anvisa.gov.br/vigilancias-sanitarias>
- Diversas informações sobre cosméticos:
 - a) Informações sobre cosméticos: <http://portal.anvisa.gov.br/cosmeticos>
 - b) Registros e Autorizações de Cosméticos: <http://portal.anvisa.gov.br/registros-e-autorizacoes/cosmeticos>
 - c) Biblioteca temática de normas:

http://portal.anvisa.gov.br/documents/33880/4967127/Biblioteca+dos+Temas+de+Cosm%C3%A9ticos_Vers%C3%A3o2018_Portal.pdf/75acd4c5-2926-4338-a692-8906cb76cd16

5. Estrutura

Com relação ao espaço físico, devem respeitar e se adequar à legislação sanitária vigente e devem ser adequadas para a realização das atividades típicas do negócio. É importante seguir as normas de boas práticas para garantir segurança e qualidade nos serviços prestados.

É importante manter o estado de conservação e funcionamento das suas instalações. Dessa forma, faz-se necessário:

- Instalações prediais livres de trincas, rachaduras e infiltrações;
- Qualidade nas instalações, equipamentos, pintura, layout e decoração;
- Paredes e pisos lisos, impermeáveis, resistente e de cor clara;
- Iluminação que proporcione conforto e boa visibilidade;
- Instalação elétrica suficiente para o número de equipamentos, uma vez que o uso de extensões ocasiona sobrecarga na tomada e pode causar curto-circuito. Também os fios elétricos devem estar embutidos;
- Ventilação natural ou artificial adequada, que garanta um ambiente agradável;
- Ambiente confortável e seguro, incluindo se possível uma área para estacionamento ou manobrista;
- Higiene dos equipamentos e do ambiente;
- Móveis e utensílios resistentes e impermeáveis, a fim de proporcionar uma boa higienização e desinfecção;
- Banheiro com sanitário, pia, água corrente, sabão líquido, papel toalha, lixeira com tampa e acionada por pedal;
- Água fornecida pela rede pública e rede coletora de esgoto;
- Ralo do banheiro com tela milimétrica ou condições de fechamento;
- Lixo colocado em sacos plásticos, balde com tampa e acionamento por pedal;
- Depósito ou armário para materiais, equipamentos e produtos para o estabelecimento, compatível com a quantidade e necessidade do estabelecimento. Deve preservar a qualidade e a integridade dos produtos;
- Depósito ou armário para produtos e equipamentos de limpeza;
- Área para funcionários organizada, limpa, arejada, iluminada e com nichos individuais para guardar pertences pessoais;
- Copa/cozinha exclusiva para alimentos;
- Prateleiras para deixar os produtos visíveis;
- Área do caixa separada da área de serviços.

A área física deve ser compatível, contendo cadeiras, de forma a respeitar as seguintes metragens:

- Distância mínima entre eixo de cadeiras = 0,80 m;
- Distância mínima do eixo da primeira cadeira para parede = 0,40 m;
- Distância mínima da parede às costas da manicure = 1,50 m;
- Se houver equipamentos elétricos (bacias, lixas, entre outros) possuir tomadas duplas (127/220 volts).

Independente da estrutura no negócio, é importante investir na otimização do tempo com preço justo, qualidade do serviço e do produto, na facilidade de acesso, no conforto durante o atendimento, na disponibilidade, na segurança.

6. Pessoal

Os funcionários de uma esmalteria devem estar em constante aprendizado, trazendo inovações e prezando pelo atendimento aos clientes. É preciso estar sempre se capacitando por meio de cursos, workshops. Assim, o empreendedor pode ampliar sua área de atuação, fidelizar os seus clientes e conquistar novos clientes.

A quantidade de funcionários dependerá do porte da esmalteria. Tomando como exemplo uma esmalteria de pequeno porte, seriam necessários em média de 3 a 4 funcionários - manicure, pedicure, secretária/recepcionista e o gerente ou empreendedor.

- Recepcionista/secretária:
 1. Atendimento telefônico;
 2. Agendamento de horários;
 3. Controle de agendamentos;
 4. Recepção e orientação aos clientes;
 5. Confirmação de agendamento;
 6. Realização de cobranças;
 7. Zelo pela qualidade e monitoramento do ambiente;
 8. Organização documental e arquivamento;
 9. Conhecer os serviços e produtos do estabelecimento;

10. Conhecimentos em softwares de gestão.

- Manicure/Pedicure:

1. Atendimento aos clientes;
2. Tratar mãos e pés;
3. Aparar/retirar cutícula, polir, esmaltar, esfoliar, hidratar;
4. Higienização e esterilização dos materiais;
5. Conhecer os serviços e produtos do estabelecimento;
6. Conhecer as tendências e as diferenças e saber explicar aos clientes.

- Gerente ou empreendedor:

1. Gestão administrativa: organização, definição de metas;
2. Gestão de recursos humanos: contratação de pessoal, treinamento de novos funcionários, gestão de desempenho, definição de estratégia de retenção e motivação dos funcionários;
3. Gestão de recursos físicos;
4. Gestão financeira: controle de contas a pagar;
5. Gestão contábil.

É importante que a contratação de todos os funcionários esteja de acordo com a legislação trabalhista vigente.

7. Equipamentos

Os equipamentos, materiais e utensílios necessários para a abertura de uma esmalteria são:

- Recepção:

1. Iluminação;
2. Mesas, bancos e sofá para clientes numa sala ou espaço de espera;

3. Balcão para vender produtos (opcional);
4. Aparelho telefônico com linha telefônica;
5. Instalação de internet banda larga;
6. Computador;
7. Máquina de cartão;
8. Impressora;
9. Software para controle estoque, arquivo de clientes, agendamento de horários e controle do fluxo de caixa;
10. Balcão de atendimento;
11. Cadeira ergométrica;
12. Impressora fiscal;
13. Material de escritório: canetas, lápis, papéis;
14. Caixas organizadoras;
15. Prateleiras
16. Suporte para revistas;
17. Quadro de avisos;
18. Purificador de água;
19. Copos;
20. Garrafa térmica para café.

· Sala de atendimento: os materiais necessários dependerão do tipo de serviço oferecido. Tomando como base apenas manicure e pedicure, destacam-se os seguintes materiais:

1. Bancos e/ou sofá para clientes em atendimento;
2. Ar condicionado (compatível com a metragem da sala);
3. Mesas e bandejas para alocar os produtos utilizados na execução do serviço;
4. Carrinho para Esmaltes ou prateleira expositora;

5. Banquetas para posicionar as profissionais;
6. Cadeira para Manicure (Cirandinha);
7. Espelhos e vitrines;
8. Esterilizador (autoclave);
9. Espaço para organização dos materiais descartáveis e outros a serem utilizados na realização do serviço;
10. Equipamentos de trabalho; e
11. Materiais descartáveis para execução do serviço.
 - Copa/espço dos funcionários:
 1. Geladeira ou frigobar;
 2. Micro-ondas.
 3. Nichos individuais para guardar pertences pessoais
 - Banheiro:
 1. Papel higiênico;
 2. Toalha de papel;
 3. Aromatizadores;
 4. Sabonetes;
 5. Álcool em gel.
 - Depósito:
 1. armário para produtos e equipamentos de limpeza

Todos os materiais e equipamentos devem ser disponibilizados em quantidades suficientes para atender a demanda da esmalteria. Os materiais devem sempre estar limpos e esterilizados, atendendo às orientações do fabricante. Os equipamentos devem possuir registro no órgão competente do Ministério da Saúde, observando suas restrições de uso. É necessário dispor de programa de manutenção preventiva e corretiva dos equipamentos.

8.

A matéria-prima para o processo produtivo é fundamental para o sucesso do negócio. É importante que o empreendedor saiba quais os melhores locais para comprar sua mercadoria. Nessa fase, é importante fazer algumas pesquisas, verificar se existem fornecedores perto da sua localidade, se eles possuem condições de atendê-lo ou se é mais vantajoso encomendar os produtos.

Para dar início às atividades da esmalteria, alguns itens são essenciais, tais como:

- Toalhas;
- Kits de unha com luvas hipoalergênicas;
- Palitos e lixas descartáveis;
- Esmaltes diversos;
- Máscaras;
- Lixa polidora;
- Álcool 70%;
- Removedor de esmalte;
- Dosador de removedor;
- Amolecedor de cutículas;
- Extra brilho;
- Base;
- Rolo filme;
- Esfoliante (pés e mão);
- Lixa para pés;
- Separador de dedos;
- Creme hidratante para pés e mãos;
- Algodão (rolo);

- Saco para mãos e pés;
- Kits de unha (1 lixa, 1 saco e 1 palito);
- Alicates para cutículas e para cortar unhas;
- Espátula;
- Cortador de unha em inox;
- Pinças;
- Tesouras;
- Tripé suporte de pernas;
- Pó hemostático;
- Spray secante;
- Borrifador;
- Óleo secante;
- Adesivos para unhas;
- Películas para unhas;
- Material de limpeza.

O gerenciamento de estoque representa a capacidade da empresa de organizar e controlar a quantidade de cada produto em certo momento. É de grande importância para a empresa saber quando reabastecer certos itens, a necessidade de compra. Uma má gestão pode comprometer a sobrevivência do empreendimento. Para fazer esse gerenciamento as empresas utilizam ferramentas como controles manuais, planilhas, software ERP.

Existem alguns indicadores de desempenho que ajudam nessa gestão:

- Giro de estoque: indica o número de vezes em que o capital investido em estoques é recuperado pela venda. Geralmente é anual e representa o passado.
- Cobertura de estoques: indica o período de tempo que o estoque consegue cobrir as vendas futuras sem a necessidade de suprimento.
- Nível de serviço ao cliente: demonstra o número de oportunidades de venda que podem ser perdidas caso não tenha a mercadoria em estoque ou não possa executar o serviço com prontidão.

· Ruptura de estoque: indica a relação entre os produtos em falta e os disponíveis em loja.

Para se destacar, uma esmalteria deve investir em inovação, produtos diversificados, maior variedade, como esmaltes nacionais e importados, dando uma maior liberdade de escolha para os seus clientes. Os nacionais costumam ser mais baratos e mais aceitos pelo público. Alguns fabricantes utilizam personalidades famosas para chamar a atenção dos consumidores, por exemplo. Existem ainda os esmaltes hipoalergênicos, desenvolvidos sem conservantes para as pessoas sensíveis às fórmulas dos esmaltes comuns. São diversas marcas existentes no mercado e inúmeras cores disponíveis.

9.

O processo produtivo, ou seja, a sequência de atividades com o objetivo de produzir um bem ou serviço de uma esmalteria contém as seguintes etapas:

Figura 1 – Processo produtivo

1. Aquisição de materiais:

Deve haver uma pesquisa, um planejamento para adquirir os melhores materiais com o melhor custo-benefício. A solicitação dos materiais deve ser de acordo com a demanda e com a quantidade de produtos disponíveis no estoque para evitar o desperdício. A importância dessa etapa engloba a redução dos custos operacionais, maior precisão na hora da compra, garantir os melhores fornecedores, otimizar o tempo. Para obter êxito, é preciso analisar bem os fornecedores, pesquisar os preços, planejar a aquisição.

2. Recepção dos clientes:

Para essa função, é importante contratar funcionários que tenham experiência no atendimento. Um bom atendimento não garante só a satisfação do cliente como sua fidelidade. Além disso, é preciso atender bem a qualquer pessoa, cumprimentar a todos, não deixar ninguém esperando, deixar o consumidor à vontade, evitar expressões negativas, ficar atento às reclamações e sugestões.

3. Atendimento:

Deve ser realizado por profissionais capacitados, com experiência na área. O serviço oferecido deve ser de qualidade para poder fidelizar o cliente.

Figura 2 - atendimento Fonte: McKinsey

- Recomendações:
 - o Usar uniformes, luvas;
 - o Higienização a cada novo cliente;
 - o Lavar e esterilizar os instrumentos;
 - o Abrir as embalagens com alicates, espátulas e demais instrumentos na frente dos clientes;
 - o Deixar os materiais organizados;
 - o Perguntar ao cliente se ele possui algum tipo de alergia;
 - o Utilizar luvas ou botinhas descartáveis para a colocação de pés e mãos de molho, já que tais produtos são higiênicos e protegem de contaminações;
 - o Borrifar álcool (70%) nas unhas do cliente antes do procedimento, para evitar infecções
 - o Jogar no lixo materiais descartáveis.

4. Pós-venda:

Para fidelizar os clientes, o pós-venda é extremamente fundamental. Para ele ser eficaz é importante conhecer o seu cliente, fazer pesquisas de satisfação, entregar conteúdo de qualidade, oferecer benefícios exclusivos, ter um ótimo atendimento aos clientes.

Figura 3 - Pós venda Fonte: Satisfação de clientes

10.

A automação dos procedimentos de uma esmalteria é necessária assim como para qualquer outro tipo de negócio. Automação inclui os sistemas em que os processos são controlados por meio de dispositivos eletrônicos, por exemplo. O objetivo é dinamizar e otimizar todos os processos. A adoção de sistemas que facilitam a realização de tarefas rotineiras acaba permitindo mais tempo de dedicação às atividades que mais impactam o negócio.

Para isso, é necessário que o empreendedor selecione softwares, metodologias e procedimentos que se adequem ao seu negócio. Os sistemas desenvolvidos para atender o segmento de beleza, geralmente, realizam tarefas com recursos gráficos, relatórios. Por meio desses programas, pode-se armazenar históricos de atendimento,

cadastrar fornecedores, emitir relatórios.

Considerando a intensa evolução da tecnologia de informação e comunicação, um alternativa de automação que pode ser usada tanto na prospecção como na fidelização de clientes é a criação de aplicativos mobile, que podem servir como canais de comunicações diretos com os clientes. Além disso, podem oferecer agenda, controle de informações, cadastro de novos clientes e fornecedores. Para melhores informações, as agências de publicidade ou programação web podem contribuir para o melhor entendimento de como esses mecanismos funcionam.

- Programas de gestão de estabelecimentos de beleza e bem estar:

- o Avec - <https://avec.app>;
- o Belasis - <https://www.belasis.com.br>;
- o Beleza Soft - <https://bezasoft.com>
- o Graces - <https://www.gracesonline.com.br>;
- o MegaSolutions - <http://www.megasolutions.com.br>;
- o Salão Vip - <https://www.salaovip.com.br/programa-para-salao>;
- o SistemaBeauty - <https://www.sistemabeauty.com.br>

- Plataformas de aplicativos mobile:

- o Fábrica de Aplicativos - <http://fabricadeaplicativos.com.br>;
- o AppMachine - <https://www.appmachine.com/>;
- o Easy Easy Apps - <https://www.easyeasyapps.net>;
- o Como - <http://www.como.com/pt/>;
- o Good Barber - <http://pt.goodbarber.com>;

11.

Os canais de distribuição são os meios pelos quais o empreendedor entrega o seu produto/serviço ao cliente final, no local certo e na hora esperada pelos clientes. É a etapa em que o empreendedor define em como levar sua mercadoria ou seu serviço até os consumidores. Devido à necessidade presencial no próprio estabelecimento para realizar os serviços, as esmalterias se restringem a poucos canais de

distribuições e de vendas. No entanto, se a esmalteria possuir também a venda de produtos, terá um amplo canal de distribuição como ambientes online e promoções de venda.

Para se definir o melhor canal, é preciso ter em vista o plano de negócios e a viabilidade de investimento. São três os principais fatores que devem ser levados em conta ao definir os canais de distribuição: (1) economia, avaliar os custos de vender/oferecer diferentes volumes por meio de cada canal; (2) controle, para obter um conhecimento amplo do produto, do serviço, do mercado; e (3) adaptação, é preciso estar comprometido com o seu mercado.

- E-commerce ou comércio eletrônico:

O Empreendedor pode criar um portal para e-commerce ou possuir um aplicativo, nos quais ele pode divulgar seus serviços, variedades, ofertas, novidades. Dessa forma, o cliente pode acessar a página da esmalteria e adquirir os produtos (se for o caso) ou serviços disponíveis. No comércio eletrônico não existem barreiras e pode-se atingir clientes de todas as partes do mundo.

- Venda direta presencial:

Oferece muita comodidade, pois mostra e demonstra ao cliente o produto/serviço, explicando os benefícios e as vantagens em adquiri-lo/usá-lo. Além da entrega ser feita imediatamente ao consumidor.

- Convênios:

O empreendedor pode firmar propostas de convênio com outros estabelecimentos, como por exemplo academias, clínicas de estética. Dessa forma, pode ser oferecido aos clientes descontos nos serviços ou produtos, buscando atrair cada vez mais clientes.

12. Investimento

Para saber sobre o investimento necessário para uma esmalteria, sugere-se ao empreendedor fazer um plano de negócios para detalhar os valores necessários à estruturação da empresa. É indicado consultar o Sebrae para uma análise melhor e mais detalhada sobre o seu tipo de negócio. O valor a ser investido e o retorno esperado dependem de uma série de fatores. Os valores das aquisições de equipamentos, materiais e demais variam de cidade para cidade e também dependem do porte do empreendimento e dos serviços oferecidos. Portanto, os valores aqui abrangidos são apenas uma estimativa.

É importante definir quanto se quer ou quanto se pode gastar. Decoração de estabelecimento, tamanho do estoque, tamanho da equipe influenciam diretamente no

investimento necessário para a implementação do negócio. São investimentos iniciais comuns a uma empresa deste segmento:

INVESTIMENTOS PRÉ-OPERACIONAIS

ITEM

QUANTIDADE

VALOR UNITÁRIO

VALOR TOTAL

Abertura da empresa

1

R\$ 1.800,00

R\$ 1.800,00

Reformas/adaptação do imóvel/decoração

1

R\$ 10.000,00

R\$ 10.000,00

Reserva de caixa

1

R\$ 6.000,00

R\$ 6.000,00

Publicidade e marketing

1

R\$ 1.000,00

R\$ 1.000,00

TOTAL

R\$ 18.800,00

INVESTIMENTOS EM EQUIPAMENTOS E MÓVEIS

ITEM

QUANTIDADE

VALOR UNITÁRIO

VALOR TOTAL

Balcão recepção

1

R\$ 1.200,00

R\$ 1.200,00

Cadeira recepção

1

R\$ 280,00

R\$ 280,00

Cadeiras para espera (3 assentos)

1

R\$ 800,00

R\$ 800,00

Cadeira cirandinha

3

R\$ 310,00

R\$ 930,00

Cadeira para cliente

3	
R\$	120,00
R\$	360,00
Computador	
1	
R\$	1.300,00
R\$	1.300,00
Telefone	
1	
R\$	110,00
R\$	110,00
Máquina de cartão	
1	
R\$	230,00
R\$	230,00
Impressora	
1	
R\$	300,00
R\$	300,00
Prateleiras	
6	
R\$	40,00
R\$	240,00
Frigobar	
1	
R\$	1.200,00
R\$	1.200,00
Microondas	
1	
R\$	450,00
R\$	450,00
Purificador de água	
1	
R\$	450,00
R\$	450,00
Carrinho de esmalte	
2	
R\$	180,00
R\$	360,00
Esterilizador	
1	
R\$	600,00
R\$	600,00
Ar condicionado	
1	
R\$	1.180,00
R\$	1.180,00
TOTAL	

R\$ 9.990,00

INVESTIMENTOS EM MATERIAIS

ITEM

QUANTIDADE

VALOR UNITÁRIO

VALOR TOTAL

Materiais de escritório

-

R\$ 300,00

R\$ 200,00

Copos (100u)

5

R\$ 11,00

R\$ 55,00

Materiais de limpeza

-

R\$ 220,00

R\$ 220,00

Materiais para os banheiros

-

R\$ 150,00

R\$ 150,00

Descartáveis

-

R\$ 100,00

R\$ 100,00

TOTAL

R\$ 725,00

INVESTIMENTOS EM MATÉRIA PRIMA

ITEM

QUANTIDADE

VALOR UNITÁRIO

VALOR TOTAL

Toalha

30

R\$ 4,00

R\$ 120,00

Kits de unha (1 palito, 1 lixa e 1 par de luvas)

500

R\$ 1,90

R\$ 950,00

Palito descartável

100

R\$ 0,90

R\$ 90,00

Palito inox

20

R\$ 4,00

R\$	80,00
Lixa de unha (100u)	
5	
R\$	7,00
R\$	35,00
Esmaltes nacionais	
150	
R\$	5,00
R\$	750,00
Esmaltes importados	
150	
R\$	15,00
R\$	2.250,00
Lixa polidora	
20	
R\$	5,60
R\$	12,00
Álcool 70%	
10	
R\$	7,00
R\$	70,00
Removedor de esmalte (500ml)	
10	
R\$	18,00
R\$	80,00
Dosador de removedor	
6	
R\$	11,00
R\$	66,00
Amolecedor de cutícula	
30	
R\$	5,00
R\$	50,00
Extra brilho	
10	
R\$	6,00
R\$	60,00
Base	
10	
R\$	7,00
R\$	70,00
Esfoliante (1kg)	
5	
R\$	35,00
R\$	75,00
Lixa para pés (50u)	
21	
R\$	6,00

R\$	26,00
Separador de dedos	
20	
R\$	1,90
R\$	38,00
Creme hidratante	
10	
R\$	15,00
R\$	150,00
Algodão (saco)	
20	
R\$	11,00
R\$	20,00
Alicate	
20	
R\$	24,00
R\$	80,00
Espátula	
20	
R\$	8,00
R\$	160,00
Cortador de unha	
10	
R\$	6,00
R\$	60,00
Tesoura	
10	
R\$	12,00
R\$	20,00
Pó hemostático	
10	
R\$	6,00
R\$	60,00
Spray secante	
10	
R\$	15,00
R\$	50,00
Borrifador	
6	
R\$	5,00
R\$	30,00
Óleo secante	
10	
R\$	9,00
R\$	90,00
TOTAL	
R\$ 6.842,00	

Tabela 2 - Investimento

Considerando uma esmalteria de pequeno porte, em uma área de 50m², com um profissional para o atendimento dos clientes e venda dos produtos e dois profissionais para executarem o serviço de manicure/pedicure, o investimento necessário será cerca de R\$36.357,00. É recomendável acrescentar ao valor do investimento um percentual de cerca de 20% para arcar com custos imprevistos, capital de giro. A previsão de faturamento mensal desse tipo de negócio é R\$5.000 a R\$10.000 a depender do tipo de serviços/produtos ofertados. O retorno esperado é de 12 a 24 meses.

13.

O capital de giro é uma parte do investimento que compõe uma reserva de recursos que devem ser usados para necessidades financeiras. É o valor necessário para a empresa fazer seus negócios acontecerem (girarem), é o dinheiro necessário para bancar o funcionamento da empresa, suportar as oscilações de caixa. Em suma, é a parte do patrimônio que sofre constante movimentação.

É importante, portanto, administrar o capital de giro, avaliando o momento atual, as faltas e as sobras de recursos. Ele garante a saúde financeira da empresa e proporciona a manutenção dos estoques, além de assegurar o pagamento aos fornecedores, dos impostos, salários e demais custos. Tudo depende de um planejamento, detalhando os custos de curto e de longo prazo e as previsões de receitas.

Figura 4 - Capital de giro Fonte: Portal Sebrae

Entre as dicas para se ter um capital de giro saudável estão: identificar e cortar gastos, ficar sempre atento ao fluxo de caixa; ter disciplina, ser chato com o controle financeiro, possuir um controle orçamentário rígido; saber negociar com os fornecedores e os clientes, procurar as melhores formas de pagamento e de prazos, antecipar pagamentos a receber (PORTAL SEBRAE).

O capital de giro está associado à política de prazos: os concedidos aos clientes e os de estocagem, quanto maiores, maior a necessidade de capital de giro; e os recebidos dos fornecedores, quanto maiores, menor a necessidade de capital de giro. Portanto, manter estoques mínimos e saber o limite de prazo a ser concedido ao cliente podem amenizar a necessidade de imobilização de dinheiro em caixa.

No começo, os recursos que entrarem na empresa, deverão permanecer para possibilitar a expansão do negócio. Esses recursos só deverão ser utilizados caso o compromisso seja imediato ou com problemas imprevisíveis. Da mesma forma, parte do lucro apurado deve ser reservado como capital de giro. É importante implantar um fluxo de caixa, com as previsões de futuros saldos e saídas.

Esse tipo de empreendimento, possibilita que o empreendedor adquira apenas os

materiais necessários para o atendimento dos clientes, pagamentos dos funcionários e impostos e contratação de serviços eventuais após o atendimento dos clientes, diminuindo a necessidade de capital de giro. Conforme previsto no tópico anterior, o valor estimado para o capital de giro é de R\$6.000,00.

14. Custos

Conhecer os custos é imprescindível para o sucesso do negócio. Custo e despesa são conceitos distintos. Custos são gastos que dizem respeito ao que é produzido pela empresa, possuem relação direta com a atividade-fim, tais como matéria prima, mão de obra, produtos para revenda. Já as despesas não possuem ligação direta com a atividade central do negócio, são os gastos relativos à administração: área de marketing, desenvolvimento de produtos, tais como água, energia, internet, aluguel, materiais de escritório, impostos, contador. Para fazer a diferenciação basta se perguntar se eliminando o gasto, a produção seria afetada. Caso a resposta seja afirmativa, trata-se de um custo.

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

Algumas medidas a serem tomadas para implementar a gestão de custos de forma eficaz: negociar com fornecedores, escolher o fornecedor com o melhor custo-benefício, verificar a localização de custos desnecessários e evitá-los, utilizar software de gestão.

Ao montar um negócio, surgirão diversos custos: insumos, serviços, mão de obra, impostos, propaganda, promoções de venda. É necessário pesquisar o preço de cada item para escolher o mais vantajoso para a sua empresa. Todos esses custos variam de localidade para localidade.

Tomando como base o exemplo da esmalteria de pequeno porte, os custos estimados para a operação do negócio são:

CUSTOS

ITEM

VALOR MENSAL

VALOR ANUAL

Salário manicure/pedicure, encargos

R\$ 3.000,00

R\$	36.000,00
Salário recepcionista, encargos	
R\$	1.500,00
R\$	18.000,00
Insumos, matéria prima	
R\$	1.800,00
R\$	21.600,00
TOTAL	
R\$	6.300,00
R\$	75.600,00
DESPESAS	
ITEM	
VALOR MENSAL	
VALOR ANUAL	
Aluguel (se for o caso), condomínio	
R\$	2.300,00
R\$	27.600,00
Água	
R\$	150,00
R\$	1.800,00
Luz	
R\$	200,00
R\$	2.400,00
Internet	
R\$	100,00
R\$	1.200,00
Impostos, tributos, taxas	
R\$	500,00
R\$	6.000,00
Assessora contábil	
R\$	1.200,00
R\$	14.400,00
Taxa máquina de cartão	
R\$	69,90
R\$	838,80
Materiais de escritório	
R\$	200,00
R\$	2.400,00
Limpeza, manutenção	
R\$	250,00
R\$	3.000,00
Telefone	
R\$	100,00
R\$	1.200,00
Propaganda, publicidade	
R\$	280,00
R\$	3.360,00
TOTAL	

R\$ 5.349,90

R\$ 64.198,80

Tabela 3 – Custos e despesas

Dessa forma, o custo total seria R\$11.649,90. Lembrando que são apenas estimativas e que podem variar de cidade para cidade.

15.

A agregação de valor é essencial para qualquer empresa. Os esforços para que os clientes percebam o valor adicionado devem ser constantes; à medida que produzem resultados satisfatórios, tem-se que o valor foi criado, pois foi entregue um diferencial ao cliente. Agregar valor é oferecer produtos e serviços que os clientes precisam, mas que ninguém ainda oferece.

Algumas atitudes cotidianas podem fortalecer a marca e agregar valor aos negócios: retornar ligações ou e-mails, isso pode aproximar o cliente; dar e pedir feedback; surpreender positivamente o cliente; se der algo errado, assuma; atendimento, ter sempre a satisfação do cliente como foco principal; relacionamento com os clientes, atuação personalizada, respostas ágeis; qualidade e atualização, oferecer serviços com excelência e alta qualidade, seguir e criar tendências de mercado; adequação a normas, seguir as normas técnicas, sanitárias; marca e reputação, investir em uma boa imagem; espaço, deve proporcionar conforto.

A esmalteria compreende serviços voltados para a estética de forma diferenciada, trazendo uma nova experiência de conforto e bem-estar aos clientes. Por estar inserido em um mercado bastante concorrido, mesmo que promissor, é importante que o empreendedor adote estratégias de diferenciação da concorrência, visando atrair e fidelizar cada vez mais a clientela. Cabe, portanto, ao empreendedor ponderar e planejar os investimentos a serem realizados.

Uma das alternativas de diferenciação é a venda de produtos/serviços por meio da internet. Para isso, é preciso verificar a aceitação do mercado para esse tipo de procedimento. Além disso, adotar estratégias como: montar pacotes com benefícios, promoções e vantagens; procurar entregar maior variedade possível de esmaltes, inclusive os antialérgicos para clientes com sensibilidade; disponibilizar ambiente agradável e espaço que ofereça, além dos serviços de estética, alimentação saudável, café, bar temático; investir em equipamentos e materiais modernos; e ofertar serviços variados para as unhas, estética, dentre outros, podem ser fatores de destaque.

Outra inovação é montar uma esmalteria ambulante, que leva o negócio até os clientes com toda a estrutura necessária. Hoje, é uma tendência nos grandes centros. É possível vender os produtos e prestar os serviços de maneira bem flexível. A diferença é a flexibilidade de local. Dessa forma, os clientes que possuem pouco tempo e não podem se locomover até uma loja física, podem ser atendidos perto do seu trabalho,

faculdade, etc. O maior investimento é com a aquisição do truck.

É fato que a diversificação atrai os clientes, pois existe a comodidade de ter acesso a diversos serviços de beleza no mesmo estabelecimento. Essa facilidade aumenta a satisfação e conduz o cliente à fidelização. Para se tornar referência no mercado, é necessário estar sempre atento às sugestões e expectativas dos clientes. É preciso buscar informações sobre novos produtos e serviços que poderão ser implementados no negócio. A capacitação dos profissionais também é um ponto importante, sintonizar-se com as novidades.

16.

Além de instalar o estabelecimento em um local bastante visível e com um bom fluxo de pessoas, outro fator essencial diz respeito à divulgação. O primeiro contato que o público tem é com a fachada da esmalteria por isso ela precisa ser bonita e atrativa, para que possa despertar o interesse das pessoas em conhecer o local, os produtos vendidos e os serviços oferecidos.

Com relação aos meios de divulgação, as redes sociais como Instagram, Whatsapp, Facebook, Twitter e Pinterest possuem amplo alcance. Por meio delas, as pessoas poderão visualizar as fotos dos produtos, ter conhecimento dos serviços oferecidos, divulgar novas técnicas, novos produtos, condições de vendas, benefícios, soluções oferecidas e ações promocionais da esmalteria. É importante postar material com conteúdo e manter uma certa frequência em cada mídia social para divulgar a sua marca, posicionando-a na mente do público-alvo.

As redes sociais são a maior ferramenta de relacionamento entre empresas e clientes, os esforços são menos onerosos, é a forma mais barata de se obter informações sobre o comportamento de compra e preferências dos clientes, além de se inteirar das novidades e tendências do momento. No entanto, a grande preocupação com as redes sociais é com relação a veracidade dos seus conteúdos.

Outra alternativa para a divulgação de conteúdo é a contratação de agências de publicidade. No entanto, deve-se considerar o seu orçamento. Um meio indireto de divulgação é através de clientes que saíram satisfeitos e bem atendidos. Por recomendação deles, novos clientes poderão procurar pelo produto ou serviço oferecido. A propaganda “boca a boca” é fator de fortalecimento para a empresa. Por fim, a divulgação também pode se dar por propagandas em rádios, TV, outdoor, contratação de profissional de marketing e comunicação, a depender do tamanho do seu negócio e da sua disponibilidade em investir.

Para definir suas estratégias de divulgação, o empreendedor deve responder a perguntas como: “O que eu quero divulgar? Qual o perfil do meu público? Qual é o orçamento que tenho para investir nessa campanha? Quais os meios de comunicação ideais para falar com meu público? Qual a linguagem devo utilizar para me comunicar

com meu público alvo? Quais as melhores datas para divulgar o meu serviço?”.

A divulgação da esmalteria deve buscar o aumento do fluxo de clientes já fidelizados e a busca por novos clientes. Para isso, é preciso investir em campanhas, levando sempre em consideração os custos necessários para atingir cada público-alvo. Recursos como cartão fidelidade, brindes e parcerias podem ajudar bastante nessa etapa.

Antes de iniciar efetivamente o processo de divulgação, é importante ter definido o logotipo, a identidade visual do estabelecimento e ter disponível o material de apoio à divulgação, como cartões, sites, redes sociais.

Outro fator que impacta esse segmento é a sazonalidade, ou seja, os períodos nos quais a procura pelos serviços/produtos é maior. Dessa forma, datas como dia das mães, dia dos namorados, natal e ano novo são períodos em que a demanda tende a aumentar. Portanto, é importante investir em campanhas promocionais para não perder espaço para a concorrência. Definidos os períodos do ano nos quais se pretende lançar campanhas de divulgação, é preciso se atentar aos meios de comunicação mais eficazes para atingir o público, conforme explicitado anteriormente.

17.

Quando se trata da abertura e instalação de novos negócios, as questões relativas aos tributos estaduais e municipais são essenciais. Ao iniciar uma empresa, é importante saber quanto se pagará pelos tributos na sua região. Os conteúdos aqui informados são de âmbito nacional. Para informações locais, é preciso buscar auxílio junto às Secretarias Estaduais e Municipais da Fazenda.

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

1. Simples Nacional:

O Simples Nacional é um Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições (Lei Complementar nº 123/2006), no qual o empreendedor poderá recolher os tributos e arrecadações por meio de um único documento – o DAS (Documento de Arrecadação do Simples Nacional), gerado no Portal do Simples Nacional. As alíquotas variam de acordo com a atividade exercida e da receita bruta auferida. De acordo com o Comitê Gestor do Simples Nacional - Resolução CGSN nº 119, de 19 de dezembro de 2014 – estas atividades não podem ser optantes pelo Simples:
(<http://normas.receita.fazenda.gov.br/sijut2consulta/anexoOutros.action?idArquivoBinar%20io=48435>)

Os pequenos negócios podem optar por esse regime, desde que a sua categoria esteja contemplada, a receita bruta anual não ultrapasse R\$360 mil para microempresa (ME) e R\$4,8 milhões para empresa de pequeno porte (EPP) e sejam respeitados os requisitos previstos na Lei. Se a receita bruta anual não ultrapassar R\$81 mil, o empreendedor pode optar pelo registro como Microempreendedor Individual (MEI), desde que não seja dono ou sócio de outra empresa e que tenha até um funcionário. Para se enquadrar no MEI, é preciso verificar se sua atividade se encaixa nesse quesito (<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/as-atividades-permitidas-ao-mei-de-a-a-z,9a3913074c0a3410VgnVCM1000003b74010aRCRD>)

2. Lucro Presumido:

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

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

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

Além desses, incidem também os impostos estaduais e municipais:

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

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

- INSS (Instituto Nacional do Seguro Social) - Valor devido pela Empresa - 20% sobre a folha de pagamento de salários, pró-labore e autônomos;
- INSS - Autônomos - A empresa deverá descontar na fonte e recolher entre 11%

da remuneração paga ou creditada a qualquer título no decorrer do mês a autônomos, observado o limite máximo do salário de contribuição (o recolhimento do INSS será feito através da Guia de Previdência Social - GPS);

- FGTS (Fundo de Garantia do Tempo de Serviço) – 8%.

3. Lucro Real:

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

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

Os demais impostos e contribuições são iguais ao Lucro Presumido.

18. Eventos

1. Hair Brasil – Feira Internacional de Beleza, Cabelos e Estética

Local: São Paulo

Site: <https://www.hairbrasil.com/index.php>

2. FCE Cosmetique

Local: São Paulo

Site: <https://www.fcecosmetique.com.br/pt>

3. Pharma Share

Local: Campinas/SP

Site: <http://pharmashare.com.br/>

4. Congresso Consulfarma

Local: São Paulo

Site: <https://www.congresso.consulfarma.com/agradecimento>

5. Beauty Fair

Local: São Paulo

Site: <https://beautyfair.com.br/>

6. In-Cosmetics Latin America

Local: São Paulo

Site: <https://www.cleberbarros.com.br/eventos-cosmeticos/>

7. Curitiba Beauty & Hair

Local: Curitiba/PR

Site: <http://curitibabeautyhair.com.br/a-feira/>

8. Professional Fair

Local: Belo Horizonte/MG

Site: <https://www.professionalfair.com.br/index.aspx>

9. Hair Brasília And Beauty

Local: Brasília/DF

Site: <http://www.hairbrasil.com.br>

10. Feira de Beleza Saúde e Bem-Estar

Local: Rio de Janeiro/RJ

Site: <http://www.esteticainrio.com.br>

11. Feira de Produtos e Serviços para higiene, limpeza e conservação ambiental

Local: São Paulo

Site: <http://www.higiexpo.com.br>

12. Salão de Pequenos Negócios

Locais: diversos

Site: <http://www.fomentarpequenosnegocios.com/>

13. Feira Internacional de Negócios de Franquias

Local: Olinda/PE

Site: <http://www.abffranchisingexponordeste.com.br>

14. Feira Nacional de Franquias

Local: Salvador/BA

Site: <http://www.feiradefranquias.com.br>

15. Feira Internacional de Negócios de Franquias

Local: São Paulo

Site: <http://www.abfexpo.com.br>

16. Feira do empreendedor

Locais: diversos

Site: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/feiras>

17. Enactus – Feira de empreendedorismo

Local: diverso

Site: <http://www.enactus.org.br/eventos-nacionais/evento-nacional-2019/>

19.

· Agência Nacional de Saúde (ANS)

Site: <http://www.ans.gov.br>

· Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa)

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

- Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal (Abihpec)

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

- Ministério da Saúde

Site: <http://www.saude.gov.br>

20.

Normas específicas para uma esmalteria

- **ABNT NBR 16383:2014 – Estabelecimento de beleza** – Requisitos de boas práticas na prestação de serviços. Essa norma especifica os requisitos de boas práticas a serem seguidos por estabelecimentos de beleza que fornecem serviços e comercializam produtos de acordo com as boas práticas de atendimento aos clientes e com as condições higiênico-sanitárias, por meio de processos e procedimentos devidamente estruturados;

- **ABNT NBR 16483:2015 – Estabelecimento de beleza** – Competências de pessoas que atuam nos estabelecimentos de beleza. Essa norma especifica as competências dos profissionais dos estabelecimentos de beleza no desempenho das suas atividades, a fim de que possam prestar serviços de qualidade;

- **ABNT NBR 16283:2014 – Versão corrigida: 2014 – Estabelecimento de beleza** – Terminologia. Essa norma fornece as definições de termos específicos relativos às atividades típicas dos estabelecimentos de beleza. Destina-se a incentivar a utilização de uma terminologia uniforme e um entendimento comum dentro desse segmento de serviço.

Normas aplicáveis na execução de uma esmalteria

- **ABNT NBR 15842:2010 – Qualidade de serviço para pequeno comércio** – Requisitos gerais. Essa norma estabelece os requisitos de qualidade para as atividades de venda e serviços adicionais nos estabelecimentos de pequeno comércio, que permitam satisfazer às expectativas do cliente;

- **ABNT NBR 12693:2013** – Sistemas de proteção por extintores de incêndio. Essa norma estabelece os requisitos exigíveis 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 IEC 60839-1-1:2010 – Sistemas de alarme** – Parte 1: Requisitos gerais – Seção 1: Geral. Essa norma especifica os requisitos gerais para o projeto, a instalação, o comissionamento (controle após instalação), a operação, o ensaio de manutenção e os registros de sistemas de alarme manual e automático empregados para a proteção de pessoas, de propriedade e do ambiente;

- **ABNT NBR ISO/CIE 8995-1:2013 – Iluminação de ambientes de trabalho – Parte 1: Interior.** Essa norma especifica os requisitos de 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 9050:2004 – Versão corrigida: 2005 – Acessibilidade a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos.**

21.

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

que as unhas estão feitas e pintadas. Serve para acelerar o processo de secagem das mesmas e evitar que pelos, sujeiras ou pós grudem no esmalte ainda molhado;

- **Pó hemostático:** interrompem o sangramento de pequenos ferimentos, formando um coágulo artificial. Aplique em pequenos ferimentos, ele agirá como adstringente hemostático;
- **Podologia:** aplicação de práticas relacionadas à saúde dos pés por profissionais de nível técnico, que complementam o trabalho do ortopedista ou do dermatologista;
- **Público-alvo:** parte específica de uma sociedade com peculiaridades em comum (sexo, idade, grau de escolaridade, objetivos profissionais, interesses etc.) e para a qual se destina uma mensagem determinada
- **Spray secante:** Acelera o processo de secagem do esmalte das unhas;
- **Stakeholders:** público estratégico e descreve uma pessoa ou grupo que tem interesse em uma empresa, negócio ou indústria, podendo ou não ter feito um investimento neles;
- **Unhas de gel:** unhas feitas à base de um gel fino e transparente;
- **Workshop:** Oficina; curso ou seminário intensivo, de pouca duração, em que habilidades artísticas ou intelectuais são exercidas.

22.

Para se diferenciar da concorrência e oferecer aos clientes inovação, é preciso estar atento às formas de diferenciação do seu negócio. Com relação às esmalterias, a inovação principal tem sido o conceito de “Nail bar”. Dessa forma, pode-se estabelecer um ambiente descontraído, agradável para que os clientes se sintam bem e possam desfrutar de momentos descontraídos na companhia de amigos, ao mesmo tempo em que faz as unhas. É importante, portanto, investir em um modelo de negócios que prioriza a diferenciação na prestação de serviços.

Entre os equipamentos que podem oferecer diferenciação diante da concorrência estão: cama de massagem, tablets com internet, impressora digital de unhas, cadeira de massagem, massageadores de pés, estrutura para serviços de lanches, cafeteria e bar. Além disso, pode-se oferecer variedade de cardápio, tecnologias para testar a cor de esmaltes antes da aplicação, oferecer uma gama de esmaltes, oferecer descontos para alguns dias da semana, por exemplo, drinks por conta da casa em alguns horários. Outras dicas que podem fazer a diferença são: fazer parcerias, investir na decoração, fazer uso das redes sociais, possuir um catálogo para mostrar aos clientes o que você oferece.

23.

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

- **Iniciativa e proatividade:** mostrar que é engajada e quer crescer, demonstrar organização;
- **Autoconfiança:** confiar em si mesmo para tomar decisões, arriscar, buscar novas soluções;
- **Análise e planejamento:** analisar a concorrência, a economia, setores ligados ao negócio, o mercado, saber sobre o funcionamento da empresa;
- **Conexão e criatividade:** estar atento às inovações e mudanças no mercado;
- **Controle:** não esquecer quem está no controle;
- **Liderança:** liderar com eficácia, planejar, dividir funções, estabelecer metas;
- **Persistência e otimismo:** para driblar os possíveis problemas;
- **Aprendizagem contínua:** buscar se capacitar sempre;
- **Criatividade;** buscar novos caminhos e soluções;
- **Comprometimento, determinação e perseverança:** planejar o crescimento da empresa, cuidar da saúde financeira;
- **Negociação:** ser bom negociador para lidar com clientes e fornecedores;
- **Lidar bem com o fracasso:** usar suas experiências ruins como formas de aprendizado;
- **Eficiência:** usar o dinheiro disponível com inteligência, estudando a melhor forma de aplica-lo;

24.

ABIHPEC - Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos. São Paulo. Caderno de tendências 2014 – 2015 Higiene Pessoal – Perfumaria – Cosméticos. Disponível em: <<http://www.abihpec.org.br>>. Acesso em setembro de 2019.

ANVISA - Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Legislação para Salões de Beleza e Similares. Disponível em: <http://www.anvisa.gov.br/>. Acesso em setembro de 2019.

BERION, L. S.; MOTA, E. P. Análise de viabilidade para abertura de esmalteria na cidade de Limeira-SP. Revista iPecege 2: 124-145, 2015.

COMO MONTAR. Saiba mais sobre montar esmalteria. Disponível em: <https://www.comomontar.com.br/beleza/saiba-mais-sobre-montar-esmalteria>. Acesso em setembro de 2019.

DESTINO NEGÓCIO. Quanto a sua empresa deve investir em divulgação da marca. Disponível em: <https://destinonegocio.com.br/empreendedorismo/quanto-a-sua-empresa-deve-investir-em-divulgacao-da-marca/>. Acesso em setembro de 2019.

DICIONÁRIO MICHAELIS. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br>. Acesso em setembro de 2019.

EMPREENDEDORISMO. Como montar uma esmalteria. Disponível em: <https://blog.egestor.com.br/como-montar-uma-esmalteria/>. Acesso em setembro de 2019.

ENCONTRE SUA FRANQUIA. Franquias de esmalteria: Por que investir nelas? Disponível em: <https://www.encontresuafranquia.com.br/franquias-de-esmalteria-porque-investir-nelas/>. Acesso em setembro de 2019.

ESMALTERIA NACIONAL. Escolhida a dedo. Disponível em: <http://www.andareparticipacoes.com.br/franquiaesmalterianacional/blog/>. Acesso em setembro de 2019.

FRANQUIA EMPRESA. Como montar uma esmalteria. Disponível em: <https://franquiaempresa.com/2012/12/como-montar-uma-esmalteria.html>. Acesso em setembro de 2019.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e estatística. Disponível em: <<https://ibge.gov.br>>. Acesso em setembro de 2019.

REDE JORNAL CONTÁBIL. Quanto custa para abrir uma pequena empresa? Disponível em: <https://www.jornalcontabil.com.br/quanto-custa-para-abrir-uma-pequena-empresa/>. Acesso em setembro de 2019.

SAIA DO LUGAR. Como escolher a localização comercial perfeita para o seu negócio. Disponível em: <https://saiadolugar.com.br/localizacao-comercial/>. Acesso em setembro de 2019.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Beleza & Estética – Esmalteria: Orientações para a abertura do Negócio. Relatório Final Consolidado. Fevereiro, 2014.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. As 7 principais características de um empreendedor de sucesso. Disponível em: <https://blog.sebrae-sc.com.br/empreendedor-de-sucesso/>. Acesso em setembro de 2019.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Ideias de negócios – Como montar uma esmalteria, 2015.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Manual Dicas Sebrae Salão de Beleza – Postura profissional e normas técnicas – 2010.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. Portal Sebrae. Disponível em: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae>. Acesso em setembro de 2019.

SÓ CONTABILIDADE. Capital de giro. Disponível em: <https://www.socontabilidade.com.br/conteudo/patrimonio3.php>. Acesso em setembro de 2019.

SYHUS CONTABILIDADE. Qual a diferença entre lucro real e lucro presumido? Disponível em: <https://syhus.com.br/2014/07/15/qual-diferenca-entre-lucro-real-e-lucro-presumido/>. Acesso em setembro de 2019.

TREASY. Diferença entre custo e despesa. Disponível em: <https://www.treasy.com.br/blog/custos-e-despesas-saiba-a-diferenca/>. Acesso em setembro de 2019.

ZAICO CONTÁBIL. Quais são os impostos do salão de beleza? Disponível em: <https://zaicocontabil.com.br/blog/quais-os-impostos-do-salao-de-beleza/>. Acesso em

25.

Para obter recursos, o empreendedor pode buscar junto às agências de fomento linhas de crédito que podem ajudá-lo no início do negócio. Existem instituições financeiras que possuem linhas de crédito voltadas para o pequeno negócio e que são lastreadas pelo Fundo de Aval às Micro e Pequenas Empresas (Fampe), em que o Sebrae pode ser avalista complementar de financiamentos para pequenos negócios, desde que atendidos alguns requisitos preliminares. Outras informações podem ser obtidas na página do Sebrae na web (<http://www.sebrae.com>).

br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/fundo-de-aval-do-sebrae-oferece-garantia-para-os-pequenos-negocios,ac58742e7e294410VgnVCM2000003c74010aRCRD).

26.

Independentemente do tamanho ou do ramo do seu negócio, é necessário planejamento e controle financeiro. A gestão financeira precisa ser simples e fácil de administrar. É preciso saber os conceitos e como aplicá-los de forma efetiva. Fazer esse planejamento faz toda a diferença para que o negócio dê certo. O objetivo do planejamento é projetar as receitas e as despesas, buscando indicar a situação econômica dos negócios. É através dele que se consegue visualizar o quanto se pretende faturar, gastar, investir e lucrar. Destaca-se aqui algumas sugestões que podem auxiliar na gestão financeira:

- Fluxo de caixa:

O controle das despesas é feito por meio do acompanhamento da entrada e da saída de dinheiro através do fluxo de caixa. Esse controle permite visão ampla da situação financeira, o que facilita a contabilização dos ganhos. À medida que a empresa for crescendo, o empreendedor poderá investir na aquisição de softwares de gerenciamento, por exemplo.

- Princípio da entidade:

O patrimônio da empresa não deve se misturar com o do proprietário, a conta pessoal não deve ser confundida com a empresarial. Quando não há essa distinção, a lucratividade do negócio tende a não ser atingida.

- Despesas:

É bastante importante ficar atento às despesas de rotina tais como água, luz, internet, manutenção de equipamentos. Esse controle é essencial para que não haja redução da lucratividade do negócio.

- Reservas/Provisões:

Esse recurso funcionará como um fundo de reserva, composto por um percentual do lucro mensal. Pode ser estabelecido um teto máximo, por exemplo. Dessa forma, quando atingido, não será preciso novas alocações de recursos. Tal recurso poderá ser usado para cobrir eventuais desembolsos que ocorram ao longo do ano.

- Empréstimos:

Situações em que o empreendedor necessitará de recursos para alavancar os negócios poderão surgir. É preciso estar atento ao que o mercado oferece, pesquisar

todas as opções disponíveis. Atentar para as condições de pagamento, juros, taxas.

- **Objetivos:**

Após a definição dos objetivos, é preciso elaborar e implementar os planos de ação, tendo em vista e minimização dos erros.

- **Utilização de softwares:**

As novas tecnologias são extremamente importantes para a realização das atividades de gerenciamento, por possibilitarem um controle rápido e eficaz. É preciso consultar no mercado as várias ferramentas disponíveis e escolher a mais adequada às suas atividades.

27.

O Sebrae possui diversas ferramentas de gestão e conhecimento que podem ajudar a impulsionar o seu negócio. Para consultar a programação disponível no seu estado, entre em contato pelo telefone 0800 570 0800. Ele oferece inúmeras opções de orientações empresariais e capacitações:

- **Cursos online e gratuitos:**

<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/cursosonline>

- Para desenvolver o comportamento empreendedor: Empretec – Metodologia que proporciona o amadurecimento de características empreendedoras, aumentando a competitividade e as chances de permanência no mercado;

- Para quem quer começar o próprio negócio: Plano de negócios – Orienta na busca por informações sobre o ramo, os produtos, os serviços a serem oferecidos, além dos clientes, concorrentes e fornecedores.

- **Para quem quer inovar:**

- o Ferramenta Canvas online (gratuita) – Ajuda o empreendedor a identificar como pode se diferenciar e inovar no mercado: <https://www.sebraecanvas.com/#/>

- o Sebraetec – Oferece serviços especializados e customizados para implantar soluções em sete áreas de inovação;

- o ALI – Programa Agentes Locais de Inovação é um acordo de cooperação técnica com o CNPq, com o objetivo de promover a prática continuada de ações de inovação nas empresas de pequeno porte.

28.

- Portal Sebrae: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae>
- Granatum financeiro (organização financeira):
<https://www.granatum.com.br/financeiro/>
- BuzzLead (plataforma de marketing): <https://buzzlead.com.br>
- Simulado de negócios Sebrae: <http://simulador.ms.sebrae.com>

Fampe: <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/rr/sebraeaz/entenda-o-que-e-o-fundo-de-aval-as-micro-e-pequenas-empresas-fampe,79a60e1dca987610VgnVCM1000004c00210aRCRD>

- Planilhas para gestão empresarial:
<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/planilhas-que-facilitam-a-gestao-empresarial,85e44e64c093d510VgnVCM1000004c00210aRCRD>
- Planilhas para gestão financeira:
<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/planilhas-que-facilitam-a-gestao-financas,b6354e64c093d510VgnVCM1000004c00210aRCRD>
- Planilhas para controle financeiro:
<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/mg/sebraeaz/planilhas-de-gestao-financeira,5d4049fe44fe6610VgnVCM1000004c00210aRCRD>