

Saiba como montar

Salão de Beleza

Prestação de serviço

SEBRAE Minas

Lázaro Luiz Gonzaga
Presidente do Conselho Deliberativo

Afonso Maria Rocha
Diretor Superintendente

Luiz Márcio Haddad pereira dos Santos
Diretor Técnico

Fábio Veras de Souza
Diretora de Operações

Unidade de Atendimento Individual ao Empreendedor

Mara Veit
Gerente

Ariane Maira Chaves Vilhena
Laurana Silva Viana

Haroldo Santos Araújo
Viviane Soares da Costa

Equipe Técnica

Empresários Entrevistados

Luiz Martins, Luciene Rodrigues, Nilo Verçosa Vieira da Mota

Consultoria Jurídica

Chaves Vilhena Advogados Associados

Revisão de Português

Alisson Campos

Design de Ambientes

ADEQUA – Design de Ambientes
Coordenação: Paula Glória Barbosa
Apoio: ED/UEMG – IED/UEMG

Design Gráfico

Centro de Estudos e Desenvolvimento de Projetos de Design - ED/UEMG
Coordenação: Silvestre Rondon Curvo
Professor Orientador: Frederico Motta
Desenvolvimento: Daniella Salles e Gabriel Coutinho

2013- SEBRAE Minas

Todos os direitos reservados. É permitida a reprodução total ou parcial, de qualquer forma ou por qualquer meio, desde que divulgadas as fontes.

Apresentação

Quer abrir o seu próprio negócio? Ponto de Partida: aqui começa o sucesso.

O Ponto de Partida é um produto do Sebrae Minas, que reúne informações essenciais sobre os vários aspectos da abertura de um negócio. Ele é dividido em dois manuais, um com aspectos gerais e outro com específicos.

Neste manual, você encontrará informações relativas ao negócio de seu interesse, que respondem a questões do tipo “como funciona o empreendimento?”, “quais os equipamentos necessários?”, “existe legislação específica?”, “quais são as instituições ligadas a esta atividade?”, entre outras.

No entanto, o presente produto contém orientações gerais para orientar o candidato a empresário, não podendo o Sebrae Minas se responsabilizar pelo resultado final do empreendimento. O sucesso do negócio dependerá de outros fatores como, por exemplo, experiência, comportamento empreendedor, mercado, entre outros.

A equipe de profissionais responsável pelo produto tem a preocupação de manter as informações atualizadas, por meio de consultas em diversas fontes: instituições setoriais, consultores especializados, associações, sindicatos e empresários.













O Sebrae Minas dispõe de programas que orientam e capacitam os empreendedores e empresários no desenvolvimento dos negócios. **Para mais informações, visite um dos Pontos de Atendimento, acesse www.sebraemg.com.br ou ligue 0800 570 0800.**



Atenção

É recomendável a leitura do manual “Como abrir uma empresa de serviço”, para obtenção de outras informações importantes e complementares.

Sumário

- 5  O negócio
- 11  Design de ambientes
- 14  Recursos humanos
- 17  Equipamentos, produtos e serviços
- 19  Voz da experiência
- 22  Defesa do consumidor
- 23  Legislação específica
- 31  Endereços úteis
- 32  Cursos e eventos
- 33  Sugestões de vídeo
- 34  Sugestões para leitura
- 35  Referências

O negócio



Saiba mais sobre a montagem e o funcionamento do seu futuro empreendimento

De acordo com a Classificação Nacional de Atividades Econômicas – CNAE, a atividade de **salão de beleza**¹ se caracteriza como **cabeleireiros (9602-5/01)** e compreende:

- As atividades de lavagem, corte, penteado, tingimento e outros tratamentos do cabelo;
- Os serviços de barbearia.
- As atividades de manicure e pedicure.

E as **atividades de estética e outros serviços de cuidados com a beleza (9602-5/02)** compreendem:

- As atividades de limpeza de pele, massagem facial, maquiagem etc.;
- A atividade de depilação;
- As atividades de massagem estética e para emagrecimento.;
- As atividades de spas que não operam estabelecimentos hoteleiros;
- Outras atividades de tratamento de beleza não especificadas anteriormente.

Alerta

Nada impede que você explore atividades cumulativamente, como serviços de cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza, mas lembre-se de fazer constar nos atos constitutivos (Contrato Social), na cláusula do objeto social, as duas atividades.

Verifica-se um aumento significativo da preocupação das pessoas com a aparência, que está cada vez mais associada ao bem-estar e ao *status*. A tendência é mundial: ser bonito é ser saudável e feliz.

Em busca de uma identidade de beleza, milhares de pessoas buscam profissionais dotados de uma incrível criatividade, para transformar a sua inspiração em serviços. Eles são capazes de concretizar os sonhos e reforçar a autoestima de seus clientes, contribuindo para o bem-estar destes.

¹ A classificação acima é uma indicação para melhor entendimento do negócio e o que ele compreende. O Sebrae Minas se isenta de responsabilidades quanto ao enquadramento do negócio na CNAE, devendo o empreendedor consultar as autoridades fiscais e um profissional de contabilidade antes mesmo do registro da empresa.

As indústrias e empresas prestadoras de serviços ligados à área de beleza se expandem em todo o mundo. No Brasil, o setor vem batendo recordes anuais, exercendo influência no aumento do Produto Interno Bruto (PIB). Esse crescimento tende a se manter, mostrando um futuro realmente promissor em um mercado com grande potencial.

O crescimento do setor de prestação de serviços de beleza é reforçado por algumas transformações, que afetaram a realidade econômico-social:

- Investimentos maciços na área da beleza, reduzindo os custos de produção, gerando mercadorias mais baratas, mais eficazes e tecnologicamente melhores;
- Crescimento constante do número de profissionais ligados à beleza e, conseqüentemente, de salões e centros de estética;
- Aumento da exigência social em relação a uma boa apresentação;
- Aumento da concorrência, com o ingresso de novos fabricantes, principalmente empresas multinacionais.

O talento para cortar e pentear cabelos, reconhecido inicialmente pelos amigos e familiares, costuma ser o primeiro sinal de vocação para o ramo. Os profissionais dessa área, além do talento para perceber onde estão os potenciais clientes, devem ter experiência e sabedoria para ouvir a clientela e conquistá-la, o que é essencial para o sucesso do empreendimento.

O investimento para a montagem de um salão de beleza varia conforme o leque de serviços, a quantidade de pessoas a serem atendidas simultaneamente e o padrão de conforto das instalações. Mas você poderá iniciar o negócio com baixo investimento, se, por exemplo, o atendimento for realizado em sua casa como microempresa ou Microempreendedor Individual.

É um ramo que pode se tornar muito rentável, sobretudo à medida que o profissional se torna conhecido pela clientela.

Atendimento

Um salão de beleza oferece serviços para o público adulto, infantil e terceira idade. Nas ocasiões especiais, esse público pode ser atendido por meio de pacotes de casamentos, festas de debutantes, bodas, entre outros.

Atualmente, os salões estão se remodelando e anexando serviços de estética e terapias alternativas (drenagem linfática, massagens, entre outros). Esse comportamento demonstra uma mudança nos negócios da beleza, em função da demanda cada vez mais exigente. Os serviços da área de estética, realizados em clínicas especializadas, são mais elaborados, exigem estrutura mais complexa e profissionais mais qualificados. São serviços ligados não só à beleza, mas também à saúde. Entretanto, é necessário que

você fique atento à legislação específica e à responsabilidade técnica, de acordo com os serviços que serão oferecidos.

Você poderá avaliar a prestação de serviços em domicílio, caso entenda que esse possa ser um diferencial para o negócio. Em caso de festas, casamentos e outros eventos sociais você pode optar por deslocar uma equipe para o atendimento na residência dos clientes.

Sugere-se que sejam cadastrados os clientes do salão, incluindo o histórico de cada um. Dessa forma, além dos dados pessoais, você terá acesso aos serviços que ele utilizou e produtos que adquiriu. Se por um acaso ele chegar ao salão reclamando, você poderá conferir quem o atendeu, quanto ele pagou pelo serviço e poderá tomar as providências. Além disso, poderá saber quanto ele gasta mensalmente, quais são os interesses dele e oferecer possíveis tratamentos complementares.



Alerta SEBRAEMinas

Consultoria de Finanças

O alto percentual de inadimplência é um dos problemas mais comuns em salões de beleza. É preferível faturar menos a abrir crédito para muitos clientes e receber de poucos. Quando um cliente não paga, o salão perde os produtos que foram utilizados, o valor da hora trabalhada e a oportunidade de ter feito outro atendimento. Portanto, é importante ter critério ao abrir crédito e deixar claro para o cliente as normas de cobrança para eventuais atrasos.

Modelos de negócios

Em um mercado cada vez mais competitivo as empresas precisam criar valor para seus produtos e serviços. Uma alternativa tem sido elaborar modelos de negócios que superem as expectativas dos clientes, resolvendo, muitas vezes, desejos ou problemas que eles nem imaginavam que tinham.

Esmalteria

Este modelo de negócio que vem crescendo muito no Brasil e são especializados em produtos e serviços para pés e mãos, uma vez que o esmalte se consolidou como um acessório feminino e alcançou, inclusive, a faixa etária mais jovem.

Algumas esmalterias investem apenas na venda de esmaltes das mais variadas cores e marcas, com grande variedade de texturas. Mas existem outras que ampliam a oferta de serviços e atuam também como um SPA dos pés e mãos, aplicação de unhas postiças, decoração de unhas, dentre outros.

Em ambos os casos, o diferencial nesse tipo de negócio é o atendimento especializado, além de um ambiente com uma proposta inovadora no que se refere a experiência de compra.

Assim, além do cliente poder experimentar vários produtos ainda poderá relaxar durante a execução dos serviços.

Caso opte em oferecer apenas os serviços de manicure e pedicure, o ambiente deve ser mais sofisticado do que em alguns salões. O mobiliário deve ser pensado para oferecer o máximo de conforto e relaxamento aos clientes. Pois, os clientes muitas vezes procuram esse local para fugir do ambiente barulhento e tumultuado dos salões convencionais.

Para atender este conceito pode ser oferecida música ambiente, além dos serviços de bar ou cafeteria para que os clientes possam utilizar o tempo para relaxar e até socializar com outros clientes.

Mercado étnico

O mercado étnico é um bom nicho de mercado para você se especializar. Mas lembre-se de que os produtos deverão ser específicos para cada caso, por exemplo, peles morenas e negras e para os cabelos crespos.

As técnicas que devem ser dominadas pelo cabeleireiro compreendem o "*defrisand*", para fazer finas tranças bem unidas; o "*curly*", para alisar cabelo masculino curto e o "*relax*", que transforma fios encaracolados em lisos.

Como alternativa para fidelizar o cliente, o espaço pode ser transformado em Centro Cultural oferecendo acesso a cultura e informação.

Terceira idade

O salão pode ser especializado no atendimento da terceira idade, oferecendo tipos de cortes e tratamentos voltados para as senhoras e os senhores. É sempre bom lembrar que eles gostam muito de conversar, já que possuem muito tempo livre. Portanto, os funcionários devem ser pacientes e solícitos. Além disso, é importante tomar cuidado com os produtos usados, visto que a saúde de muitos é debilitada.

Outro fator muito importante é com relação a estrutura do salão (evitar escadas, piso deve ser antiderrapante etc).

Funcionamento do salão

Requisitos básicos

- Um aspecto primordial e que merece atenção redobrada refere-se à esterilização dos materiais e instrumentos utilizados pelas manicuras e pedicuras. Fazer a desinfecção periódica do local, dos equipamentos e utensílios é uma exigência das autoridades sanitárias. Obrigações à parte, os quesitos limpeza e higiene são fundamentais para conquistar e manter a clientela;
- Se trabalhar com hora marcada, nunca atrase para atender o cliente, portanto, evite esperar por um cliente retardatário;
- Pesquise o preço da concorrência antes de elaborar tabelas e fazer promoções.

Você poderá destacar-se da concorrência mantendo uma relação justa entre preço-qualidade, instalações agradáveis e cômodas, além de equipamentos e técnicas atualizadas.

Invista também em informática. Essa ferramenta torna-se aliada dos investidores do segmento, pois facilita e incrementa seus serviços por meio de programas específicos em que, por exemplo, o cliente pode visualizar vários tipos de corte, tintura, penteado.

Além dessa facilidade, existem programas que auxiliam no controle administrativo do salão: finanças, agenda, estoque, cadastro de clientes, comissão de funcionários etc. Esses e outros recursos não são mero luxo. Os cabeleireiros sabem que com a oferta de um serviço mais sofisticado podem aumentar sua margem de lucro. A automação é o caminho inevitável para os salões que querem acertar o passo com a modernidade.

A revenda de produtos nos salões é significativa também, tanto do ponto de vista dos cabeleireiros, quanto das empresas revendedoras de cosméticos. Os produtos são destinados, principalmente, à lavagem, hidratação, maquiagem e manutenção dos serviços.

A venda de produtos para os clientes também é bem-vinda. Entretanto, é preciso tomar cuidado, pois ele é complementar aos serviços prestados e não o foco do negócio. Sugere-se que os produtos sejam oferecidos como complementação aos serviços prestados e forma de manutenção dos tratamentos. O profissional de beleza irá atuar como um consultor, não como vendedor, já que é um especialista analisando aquilo que será o melhor para os clientes naquele momento.

Sugere-se que o *mix* de produtos seja composto avaliando os seguintes aspectos: marcas já pulverizadas no mercado, qualidade dos produtos, eficácia dos resultados, posição no mercado, confiança dos profissionais ao utilizar os produtos, aprovação técnica e, por fim, margem de lucro.

É fundamental ainda não ignorar que riscos existem em qualquer negócio. Para minimizá-los, é necessário tomar certas precauções, tanto na implantação como no dia a dia da empresa. Os fatores principais são: conhecimento do ramo, profissionalismo dos funcionários, bom atendimento e boa utilização da propaganda. Também são de vital importância a boa apresentação, tanto do estabelecimento como dos funcionários, além da prestação de serviços de excelente qualidade.



Dicas

- **Podem ser vendidos bebidas e lanches no salão.** Muitos clientes são atendidos no horário do almoço ou do jantar e eles podem aproveitar o momento de espera para comer alguma coisa. Nesse caso, você deverá consultar a Vigilância Sanitária local para mais esclarecimentos. A fiscalização sanitária será periódica e obrigatória.
- **Tenha várias opções de pagamento:** a aceitação de cartões de crédito e débito agrada muito aos clientes.
- **Música ambiente também é uma ideia.** Porém, deve-se consultar o Escritório Central de Arrecadação e Distribuição (Ecad).

Design de ambientes



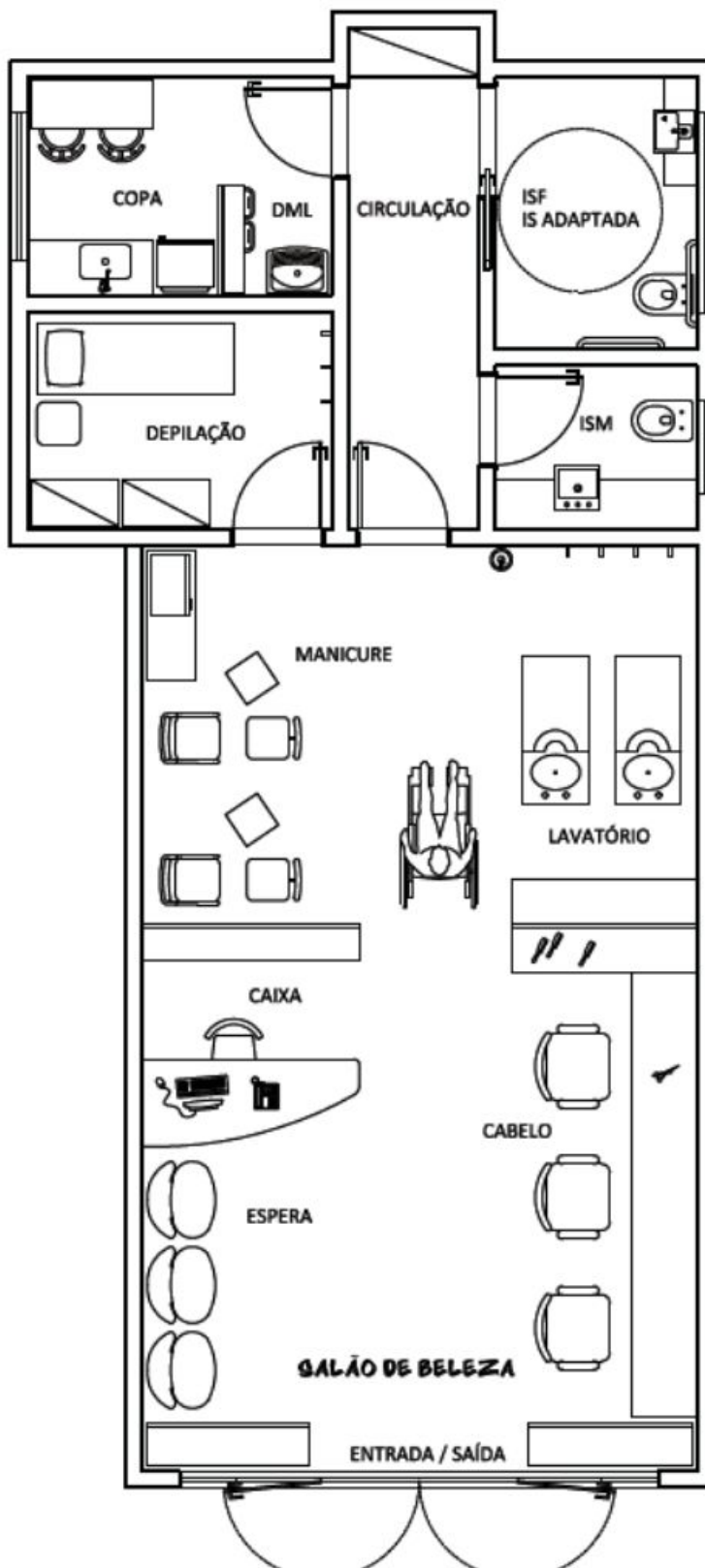
Valorize o espaço físico de sua empresa

O *design* de ambientes compreende o planejamento de ocupação e uso dos espaços, alinhando aspectos conceituais, funcionais, estéticos e econômicos. Esse trabalho proporciona ambientes confortáveis, eficientes e produtivos ao trabalho, ao modo de viver das pessoas e aos ambientes empresariais. É uma estratégia de diferenciação..

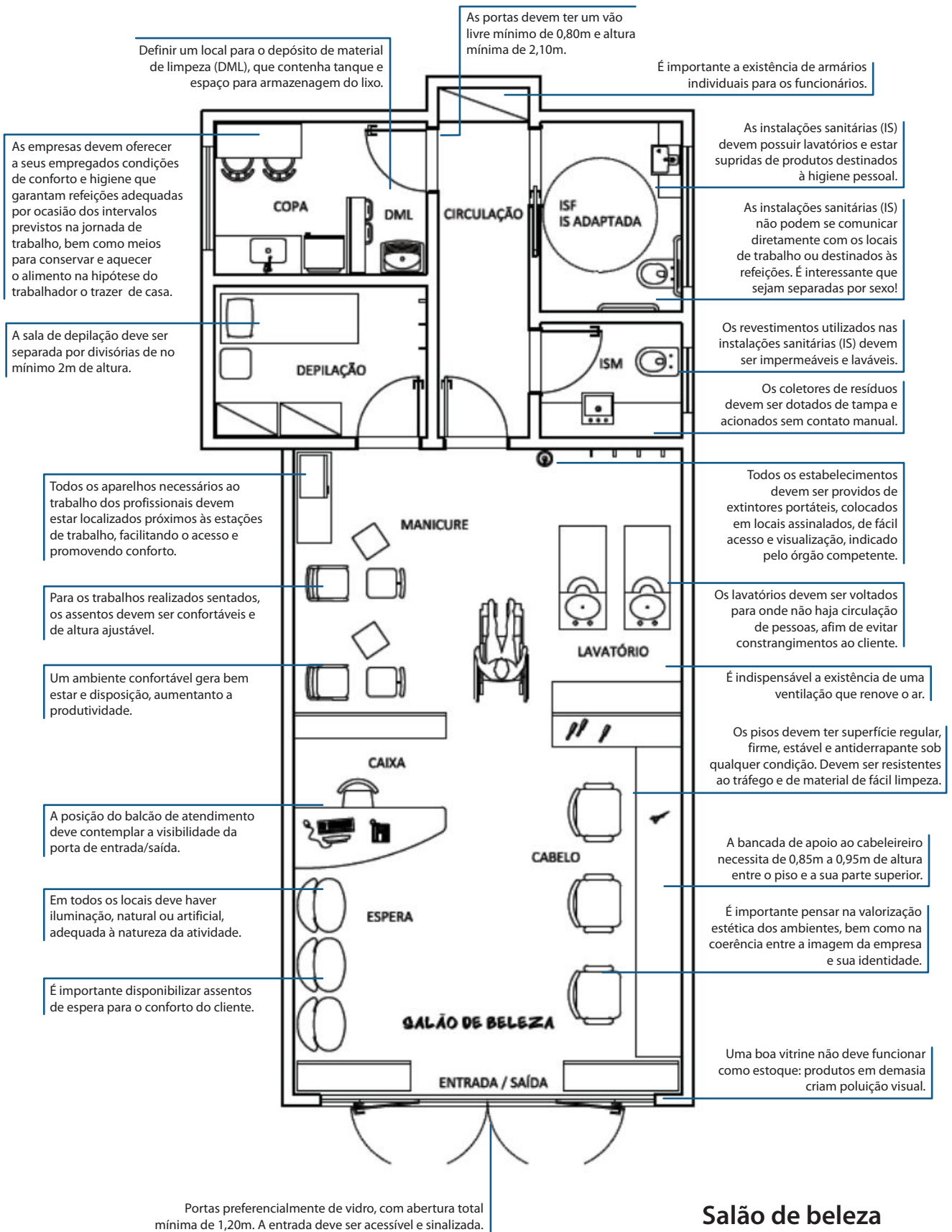
Para elaboração de projeto que atenda às necessidades específicas de seu negócio, consulte um profissional especializado: o *designer* de ambientes.

Fundamentação legal

- a) **Norma Regulamentadora do Ministério do Trabalho e Emprego – NR 23** - Proteção contra incêndios e pânico;
- b) **Norma Regulamentadora do Ministério do Trabalho e Emprego – NR 24** - Condições sanitárias e de conforto nos locais de trabalho;
- c) **Norma Técnica da Associação Brasileira de Normas Técnicas – NBR 9050** - Acessibilidade a edificações, mobiliário, espaços e equipamentos urbanos;



Salão de beleza
Desenhosemescala



Salão de beleza
Desenhosemescala

Recursos humanos



Possua um quadro de colaboradores à altura

Sugestão de composição de equipe de trabalho, que irá variar de acordo com a estrutura do negócio:

- Cabeleireiro(a)
- Depilador(a)
- Esteticista
- Manicura e pedicura
- Manobrista
- Podólogo(a)
- Recepcionista
- Segurança

Há também alguns prestadores de serviços que você poderá precisar:

- Advogado
- Arquiteto
- Bombeiro hidráulico
- Contador
- Decorador
- Eletricista
- Pedreiro
- Pintor

Os serviços de um salão de beleza estão diretamente ligados à boa aparência, vaidade e autoestima das pessoas. Os clientes esperam ser atendidos com profissionalismo, delicadeza, competência e presteza.

Contar com funcionários competentes, com conhecimentos práticos e teóricos, interessados em manter-se sempre atualizados com a moda e, de preferência, que já disponham de uma clientela será mais um ponto positivo para o negócio. Além disso, os funcionários deverão atuar como consultores capazes de orientar e sugerir, em vez de somente cumprirem as solicitações dos clientes. Assim, a opinião de um especialista é fundamental para auxiliar e apresentar opções de cortes ou tratamentos favoráveis a cada gosto, de acordo com a personalidade do cliente de maneira a evitar insatisfação.

Observa-se que os profissionais estão se tornando cada vez mais multifuncionais e investindo na sua formação e capacitação em outras áreas. Isso é interessante tanto para os profissionais, que poderão variar e oferecer mais serviços, quanto para a empresa, que irá diminuir seus custos, contratando um número menor de pessoas.

Você também deverá conhecer as técnicas de beleza, para avaliar a qualidade dos serviços prestados pelos funcionários e, em alguns casos, substituir o colaborador em um eventual imprevisto.

Não se esqueça de que os clientes observam os funcionários do salão. Por isso, devem cuidar da aparência e refletir a boa imagem do empreendimento.

Problemas de atendimento e de falta de prática são, em geral, as razões que levam os clientes a trocar de salão. Raramente, eles apresentam, de forma espontânea, uma avaliação da qualidade do serviço recebido. Muitas vezes, clientes insatisfeitos deixam de frequentar o salão sem fornecer informações que permitam a tomada de ações corretivas.



Alerta SEBRAE Minas

Consultoria de Recursos Humanos

Realize reuniões periódicas (semanais ou quinzenais) com disciplina gerencial suficiente para não cancelar por qualquer motivo. Oriente a equipe quanto à postura e profissionalismo necessários para a melhor qualidade do atendimento e do resultado do trabalho do salão.

Remuneração

Em alguns salões, a remuneração é exclusivamente baseada nas comissões. Em outros, é pago um salário fixo, acrescido ou não de comissão. Lembre-se de que você deverá garantir um salário mínimo como remuneração, sempre.

Muitas vezes, no início das atividades do negócio, o empreendedor opta por trabalhar somente com comissões. Assim, os colaboradores são incentivados a conquistarem mais clientes, trabalham com vontade e qualidade para manter a clientela. Posteriormente, quando o funcionário já conquistou seu espaço e confiança do empreendedor, acaba-se optando por salário fixo e comissão.

O valor da comissão depende de alguns fatores, como o serviço que está sendo prestado e o material de trabalho. Nas empresas em que os profissionais já recebem o material de trabalho, a comissão poderá ser menor do que naquelas em que o próprio profissional arca com os custos dos produtos que utiliza.

Material de trabalho é tudo aquilo utilizado na prestação dos serviços - xampus, cremes, hidratantes, esmaltes, cera. No mercado, em cerca de 40% dos salões, o profissional arca com os custos de seus produtos. Quanto aos instrumentos e aparelhos, eles podem ser do salão ou do profissional.

Como alguns colaboradores podem ser autônomos, e outros, funcionários com carteira assinada, é importante você consultar um advogado para se informar sobre as questões relativas às relações de emprego.



Pergunta frequente

Devo contratar empregado ou autônomo para o meu salão de beleza?

É importante destacar a diferenciação entre empregado e autônomo. Caso a pessoa que preste serviços no salão trabalhe em outros salões, prestando serviços de forma **não subordinada** diretamente ao seu empreendimento, fazendo os horários que são mais convenientes, recebendo somente comissões, não será considerada empregada nos termos da legislação trabalhista.

Contudo, vale destacar que em sendo empregado, ou seja, que tenha subordinação direta ao salão, trabalhe de forma contínua, receba em forma de salário ou comissão o salão deverá assinar a Carteira de Trabalho do funcionário, assumindo todos os encargos fiscais oriundos dessa contratação.

É importante realçar que, caso o funcionário seja empregado do salão, você não poderá exigir que ele compre os materiais de trabalho, nem tampouco descontar de seu salário esses valores, pois o risco da atividade e os ônus são suportados somente pelo empregador.



Atenção

Há profissionais da área de beleza que não estão preparados para o sucesso. Com a melhoria dos ganhos financeiros e com a preferência dos clientes é comum que a vaidade apareça. Nessa situação, há profissionais que começam a querer ditar as normas, comprometer-se menos e ameaçar o dono do salão, pois entendem que sua saída do estabelecimento pode resultar em prejuízos (perda do profissional, perda de clientes e queda no faturamento). É importante que o empreendedor esteja atento ao comportamento dos colaboradores e deixe claro que é ele quem estabelece as regras de funcionamento do salão.

Equipamentos, produtos e serviços



Do que você precisa para montar



LM Studio - BH

Serviços prestados

- Alongamento de fios (cabelos e cílios)
- Argiloterapia
- Bandagem fria
- Banho de lua
- Bronzeamento artificial
- Corrente russa
- Cortes de cabelo
- Depilação
- Dermopigmentação
- Drenagem linfática
- Escovas comuns e especiais (escova de chocolate, progressiva, japonesa etc.)
- Hidratação de cabelos, pés e mãos
- Infravermelho longo
- Lavagem de cabelos
- Limpeza de pele
- Manicura
- Manta térmica
- Maquiagem comum e definitiva
- Massagens manuais
- Pedicura
- **Peeling**
- Penteados
- Permanente (de cabelos e cílios)
- Reflexos
- Relaxamento
- Secagem de cabelos
- Sobrancelha comum e definitiva
- Tintura
- Tintura de cílios e sobrancelhas
- Unhas esculpidas
- Vinhoterapia



Studio de Beleza Fascinação - BH

Equipamentos

- Balcão para recepcionista
- Bancadas
- Banquetas para manicura
- Cadeiras para salão de beleza comum (adulto e infantil)
- Carrinho para apoio dos materiais
- Escovas
- Espelhos (que não distorçam a imagem)
- Lavatórios
- Maca almofadada para depilação e massagem
- Mobiles circulantes para material de apoio (escovas, bobs, grampos, touca etc.);
- Pentes
- Pranchas
- Produtos para todos os tratamentos
- Rádio
- Revistas
- Secadores
- Sofá ou cadeiras para sala de espera
- Televisão
- Tesouras



Alerta SEBRAE Minas

Consultoria de Marketing

Como você está iniciando um negócio, trabalhe com produtos e insumos que sejam referência de marca no mercado. Dessa forma, você transmite a ideia de credibilidade, qualidade e segurança para os clientes. Após alguns anos no segmento, trabalhando com seriedade, a imagem do salão já estará atrelada à ideia de confiança. Nesse momento, os clientes confiarão mais nos profissionais, que passarão a atuar como consultores de beleza e, aí sim, será possível usar produtos menos conhecidos, que também sejam de qualidade.

Voz da experiência



Inspire-se com depoimentos de empresários do setor



- **Empresário:** Luiz Martins
- **Salão de beleza:** LM Stúdio (três unidades)
- **Localização:** zona sul de BH (MG) – áreas residenciais e comerciais
- **Ano de abertura de negócio:** 1979
- **Número de funcionários:** 150
- **Número de alunos:** 50 mil
- **Produtos e serviços do SEBRAE Minas:** manuais da Série Como Elaborar.

Perfil empreendedor

“Eu fui funcionário autônomo por seis anos, tinha um fluxo de clientes muito alto e queria muito melhorar minha condição financeira. Como gosto de desafios, de correr riscos calculados, de trabalhar muito e também sou inquieto e impetuoso, montei meu negócio e deu certo. O sentimento de que eu podia gerar empregos também sempre me agradou muito. Hoje, estou cercado de excelentes profissionais”.

Estrutura do negócio

“Comecei com um salão muito simples. Não tínhamos um lavatório decente, lavávamos o cabelo das clientes no banheiro. Era uma estrutura de 90 m². Uma vez, atendi uma senhora que me disse: ‘Você tem um trabalho muito bom, mas a sua moldura é muito ruim!’ Isso foi um incentivo para mim, para mudar para um lugar melhor, mais confortável. Por isso, dez anos depois de abrir esse salão, comprei o imóvel LM do bairro de Lourdes”.

Foco no perfil dos clientes

“Sempre trabalhei com clientela de classe alta, mesmo quando abri meu primeiro salão. Não temos política de descontos e nem promoções. Quando fiz isso, algumas clientes não gostaram. Acredito que elas venham aqui justamente porque o público é selecionado”.

Diferenciais

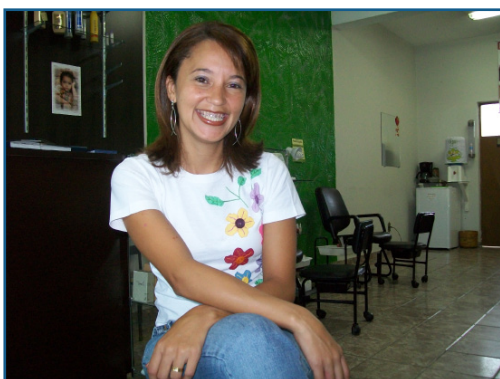
“A credibilidade alcançada todos os dias. A qualidade do atendimento, a simpatia, o preço adequado ao público, a higiene e beleza do salão também importam muito”.

Movimento do salão

“Nos finais de semana atendemos aproximadamente 750 pessoas por dia nas três unidades. Já em janeiro e fevereiro, sempre há uma queda de 20% no movimento”.

Divulgação

“A melhor propaganda, sem sombra de dúvidas, é o boca a boca. *Folders* com as novidades, DVDs apresentando a estrutura do salão para as clientes levarem para casa e um bom site também ajudam”.



- **Empresária:** Luciene Rodrigues
- **Salão de beleza:** Stúdio de Beleza Fascinação
- **Localização:** zona leste de BH (MG) – área residencial
- **Ano de abertura de negócio:** 2002
- **Número de funcionários:** 4
- **Número de alunos:** 300
- **Produtos e serviços do SEBRAE Minas:** manuais da Série Como Elaborar.

Perfil empreendedor

“Enquanto eu era secretária, resolvi tentar trabalhar com cabelos, já que sempre tive interesse. Então atendia algumas clientes após o expediente e, como foi dando certo, tive coragem e persistência para arriscar”.

Estrutura do negócio

“Fiz cursos no Senac, montei um salão na minha casa, ele foi crescendo, até que eu pude alugar o espaço em que estou hoje. Tive que ir juntando dinheiro e comprando tudo aos poucos. É a melhor opção. Não podia pegar um financiamento sem saber se meu salão iria dar certo. É preciso ir devagar e ir melhorando aos poucos”.

Busca por fornecedores

“Quando estava montando o ‘Fascinação’, lógico, os fornecedores não me conheciam. Então, tive que procurá-los. Eu ia a salões e observava quais produtos eram usados, também pedia indicações de outros empresários e cabeleireiros. Nos cursos que fiz, tive ajuda dos professores. Além disso, os próprios fornecedores realizam cursos para divulgação dos produtos”.

Atendimento aos clientes

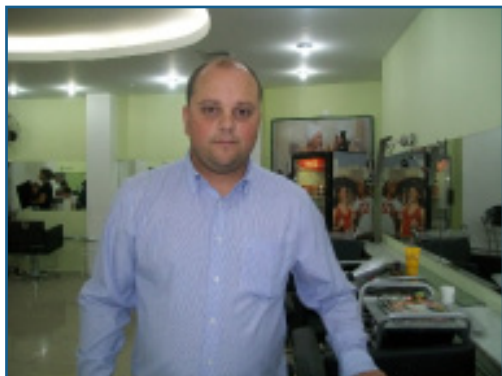
“Se você trata a cliente muito bem, mas a escova não saiu exatamente como ela queria, ela tende a voltar e lhe dar uma segunda chance. Mas se o profissional é mal-educado, mas o serviço ficou bom, muitas vezes a cliente não volta. Por isso, sempre devemos atender da melhor forma possível. Aqui no salão, temos televisão; se o cliente estiver com fome, vendemos lanches; e ainda quero muito montar uma área de brincadeiras para as crianças que vêm com as mães, como eu tinha no meu antigo salão”.

Divulgação

“Antes de inaugurar o salão é legal panfletar na região, para que os moradores saibam da sua existência. Tenho cartões de visita também e divulgo promoções e descontos em folders”.

Tendência

“A área de podologia está crescendo muito, os clientes procuram pelo chamado spa dos pés com frequência”.



- **Gerente:** Nilo Verçosa Vieira da Mota
- **Salão de beleza:** Salão Bom Pastor
- **Localização:** Região Centr-sul de BH (MG)
- **Ano de abertura de negócio:** 1967
- **Número de funcionários:** 35

Capital de giro

“Além do capital de giro do início, é importante manter sempre capital de giro disponível – salões de beleza sofrem quedas bruscas de faturamento em meses de férias escolares e em períodos de temperaturas muito baixas.”

Estrutura

“O salão deve ser montado para o seu público, e não para você. Percebemos que muitas pessoas gastam um dinheiro absurdo em mobiliários e em estruturas que a clientela não está disposta a pagar por aquilo. Se a dívida é maior do que você necessita, o retorno pode ser pequeno ou nem existir e isso pode ser o principal motivo para a ‘quebra’ da empresa.”

Contratação de profissional

“Quem vai montar o salão tem que ter um cuidado muito grande na hora de contratar os profissionais. É preciso conhecer a qualificação dessas pessoas. Beleza é um negócio sério e os prejuízos podem ser grandes. O poder aquisitivo subiu, mas o nível de exigência também subiu. As pessoas não se incomodam de pagar mais caro, porém, querem serviços de qualidade.”

Gestão de custos

“O controle dos gastos e a definição dos preços dos serviços e produtos devem ser uma preocupação constante na administração de um salão de beleza. Nos nossos cursos enfatizamos muito essas questões. É preciso saber quanto se gasta de água, aluguel etc. Mesmo que o salão seja na sua casa e você não pague aluguel nem despesas é preciso separar o que são as contas do salão e as contas da sua casa.”

Tendência

“Eu acho que a parte de estética masculina é um campo a ser explorado. Um spa, de um dia, mas voltado para o público masculino é o grande filão, aí, pra frente.”

Atendimento

“O que não pode faltar em um salão é atendimento e isso engloba a higiene, a formação profissional, marketing, profissionalismo.”

Visão de futuro

“Conseguir criar uma Associação e através dela um selo de qualidade para os salões de beleza.”

Defesa do consumidor



Conheça os direitos do consumidor e prepare-se para atendê-lo

Para montar um salão de beleza, fique atento quanto aos seus direitos e deveres e evite penalidades dos órgãos fiscalizadores de consumo, tais como Procon, Movimento das Donas de Casa e Ministério Público. Seguem abaixo algumas dicas para o seu salão de beleza:

- Cuidado quanto à publicidade enganosa ou abusiva; nunca prometa algo que não possa cumprir;
- Forneça sempre informação clara e de fácil visualização do preço;
- Cuidado com possíveis formas de cobrança, nunca exponha o consumidor ao ridículo, nem o constranja ou o ameace;
- Cuidado com os utensílios e produtos utilizados. Nunca utilize utensílios e/ou produtos em desacordo com a ABNT, Inmetro, Anvisa etc., nem que possam acarretar riscos à saúde e segurança dos consumidores.

Os Órgãos de Defesa do Consumidor têm como obrigação legal a fiscalização das relações de consumo. A não observância das práticas acima sujeita o fornecedor às seguintes penalidades, entre outras, que poderão ser aplicadas isolada ou cumulativamente, sem prejuízo das de natureza cível e penal:

- Multa;
- Apreensão do produto;
- Inutilização do produto;
- Suspensão de fornecimento de produtos ou serviços;
- Suspensão temporária de atividade;
- Cassação de licença do estabelecimento ou de atividade;
- Interdição, total ou parcial, do estabelecimento;
- Imposição de contrapropaganda.

Lembre-se de que fornecedor, nos termos da Lei, é tanto o produtor, distribuidor, importador, exportador, construtor, comerciante, a loja que vende o produto, sendo normalmente responsáveis todos os fornecedores que, direta ou indiretamente, forneçam o produto ou o serviço.

O Código de Defesa do Consumidor, muito conhecido como CDC, foi instituído pela Lei Federal nº. 8.078/90 que visa, sobretudo, harmonizar os interesses de consumidores e fornecedores, assegurando:

- O atendimento das necessidades dos consumidores;
- O respeito à sua dignidade, saúde e segurança;
- A proteção de seus interesses econômicos;
- A melhoria da sua qualidade de vida, bem como a transparência e harmonia das relações de consumo.

Para outras informações, procure o Procon de seu município.

Fundamentação legal

a) Lei Federal nº. 8.078, de 11 de setembro de 1990 – Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências;

b) Decreto Federal nº. 2.181, de 20 de março de 1997 – Dispõe sobre a organização do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor – SNDC.

Legislação específica



Conheça as leis que regulamentam o negócio que você pretende montar

Considerações Iniciais

Não encontramos em nosso acervo registro de legislação específica que regulamenta atividade de salão de beleza. Contudo, em alguns municípios existe legislação própria que regulamente a atividade de salões de beleza, como é o caso de Belo Horizonte. Dessa forma a consulta direta à Prefeitura é necessária para maiores esclarecimentos sobre norma específica na cidade onde será explorada a atividade.

O empreendimento está sujeito à Fiscalização Sanitária periódica e obrigatória.

Em virtude da possibilidade de explorar atividades de estética e também oferecer serviços ligados à área de alimentação, é necessário tecer alguns comentários sobre os assuntos.

Fique atento às normas higiênicas e sanitárias do salão. Consulte a Vigilância Sanitária municipal antes de iniciar o negócio!

Exemplo de lei municipal que regulamenta a atividade

A título meramente exemplificativo, citamos a Portaria SMSA-SUS/BH 11/97, que aprova norma técnica especial referente às exigências sanitárias para salões de beleza, barbearias, manicuras, pedicuras e similares, para as atividades desenvolvidas no âmbito do município de Belo Horizonte.

Em virtude de legislações municipais próprias para o empreendimento, é indispensável que o empreendedor solicite informações detalhadas, sobretudo de ordem higiênico-sanitária, junto à autoridade municipal (prefeitura), para obtenção do alvará sanitário, antes de iniciar a exploração do empreendimento.

Orientações técnicas para estabelecimentos de estéticas e embelezamento no Estado de Minas Gerais

A Secretaria de Estado de Saúde de Minas Gerais formulou um protocolo de orientações técnicas para estabelecimentos que exerçam atividade de estética e embelezamento no Estado de Minas Gerais.

O empreendedor encontrará no documento regulamento acima mencionado, informações básicas sobre a documentação necessária para licenciamento, os padrões mínimos de infra-estrutura, como, por exemplo: ventilação, iluminação, rede, instalações elétricas e hidráulicas, plano de prevenção contra incêndio.

Entretanto, faremos, abaixo, algumas considerações necessárias.

- Mobiliários e equipamentos devem ser constituídos de material liso, não poroso, impermeável e de fácil limpeza e desinfecção;
- Tetos, pisos, paredes e bancadas devem ser constituídos de material de cor clara, impermeável, resistente ao processo de limpeza e desinfecção, e devem permanecer íntegros, isentos de rachaduras, ranhuras, frestas, trincas, infiltrações e mofo;
- Sanitários em número compatível com o público atendido (com lavatório, dispensador de sabão líquido, papel toalha, vaso sanitário com tampa, lixeira com pedal) – se necessário, separados por sexo e com instalação exclusiva para funcionários, com armário para guarda de pertences;
- A área de limpeza/desinfecção e esterilização deve possuir: bancada com pia, lavatório e bancada seca, autoclave e armário para guarda de material esterilizado. O comprimento da bancada deverá proporcionar condições adequadas às atividades realizadas de forma que não ocorra cruzamento de material limpo e sujo e que a qualidade do serviço seja garantida. Os equipamentos e instrumentais devem estar disponibilizados em quantidade suficiente para atender a demanda do estabelecimento respeitando os prazos para a esterilização;
- O proprietário também pode optar pela utilização de kits individuais solicitando aos usuários que façam uso de seu próprio alicate, espátula/afastador de cutícula, tesoura, dentre outros, ou que o usuário possua todo o material necessário;

- Sala de depilação com ceras fracionadas em porções suficientes para cada cliente com espátulas individuais e a utilização de pinças descartáveis ou passíveis de esterilização, sendo vetada a reutilização de sobras de ceras ou de qualquer outro produto químico;
- Um local exclusivo para refeições, não devendo ter comunicação direta com postos de trabalho, instalações sanitárias ou locais insalubres, providos de pia com bancada, armário para guarda de alimentos e utensílios, geladeira exclusiva para guarda de alimentos e equipamento para aquecimento de alimentos, quando houver necessidade de alimentação no local;
- Quando o estabelecimento realizar processamento de roupas, toalhas, etc., deverá disponibilizar área exclusiva para lavanderia e dispor de máquina lavadora, não sendo recomendada a lavagem manual de roupas utilizadas por clientes. As roupas limpas do estabelecimento deverão ser acondicionadas em local seco e limpo, sendo trocadas a cada cliente. O acondicionamento de roupas sujas deverá ser feito em recipiente plástico com tampa e identificado com a inscrição ROUPA SUJA;
- Os materiais e produtos utilizados devem conter informações como: procedência, registro no órgão competente, lote, validade e condições de conservação;
- Os profissionais que realizam procedimentos onde são utilizados materiais perfuro cortantes devem ser vacinados contra hepatite B e tétano, sem prejuízo de outras que forem necessárias, e manter no estabelecimento cópia do cartão de vacinação;
- Apresentar Plano de Gerenciamento de Resíduos Sólidos – PGRS e quando necessário, apresentar o Plano de Gerenciamento de Resíduos de Serviços de Saúde – PGRSS;
- Os estabelecimentos que oferecem serviços de cabeleireiros e congêneres ficam obrigados a afixarem em local visível ao público cartaz com os seguintes dizeres: *“O formol é considerado cancerígeno pela organização mundial de saúde quando absorvido pelo organismo por inalação e, principalmente, pela exposição prolongada. o formol pode causar o aparecimento de vários tipos de câncer, queimaduras na pele e mucosas, irritação nos olhos, reações alérgicas, debilitação da visão, dentre outros”;*
- Os materiais que entram em contato com o couro cabeludo (escovas, pentes, etc.) deverão ser limpos após cada cliente e as lâminas para barbear devem ser de uso único, ficando vetado o seu reprocessamento, sendo descartadas em recipiente rígido como material perfuro cortantes;
- É obrigatória a utilização de material descartável para proteção de macas e bacias de manicure e pedicure;
- São também considerados materiais de uso único lixas para unhas e pés, palitos e espátulas de madeira e esponjas para higienização ou esfoliação da pele.

Atividades de estética

Caso o salão de beleza cumule em suas atividades tratamentos de estética não ligados à área de saúde está dispensado da responsabilidade técnica, ou seja, não está obrigado a manter, em seus quadros, profissional habilitado cadastrado em órgão ou Conselho de Classe fiscalizador de profissão regulamentada.

Também não há obrigatoriedade de obter registro ou autorização expedido por órgãos fiscalizadores específicos, bastando obter os registros exigíveis das sociedades empresárias em geral.

Os tratamentos de estética oferecidos no salão de beleza não se relacionam à clínica de estética. O primeiro funciona para proporcionar embelezamento, sem submeter o cliente a tratamento da saúde. A clínica de estética pressupõe responsabilidade técnica atribuída a médico ou fisioterapeuta, submetendo o cliente a tratamentos terapêuticos e/ou até intervenções cirúrgicas.

Bronzeamento artificial

A Resolução RDC nº 56/09, expedida pela Anvisa, proibiu a importação, recebimento em doação, aluguel, comercialização e uso de equipamentos de bronzeamento artificial para finalidade estética, com emissão de radiação ultravioleta.

Dessa forma, o bronzeamento artificial fica vetado em âmbito nacional, até que outra norma se sobreponha à Resolução RDC nº 56/09 da Anvisa, podendo sujeitar o empreendimento infrator a sanções que vão de advertência, multa e até interdição do estabelecimento.

Serviços de alimentação

A venda de alimentos dentro do salão de beleza, mesmo não sendo a atividade preponderante do negócio, caracteriza serviço de alimentação e constitui atividade sujeita à incidência da Resolução - RDC/Anvisa nº 216, que instituiu o Regulamento Técnico de Boas Práticas para Serviços de Alimentação.

É recomendável que o empreendedor leia na íntegra Resolução-RDC nº 216, de 15 de setembro de 2004, da Agência Nacional de Vigilância Sanitária – Anvisa, para verificação de maiores detalhes quanto às normas específicas de edificações e instalações do empreendimento.

O Regulamento Técnico acima mencionado foi instituído pelo Ministério da Saúde, e seu estrito cumprimento não desobriga o empreendimento de observar outras normas incidentes sobre a atividade, principalmente de caráter higiênico-sanitário.

Agência Nacional de Saúde - Anvisa

A Agência Nacional de Vigilância Sanitária - Anvisa tem por finalidade institucional promover a proteção da saúde da população, por intermédio do controle sanitário da produção e da comercialização de **produtos e serviços** submetidos à vigilância sanitária, inclusive dos ambientes, dos processos, dos insumos e das tecnologias a eles relacionados, bem como o controle de portos, aeroportos e de fronteiras.

Plano de Gerenciamento de Resíduos de Serviços de Saúde – PGRSS

Os salões de beleza, em razão de sua atividade, produzem resíduos de serviços de saúde e, portanto, deve estar atento à Resolução 358/2005 do Conselho Nacional do Meio Ambiente – CONAMA, devendo elaborar e implantar o Plano de Gerenciamento de Resíduos de Serviços de Saúde – PGRSS, de acordo com a norma vigente.

A Resolução CONAMA nº 358/05 define PGRSS como documento integrante do processo de licenciamento ambiental, baseado nos princípios da não geração de resíduos e na minimização da geração de resíduos, que aponta e descrevem as ações relativas ao seu manejo, contemplando os aspectos referentes à geração, segregação, acondicionamento, coleta, armazenamento, transporte, reciclagem, tratamento e disposição final, bem como a proteção à saúde pública e ao meio ambiente.

Sistema de tratamento de resíduos de serviços de saúde, nos termos da Resolução acima citada é o conjunto de unidades, processos e procedimentos que alteram as características físicas, físico-químicas, químicas ou biológicas dos resíduos, podendo promover a sua descaracterização, visando a minimização do risco à saúde pública, a preservação da qualidade do meio ambiente, a segurança e a saúde do trabalhador.

Disposição final de resíduos de serviços de saúde, por sua vez, é a prática de dispor os resíduos sólidos no solo previamente preparado para recebê-los, de acordo com critérios técnico-constructivos e operacionais adequados, em consonância com as exigências dos órgãos ambientais competentes.

Cabe aos geradores de resíduos de serviço de saúde e ao responsável legal o gerenciamento dos resíduos desde a geração até a disposição final, de forma a atender aos requisitos ambientais e de saúde pública e saúde ocupacional, sem prejuízo de responsabilização solidária de todos aqueles, pessoas físicas e jurídicas que, direta ou indiretamente, causem ou possam causar degradação ambiental, em especial os transportadores e operadores das instalações de tratamento e disposição final, nos termos da Lei nº 6.938, de 31 de agosto de 1981.

Os geradores de resíduos de serviços de saúde, em operação ou a serem implantados, devem elaborar e implantar o Plano de Gerenciamento de Resíduos de Serviços de Saúde – PGRSS, de acordo com a legislação vigente, especialmente as normas da vigilância sanitária.

Cabe aos órgãos ambientais competentes dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios, a fixação de critérios para determinar quais serviços serão objetos de licenciamento ambiental, do qual deverá constar o PGRSS.

Plano de Gerenciamento de Resíduos Sólidos – PGRS

A Lei Federal nº 12.305/10, bem como Decreto Federal nº 7.404/10 instituem e regulamentam a Política Nacional de Resíduos Sólidos. Entre outras disposições torna obrigatória a elaboração de Plano de Gerenciamento de Resíduos Sólidos – PGRS para os geradores de resíduos sólidos oriundos de:

- I. Serviços públicos de saneamento básico, excetuados os resíduos domiciliares (os originários de atividades domésticas em residências urbanas) e os resíduos de limpeza urbana (os originários da varrição, limpeza de logradouros e vias públicas e outros serviços de limpeza urbana);
- II. Resíduos industriais - os gerados nos processos produtivos e instalações industriais;
- III. Resíduos de serviços de saúde - os gerados nos serviços de saúde, conforme definido em regulamento ou em normas estabelecidas pelos órgãos do Sistema Nacional do Meio Ambiente – Sisnama e do Sistema Nacional de Vigilância Sanitária – SNVS;
- IV. Resíduos de mineração - os gerados na atividade de pesquisa, extração ou beneficiamento de minérios;
- V. Estabelecimentos comerciais que gerem resíduos perigosos; ou que gerem resíduos que, mesmo caracterizados como não perigosos, por sua natureza, composição ou volume, não sejam equiparados aos resíduos domiciliares pelo poder público municipal;
- VI. Empresas de construção civil, nos termos de regulamento ou de normas estabelecidas pelos órgãos do Sisnama;
- VII. Responsáveis pelos terminais e outras instalações de resíduos de serviços de transportes (os originários de portos, aeroportos, terminais alfandegários, rodoviários e ferroviários e passagens de fronteira) e, nos termos do regulamento ou de normas estabelecidas pelos órgãos do Sisnama e, se couber, do SNVS, as empresas de transporte;
- VIII. Responsáveis por atividades agrossilvopastoris, se exigido pelo órgão competente do Sisnama, do SNVS ou do Sistema Único de Atenção à Sanidade Agropecuária – Suasa.

Os planos de gerenciamento de resíduos sólidos para microempresas e empresas de pequeno porte, assim definidas na Lei Complementar nº 123/06 tem critérios e procedimentos simplificados, salvo em caso da microempresa e empresa de pequeno porte ser geradora de resíduos perigosos.

Sanções por descumprimento da legislação sanitária

O descumprimento de normas de caráter higiênico-sanitárias pode gerar para o infrator as seguintes sanções:

- I. Advertência
- II. Multa
- III. Apreensão ou condenação da matéria prima;
- IV. Suspensão da atividade
- V. Interdição, total ou parcial, do estabelecimento

Conclusão

O funcionamento do salão de beleza depende da obtenção de Alvará Sanitário, a cargo da autoridade sanitária municipal da localidade onde o empreendedor pretende explorar a atividade.

É indispensável que o empreendedor solicite informações detalhadas, sobretudo de ordem higiênico-sanitária, bem como o Plano de Gerenciamento de Resíduos de Serviços de Saúde – PGRSS e Plano de Gerenciamento de Resíduos Sólidos – PGRS à autoridade sanitária municipal, antes de iniciar a exploração do empreendimento.

Considerando que a legislação municipal varia de acordo com cada localidade, torna-se necessário consultar diretamente a própria autoridade sanitária do município, a fim de obter informações detalhadas sobre a normatização da atividade.

A normatização ocorre em nível infralegal, mediante Portarias, Resoluções, Instruções Normativas e outros atos do Poder Executivo aprovados no âmbito da autoridade competente. Diante disso, a obtenção de informações detalhadas sobre a matéria depende de consulta prévia, a ser formulada diretamente às autoridades acima mencionadas.

O uso de equipamentos de bronzamento artificial para finalidade estética é vedado pela Resolução RDC nº 56/09 da Anvisa, podendo sujeitar o empreendimento infrator a sanções que vão de advertência, multa e até interdição do estabelecimento.



Importante

A legislação brasileira está sujeita a alterações constantes. É necessário e indispensável que o empreendedor solicite às autoridades fiscais informações atualizadas sobre exigências e requisitos legais, para a regularização da pessoa jurídica e a exploração da atividade econômica. .

As instruções recebidas sobre legislação devem ser confirmadas pela autoridades fiscais e pelo profissional de contabilidade responsável pela escrita fiscal da empresa.

Tipos de licenças necessárias para seu empreendimento:

- **Licença ou alvará de funcionamento** - Prefeitura
- **Vistorias e observância às normas de segurança**- Corpo de Bombeiros
- **Licença Ambiental**- Órgãos municipais ou estaduais de meio ambiente
- **Licença Sanitária** - Órgãos municipais, estaduais e federal de vigilância sanitária (Anvisa)

Fundamentação legal

- a) Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006** - Institui o Estatuto Nacional da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte; altera dispositivos das Leis no 8.212 e 8.213, ambas de 24 de julho de 1991, da Consolidação das Leis do Trabalho - CLT, aprovada pelo Decreto-Lei no 5.452, de 1º de maio de 1943, da Lei no 10.189, de 14 de fevereiro de 2001, da Lei Complementar no 63, de 11 de janeiro de 1990; e revoga as Leis no 9.317, de 5 de dezembro de 1996, e 9.841, de 5 de outubro de 1999;
- b) Lei Federal nº 6.360, de 23 de setembro de 1976** – Dispõe sobre a Vigilância Sanitária a que ficam sujeitos os Medicamentos, as Drogas, os Insumos Farmacêuticos e Correlatos, Cosméticos, Saneantes e Outros Produtos, e dá outras Providências;
- c) Lei Federal nº 6.938, de 31 de agosto de 1981** - Dispõe sobre a política nacional do meio ambiente, seus fins e mecanismos de formulação e aplicação e dá outras providências;
- d) Lei Federal nº 9.782, de 26 de janeiro de 1999** - Define o Sistema Nacional de Vigilância Sanitária, cria a Agência Nacional de Vigilância Sanitária, e dá outras providências;
- e) Lei Federal nº 12.305, de 2 de agosto de 2010** - Institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos; altera a Lei no 9.605, de 12 de fevereiro de 1998; e dá outras providências;
- f) Decreto Federal nº 3.029, de 16 de abril de 1999** - Aprova o Regulamento da Agência Nacional de Vigilância Sanitária, e dá outras providências;
- g) Decreto Federal nº 7.404, de 23 de dezembro de 2010** - Regulamenta a Lei no 12.305, de 2 de agosto de 2010, que institui a Política Nacional de Resíduos Sólidos, cria o Comitê Interministerial da Política Nacional de Resíduos Sólidos e o Comitê Orientador para a Implantação dos Sistemas de Logística Reversa, e dá outras providências;
- h) Decreto Federal nº 8.077, de 14 de agosto de 2013** - Regulamenta as condições para o funcionamento de empresas sujeitas ao licenciamento sanitário, e o registro, controle e monitoramento, no âmbito da vigilância sanitária, dos produtos de que trata a Lei no 6.360, de 23 de setembro de 1976, e dá outras providências;
- i) Resolução nº 216 da Diretoria Colegiada da Agência Nacional de Vigilância Sanitária – RDC , de 15 de setembro de 2004** - Dispõe sobre Regulamento Técnico de Boas Práticas para Serviços de Alimentação;

j) Resolução nº 56 da Diretoria Colegiada da Agência Nacional de Vigilância Sanitária – RDC, de 09 de setembro de 2009 - Proíbe em todo o território nacional o uso dos equipamentos para bronzamento artificial, com finalidade estética, baseada na emissão da radiação ultravioleta (UV);

k) Resolução nº 358 do Conselho Nacional do Meio Ambiente – CONAMA, de 29 de abril de 2005 - Dispõe sobre o tratamento e a disposição final dos resíduos de saúde e dá outras providências.

Endereços úteis

Saiba onde você poderá obter mais informações

- **ASSEMBLEIA LEGISLATIVA DO ESTADO DE MINAS GERAIS**

Rua Rodrigues Caldas 30
30190-921 – Belo Horizonte – MG
Tel.: (31) 2108-7000
www.almg.gov.br
Link do PROCON: <http://www.almg.gov.br/procon/index.html>

- **ESCRITÓRIO CENTRAL DE ARRECAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO – ECAD**

Rua Carijós, 150 – Sala 1101 – Centro
30120-060 - Belo Horizonte – MG
Telefax: (31) 3273-1221
www.ecad.org.br

- **FUNDAÇÃO ESTADUAL DO MEIO AMBIENTE – FEAM**

Sede – Cidade Administrativa do Estado de Minas Gerais
Rodovia Prefeito Américo Gianetti, s/nº - Serra Verde
31630-900 - Belo Horizonte - MG
Telefone Geral da Cidade Administrativa: (31) 3915-1000
www.feam.br

- **SECRETARIA DE ESTADO DA SAÚDE DE MINAS GERAIS**

Cidade Administrativa do Estado de Minas Gerais
Rodovia Prefeito Américo Gianetti, s/nº - Serra Verde
31630-900 - Belo Horizonte – MG
Tel.: (31) 3916 – 0453
www.saude.mg.gov.br

Cursos e eventos¹



Aprimore-se

- **SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM COMERCIAL – SENAC**

Rua Tupinambás, 1062 – Centro
30120-910 – Belo Horizonte – MG
Tel.: 0800-724 4440
www.mg.senac.br

*Oferece os seguintes cursos: Cabeleireiro, Coloração e descoloração, corte e escova, depilador(a), design de sobrancelha, manicure e pedicure, maquiador, penteados, técnicas de maquiagem, unhas decoradas.

- **EVENTOS**

- **Professional Fair - Feira Profissional da Beleza - MG**

www.professionalfair.com.br

- **Hair Brasil - Feira Internacional da Beleza, Cabelos e Estética - SP**

www.hairbrasil.com

- **Beauty Fair – Feira Internacional de Beleza Profissional – SP**

www.beautvfair.com.br

- **Hair & Beauty - Feira Internacional da Beleza, Cabelos e Estética - RJ**

www.hairbeautvexpo.com.br

¹O interessado deverá entrar em contato com as instituições, a fim de confirmar as datas e os valores dos cursos.

Sugestões de vídeo



Valeconferir!

- **Palestra: Ponto de Partida – Salão de Beleza Fascinação**

Duração: 14 min.

*Nesse vídeo você poderá conferir as dicas da empresária Luciene Rodrigues, proprietária do salão de beleza Fascinação, e de especialistas em marketing e finanças sobre questões relacionadas ao empreendimento, como, atendimento qualificado ao cliente, comercialização de produtos, gestão do negócio, divulgação dos serviços prestados, layout da loja e pesquisa de mercado.

O vídeo acima poderá ser acessado em nosso site, no link:

<http://www.sebraemg.com.br/atendimento/bibliotecadigital/documento/Video/Ponto-de-Partida----Salao-de-beleza-Fascinacao>

- **Palestra: Ponto de Partida – Salão de Beleza LM Studio**

Duração: 15 min.

*Nesse vídeo você poderá conferir as dicas do empresário Luiz Martins, proprietário do salão de beleza LM Studio, e de especialista em finanças sobre os questões relacionadas ao empreendimento, como, atendimento, captação e fidelização de clientes, capacitação na área de atuação, gestão do negócio, criatividade e originalidade, divulgação dos serviços prestados, formação de equipe e pesquisa de mercado.

O vídeo acima poderá ser acessado em nosso site, no link:

<http://www.sebraemg.com.br/atendimento/bibliotecadigital/documento/Video/Ponto-de-Partida----Salao-de-beleza-LM-Studio>

Sugestão para leitura



Expandindo seu conhecimento

- **Organização de uma empresa de beleza**

* Guia Prático de organização e administração em que os procedimentos são colocados de forma a fornecer subsídios para o estabelecimento de prioridades e o desenvolvimento de estratégias para melhor estruturar uma empresa de beleza.

A publicação acima pode ser adquirida no seguinte endereço:

EDITORA SENAC SP
GILSAN REPRESENTAÇÕES COM. LTDA
Avenida Serrana , 1350
Itatiaia – Minas Gerais
Tel.: (31) 3393-7368
e-mail: gilsaldanha@terra.com.br
www.editorasencsp.com.br

Sugestão de software

- **Gerenciamento de Salão de Beleza**

Com o software CPT Salão de Beleza, você poderá gerenciar suas despesas e receitas; efetuar vendas; imprimir relatórios; cadastrar clientes, funcionários, fornecedores, produtos e serviços.

O software poderá ser adquirido no seguinte endereço:

CENTRO DE PRODUÇÕES TÉCNICAS – CPT
Tel.: (31) 3899-7600
www.cptsoftwares.com.br

Referências



Agência Nacional de Vigilância Sanitária – Anvisa. Disponível em: <<http://www.anvisa.gov.br/e-legis>>. Acesso em: 27 jun. 2013.

Assembleia Legislativa do Estado de Minas Gerais. Disponível em: <<http://www.almg.gov.br>>. Acesso em: 27 jun. 2013.

Classificação Nacional de Atividades Econômicas – CNAE. Disponível em: <<http://www.cnae.ibge.gov.br>>. Acesso em: 5 out. 2009.

Conselho Nacional do Meio Ambiente – Conama. Disponível em: <<http://www.mma.gov.br/port/conama>>. Acesso em: 27 jun. 2013.

CFundação Estadual do Meio Ambiente – Feam. Disponível em: <<http://www.feam.br/>>. Acesso em: 27 jun. 2013.

LEITE, Valéria Serpa. Preciso de que tipo de licença para abrir o meu negócio? Pequenas Empresas & Grandes Negócios, São Paulo, nº 249, pp. 104-105, out. 2009.

Ministério da Saúde. Disponível em: <<http://www.saude.gov.br>>. Acesso em: 27 jun. 2013.

PAULA, Sueli Carvalho Santana de. Salão de Beleza: iniciação empresarial. Salvador: SEBRAE-BA, 1992. 55 p. (Manual de iniciação empresarial).

Presidência da República. Disponível em: <<http://www.presidencia.gov.br>>. Acesso em: 27 jun. 2013.

SEBRAE-CE. Salão de Negócios (Estética). Fortaleza: Sebrae-CE, 1995. 37p. (Série Oportunidade de Negócios).

Secretaria de Estado de Meio Ambiente e Desenvolvimento Sustentável – Semad. Disponível em: <<http://www.semad.mg.gov.br>>. Acesso em: 27 jun. 2013.

SENAC-DN. Salão de Beleza: estrutura e funcionamento. Rio de Janeiro: SENAC-DN, 1998. 80 p.



0800 570 0800



fb.com/sebraemg



twitter.com/sebrae_mg



BLOG

sebraemgcomvoce.com.br



*Serviço de Apoio às Micro e Pequenas
Empresas de Minas Gerais*