

**COMO
MONTAR**

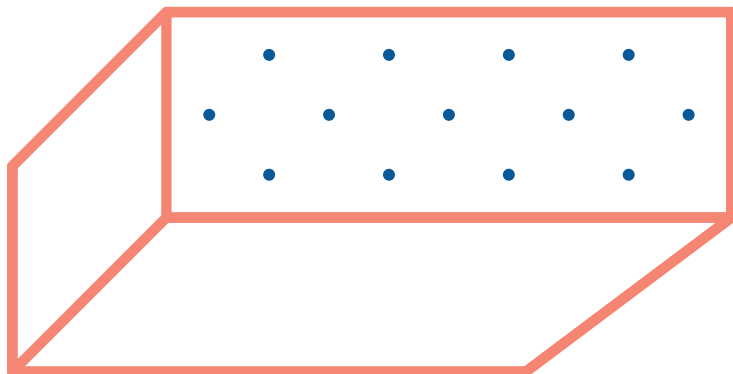
**UM SALÃO
DE BELEZA
INFANTIL**



www.sebraeatende.com.br

SUMÁRIO

Apresentação do negócio	6
Localização	6
Exigências Legais	7
Estrutura e pessoal (equipe e equipamentos)	9
Matéria-prima e mercadorias	12
Investimento e Capital de Giro	12
Canal de Distribuição	14
Agregação de valor	14
Divulgação	15
Informações tributárias	16
Dicas de Negócios	17
Bibliografia	18



IDEIAS E OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS

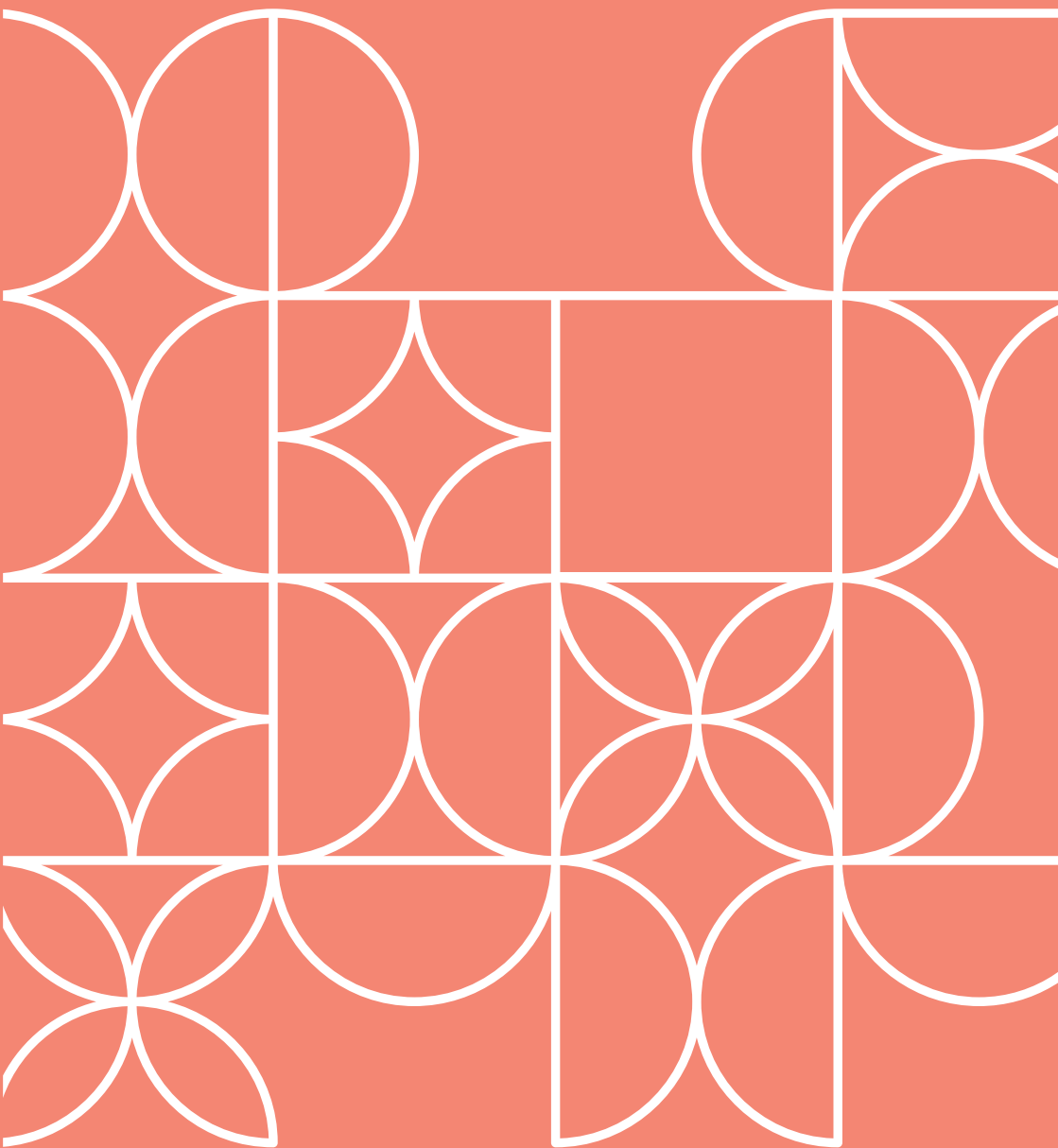
Quer se tornar um empreendedor mas não sabe por onde começar?

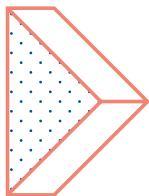
Esta Série é para quem quer descobrir as melhores ideias de negócios lucrativos.

A Série Como Montar traz um perfil de diversos ambientes de negócios para quem está em busca de oportunidades para empreender, apresentando uma visão geral de como cada segmento se posiciona no mercado, quais as variáveis que os afetam, como elas se comportam, qual a estrutura, equipamentos e pessoal para composição do negócio, oferecendo as informações necessárias sobre como fazer o seu empreendimento acontecer na prática.

Mas atenção, futuros empresários: as cartilhas desta Série não substituem o Plano de Negócio. Para elaborá-lo, procure o Sebrae. Dispomos de uma grande variedade de soluções em apoio ao pequeno empreendedor.

Consulte regularmente o site www.sebraeatende.com.br, descubra quais programas podem atender melhor às necessidades do seu negócio e comece hoje mesmo a colocar em prática tudo que aprendeu.





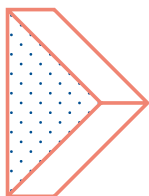
APRESENTAÇÃO DO NEGÓCIO

O mercado de consumo infantil está em alta, fato confirmado pelos dados coletados pela Associação Brasileira dos Fabricantes de Brinquedos (ABRINQ). Consultores avaliam que um dos fatores de maior relevância, que tem proporcionado essa expansão, é o uso da propaganda disseminada de forma intensiva nos veículos de massa destinada ao público infantil.

Ainda segundo a ABRINQ, o Brasil é o terceiro maior consumidor de produtos e serviços de beleza, sendo o primeiro os Estados Unidos e, logo depois, o Japão. Trata-se de um mercado de grande potencial a ser explorado, constatado a partir de nos quais identifica-se que existem, no Brasil, aproximadamente 50 milhões de crianças entre 0 e 14 anos, das quais 24 milhões estão entre 0 a 6 anos. Os números representam o tamanho do mercado a explorar.

Se você fizer uma pesquisa no Google sobre a palavra “salão de beleza infantil” vão aparecer mais de 19 milhões de resultados. Se há oferta, há demanda. Ainda que não existam números que demonstrem o real tamanho do mercado de salão de beleza infantil e seu potencial, os dados citados anteriormente demonstram o crescimento do mercado de beleza, higiene e estética, como um todo. Nele, crianças e adolescentes participam de forma ativa e crescente.

Em resumo, trata-se de um segmento que exige competência profissional e percepção de oportunidades. Vale apostar e participar desse crescimento.

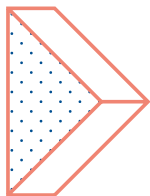


LOCALIZAÇÃO

A localização do ponto comercial é uma das decisões mais relevantes para uma loja desse nicho. Deve-se considerar, para a escolha do local, a densidade populacional, o perfil dos consumidores, a concorrência, os fatores de acesso e locomoção, a visibilidade, a proximidade com fornecedores, segurança e limpeza.

Mas, antes de se definir por um imóvel para abertura e montagem do seu negócio, deve-se observar os seguintes detalhes:

- *Certifique-se de que o imóvel em questão atende às suas necessidades operacionais quanto à localização, capacidade de instalação, características da vizinhança, e se é atendido por serviços de água, luz, esgoto, telefone, etc.;*
- *Avalie as comodidades que possam tornar mais atrativa e conveniente à presença dos frequentadores, tais como facilidade de acesso e estacionamento para clientes;*
- *Cuidado com imóveis situados em locais sujeitos a inundações ou próximos às zonas de risco;*
- *Atente para os aspectos de acesso e acessibilidade dos clientes;*
- *Avalie as condições de conservação e segurança do imóvel, bem como os aspectos legais e de zoneamento urbano junto à prefeitura.*



EXIGÊNCIAS LEGAIS

A abertura da empresa envolve uma série de providências. Para não atrasar a inauguração, recomendamos a contratação de um profissional de contabilidade, que possa proceder com a elaboração dos atos constitutivos e auxiliar o empresário na definição da forma jurídica mais adequada para o seu projeto.

As empresas que fornecem serviços e produtos no mercado de consumo devem observar as regras de proteção ao consumidor, estabelecidas pelo Código de Defesa do Consumidor (CDC). O CDC, publicado em 11 de setembro de 1990, regula a relação de consumo em todo o território brasileiro, na busca de equilibrar a relação entre consumidores e fornecedores.

O registro de uma empresa é similar a um processo, sendo composto pelas seguintes etapas:

- *Registro na Junta Comercial;*
- *Inscrição na Secretaria da Receita Federal para número do CNPJ;*
- *Registro na Secretaria Estadual da Fazenda;*
- *Inscrição na prefeitura do município para obtenção do alvará de funcionamento;*
- *Enquadramento na Entidade Sindical Patronal;*
- *Cadastramento junto à Caixa Econômica Federal no sistema “Conectividade Social – INSS/FGTS”;*
- *Solicitação de Licença do Corpo de Bombeiros Militar para funcionamento.*

Passo a Passo para a abertura de uma empresa:

Passo 1 *Registro na Junta Comercial*

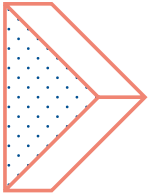
Passo 2 *Obtenção do NIRE (Número de Identificação do Registro de Empresa)*

Passo 3 *Obtenção do CNPJ*

Passo 4 *Obtenção do Alvará de Funcionamento*

Passo 5 *Definição do Sistema Tributário*

Passo 6 *Providências relacionadas à Previdência e dos documentos fiscais*



ESTRUTURA E PESSOAL (EQUIPE E EQUIPAMENTOS)

A estrutura básica de um salão de beleza infantil deve contar com um conjunto de salas ou ambientes delimitados, preparados para cada tipo de atendimento ou serviço.

Sugere-se:

- *Recepção, com ambiente funcional e a decoração agradável, além de compatível com esse público.*
- *Brinquedoteca, que pode ser ambientada como um playground e possuir mesinhas para jogos, cadeiras especiais para videogames, TV e vídeos infantis.*
- *Sala de espera para pais e babás, oferecendo comodidades como água, cafezinho, revistas atualizadas, jornais, televisão e música ambiente.*
- *Salas de atendimento, com tamanho suficiente para acomodar os móveis e equipamentos necessários a cada tipo de serviço.*
- *Banheiros próximos às áreas de atendimento e adaptados para crianças.*
- *Estacionamento.*

A quantidade de profissionais está relacionada ao porte do empreendimento. Para um salão de beleza infantil de pequeno porte, pode-se começar com 8 empregados, distribuídos da seguinte forma:

- *um atendente;*
- *três cabeleireiros;*
- *um profissional maquiador;*
- *um profissional de manicure e pedicure;*
- *dois monitores;*
- *um auxiliar de serviços gerais.*

É necessário, constantemente, estar acompanhando as atividades que as crianças estão desenvolvendo, e não deixá-las sem acompanhamento, especialmente as de menor idade. Para manter a segurança do público, todos os empregados devem estar uniformizados, preferencialmente em cores alegres, e com motivos infantis.

Deve-se estar atento para a Convenção Coletiva do Sindicato dos Empregados em Estabelecimentos de Beleza e Estética, ou similar, utilizando-a como balizadora dos salários e orientadora das relações trabalhistas, evitando consequências desagradáveis.

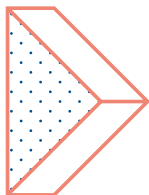
O Sebrae da sua região pode ser consultado para aprofundar as orientações sobre o perfil do pessoal e o treinamento adequado.

A definição do porte do empreendimento também é fundamental para a aquisição dos equipamentos. Um salão de beleza infantil de pequeno porte conta com:

- *Microcomputador;*
- *Impressora multifuncional;*
- *Telefone;*
- *Mesas;*
- *Cadeiras;*
- *Armário para escritório;*
- *Máquina ECF;*
- *Alarme;*
- *Sofá;*
- *Mesa de centro;*
- *Porta-revista;*
- *TV e DVD;*
- *Balcão de atendimento;*
- *Balcão de exposição de produtos;*
- *Display promocional;*
- *Cadeiras para corte de cabelo;*

- Carrinho de apoio para apetrechos como escova, secador e tesouras;
- Mesa e carrinho de manicure;
- Cadeira de manicure e pedicure;
- Lavatório para cabelos;
- Secador;
- Ar-condicionado;
- Utensílios descartáveis diversos, como batas, toucas, luvas, etc.;
- Utensílios de trabalho diversos, como pentes, escovas, toalhas, etc.;
- Mesinhas com cadeiras para brinquedos e desenhos;
- Brinquedo toca mágica;
- Poltrona para videogame;
- Videogame;
- Jogos.

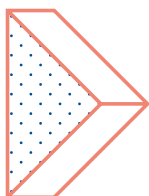




MATÉRIA-PRIMA E MERCADORIAS

O estoque dos produtos de um salão de beleza infantil deve ser mínimo, visando gerar o menor impacto na alocação de capital de giro, e deve ser calculado levando-se em conta o número de dias entre o pedido de compra e a entrega dos produtos na sede da empresa.

Por se tratar de prestação de serviços, não há matéria-prima ou processo de manufatura envolvido na atividade. Já as mercadorias que são utilizadas – e também podem ser comercializadas nesse tipo de empreendimento – em um negócio desse tipo são: xampu, condicionador, produtos para tratamentos capilares voltados ao público infantil, grampos e enfeites para cabelo.



INVESTIMENTO E CAPITAL DE GIRO

O investimento para o início das atividades varia de acordo com o porte do empreendimento e os produtos e serviços que serão oferecidos. **Os Investimentos iniciais comuns a uma empresa desse segmento são:**

- *Investimento Fixo*
- *Despesas pré-operacionais*
- *Capital de Giro*

Os custos dentro de um negócio são empregados tanto na elaboração dos serviços ou produtos quanto na manutenção do pleno funcionamento da empresa. Entre essas despesas, estão o que chamamos de custos fixos e custos variáveis.

Custos variáveis são os que variam diretamente com a quantidade produzida ou vendida, na mesma proporção. Já os fixos são os gastos que permanecem constantes, independente de aumentos ou diminuições na quantidade produzida e vendida.

Os gastos realizados para operar o negócio devem ser estimados considerando os itens abaixo:

- *Gastos com Mão de obra*
- *Custo da Mercadoria adquirida*
- *Custos fixos*

Os custos de aquisição de mercadoria estão integrados nos custos variáveis que abrangem, também, impostos, comissões, mão de obra operacional, despesas com cartões de crédito e de débito, etc.

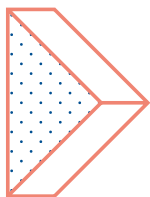
Nos custos fixos são considerados gastos com aluguel, honorários contábeis, pró-labore, energia, água, combustível, seguro, IPTU, ações de "marketing", etc.

Antes de montar a empresa, elabore um Plano de Negócios onde os valores necessários à estruturação da empresa estejam detalhados, em função dos objetivos estabelecidos de retorno e alcance de mercado. O capital de giro necessário para os primeiros meses de funcionamento do negócio também deve ser considerado neste planejamento.

Nessa etapa, é indicado procurar o Sebrae para consultoria adequada ao seu negócio, levando em conta todas as particularidades do segmento.

A estimativa de custos fixos mensais típicos de uma empresa de salão de beleza infantil são:

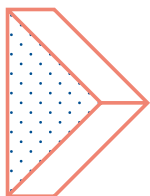
- *Água, luz, telefone e internet;*
- *Salários, comissões e encargos;*
- *Taxas, contribuições e despesas afins;*
- *Transporte;*
- *Refeições;*
- *Seguros;*
- *Assessoria contábil;*
- *Segurança;*
- *Limpeza, higiene e manutenção.*



CANAL DE DISTRIBUIÇÃO

O canal de distribuição é o ambiente onde funciona o salão de beleza infantil. Trata-se de serviço personalizado que deve ser realizado diretamente à própria criança, e só ocorre na presença dela.

Contudo, a empresa pode utilizar as redes sociais, principalmente o Instagram, para dar ainda mais visibilidade a seus serviços.



AGREGAÇÃO DE VALOR

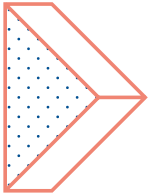
Uma forma de agregar valor é oferecer um serviço com ótima qualidade técnica, que garante a satisfação e gera credibilidade. Nesse sentido, preencher a ficha individual de cada criança é fundamental, pois dá informações importantes ao profissional, tais como alergias e tratamentos médicos e estéticos que sinalizam os cuidados a serem tomados durante o atendimento.

É possível diversificar o segmento através de outros serviços agregados ao salão de beleza infantil tais como:

- *Festas infantis;*
- *Acessórios que a criança leva para casa, como faixas, tiaras, tererês, prendedores de cabelo, pedrinhas de stress adesivas para o rosto, spray colorido, mechas coloridas, tranças com fitas e etc.;*
- *Pintura facial;*
- *Tatuagens temporárias;*
- *Bebês com cerca de dez meses de idades que fazem o primeiro corte ganham certificado com uma mechinha para guardar de lembrança;*
- *Maquiagem artística para meninas;*

Outra forma de criar valor é estabelecer programas de fidelidade, distribuindo brindes relacionados a um determinado volume de serviços que o cliente contratar.

É importante pesquisar junto aos concorrentes para conhecer os serviços que estão sendo adicionados e desenvolver opções específicas, com o objetivo de proporcionar aos clientes alternativas de produtos e serviços diferenciados.

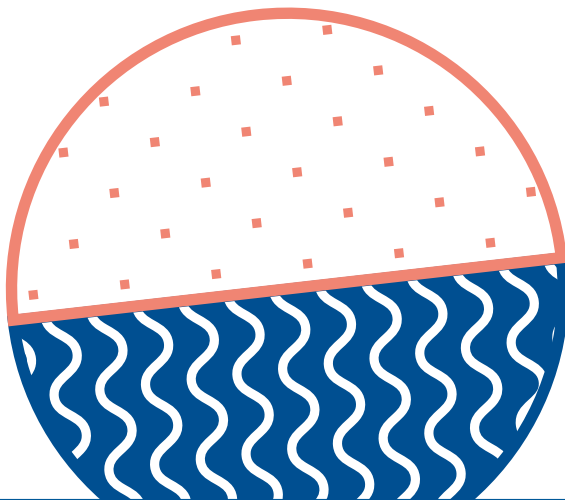


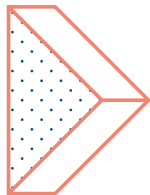
DIVULGAÇÃO

Os meios para divulgação de um salão de beleza infantil variam de acordo com o porte e o público-alvo escolhido. Uma pequena empresa de salão de beleza infantil pode utilizar-se de panfletos a serem distribuídos de forma dirigida, em locais de grande circulação de pessoas (próximos do salão de beleza infantil), ou no bairro onde está localizada.

Uma forma interessante de promover a divulgação do salão de beleza infantil é o anúncio interno, nos aparelhos de televisão situados na recepção e nas salas de atendimento, com pequenos vídeos de propaganda reforçando as características diferenciadas e os serviços diversificados que são oferecidos.

A divulgação através da internet é importante e tem custo relativamente baixo. Ao utilizar as redes sociais, atente-se para pedir a autorização dos pais, por escrito, para divulgar fotos das crianças. Sugere-se contratar um profissional de marketing e comunicação para desenvolver campanhas específicas no ambiente digital.





INFORMAÇÕES TRIBUTÁRIAS

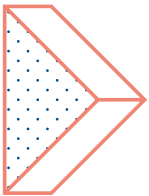
O segmento de SALÃO DE BELEZA INFANTIL, assim entendido pela CNAE/IBGE (Classificação Nacional de Atividades Econômicas) 9602-5/02 como a atividade de outras atividades de tratamento de beleza, poderá optar pelo SIMPLES Nacional - Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos 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\$ 4.800.000,00 (quatro milhões e oitocentos mil reais) para empresa de pequeno porte e respeitando os demais requisitos previstos na Lei.

Nesse regime, o empreendedor de ME e EPP 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/SimplesNacional>):

- *IRPJ (Imposto de Renda da Pessoa Jurídica);*
- *CSLL (Contribuição Social Sobre o Lucro Líquido);*
- *PIS (Programa de Integração Social);*
- *COFINS (Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social);*
- *CPP (Contribuição Previdenciária Patronal);*
- *ISSQN (Imposto Sobre Serviços de Qualquer Natureza): para empresas que prestam serviços;*

Se a receita bruta anual não ultrapassar R\$ 81 mil, o empreendedor poderá optar pelo registro como Microempreendedor Individual (MEI), desde que ele não seja dono ou sócio de outra empresa e tenha até um funcionário. Para se enquadrar no MEI, sua atividade deve constar na tabela da Resolução CGSN nº 94/2011 - Alterada pela Resolução CGSN Nº 135, DE 22 de agosto de 2017.

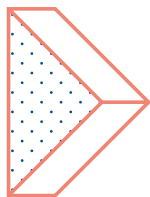
Para este segmento, tanto ME ou EPP, a opção pelo SIMPLES Nacional sempre será muito vantajosa sob o aspecto tributário, bem como nas facilidades de abertura do estabelecimento e para cumprimento das obrigações acessórias.



DICAS DE NEGÓCIOS

- *Entre nesse mercado consciente de que a presença do empreendedor é imprescindível para o sucesso do negócio;*
- *Esteja sempre atento ao que ocorre no seu mercado de atuação, acompanhando as tendências no Brasil e no exterior;*
- *Promova inovações contínuas, seja no oferecimento de produtos inovadores e funcionais, ou na forma de comercializá-los;*
- *Ajuste um conjunto de metas e objetivos a serem atendidos pelo projeto de divulgação da sua empresa;*
- *Seja criativo ao validar conceitos de produtos e sua divulgação.*





BIBLIOGRAFIA

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

ANDRADE, Patrícia Carlos de. *Orientar-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: Clío 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*. 14a. edição. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1999.

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

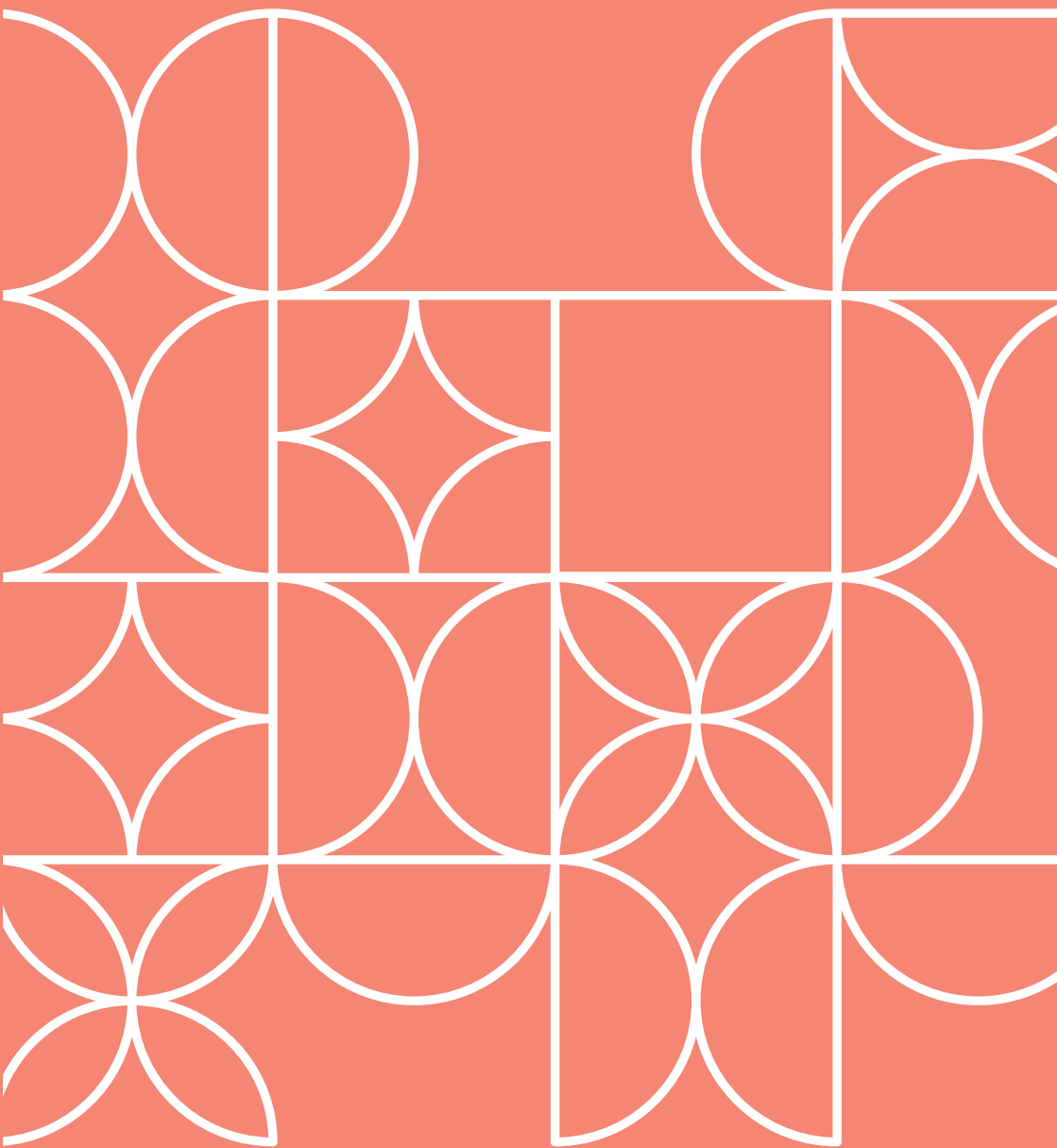
PARENTE, Juracy. *Varejo no Brasil*. São Paulo: Ed Atlas, 2000. PEQUENAS EMPRESAS GRANDES NEGÓCIOS. *Atendimento específico para a beleza das crianças gera renda*. Disponível em . Acesso em 11 de abril de 2011.

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*. 4a. Edição. São Paulo: Atlas, 2006.

SINOBC- *Sindicato dos Oficiais Barbeiros, Cabeleireiros e Similares do Distrito Federal. Convenção Coletiva de Trabalho 2008-2010*. Disponível em acesso em 12 de março de 2011.







Quer saber mais?

Acesse o site do Sebrae e conheça outros conteúdos.

www.sebraeatende.com.br 0800 570 0800

