



Centro de Estética



Expediente

Presidente do Conselho Deliberativo

Adelmir Santana

Diretor-Presidente

Paulo Tarciso Okamoto

Diretor Técnico

Luiz Carlos Barboza

Diretor de Administração e Finanças

Carlos Alberto dos Santos

Gerente da Unidade de Capacitação Empresarial

Mirela Malvestiti

Coordenação

Nidia Santana Caldas

Autor

Lauri Tadeu Corrêa Martins

Projeto Gráfico

Staff Art Marketing e Comunicação Ltda.

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

Apresentação do Negócio

Compreende as ações integradas na prevenção, educação, recuperação e reabilitação referentes às necessidades individuais e coletivas, visando a promoção da saúde, com base em modelo que ultrapasse a ênfase na assistência médico-hospitalar. A atenção e a assistência à saúde abrangem todas as dimensões do ser humano – biológica, psicológica, social, espiritual, ecológica e são desenvolvidas por meio de atividades diversificadas, dentre as quais a Estética está inserida (Parecer MEC/CNE/CES – nº 436/01)

O mercado de trabalho contemporâneo da Estética aplicada exige mão-de-obra qualificada, articulada e com capacidade de mobilização do público alvo para a aplicação dos seus conhecimentos técnico-científicos. Através do seu desempenho eficiente e eficaz no que se refere ao oferecimento de prestação de serviços de alta qualidade é que configuraremos o desenvolvimento da verdadeira “Tecnologia Estética Brasileira”.

Nos países do Primeiro Mundo a prestação de serviços em Estética realiza-se com muito sucesso utilizando-se das técnicas e instrumental mais desenvolvidos encontrando-se o profissional Esteticista ademais requisitado e valorizado por todos conhecimentos adquiridos em sua formação técnico/acadêmico. Vale ressaltar que no continente europeu, sua atividade profissional é classificada como paramédica, onde realiza seu trabalho como presença integrante de todas equipes médico-hospitalares promovendo a recuperação e a reabilitação do tecido cutâneo, bem como a recondução ao bem estar e à elevação da auto-estima do ser humano, em uma perspectiva mais abrangente e enriquecedora (Texto de Rosângela Façanha Presidente da FEBRAPE).

As Clínicas de Estéticas diferenciam-se dos Centros de Estética, pois exigem profissionais técnicos responsáveis (usualmente médicos), além de registro em órgão específico, uma vez que neste tipo de

negócio realizam-se cirurgias plásticas, entre outros procedimentos orientados por um profissional médico, diferente do centro de estética. Centro de Estética é uma empresa que presta serviços de tratamento corporal e facial através de cosméticos e equipamentos diversos. O principal objetivo do empreendimento é a reabilitação ou a melhora estética dos clientes, que passam por avaliações feitas por profissionais habilitados e esteticistas

Tratamentos

Existe uma variedade muito grande de serviços oferecidos, porém, alguns são básicos e estão disponíveis na maioria dos Centros de Estética existentes. A seguir, serão relacionados alguns serviços ofertados pelo mercado, porém, o empreendedor que desejar entrar nesse ramo deverá fazer uma análise criteriosa dos serviços que irá prestar no seu Centro de Estética, dependendo do público-alvo que pretenderá atingir.

Alguns serviços facilmente encontrados:

- Limpeza de pele;
- Tratamento de acne;
- Hidratação/nutrição facial;
- Rejuvenescimento/revitalização facial;
- Discromia - tratamento para manchas de pele;
- Bronzeamento artificial;
- Tratamento contra flacidez muscular;
- Tratamento de estrias;
- Hidratação/nutrição corporal;
- Clareamento de axila e virilha;
- Banho de lua/clareamento de pelos;
- Depilação;
- Drenagem linfática;
- Drenagem linfática pré e pós operatório;
- Endermologia – tratamento de celulite;

-Massagens anti-stress;

Mercado

Os Centros de Estética apresentam crescimento acelerado, com maior ênfase nas capitais e grandes cidades, mas também ocorrem nas cidades de pequeno porte. Os especialistas da área afirmam que há ainda muito espaço para crescimento desse mercado.

As alternativas de serviços a serem prestados ampliam-se constantemente. É preciso ter foco e definir um conjunto de atividades que melhor se enquadrem com o tipo de cliente a ser atendido. O gênero masculino vem procurando de forma crescente os serviços de estética, bem como as pessoas da chamada terceira idade.

É importante identificar o perfil da clientela potencial existente no local onde o Centro de Estética será instalado e a partir dessa análise elaborar o projeto do empreendimento, evitando assim, a oferta de serviços inadequados ao tipo de público do bairro ou local de instalação.

Deve-se atentar para especialização profissional que vem ocorrendo nesse segmento, com o aumento da oferta de Cursos Superiores Tecnólogos em Estética, Beleza e Cosmetologia, com duração de até 2 anos. Com isso, a qualidade dos serviços vem apresentando avanços significativos, e novos empreendedores com bom nível de conhecimento estão entrando no mercado.

O público que demanda os serviços de estética é bastante exigente e requer profissionais competentes, equipamentos atualizados e ambiente de bom nível para o acolhimento dessa clientela.

Localização

Uma boa localização é aquela que favorece -com o menor grau possível de dificuldade -o acesso das pessoas.

O Centro de Estética deverá estar instalado próximo ao local de residência do público-alvo, ou em locais de grande frequência de público como por exemplo os Shoppings. O local deve contar com um estacionamento próximo e com boas condições ambientais para uma permanência agradável da clientela.

O segmento, em potencial, que busca por serviços de Centros de Estética é formado por consumidores pertencentes às classes A e B.

Exigências legais específicas

A Vigilância Sanitária exige habilitação dos profissionais que atendem ao público e, também, que as instalações sejam adequadas ao tipo de trabalho que um Centro de Estética oferece.

Verifique os requisitos legais do município e do estado federativo.

O Corpo de Bombeiros também deverá fazer vistoria para autorizar o funcionamento.

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.

As profissões de Técnico em Estética e Tecnólogo em Estética ainda não estão regulamentadas por lei. Projeto de Lei nesse sentido tramita

na Câmara dos Deputados.

É necessário o acompanhamento e orientação de um Contador experiente e capaz, desde o início do projeto, para evitar problemas futuros.

É muito importante que a definição dos serviços a serem oferecidos pelo Centro de Estética não envolvam procedimentos que somente podem ser desenvolvidos por médicos, fisioterapeutas, massoterapeutas e outras áreas profissionais específicas.

O Código de Defesa do Consumidor deve ser consultado e considerado desde a fase inicial do projeto.

Existem Resoluções RDC da ANVISA - Agência Nacional de Vigilância Sanitária que impactam diretamente nos equipamentos e insumos utilizados em um Centro de Estética. Dessa forma, é importante uma atenção especial na compra de equipamentos e insumos que atendam essas Resoluções.

- Resolução ANVISA RDC nº 32, de 29 de maio de 2007 - Dispõe sobre a certificação compulsória dos equipamentos elétricos sob regime de Vigilância Sanitária e dá outras providências. D.O.U. - Diário Oficial da União; Poder Executivo, de 01 de junho de 2007.

- Resolução ANVISA RDC nº 308, de 14 de novembro de 2002 - Os fornecedores de câmaras de bronzamento e os estabelecimentos que executam procedimentos

utilizando estes aparelhos devem atender às prescrições da norma técnica

brasileira NBR IEC 60335-2-27 e disposições complementares estabelecidas nesta

Resolução. D.O.U. - Diário Oficial da União; Poder Executivo, de 05 de dezembro de 2002.

•Resolução ANVISA RDC nº 260, de 23 de setembro de 2002 - Regula os produtos para a saúde. D.O.U. - Diário Oficial da União; Poder Executivo, de 03 de outubro de 2002.

•Resolução ANVISA RDC nº 48, de 16 de março de 2006 - Aprova o Regulamento Técnico "LISTA DE SUBSTÂNCIAS QUE NÃO PODEM SER UTILIZADAS EM PRODUTOS DE HIGIENE PESSOAL, COSMÉTICOS E PERFUMES". D.O.U. - Diário Oficial da União; Poder Executivo, de 17 de março de 2006.

•Resolução ANVISA RDC nº 211, de 14 de julho de 2005 - Ficam estabelecidas a Definição e a Classificação de Produtos de Higiene Pessoal, Cosméticos e Perfumes, conforme Anexos I e II desta Resolução. D.O.U. - Diário Oficial da União; Poder Executivo, de 18 de julho de 2005.

Estrutura

A área destinada ao Centro de Estética pode variar de acordo com o conjunto de serviços a serem ofertados e a quantidade de

profissionais que serão contratados. A estrutura básica deve contar com um conjunto de salas e/ou divisórias, conforme descrição a seguir: **Salas de atendimento** – Devem ter tamanho suficiente para acomodar os 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. As salas devem ser arejadas e a temperatura agradável. Se necessário, instalar aparelhos condicionadores de ar. **Banheiros** – Devem estar próximos às áreas de atendimento e suficientes para o fluxo de pessoas que frequenta o Centro. **Recepção** – Deve ter um balcão de atendimento com equipamentos de informática, que possibilitem o cadastramento dos clientes e o controle dos tratamentos. Pode contar com o serviço de **caixa** no mesmo local. Deve ter telefone para atendimento e contatos diversos. **Sala de espera** – Os clientes que chegarem antes da hora marcada devem ter um espaço agradável para aguardar o atendimento, com revistas à disposição, TV ou música ambiente. **Estacionamento** - É muito importante que haja um espaço próprio para estacionamento ou convênio com estacionamentos próximos, oferecendo comodidade aos clientes, o que pode traduzir-se em diferencial favorável ao negócio.

Pessoal

Esse tipo de negócio requer pessoas formadas em cursos técnicos específicos ou tecnólogos com formação em nível superior. Pessoas com experiência comprovada de pelo menos 2 anos também podem ser acolhidas para prestar serviço de esteticista.

Além do conhecimento técnico, é imprescindível que os esteticistas tenham competências que favoreçam o relacionamento com os clientes. Nessa área, trabalha-se com clientes exigentes. Quando uma

pessoa vai a um Centro de Estética ela está procurando soluções especializadas e competentes para a melhoria da sua condição atual, seja para solucionar um problema, seja para promover melhoria estética capilar, facial ou corporal.

Trabalha-se muito com a vaidade das pessoas. É necessário muita percepção sobre os desejos do cliente, ouvir com atenção, entender suas expectativas, sugerir soluções pertinentes e adequadas ao seu perfil pessoal.

De um esteticista espera-se:

- Competência profissional – serviço de qualidade;
- Ética profissional;
- Interesse e compromisso pelo bem estar do cliente;
- Tratamento igual para todos – ausência total de preconceitos;

Discrição, companheirismo com os demais colegas e compromisso com os horários estabelecidos.

Os profissionais de um Centro de Estética precisam estar sempre atualizados. Nessa área, surgem permanentemente novos tratamentos, novos cosméticos, novos aparelhos e tecnologias, o que exige mudança e inovação constantes.

Sugere-se a participação em seminários, congressos e cursos, para manter-se atualizado e sintonizado com as tendências do setor.

O empreendedor deverá conhecer e manter contato permanente com as Associações Estaduais de Esteticistas e com a FEBRAPE – Federação Brasileira dos Profissionais Esteticistas, para sua atualização.

A quantidade de profissionais no Centro de Estética dependerá do porte das instalações e da demanda da clientela. Será necessário um plano básico com definição do quantitativo de pessoas que iniciarão as atividades e projeção do crescimento, com base no potencial do local onde o Centro será instalado.

O empreendedor deverá estar atento para a Convenção Coletiva do Sindicato dos Trabalhadores nessa área, utilizando-a como balizadora dos salários e orientadora da carga-horária de trabalho, evitando assim,

consequências desagradáveis.

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

Equipamentos

Para o escritório da administração e para a recepção e controle de clientes serão necessários os seguintes equipamentos:

- 03 microcomputadores completos;
- 02 impressoras;
- Equipamentos para conexão com provedor de internet;
- 02 linhas telefônicas - 01 com canal de comunicação banda larga;
- 01 impressora de cupom fiscal;
- Gaveteiro para guardar dinheiro, cheques e tickets de cartões de débito e crédito;
- Equipamento para recebimento através de cartões de débito e crédito;
- Sistema de ar condicionado dimensionado para o tamanho do ambiente;
- Sistema de som ambiente;
- 01 aparelho de TV – TV a cabo opcional;
- Mesas, cadeiras, sofás, poltronas, armários, balcões, prateleiras, estantes, de acordo com o dimensionamento das instalações.

Para a área de atendimento, somente após a decisão sobre os serviços que serão prestados, será possível relacionar os equipamentos necessários. A título de informação, alguns equipamentos, utensílios e acessórios utilizados em Centros de Estética, serão relacionados a seguir:

- Vaporizador;

- Cadeira para vaporizar;
- Aparelhos de microcorrentes;
- Aparelhos para vacuoterapia/eletrosucção;
- Aparelhos para terapia endérmica não invasiva
- Macas para depilação e massagem – fixa e portátil;
- Aparelhos para termoterapia;
- Aparelhos ionizadores;
- Aparelhos para peeling;
- Kit para bronzeamento;
- Almofadas térmicas vibratórias;
- Mantas térmicas;
- Cadeiras para massagem anti-stress;
- Carrinhos auxiliares para aparelhos e acessórios;
- Cadeira reclinável para limpeza de pele e massagem facial;
- Cadeiras para bancadas com espelho;
- Lavatórios para cabelos;
- Poltronas hidráulicas;
- Cadeiras de manicure;
- Carrinho para manicure
- Secador com pé;
- Secadores manuais;
- Cadeira para secador com pé;
- Estufas

Matéria Prima / Mercadoria

Antes da instalação do Centro de Estética um contador bem preparado deve ser contratado para orientar todo o processo e encaminhar os procedimentos de registro e legalização da empresa. A legislação municipal e estadual deve ser consultada para se evitar problemas futuros.

O empresário estar atento para o conjunto de serviços que o Centro irá prestar ao público, evitando as atividades profissionais restritas à área

médica, ao campo da fisioterapia, à massoterapia e outras.

A matéria-prima utilizada no Centro de Estética é representada, basicamente, por cosméticos e alguns produtos auxiliares aos tratamentos oferecidos. Como já foi citado em tópicos anteriores, somente após a definição da abrangência dos serviços que o Centro vai prestar aos clientes, é que será possível estabelecer o universo a serem adquiridos.

Como forma de esclarecimento e orientação ao futuro empreendedor, será fornecida, a seguir, uma listagem de alguns produtos normalmente utilizados nesse negócio:

- Bloqueador solar;
- Máscara antinflacidez;
- Emulsão hidratante;
- Argila;
- Fluído para bandagem quente;
- Cera para depilação;
- Papel para depilação;
- Creme para depilação;
- Creme para massagem;
- Fluído para massagem;
- Creme redutor de medidas;
- Spray e gel para crioterapia;
- Cremes - esfoliante, hidratante, limpeza;
- Gel de condução e deslizamento – massagens;
- Gel redutor de medidas;
- Óleos – hidratante, estimulante, revigorante, emoliente, calmante;
- Óleo para massagem;
- Loções bronzeadores;
- Leites para limpeza de pele;
- Kit gesso redutor de medidas;
- Esmaltes;
- Essências;

- Produtos para maquiagem;
- Massageadores, escovas, esponjas, luvas – auxiliares aos tratamentos.

Organização do processo produtivo

O Centro de Estética deverá contar com uma organização interna que estabeleça um fluxo de atividades para prestação dos serviços. Os processos deverão estar divididos em:

- 1. Serviços de Recepção e Atendimento ao Cliente** – responsável pelo cadastramento, agendamento de horários, recepção e registro dos serviços personalizados a serem realizados, acomodação enquanto o cliente espera o seu horário, encaminhamento aos profissionais atendentes, cobrança de valores, manutenção de registros que definem o perfil do cliente, ações de pós-venda e fidelização.
- 2. Serviço de Atendimento Qualificado** – responsável pela prestação do serviço específico a cada cliente. Deve ser representado por setores, de acordo com a característica do serviço. Assim, cada cliente será encaminhado a um determinado setor, conforme o serviço ou conjunto de serviços que irá receber. Os setores serão delimitados por divisórias, biombos ou células de trabalho.
- 3. Serviços Administrativos** – responsável pela organização do processo produtivo, definição de diretrizes de trabalho, gestão da equipe de profissionais, acompanhamento e controle das atividades, compras, finanças, divulgação do negócio, contratação de pessoas e outros serviços correlatos.

Automação

Este ramo de negócio não requer automação dos processos. Os serviços são prestados por pessoas.

Somente cadastros, controles de clientes, controles de estoques e outros processos administrativos oferecem oportunidades para a utilização de sistemas tecnológicos.

Canais de distribuição

Os serviços são prestados nas instalações do Centro de Estética. Em algumas situações os clientes poderão ser atendidos em outros locais, como: em domicílio e/ou nos intervalos de trabalho de outras empresas, desde que o atendimento avaliado e negociado previamente.

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, máquinas, equipamentos, móveis, utensílios, instalações, reformas, veículos, taxas de franquias (se for o caso) etc.

Investimentos pré-operacionais – são todos os gastos ou despesas realizadas com projetos, pesquisas de mercado, registro da empresa, honorários profissionais e outros.

Capital de giro – é o capital necessário para suportar todos os gastos

e despesas iniciais gerados 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 com vendas, financiamento de vendas a prazo, giro de estoques e outras.

O quadro a seguir apresenta uma previsão de necessidade de capital para instalar e manter uma pequena loja até sua auto-sustentação, prevista para 6 meses.

Previsão de investimento para um Centro de Estética de médio porte

- Reforma e adaptação de uma sala de 120m²
- Microcomputadores completos e 2 impressoras
- Móveis, estantes, prateleiras, balcões, macas, carrinhos auxiliares, cadeiras de massagem,
- Aparelhos básicos para estética facial e corporal – alta frequência, endermologia, ionizador, vaporizador, termoterapia, microcorrentes, mantas, bandas...
- Aparelho TV, DVD, sistema de som, ar condicionado
- Infra-estrutura de comunicação (telefone, internet, site), sistema de controles internos, exigências legais com geração de cupom fiscal e outros
- Despesas pré-operacionais – registro da empresa, honorários profissionais, taxas
- Gastos na compra inicial de produtos para uso – cremes, gel, óleos, loções, maquiagem, cera, kits diversos, acessórios, produtos descartáveis
- Capital de giro para suportar o Centro de Estética nos primeiros meses.
- Ofertas de empresas franqueadoras estabelecem parâmetros de investimento entre R\$ 110.000,00 e R\$ 250.000,00 para instalação de Centros de Estética vinculados a Franquias.

Capital de giro

Capital de giro é um montante de recursos financeiros que a empresa precisa manter para garantir a dinâmica do seu processo de negócio.

O capital de giro precisa de controle permanente, pois tem a função de minimizar o impacto das mudanças no ambiente de negócios onde a empresa atua.

O desafio da gestão do capital de giro deve-se, principalmente, à ocorrência dos fatores a seguir:

- Variação dos diversos custos absorvidos pela empresa;
- Aumento de despesas financeiras, em decorrência das instabilidades desse mercado;
- Baixo volume de vendas;
- Aumento dos índices de inadimplência;
- Altos níveis de estoques.

O empreendedor deverá ter um controle orçamentário rígido de forma a não consumir recursos sem previsão.

O empresário deve evitar a retirada de valores além do pró-labore estipulado, pois no início todo o recurso que entrar na empresa nela deverá permanecer, possibilitando o crescimento e a expansão do negócio. Dessa forma a empresa poderá alcançar mais rapidamente sua auto-sustentação, reduzindo as necessidades de capital de giro e agregando maior valor ao novo negócio. Sugere-se uma provisão em torno de 30% do investimento total inicial para capital de giro.

Custos

São todos os gastos realizados na produção de um bem ou serviço e

que serão incorporados posteriormente no preço de venda.

Os custos para uma abrir esse empreendimento devem ser estimados considerando os itens abaixo:

1. Salários, comissões e encargos;
2. Tributos, impostos, contribuições e taxas;
3. Aluguel, taxa de condomínio, segurança;
4. Água, Luz, Telefone e acesso a internet;
5. Produtos para higiene e limpeza da empresa e funcionários;
6. Recursos para manutenções corretivas;
7. Assessoria contábil;
8. Propaganda e Publicidade da empresa;
9. Aquisição de matéria-prima e insumos;
10. Despesas com manutenção de equipamentos;

No caso do Centro de Estética, atentar para possíveis desperdícios de produtos utilizados nos tratamentos. Outro ponto importante é a compra de produtos pelo melhor preço, sem comprometer a qualidade. 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.

Diversificação / Agregação de valor

O empreendedor deverá verificar todas as possibilidades de agregar serviços que tenham boa procura pela clientela e que estejam relacionados ao seu negócio.

É recomendável visitar outros Centros de Estética que já funcionam há algum tempo e pesquisar na internet para conhecer novos serviços e tendências do setor.

O Centro de Estética poderá comercializar produtos, desde que a empresa tenha sido constituída com fins comerciais.

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. Desta maneira a empresa demonstrará que valoriza o cliente aprimorando-se sempre no desempenho das suas atividades.

Divulgação

Poderão ser usados todos os canais de propaganda, de acordo com o porte do empreendimento e a capacidade de investimento do empreendedor. Um pequeno Centro poderá utilizar-se de panfletos a serem distribuídos de forma dirigida, em locais de grande circulação de pessoas ou em bairros.

Na medida do interesse e das possibilidades, poderão ser utilizados anúncios em jornais de bairro, jornais de grande circulação, rádio, revistas, outdoor e internet.

O Centro de Estética deverá ter seu site na internet e utilizá-lo para a divulgação de seus serviços. Outros recursos poderão ser utilizados e 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 centro de estética, composto de clínicas de estética, de emagrecimento e de massagem estética, além de spas que não operem em estabelecimentos hoteleiros, não poderá optar pelo SIMPLES Nacional - Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições devidos pelas Microempresas e Empresas de Pequeno Porte, instituído pela Lei Complementar nº 123/2006, por expressa vedação legal emitida pela Secretaria da Receita Federal do Brasil, através da Resolução do Comitê de Tributação das Microempresas e Empresas de Pequeno Porte nº 06/2007, Anexo I.

Dessa forma, o segmento de negócio de centro de estética deverá optar por um dos regimes de tributação abaixo:

Lucro Real: É o lucro líquido do período de apuração ajustado pelas adições, exclusões ou compensações estabelecidas em nossa legislação. Este sistema é o mais complexo de todos; entretanto, dependendo de uma série de fatores a serem avaliados, o lucro real pode ser opção vantajosa para o segmento.

Alíquotas:

- IRPJ - 15% sobre a base de cálculo (lucro líquido). Haverá um adicional de 10% para a parcela do lucro que exceder o valor de R\$ 20.000,00, multiplicado pelo número de meses do período. O imposto poderá ser determinado trimestralmente ou anualmente;
- CSLL - 9%, determinada nas mesmas condições do IRPJ;
- PIS - 1,65% - sobre a receita bruta total, compensável;
- COFINS – 7,6% - sobre a receita bruta total, compensável.

Lucro Presumido: É o lucro que se presume através da receita bruta de

vendas de mercadorias e/ou prestação de serviços. Trata-se de uma forma de tributação simplificada utilizada para determinar a base de cálculo do Imposto de Renda (IRPJ) e da Contribuição Social sobre o Lucro (CSLL) das pessoas jurídicas que não estiverem obrigadas à apuração do lucro real. Nesse regime a apuração do imposto será feita trimestralmente.

A base de cálculo corresponde a 32% da receita bruta para a atividade de centro de estética. A alíquota é mesma determinada para o Lucro Real.

Alíquotas:

- IRPJ - 15% sobre a base de cálculo (após a aplicação do percentual sobre a receita bruta). Haverá um adicional de 10% para a parcela do lucro que exceder o valor de R\$ 20.000,00, multiplicado pelo número de meses do período. O imposto poderá ser determinado trimestralmente ou anualmente;
- CSLL - 9%, determinada nas mesmas condições do IRPJ;
- PIS - 0,65% - sobre a receita bruta total;
- COFINS – 3% - sobre a receita bruta total.

Já no caso das contribuições previdenciárias (tanto para o lucro real quanto para o lucro presumido):

- INSS - Valor devido pela Empresa - 20% sobre a folha de pagamento de salários, pró-labore e autônomos;
- Valor devido pelo Empresário e Autônomo - A empresa também deverá descontar e reter na fonte, 11% da remuneração paga devida ou creditada a qualquer título no decorrer do mês, ao autônomo e empresário (sócio ou titular), observado o limite máximo do salário de contribuição (o recolhimento do INSS será feito através da Guia de Previdência Social - GPS).

ICMS - Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Prestações de Serviços de Transporte Interestadual, Intermunicipal e Comunicação (no caso de venda de produtos dentro de centro de estética). Regra geral, as alíquotas variam conforme o Estado, entre 7% e 18%. Alguns produtos ou serviços possuem alíquotas reduzidas ou diferenciadas. Desta forma, recomendamos que você analise com o seu contabilista a alíquota correta. Vale dizer que o Estado de São Paulo tem promovido alterações nas alíquotas, portanto, fique atento às possíveis mudanças.

ISS – Calculado sobre a receita de prestação de serviços, varia conforme o município onde o segmento estiver sediado.

Orienta-se ao empreendedor que atente ao tópico Exigências legais específicas, que inclui as normas e regulamentos que devem ser atendidos para operacionalização dessa atividade.

Eventos

O empreendedor poderá encontrar informações de interesse da sua região junto às associações de esteticistas existentes nos estados da federação ou na Federação Brasileira dos Profissionais Esteticistas - Febrape. Uma pesquisa na internet também levará a essas informações.

A seguir, serão indicados alguns eventos tradicionais sobre estética:

HAIR Brasil – Feira Internacional de Beleza, Cabelos e Estética

Evento Anual

Local: São Paulo – SP

Congresso Científico Internacional de Estética

Evento Anual

Local: Rio de Janeiro – RJ (Rio Centro)

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

Rio Beauty Show – Feira Internacional de Beleza

Evento Anual

Local: Rio de Janeiro – RJ (Rio Centro)

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

COSMOPROF Cosmética – Feira Internacional de Beleza

Evento Anual

Local: São Paulo – SP (Anhembi)

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

HOSPITALAR – Feira Internacional de Produtos, Equipamentos, Serviços e Tecnologia para Hospitais, Laboratórios, Clínicas e Consultórios

Evento Anual

Local: São Paulo - SP

Feira da Imagem Pessoal

Evento Anual

Local: Rio de Janeiro - RJ

Tel.: (21) 2581-1379

Entidades em Geral

Relação de entidades para eventuais consultas:

ABC - Associação Brasileira de Cosmetologia
Rua Ana Catharina Randi, 25 - Jardim Petrópolis
São Paulo SP
CEP: 04637-130
Tel.: (11) 5044-5466 / 5044-5528
E-mail: abc@abc-cosmetologia.org.br
Site: <http://www.abc-cosmetologia.org.br/>

SBD - Sociedade Brasileira de Dermatologia



Av. Rio Branco nº 39, 18º andar - Caixa Postal 389
Rio de Janeiro – RJ
CEP: 20090-003
Site: <http://www.sbd.org.br/>

FEBRAPE – Federação Brasileira de Profissionais Esteticistas
Site: <http://www.febrape.org.br/>

Ministério da Saúde
Site: <http://www.saude.gov.br/>

Agência Nacional de Vigilância Sanitária

Site: <http://www.anvisa.gov.br/>
Alguns Fornecedores/Fabricantes

CK Indústria e Comércio de Aparelhos Eletro medicinais.
Produtos: equipamentos para esteticistas e fisioterapeutas
Rua Apinajes, 1.577 – Perdizes
São Paulo – SP
CEP: 01258-001
Tel.: (11) 3672-0694
Fax: (11) 3865-8987
E-mail: info@ck.com.br
Site: <http://www.ck.com.br/>

SKINER Indústria e Comércio Ltda.
Produtos: Aparelhos para estética.
Rua Loefgreen, 77 -. Vila Clementino
São Paulo – SP
CEP: 04040-030
Tel.: (11) 5572-8592
Fax: (11) 5575-0077



ADVICE Tecnologia em Beleza – RO & SU Indústria e Comércio Ltda.

Produtos: equipamentos para esteticistas e fisioterapeutas.

Rua Aparai, 271

Rio de Janeiro – RJ

CEP: 22765-670

Tel.: (21) 2436-3368 / 2426-0353

Fax: (21) 2236-2460

E-mail: stela.cardoso@advicemaster.com.br

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

Comércio e Indústria RAMSOR Ltda.

Produtos: móveis para salão de beleza e Centros de estética;

Av. Nova Cantareira, 4885 – Santana

São Paulo – SP

CEP: 02341-001

Tel.: (11) 6204-9588

Fax: (11) 6204-9179

E-mail: ramsor@ig.com.br

DGM Eletrônica Ltda. ME

Produtos: Equipamentos para estética.

Av. Estados Unidos, 861 – Vila Metalúrgica

Santo André – SP

CEP: 09210-300

Tel.: (11) 4996-2200

Fax: (11) 4996-1990

E-mail: dgmeletronica@uol.com.br

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

MUNDO DOS CABELEIREIROS ACESSÓRIOS LTDA.

Produtos: Máquinas e equipamentos de estética.

Rua Lourdes P. Cordeiro, 135 Loja 01 – V. Nova

Belo Horizonte – MG



CEP: 31.510-530
Tel.: (31) 3451-2966

FISIOTER Indústria e Comércio Ltda.
Produtos: Equipamentos e acessórios de estética.
Rua Arnaldo Cintra, 43/47
São Paulo – SP
CEP: 03088-000
Tel.: (11) 6191-5699
Fax: (11) 295-4270
Site: <http://www.gseestetica.com.br/>

YOSHI Indústria e Comércio de Móveis Ltda.
Produtos: Móveis e acessórios para Centros de estética.
Av. Otacílio Tomanik - VI Polopoli
São Paulo – SP
Cep: 05363-000
Tel. / Fax: (11) 3735-4166 / 5698
E-mail: yoshimoveis@yoshimoveis.com.br
Site: <http://www.yoshimoveis.com.br/>

ELASA – Trevo treze Indústria e Comércio de Móveis Ltda.
Produtos: Móveis para salão de estética.
Rua Sumika Aoki, 387
Bragança Paulista – SP
Tel.: (11) 4033-5607 / 4035-4650
Fax: (11) 4035-1160
E-mail: comercial@jacjess.com.br
Site: <http://www.elasa.com.br/>

TROPIK do Brasil
Produtos: Máquinas de bronzeamento artificial.
Rua Pirapitingui, 35
São Bernardo do Campo – SP

Tel.: (11) 4368-5556

Fax: (11) 4368-3033

KADEN

Produtos: Banheiras de Ofurô

Rua Itaqueri, 1290 – Mooca

São Paulo – SP

CEP: 03178-001

Tel.: (11) 6601-4090

Fax: (11) 6601-5966

KAN TUI

Produtos: Banheiras de Ofurô.

Rua Arandu, 427 – Brooklin Novo

São Paulo – SP

CEP: 04562-031

Tel.: (11) 5505-4433

BRASIL ERVAS Indústria Comércio de Cosméticos Naturais Ltda.

Produto: Cosméticos

Rua Peperi 03 – Nova Granada

Belo Horizonte – MG

CEP: 30460-560

Tel. / Fax: (31) 3334-1115

MAB Importadora e Distribuidora de Cosméticos e Equip. Estética

Produto: Cosméticos.

Rua dos Otonis, 738 - Vila Clementino

São Paulo - SP

CEP: 04025-002

Tel: (11) 5573-1180 / Fax: (11) 5571-7078

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

FELITHI Cosméticos



Produto: Cosméticos.
Rua São Jorge, 132 – Tatuapé
São Paulo - SP
Tel.: (11) 6941-1471
Site: <http://www.evenways.com.br/>

L'OREAL Brasil
Produto: Cosméticos.
Caixa Postal 1699 - Rio de Janeiro - RJ
CEP: 20.010-974
SAC: 0800-701-7237
E-mail: contato@br.loreal.com
Site: <http://www.loreal.com.br/>

NASHA COSMÉTICOS Internacional Ltda.
Produto: Cosméticos
Rua Francisco D'Amico, 195 – Jd. Santo Onofre
Taboão da Serra / SP
CEP: 06.785-290
SAC: 0800-117707
E-mail: nasha@nasha.com.br
Site: <http://www.nasha.com.br/>

NIASI S/A
Produto: Cosméticos
Caixa Postal 79
Taboão da Serra - SP
CEP: 06751-970
SAC: 0800 11 11 45
E-mail: sac@niasi.com.br
Site: <http://www.niasi.com.br/>

VANEX Distribuidora Ltda.
Produto: Cosméticos.



Rua Domingos Fernandes Maia, 550 – Bairro Alto
Curitiba – PR
CEP: 82.820-430
Tel.: (41) 367-8933 / 6475
E-mail: kadusbrasil@kadus.com.br
Site: <http://www.kadus.com.br/>

VITA DERM

Produto: Cosméticos.
Rua Luis Gatti, 261 – Lapa
São Paulo / SP
CEP: 05.038-150
SAC: 0800-179292
Tel.: (11) 3871-6338
Site: <http://www.vitaderm.com.br/>

PROVISUAL

Produto: Automação para Cabeleireiros e Centros de Estética ,
Desenvolvimento e Manutenção de Home Pages, Sistema de
Cabeleireiros e Centros de Estética.
R. Dr. Pamphilo D'assumpção, 913 - Conj 07 – Rebouças
Curitiba - PR
CEP: 80220-040
Tel.: (41) 334-2525

VICTOR DO BRASIL ELETRÔNICA LTDA.

Serviço: Sonorização e ambientes
Rua Brooklin, 258 – Chácara Marco
Barueri – SP
CEP: 06419-080
Tel. / Fax: (11) 4161-4288

BEL MUSIC LTDA.

Serviço: Sonorização e ambientes



Av. Nossa Senhora do Carmo, 99 – Sion
Belo Horizonte – MG
CEP: 30310-000
Tel.: (31) 3223-4448
Fax: (31) 3221-9121

GABO PRODUÇÕES LTDA.
Serviço: Sonorização e ambientes
Rua Jacurici, 166/72 Bl.03
São Paulo – SP
CEP: 01453-030
Tel.: (31) 3168-5478

Obs.: Pesquisa na internet indicará outros fornecedores de aparelhos, acessórios e produtos de estética que poderão estar localizados mais próximo ao local de instalação do negócio. As associações de esteticistas existentes nos estados também poderão auxiliar.

Franquias

ABF – Associação Brasileira de Franchising
Av. Brig. Faria Lima, 1739, 3º andar - Jardim Paulistano
São Paulo - SP
CEP: 01452-001
Tel.: (11) 3814-4200 / Fax.: (11) 3817-5986
Site: <http://www.portaldofranchising.com.br/>

Cursos

SENAC - Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial

Site: <http://www.senac.br/>

Obs.: Pesquisa na internet fornecerá outros endereços de empresas e

entidades credenciadas para formação de Técnicos Esteticistas. Diversas instituições de ensino superior já oferecem cursos de formação de Tecnólogo na área de Estética, Beleza e Cosmetologia. O Sebrae local poderá auxiliar com informações sobre instituições que oferecem cursos.

Normas Técnicas

Não existem normas técnicas aplicáveis para os serviços oferecidos em um Centro de Estética, contudo existem normas técnicas para alguns equipamentos elétricos utilizados na execução dos serviços.

- NBR NM-IEC 60335-2-23 Segurança de aparelhos eletrodomésticos e similares -

Parte 2-23: Requisitos particulares para aparelhos para cuidados da pele ou cabelo

- NBR NM-IEC 60335-2-8 Segurança de aparelhos eletrodomésticos e similares -

Parte 2: Requisitos particulares para babedores elétricos, cortadores de cabelo e aparelhos similares

- NBR IEC 60335-2-27 Segurança de aparelhos eletrodomésticos e similares - Parte

2-27: Requisitos particulares para aparelhos de exposição da pele à radiação ultravioleta e infravermelho.

Glossário

Esteticista – Profissional especializado em tratamentos que garantem a boa aparência pessoal. Na área de estética pessoal encontram-se profissionais formados em cursos técnicos específicos, tecnólogos e/ou pessoas que adquiriram experiência pelo exercício prático da atividade.

Técnico em Estética – Capacita-se através de cursos técnicos credenciados pelo Ministério da Educação - MEC. O aluno aprende a executar procedimentos de prevenção, recuperação e manutenção da pele, através do domínio da tecnologia de produtos cosméticos, equipamentos eletroterápicos e técnicas de tratamentos faciais e corporais, contribuindo para que as pessoas sintam-se cada vez mais saudáveis, jovens e satisfeitas com sua própria imagem (Texto: Senac/ES).

Tecnólogo em Estética, Beleza e Cosmetologia - Profissional formado em cursos superiores, com duração de 2 anos. Desenvolve competências para definir e aplicar tratamentos estético, facial e corporal, favorecendo o bem-estar físico e mental. Pode trabalhar em clínicas de estética, salões de beleza, spas, academias de ginástica, hospitais, consultórios, consultorias especializadas, representações de equipamentos e cosmetologia. Pode atuar também na gestão de negócios da área de estética.

Drenagem linfática - É uma técnica de massagem manual com o objetivo de tratar afecções crônicas das vias respiratórias superiores. A principal finalidade da drenagem linfática é esvaziar os líquidos e resíduos metabólicos e estimular a circulação linfática através de

massagem.

Endermologia - É uma técnica aplicada através de aparelho especial, que associa a drenagem linfática e massagem por ultra-som. O aparelho realiza uma massagem profunda e estimula a circulação linfática.

Crioterapia - É um termo que abrange diversas técnicas específicas. Significa, literalmente, "terapia pelo frio", ou seja, qualquer tipo de uso do gelo ou de aplicações do frio com objetivos terapêuticos. Pode-se dizer que é a aplicação terapêutica de qualquer substância ao corpo, resultando numa retirada do calor corporal e, por meio disso, rebaixando a temperatura.

Dicas do Negócio

- Dimensionar o conjunto de serviços do Centro de Estética com base em dados do mercado potencial.
- Avaliar a receptividade da clientela à venda de produtos. Lembrar que comércio requer registro de empresa diferenciado de prestação de serviços.
- 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 e novos produtos ofertados, 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 tecnologias que surgem dia-a-dia.

-Os empregados devem participar de cursos de aperfeiçoamento, congressos e seminários, para garantir a atualização do Centro de Estética.

Características específicas do empreendedor

O empreendedor envolvido com atividades ligadas à estética pessoal, beleza e cosmetologia precisa adequar-se a um perfil arrojado e comprometido, com a evolução acelerada de um setor altamente disputado por concorrentes, nem sempre fáceis de serem vencidos. 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 do ramo de estética:

- 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 de 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.

Bibliografia Complementar

DOLABELA, Fernando. O segredo de Luísa - uma idéia, uma paixão e um plano de negócios: como nasce um empreendedor e se cria uma empresa. 14 ed. São Paulo: Ed. Cultura Editores e Associados, 1999.

SEBRAE/MG, Ponto de Partida para o início do negócio.

Site: http://www.sebrae.mg.com.br/geral/visualizadorConteudo.aspx?cod_areasup, acessado em 15.01.07.

SEBRAE/ES, Idéias de Negócios.

<http://www.sebraees.com.br/IdeiasNegocio...&tipoobjeto=3&objeto=615&botao>

acessado em 15.01.07.

FEBRAPE – Federação Brasileira de Profissionais Esteticistas

Site: <http://z001.ig.com.br/ig/46/11/916363/bl...> - acessado em 22.01.07