



**Empresa de serviço de
depilação**



Expediente

Presidente do Conselho Deliberativo

Roberto Simões

Diretor-Presidente

Luiz Eduardo Pereira Barreto Filho

Diretor Técnico

Carlos Alberto dos Santos

Diretor de Administração e Finanças

José Claudio Silva dos Santos

Gerente da Unidade de Capacitação Empresarial

Mirela Malvestiti

Coordenação

Nídia Santana Caldas

Equipe Técnica

Carolina Salles de Oliveira

Autor

Lauri Tadeu Corrêa Martins

Projeto Gráfico

Staff Art Marketing e Comunicação Ltda.

<http://www.staffart.com.br>

Apresentação do Negócio

Aviso: Antes de conhecer este negócio, vale ressaltar que os tópicos a seguir não fazem parte de um Plano de Negócio e sim do perfil do ambiente no qual o empreendedor irá vislumbrar uma oportunidade de negócio como a descrita a seguir. O objetivo de todos os tópicos a seguir é desmistificar e dar uma visão geral de como um negócio se posiciona no mercado. Quais as variáveis que mais afetam este tipo de negócio? Como se comportam essas variáveis de mercado? Como levantar as informações necessárias para se tomar a iniciativa de empreender?

A atividade empresarial relacionada ao serviço de depilação é um negócio direcionado à beleza e estética feminina e masculina.

Embora não seja um fenômeno recente, o culto à beleza e à juventude é uma forte tendência nos dias atuais. Isso tem se acentuado nos últimos anos, fruto da competição e de mudanças do comportamento social, dentre elas o ingresso da mulher no mercado de trabalho e o aumento da expectativa de vida das pessoas. O resultado de tudo isso tem sido o contínuo crescimento da indústria mundial de cosméticos e do mercado de embelezamento.

A maioria dos homens e mulheres preocupa-se cada vez mais com a aparência, e a depilação apresenta-se como um aspecto muito importante nesse contexto, pois contribui de forma significativa para deixar as pessoas com uma aparência mais bonita.

Não há quem goste da rotina da depilação. Pêlos, de maneira geral, são incômodos e indesejados, e os métodos de depilação doloridos e chatos. Ceras são doloridas, lâminas

podem machucar a pele, e o pior de tudo é que os pêlos voltam.

Ainda bem que a tarefa de eliminar os pêlos está ficando cada vez mais fácil. Métodos modernos garantem bons resultados com muitas vantagens sobre os métodos convencionais. Os principais fatores que determinam a quantidade e o ritmo do crescimento dos pêlos são a herança genética e o equilíbrio hormonal. Devem se considerar ainda os fatores raciais que também podem interferir: descendentes de árabes e portugueses, por exemplo, costumam ter mais pêlos que os alemães.

Das ceras tradicionais às clínicas e centros especializados em aparelhos de última geração, são várias opções para todos os gostos e principalmente para os bolsos. Hoje há mercado até para a arte, a chamada depilação artística que promete deixar a virilha com ares de obra de arte: podem-se desenhar moldes para obter desenhos de coração, coelho, estrela, seta, bigode, número, letra e etc. Os métodos mais utilizados na depilação são classificados em depilação temporária e depilação definitiva.

A depilação temporária utiliza os seguintes recursos: aparelhos eletrônicos, cera quente, cera fria, cremes depilatórios, depilação com linha e depilação roll-on.

A depilação definitiva utiliza os seguintes tipos: laser e luz pulsada.

O mercado de serviço de depilação foi restrito durante muito tempo ao público feminino, porém, a vaidade masculina tem alterado os conceitos vigentes, e hoje os homens estão valorizando a estética e os cuidados pessoais para a

manutenção do corpo, cabelos e pele saudável.

Este documento não substitui o plano de negócio .Para elaborá-lo procure o Sebrae.

Mercado

Segundo a Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos -Abihpec, na publicação Panorama do Setor de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos, com data de 12/04/2010, o faturamento líquido do setor no período de 1996 a 2009, tem crescido anualmente uma taxa média de 10,9% ao ano, já expurgada a inflação do período. O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE informou que o mercado de perfumaria e cosméticos demonstrou crescimento nas vendas de 15,2% em março de 2010 comparado com igual período de 2009.

Conforme a publicação acima citada há no Brasil 1.659 empresas que atuam no mercado de produtos de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos. Entre elas, 14 empresas são de grande porte e possuem cerca de 73% do faturamento total deste segmento.

Os brasileiros são considerados um dos povos mais vaidosos do mundo. Uma pesquisa realizada pelo Instituto Gallup mostra que 61% dos brasileiros consideram a aparência física como o fator mais importante para o sucesso.

Segundo informações do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados do Ministério do Trabalho, o segmento de comércio varejista de artigos de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos alcançou em janeiro de 2010 um estoque de 72.298

empregos formais, representando uma evolução de 22,9%, relativo a janeiro de 2007.

Este serviço sempre foi o “patinho feio” dos salões de beleza e estética, entretanto, hoje já representa uma boa fatia das receitas de alguns salões, a ponto de não ser mais novidade clinics especializadas somente em serviços de depilação.

Este é um mercado que está em franco crescimento, basta observar que segundo dados do Censo de 2000 existiam no Brasil aproximadamente 50 milhões de mulheres entre 16 e 50 anos, que representa inicialmente o tamanho do mercado que se pode explorar. Ainda, se fizer uma pesquisa no Google sobre a palavra “depilação” vão aparecer mais de 717.000 resultados. Se a palavra pesquisada for “depilação masculina” aparecerão por volta de 7.160 referências.

Localização

A localização de uma empresa de serviço de depilação é fator muito importante para o negócio e deve estar alinhada com a estratégia do negócio, de acordo com o perfil da clientela.

Uma boa localização é aquela que favorece o acesso das pessoas, com o menor grau possível de dificuldade. Uma empresa de serviço de depilação deverá estar instalada nas proximidades do local de residência do público-alvo, ou em locais de grande frequência de público, como em Shopping ou outros locais de grande fluxo de pessoas, que favoreça o estacionamento de veículos e possua boas condições ambientais para uma permanência agradável da clientela.

Bairros populosos e proximidades de condomínios são locais bastante adequados para a instalação de uma empresa de serviço de depilação.

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

Segundo a Associação Brasileira de Franchising (ABF), a definição da melhor localização “ponto” é um pouco mais complexa do que aparenta, pois envolve variáveis antagônicas, como fluxo de pessoas e custos. O melhor ponto não é necessariamente aquele que proporcionará o maior faturamento, e sim aquele que trará o melhor resultado. Para tanto, deve-se conhecer profundamente as particularidades do negócio em questão.

A seguir, são apresentados alguns aspectos que devem ser avaliados num processo de seleção do local de instalação da empresa de serviço de depilação.

Fatores de demanda: A característica populacional em torno do estabelecimento é o principal fator a ser contemplado num estudo de localização. Não se deve restringir à quantidade de pessoas residentes ou passantes que freqüentam a região. É necessário, além de identificar o perfil socioeconômico dessa população (faixa etária, renda, nível educacional), identificar os hábitos de consumo dos freqüentadores da região.

Fatores de oferta: Adicionado ao conhecimento do potencial da região verificado na etapa anterior, é preciso mensurar a influência da concorrência na região. Se for bem atendida,

quem são os concorrentes, como eles atuam e que espaço de mercado está disponível. A concorrência na região obrigatoriamente não é um fator negativo, ao contrário, muitas vezes verifica-se que a concentração de empresas de um mesmo segmento pode tornar a região um pólo de compras e de serviço.

Fatores de custos: A análise do melhor ponto deve envolver também as condições de sua utilização, inclusive aquelas que influenciam diretamente nos custos, sejam no investimento inicial (luvas, obras, reformas, comunicação), seja no custo operacional (aluguel, impostos etc.).

Conveniência e acesso fácil são fatores fundamentais para que o consumidor escolha uma empresa de serviço de depilação.

Além das considerações acima, outros itens devem ser observados antes da definição pelo local:

- visualização;
- facilidade de acesso;
- área para estacionamento;
- legislação local - as atividades econômicas da maioria das cidades são regulamentadas pelo Plano Diretor Urbano (PDU) e essa Lei determina o tipo de atividade que pode funcionar em determinado endereço.

Exigências legais específicas

É necessário contratar um contador profissional para legalizar a empresa nos seguintes órgãos:

- Junta Comercial;
- Secretaria da Receita Federal (CNPJ);
- Secretaria Estadual de Fazenda;
- Prefeitura Municipal, para obter o alvará de funcionamento;

- Enquadramento na Entidade Sindical Patronal em que a empresa se enquadra (é obrigatório o recolhimento da Contribuição Sindical Patronal por ocasião da constituição da empresa e até o dia 31 de janeiro de cada ano);
- Caixa Econômica Federal, para cadastramento no sistema “Conectividade Social – INSS/FGTS”;
- Corpo de Bombeiros Militar.

A LEI 6.360 de 23 de Setembro de 1976, publicada no DOU de 24/09/1976, regulamentada pelo Decreto n.º 79.094, de 05/01/1977, dispõe sobre a vigilância a que ficam sujeitos os medicamentos, as drogas, os insumos farmacêuticos e correlatos, cosméticos, saneantes e outros produtos e dá outras providências como por exemplo, requisitos para registro.

O empreendedor deverá desenvolver pesquisa sobre a legislação estadual e do município, visando adequar-se às exigências legais locais e regionais.

O SEBRAE local poderá ser consultado para orientação.

Estrutura

A estrutura básica de uma empresa de serviço de depilação deve contar com um conjunto de salas ou ambientes delimitados, preparados para cada tipo de atendimento ou serviço. Sugere-se:

Recepção – Deve ter um balcão de atendimento com equipamentos de informática que possibilitem o cadastramento dos clientes e o controle dos serviços realizados. Deve ter telefone para atendimento e contatos diversos. É preciso bastante cuidado com o visual, localização e funcionalidade, porque é onde se dá o primeiro contato com o cliente. O serviço

de recepção tem que ser ágil e eficiente encaminhando o cliente para o local onde será realizado o serviço escolhido, sem criar locomoção desnecessária. O ideal seria separar o caixa da recepção, colocando-os em espaços diferentes, se for possível, determinando a entrada e a saída dos clientes. Quem entra não deve ser atropelado por quem está de saída.

Sala de espera – Deve oferecer comodidade aos clientes e preferencialmente, dispor de água, cafezinho, revistas atualizadas, jornais, televisão e musica ambiente. Deve ficar localizada próxima à recepção e com fácil acesso. As cores do ambiente devem ser leves e sem grandes contrastes.

Salas de depilação – Devem ter tamanho suficiente para acomodar os móveis e equipamentos necessários a cada tipo de serviço. Pode-se utilizar biombos para dividir espaços maiores e criar áreas privativas para o atendimento individual, dando privacidade e conforto aos clientes. A iluminação do ambiente deve ser serena e agradável, proporcionando tranquilidade tanto aos clientes quanto aos empregados. Da mesma forma, a cor das paredes e do piso deve ser discreta. O ambiente deve ser arejado e a temperatura agradável, se necessário, instalar aparelhos condicionadores de ar.

O espaço destinado ao atendimento deve ser organizado e limpo, além de oferecer conforto, condições essenciais para se manter a integridade e a saúde do cliente.

Sala de estoque - o material e os insumos de uso devem ser estocados em lugar limpo e arejado, organizados em prateleiras, observando o prazo de validade e a integridade das embalagens. Deve-se tomar todo o cuidado necessário para que o material fique livre de umidade e não corra nenhum risco de contato com insetos e/ou roedores.

Banheiros – Devem estar próximos das áreas de atendimento e serem suficientes para o fluxo de pessoas que freqüenta a empresa de serviço de depilação.

Estacionamento - É muito importante que haja espaço para estacionamento, ou convênio com estacionamentos próximos, o que pode traduzir-se em diferencial favorável ao negócio.

A empresa de serviço de depilação necessita de uma área mínima de 45m².

Pessoal

A quantidade de profissionais está relacionada ao porte do empreendimento. Para uma empresa de serviço de depilação de pequeno porte pode-se começar com 05 empregados, distribuídos da seguinte forma:

- uma atendente;
- três depiladoras;
- um auxiliar de serviços gerais;

Os colaboradores devem ter as seguintes competências, que devem ser norteadoras do processo de seleção e contratação:

Atendente: esse deve ser um profissional-chave na empresa, pois a ele caberá o primeiro contato com os clientes para levantamento das necessidades e identificação do serviço a ser realizado, registrando a demanda do cliente, que subsidiará a elaboração do orçamento e proposta. Esse profissional deve ter facilidade de comunicação, boa postura pessoal, ser capaz de dispensar atendimento de excelência ao cliente, gerar confiança e conduzir o processo de venda.

Depiladoras: além do conhecimento sobre o processo de depilação e os diversos métodos que serão utilizados, esse profissional precisa saber manusear equipamentos e os materiais que serão utilizados, tais como: os diversos tipos de cera, tesouras, toucas, calcinhas descartáveis, termocera e roll-on (veja o glossário). É necessário ser discreta, tratar com respeito e dar atenção individualizada ao cliente. Ter comportamento ético é atributo fundamental para estabelecer a relação cliente e profissional. As depiladoras deverão utilizar fardamento e usar luvas e toucas descartáveis.

Auxiliar de serviços gerais: deve saber manusear os equipamentos que serão utilizados nesses processos, manter o ambiente limpo e higienizado, além de demonstrar interesse e comprometimento com a qualidade dos serviços prestados.

O atendimento personalizado e qualificado é um item que merece a maior atenção do empresário, visando a manutenção e fidelização da clientela.

Investir constantemente no aperfeiçoamento dos colaboradores através de cursos, palestras, workshops que são oferecidos no mercado, ou em atividades de desenvolvimento realizadas na própria empresa, deve ser preocupação permanente do empreendedor.

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

Deve-se estar atento para a Convenção Coletiva do Sindicato dos Empregados em Estabelecimentos de Beleza e Estética, ou outro similar, de acordo com a característica específica do negócio, utilizando-a como balizadora dos salários e

orientadora das relações trabalhistas, evitando, assim, conseqüências desagradáveis.

O SEBRAE da localidade poderá ser consultado para aprofundar as orientações sobre o perfil do pessoal e o treinamento adequado.

Equipamentos

A definição do porte do empreendimento e do público-alvo é fundamental para a aquisição dos equipamentos. A seguir apresenta-se um conjunto de equipamentos, móveis e máquinas para um negócio de pequeno porte.

- microcomputador completo 1 – R\$ 998,00;
- impressora multifuncional 1 – R\$ 229,00;
- telefone 5 – R\$ 350,00;
- mesas 1 – R\$ 530,00;
- cadeiras 2 – R\$ 704,00;
- armário para o escritório 1 – R\$ 1.494,00;
- máquina ECF 1- R\$ 1.250,00;
- alarmes 1 – R\$ 150,00;
- balcão de atendimento 1 – R\$ 5.469,40;
- sofá 3x2 2 – R\$ 3.358,00;
- cadeira para recepção de 1 lugar 4 – R\$ 1.977,84;
- mesa de centro – R\$ 725,33;
- porta revista – R\$ 320,00;
- suporte de parede para TV - R\$ 200,00;
- aparelho de TV LCD – R\$ 2.200,00;
- frigobar 1 – R\$ 679,00;
- máquina de café expresso 1 – R\$ 903,00;
- aparelhos de ar condicionado split 12.000 btus 03 – R\$ 4.396,00;
- macas para depilação 3 – R\$ 1.500,00;
- aquecedor de cera 2 – R\$ 179,88;

- depilador elétrico 2 – R\$ 800,00;
- aparelho laserpulse com caneta 1 – R\$ 2.296,00;
- aparelho para depilação à laser 1 – R\$ 10.000,00;
- mocho com encosto 3 – R\$ 600,00;
- espelhos 4 - R\$ 1.200,00;
- carrinhos de apoio 2 – R\$ 998,00;
- utensílios descartáveis diversos – incluindo batas, jalecos, lençóis, travesseiros, toucas, luvas, etc. – R\$ 800,00;

Total dos móveis e equipamentos: R\$ 65.007,45.

Fontes:

www.walmart.com.br

www.officemoveis.com.br

www.belezastore.com.br

www.idc.g3whost.com/~cosmetic/loja/index.php

www.allperfumes.com.br/loja

www.fisiomed.com.br

Matéria Prima / Mercadoria

Organização do processo produtivo

Os processos produtivos de uma empresa de serviço de depilação são divididos, basicamente, em Atendimento ao Cliente, Prestação do Serviço e Administração do Negócio, conforme descrição a seguir:

Atendimento ao Cliente – Pode ter início de várias formas: ou o cliente vai até a empresa e é atendido na recepção, ou procura via telefone e após esse contato vai até a empresa, ou envia e-mail e aguarda retorno, podendo ainda fazer contato

através do serviço interativo no site. No primeiro contato, o atendente faz uma avaliação da solicitação do cliente, procura entender sua expectativa ou necessidade, define de forma compartilhada como será realizado o atendimento, fecha a venda e posteriormente encaminha o cliente para o atendimento especializado.

Prestação do Serviço – responsável pela realização do serviço específico a cada cliente. Deve ser representado por áreas de atendimento, de acordo com a característica do método de depilação. Assim, cada cliente será encaminhado a um determinado profissional atendente, conforme o serviço ou conjunto de serviços que irá receber. As salas de depilação serão delimitadas por divisórias ou biombos.

Para escolha dos produtos e materiais que serão utilizados no processo de depilação é muito importante e deve ser observado o registro na ANVISA e adequação ao tipo de pele e pêlo.

Deve ser evitada a reutilização de materiais tais como ceras para depilação, pois é comprovado que alguns microorganismos resistem ao calor das termoceras, o que pode provocar a contaminação de toda a cera, causando danos à saúde do cliente.

Os equipamentos precisam de manutenção constante, pois a assepsia e o manuseio adequado irão garantir maior tempo de durabilidade. As termoceras quando não estão bem reguladas podem promover um aquecimento excessivo da cera, o que poderá causar queimaduras no cliente.

A seguir, serão tratadas as particularidades dos métodos de depilação temporária e depilação definitiva.

Métodos de Depilação Temporária

Feita através de aparelhos eletrônicos é indicada para a região das pernas e permite a remoção dos pêlos desde a raiz. É um método bem prático e barato, porém, pode provocar os famosos “pêlos encravados”, que são bem doloridos.

A depilação com cera é geralmente dolorosa, para evitar esse sofrimento é aconselhável que antes da aplicação da cera depilatória seja ministrado um anestésico, ou optar por produtos que contenham anestésicos em sua fórmula. Dentre as ceras quentes, as melhores são as artesanais, pois essas contêm óleos vegetais que removem os pêlos e hidratam a pele.

A depilação pode ser realizada também com a utilização de cremes depilatórios. Os cremes depilatórios não devem ser aplicados como forma de tratamento contínuo para a remoção dos pêlos, pois os componentes da sua fórmula agem superficialmente podendo torná-los ásperos. Sendo assim, esse é um recurso para ser utilizado em casos especiais. Sugere-se a realização prévia de um teste alérgico em uma pequena área do corpo, pois os princípios ativos dessas loções podem ocasionar irritações na pele.

Outro método que pode ser utilizado é a depilação com linha. É o método mais solicitado nos salões e nas clínicas de estética, por se mostrar uma maneira menos dolorida, bem como garantir a remoção de cerca de 95% dos pêlos, oferecer maior durabilidade e manter um toque aveludado da pele. É indicado, principalmente, para as áreas mais sensíveis, como a do rosto (sobrancelha, nariz, buço, testa, orelhas e laterais da face) e também para outros pontos do corpo que têm pêlos curtos

(axilas, barriga, seios, nuca e pescoço).

Outro método é a depilação roll-on, que é o mais higiênico disponível no mercado. Ele garante que a cera será utilizada apenas uma vez. Trata-se de um aparelho que esquenta a cera que será aplicada na área a ser depilada, sendo depois retirada pela depiladora com um tecido falso. Além de ser rápido, não queima a pele como a cera quente, nem é tão doloroso quanto à cera fria.

Métodos de Depilação Definitiva

A melhor solução para depilação existente no mercado é a depilação a laser. O laser transformou-se em alternativa eficiente para quem quer distância das lâminas, aparelhos de depilação de uso diário e das ceras. Elimina até 70% dos pêlos, o resultado depende em parte do ciclo do crescimento dos pêlos, divididos em até três fases. Os que estão crescendo são os que mais absorvem a energia. Como somente cerca de 5 a 20% dos fios encontram-se nessa etapa, serão necessárias pelo menos três sessões.

Para realizar a depilação a laser o empreendedor deve ter determinados cuidados, tais como: ter profissionais qualificados, boa higienização do estabelecimento e a tecnologia que será utilizada. Apesar de ser um método com um custo alto, sua relação de custo e benefício ainda se mostra viável.

A depilação através da luz pulsada é indolor, eficaz, duradoura e econômica. Além disso, o método oferece outras vantagens como, por exemplo: clarear a pele manchada por uso freqüente da cera e eliminar consideravelmente os problemas de foliculite, sem danificar a pele como acontece nos métodos

convencionais. A tecnologia de fotodepilação oferece um tratamento não-invasivo para a eliminação do pêlo e apresenta resultados de longa duração. A diferença entre o tratamento a laser e por luz pulsada está no comprimento da onda, sendo a luz pulsada mais suave, fazendo com que o folículo seja reduzido de forma gradual.

Administração do Negócio – destina-se às atividades de relacionamento com fornecedores, controle de contas a pagar, atividades de recursos humanos, controle financeiro e de contas bancárias, acompanhamento do desempenho do negócio e outras que o empreendedor julgar necessárias para o bom andamento do empreendimento.

Automação

Há no mercado uma boa oferta de sistemas para gerenciamento de pequenos negócios. Para uma produtividade adequada, devem ser adquiridos sistemas que integrem as compras, as vendas e o financeiro. Os softwares possibilitam o cadastro de clientes e fornecedores, histórico de serviços prestados a cada cliente, controle de estoque de material, equipamentos, serviço de mala-direta para clientes e potenciais clientes, cadastro de móveis e equipamentos, gerenciamento de serviços dos empregados, controle de comissionamento, controle de contas a pagar e a receber, fornecedores, folha de pagamento, fluxo de caixa, fechamento de caixa etc.

Devem-se procurar softwares de custo acessível e compatível com uma pequena empresa. Pesquisas nos principais sites de busca indicarão uma grande variedade de softwares destinados à gestão integrada dos diversos setores de uma MPE. O empresário poderá optar por download de sistemas sem custo,

com custo mensal, com valor fixo, podendo incluir custo de assistência técnica e customização. Para a busca basta pesquisar “Sistemas de Gestão Empresarial” e avaliar as alternativas apresentadas.

Sugestão de Fonte:

www.sebrae.com.br

www.administradores.com.br

Canais de distribuição

O canal de distribuição é o ambiente onde funciona a empresa de serviço de depilação. Trata-se de serviço personalizado que deverá ser realizado diretamente ao próprio cliente, e só ocorre na presença dele.

Investimentos

Investimento compreende todo o capital empregado para iniciar e viabilizar o negócio até o momento de sua auto-sustentação. Pode ser caracterizado como:

- investimento fixo – compreende o capital empregado na compra de imóveis, equipamentos, móveis, utensílios, instalações, reformas etc.;
- investimentos pré-operacionais – são todos os gastos ou despesas realizadas com projetos, pesquisas de mercado, registro da empresa, projeto de decoração, honorários profissionais e outros;
- capital de giro – é o capital necessário para suportar todos os gastos e despesas iniciais, geradas pela atividade produtiva da empresa. Destina-se a viabilizar as compras iniciais, pagamento de salários nos primeiros meses de funcionamento, impostos, taxas, honorários de contador, despesas de manutenção e outros.

Para uma empresa de serviço de depilação o empreendedor deverá dispor de aproximadamente R\$ 133.507,45 para fazer frente aos seguintes itens de investimento:

- Construção e reforma de instalações – R\$ 35.000,00;
- Móveis e equipamentos – R\$ 65.007,45;
- Despesas de registro da empresa, honorários profissionais, taxas etc.- R\$ 3.500,00;
- Capital de giro para suportar o negócio nos primeiros meses de atividade – R\$ 30.000,00.

Capital de giro

Custos

São todos os gastos realizados na produção de um bem ou serviço e que serão incorporados posteriormente ao preço dos produtos ou serviços prestados, como: aluguel, água, luz, salários, honorários profissionais, despesas de vendas e insumos consumidos no processo de estoque e comercialização.

O cuidado na administração e redução de todos os custos envolvidos na compra, produção e venda de produtos ou serviços que compõem o negócio, indica que o empreendedor poderá ter sucesso ou insucesso, na medida em que encarar como ponto fundamental a redução de desperdícios, a compra pelo melhor preço e o controle de todas as despesas internas. Quanto menores os custos, maior a chance de ganhar no resultado final do negócio.

Abaixo apresentamos uma estimativa de custos fixos mensais típicos de uma empresa de serviço de depilação.

1. água, luz, telefone, internet – R\$ 560,00;
2. salários, comissões e encargos – R\$ 7.395,00;
3. taxas, contribuições e despesas afins – R\$ 230,00;
4. transporte – R\$ 1.120,00;
5. refeições – R\$ 1.460,00;
6. seguros – R\$ 320,00;
7. assessoria contábil – R\$ 600,00;
8. segurança – R\$ 400,00;
9. limpeza, higiene e manutenção – R\$ 520,00.

Fonte:

Convenção Coletiva de Trabalho 2008-2010. Sindicato dos Oficiais Barbeiros, Cabeleireiros e Similares do Distrito Federal.

Diversificação / Agregação de valor

O empreendedor deve ter em mente que agregar valor significa ampliar a satisfação do cliente, seja por serviços auxiliares que facilitam a vida das pessoas, ou pela qualidade do atendimento, demonstrando valorização a cada indivíduo, pelo respeito, atenção, interesse, compromisso e responsabilidade que cada profissional dispensa no desempenho das suas atividades.

Ouvir os clientes e detectar suas aspirações e expectativas é muito importante para orientar a oferta de novos serviços. Atendimentos personalizados, em horários especiais que facilitem a vida do cliente e ofereçam comodidade, podem agregar valor e fazer diferença, ampliando as possibilidades de captar novos clientes e fidelizar os atuais.

Uma forma de agregar valor é oferecer um serviço com ótima qualidade técnica, o que garante a satisfação e gera credibilidade. O preenchimento de ficha individual é

fundamental, pois é o instrumento utilizado para registro do cliente com dados importantes para conhecimento do profissional, tais como: alergias, tratamentos médicos e estéticos que sinalizarão ao profissional quais serão os cuidados a serem tomados durante o atendimento. O uso de material descartável, tais como: lençóis, calcinhas, fronhas, toucas e etc., constitui-se, também, em grande diferencial, demonstrando ao cliente que seu atendimento é único e personalizado.

O desenvolvimento de um site na internet com divulgação de serviços realizados pela empresa, depoimento dos clientes e fotografia de tratamentos realizados (desde que autorizados previamente) é uma poderosa arma de marketing. Através do site, ou por chat, e-mail, ou através das redes sociais, o cliente poderá fazer contato com a empresa, preencher cadastro, agendar atendimento personalizado, solicitar orçamentos, e avaliar a qualidade dos serviços prestados. A internet é uma opção de contato com o cliente muito importante nos dias atuais e que pode ser um canal vigoroso de vendas, desde que possua uma boa estrutura e design adequado.

O atendimento pessoal qualificado é um fator que agrega valor de alto significado para o cliente. É fundamental, na construção de relacionamento duradouro, conhecer quem são os clientes e entender suas reais expectativas e necessidades.

É importante pesquisar junto aos concorrentes para conhecer os serviços que estão sendo adicionados e desenvolver opções específicas, com o objetivo de proporcionar ao cliente um produto diferenciado. Além disso, conversar com os clientes atuais para identificar suas expectativas é muito importante para o desenvolvimento de novos serviços ou produtos personalizados, o que amplia as possibilidades de fidelizar os

atuais clientes, além de cativar novos.

Divulgação

Os meios para divulgação de uma empresa de serviço de depilação variam de acordo com o porte e o público-alvo escolhido.

Uma pequena empresa de serviço de depilação poderá utilizar-se de panfletos a serem distribuídos de forma dirigida, em locais de grande circulação de pessoas (próximos a empresa de serviço de depilação), ou no bairro onde está localizada. Outras alternativas são os anúncios em jornais de bairro e propaganda em rádio.

A divulgação através de site na internet deve ser considerada, pois o acesso de pessoas à rede cresce permanentemente e em larga escala, atingido os mais diversos públicos, desde os que possuem maior poder aquisitivo até os que estão na outra ponta. Ressalte-se que esse canal apresenta custo relativamente baixo e com forte e crescente apelo popular. É fundamental adicioná-lo em diretórios especializados para empresas e motores de busca de inclusão manual como Google Adwords, Ask, Yahoo Search Marketing, Microsoft Digital Advertising Solutions, Hot Words, dentre outros.

Na medida do interesse e das possibilidades, poderão ser utilizados anúncios em jornais de grande circulação, revistas e outdoor. Se for de interesse do empreendedor, um profissional de marketing e comunicação poderá ser contratado para desenvolver campanha específica.

Informações Fiscais e Tributárias

O segmento de EMPRESA DE SERVIÇO DE DEPILAÇÃO, assim entendido pela CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) 9602-5/02 como a atividade de depilação, poderá optar pelo SIMPLES Nacional - Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas ME (Microempresas) e EPP (Empresas de Pequeno Porte), instituído pela Lei Complementar nº 123/2006, desde que a receita bruta anual de sua atividade não ultrapasse a R\$ 360.000,00 (trezentos e sessenta mil reais) para micro empresa, R\$ 3.600.000,00 (três milhões e seiscentos mil reais) para empresa de pequeno porte e respeitando os demais requisitos previstos na Lei.

Nesse regime, o empreendedor poderá recolher os seguintes tributos e contribuições, por meio de apenas um documento fiscal – o DAS (Documento de Arrecadação do Simples Nacional), que é gerado no Portal do SIMPLES Nacional (<http://www8.receita.fazenda.gov.br/Simpl...>):

- IRPJ (imposto de renda da pessoa jurídica);
- CSLL (contribuição social sobre o lucro);
- PIS (programa de integração social);
- COFINS (contribuição para o financiamento da seguridade social);
- ISSQN (imposto sobre serviços de qualquer natureza);
- INSS (contribuição para a Seguridade Social relativa a parte patronal).

Conforme a Lei Complementar nº 123/2006, as alíquotas do SIMPLES Nacional, para esse ramo de atividade, variam de 6% a 17,42%, dependendo da receita bruta auferida pelo negócio.

No caso de início de atividade no próprio ano-calendário da opção pelo SIMPLES Nacional, para efeito de determinação da alíquota no primeiro mês de atividade, os valores de receita bruta acumulada devem ser proporcionais ao número de meses de atividade no período.

Se o Estado em que o empreendedor estiver exercendo a atividade conceder benefícios tributários para o ICMS (desde que a atividade seja tributada por esse imposto), a alíquota poderá ser reduzida conforme o caso. Na esfera Federal poderá ocorrer redução quando se tratar de PIS e/ou COFINS.

Se a receita bruta anual não ultrapassar a R\$ 60.000,00 (sessenta mil reais), o empreendedor, desde que não possua e não seja sócio de outra empresa, poderá optar pelo regime denominado de MEI (Microempreendedor Individual) . Para se enquadrar no MEI o CNAE de sua atividade deve constar e ser tributado conforme a tabela da Resolução CGSN nº 94/2011 - Anexo XIII (<http://www.receita.fazenda.gov.br/legisl...>). Neste caso, os recolhimentos dos tributos e contribuições serão efetuados em valores fixos mensais conforme abaixo:

I) Sem empregado

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

II) Com um empregado: (o MEI poderá ter um empregado, desde que o salário seja de um salário mínimo ou piso da categoria)

O empreendedor recolherá mensalmente, além dos valores acima, os seguintes percentuais:

- Retém do empregado 8% de INSS sobre a remuneração;
- Desembolsa 3% de INSS patronal sobre a remuneração do empregado.

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

Para este segmento, tanto ME, EPP ou MEI, a opção pelo SIMPLES Nacional sempre será muito vantajosa sob o aspecto tributário, bem como nas facilidades de abertura do estabelecimento e para cumprimento das obrigações acessórias.

Fundamentos Legais: Leis Complementares 123/2006 (com as alterações das Leis Complementares nºs 127/2007, 128/2008 e 139/2011) e Resolução CGSN - Comitê Gestor do Simples Nacional nº 94/2011.

Eventos

Feira de Moda, Beleza e Saúde – Expo Beauty

Evento: Bienal

Local: São Paulo - SP

www.expobeauty.com.br

Congresso Científico Internacional de Estética

Evento: Anual

Local: Rio de Janeiro – RJ

www.congressoestetica.com.br

Feira Internacional de Beleza - Rio Beauty Show

Evento: Anual

Local: Rio de Janeiro – RJ www.riobeautyshow.com.br



Feira Internacional de Beleza - COSMOPROF Cosmética

Evento: Anual

Local: São Paulo – SP

www.cosmoprofcosmetica.com.br

Feira da Imagem Pessoal

Evento: Anual

Local: Rio de Janeiro - RJ

(21) 2581-1379

Feira Latino Americana de Cosméticos e Beleza - Beauty Fair

Evento: Anual

Local: São Paulo - SP

www.beautyfair.com.br

Feira Internacional de Beleza, Cabelo e Estética – Hair Brasil

Evento: Anual

Local: São Paulo - SP

www.hairbrasil.com

Feira Profissional de Beleza – Professional Hair

Evento: Anual

Local: Belo Horizonte - MG

www.expominas.com.br

Exposição Internacional de Beleza - Estética

Evento: Anual

Local: São Paulo - SP

www.congressoestetica.com.br

Feira de Cosméticos e Beleza – Professional Beauty e Spa

Evento: Anual

Local: João Pessoa - PB



www.beautyspa.com

Feira de Moda, Beleza e Saúde – Expo Beauty

Evento: Bienal

Local: São Paulo - SP

www.expobeauty.com.br

Feira Internacional de Cabelo, Beleza e Estética – Hair Beauty Expo

Evento: Anual

Local: Rio de Janeiro - RJ

www.hairbeautyexpo.com.br

Feira de Estética e Beleza – Estética & Beleza

Evento: Anual

Local: Niterói - RJ

www.feiradeesteticaebeleza.com.br

Entidades em Geral

Relação de entidades para eventuais consultas:

Federação Brasileira de Profissionais Esteticistas - FEBRAPE

www.febrape.org.br/

Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal,
Perfumaria e Cosméticos – ABIHPEC

Av. Paulista, 1313 – 10º andar – Conj. 1.080, Bela Vista - São Paulo – SP

CEP: 01311-923

(11) 3372-9899

www.abiphpec.org.br

Agência Nacional de Vigilância Sanitária – Anvisa

www.anvisa.gov.br

Alguns Fornecedores/Fabricantes

Beleza Store

(11) 3294-9797

www.belezastore.com.br

All Perfumes

(21) 2125-7018

www.allperfumes.com.br/loja

Cosméticos Natália

www.idc.g3whost.com/~cosmetic/loja/index.php

Fisiomed

(19) 3361-6000

www.fisiomed.com.br

Eletromóveis Martinello

Avenida Goiás, 1682-S, Bairro Alvorada - Lucas do Rio Verde - MT

(65)3549-1331

www.martinello.com.br

Fermara

Av. Interdistrital, 810, Distrito Industrial - Santa Barbara d'Oeste - SP

CEP 13456-120

(11)3455-1333

www.fermara.com.br

Office Móveis

Rua Jacques Felix, 319, Centro – Taubaté-SP

CEP 12020-060
(12) 3621-3604
www.officemoveis.com.br

Obs: Pesquisa na internet indicará outros fornecedores de equipamentos e produtos para empresa de serviço de depilação, que poderão estar localizados mais próximos ao local de instalação do negócio.

Normas Técnicas

Não existem normas técnicas específicas que regulamentem este segmento empresarial.

Glossário

Bivolt: todo equipamento elétrico que funciona tanto em 110 V como em 220 V.

Biquini: pelos até a região dos lábios.

Buço: a área individual da face com maior procura para depilação.

Cabeça de depilação curvada: retira até os pêlos mais curtos.

Capa redutora para áreas sensíveis: cobre áreas delicadas do corpo evitando acidentes.

Discos rotativos: removem os pêlos pela raiz.

Face completa: todas as áreas do rosto: testa, bochechas, costeletas, buço, queixo, pescoço e limpeza das sobrancelhas.

Faixa umbilical: faixa de pelos abaixo do umbigo em direção a virilha.

Fio dental: retirada total dos pelos: lábios e ânus.

Hipoalergênicos: o termo hipoalergênico se refere a produtos dermatológicos especialmente concebidos para peles sensíveis, evitando o surgimento de alergias.

Luva esfoliante: uma luva que passa na pele e diminui o

número de pêlos encravados.

Luva refrigerada: reduz a dor na área depilada.

Meia perna: retirada dos pelos do joelho para baixo.

Pernas: depilação completa, até a virilha.

Pinças: utensílio que serve para segurar ou apertar os pêlos.

Placa de gelo acoplada: o efeito do gelo anestesia a pele, aumentando o conforto na depilação.

Smartlight: feixe de luz que ilumina a área a ser depilada.

Sobrancelha: design ou manutenção.

Termoceras e rollon: panelinhas para a fusão da cera.

Virilha simples: pelos que ultrapassem a linha da calcinha nas laterais e em cima.

Dicas do Negócio

- Investir na qualidade global de atendimento ao cliente, ou seja: qualidade do serviço, ambiente agradável, profissionais atenciosos, respeitosos e interessados pelo cliente, além de comodidades adicionais com respeito a estacionamento, facilidade de agendamento de horário, cumprimento de horário, etc;
- Procurar fidelizar a clientela com ações de pós-venda, como: remessa de cartões de aniversário, comunicação de novos serviços, contato telefônico lembrando de prazos para continuidade de tratamentos, etc;
- A presença do proprietário em tempo integral é fundamental para o sucesso do empreendimento;
- O empreendedor deve estar sintonizado com a evolução do setor, pois esse é um negócio que requer inovação e adaptação constantes, em face das novas tendências que surgem dia-a-dia;
- Os empregados devem participar de cursos de aperfeiçoamento, congressos e seminários, para garantir a atualização da empresa de serviço de depilação.

- O empreendedor deve ser criativo e ousado validando conceitos de comunicação inovadores, de forma que consiga manter o empreendimento em evidência no mercado e diante dos consumidores atuais e potenciais.

Características específicas do empreendedor

O empreendedor envolvido com atividades relacionadas à beleza e estética, precisa adequar-se a um perfil que o mantenha na vanguarda do setor. É aconselhável uma auto-análise para verificar qual a situação do futuro empreendedor frente a esse conjunto de características e identificar oportunidades de desenvolvimento. A seguir, algumas características desejáveis ao empresário desse ramo.

- Ter paixão pela atividade e conhecer bem o ramo de negócio;
- Pesquisar e observar permanentemente o mercado onde está instalado, promovendo ajustes e adaptações no negócio;
- Ter atitude e iniciativa para promover as mudanças necessárias;
- Acompanhar o desempenho dos concorrentes;
- Saber administrar todas as áreas internas da empresa;
- Saber negociar, vender benefícios e manter clientes satisfeitos;
- Ter visão clara de onde quer chegar;
- Planejar e acompanhar o desempenho da empresa;
- Ser persistentes e não desistir dos seus objetivos;
- Manter o foco definido para a atividade empresarial;
- Ter coragem para assumir riscos calculados;
- Estar sempre disposto a inovar e promover mudanças;
- Ter grande capacidade para perceber novas oportunidades e agir rapidamente para aproveitá-las;
- Ter habilidade para liderar a equipe de profissionais da empresa de serviço de depilação;
- Ter conhecimento específico sobre beleza e estética;

- Capacidade de treinar, orientar, motivar e premiar sua equipe;
- Capacidade administrativa, financeira e contábil para dimensionar o estoque de produtos, realizar compras, pagar fornecedores e gerenciar demais recursos alocados ao empreendimento.

Bibliografia Complementar

AIUB, George Wilson et al. Plano de Negócios: serviços. 2. edição. Porto Alegre: Sebrae, 2000.

ANDRADE, Patrícia Carlos de. Oriente-se: guia de profissões e mercado de trabalho. Rio de Janeiro: Ed. Oriente-se, 2000.

BARBOSA, Mônica de Barros; LIMA, Carlos Eduardo de. A Cartilha do Ponto Comercial: Como escolher o lugar certo para o sucesso do seu negócio. São Paulo: Clio Editora, 2004.

BIRLEY, Sue; MUZYKA, Daniel F. Dominando os Desafios do Empreendedor. São Paulo: Pearson/Prentice Hall, 2004.

COSTA, Nelson Pereira. Marketing para Empreendedores: um guia para montar e manter um negócio. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2003.

DAUD, Miguel; RABELLO, Walter. Marketing de Varejo: Como incrementar resultados com a prestação de Serviços. São Paulo: Artmed Editora, 2006.

DOLABELA, Fernando. O Segredo de Luisa. 14. edição. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

KOTLER, Philip. Administração de Marketing: a edição do novo milênio. 10. edição. São Paulo: Prentice Hall, 2000.



PARENTE, Juracy. Varejo no Brasil. São Paulo: Ed Atlas, 2000.

RATTO, LUIZ. Comercio – Um Mundo de Negócios. Rio de Janeiro: Ed. Senac Nacional, 2004.

SEBRAE. Centro de Estética e Tratamento Corporal e Facial – Série Ponto de Partida. Belo Horizonte, SEBRAE/MG.

SILVA, José Pereira. Análise Financeira das Empresas. 4. Edição. São Paulo: Atlas, 2006.

SINOBC- Sindicato dos Oficiais Barbeiros, Cabeleireiros e Similares do Distrito Federal. Convenção Coletiva de Trabalho 2008-2010. Disponível em <
http://www.sincaabdf.com.br/convencoes/2008_2010.php >
acesso em 12 de março de 2011.