



BELEZA & COSMÉTICOS

PROTÓTIPO DE
PROJETO DE
ATENDIMENTO

2024

[INTRODUÇÃO]

Olá,

Pelo terceiro ano consecutivo desenvolvemos juntos o protótipo de projeto ou atividade de atendimento aos pequenos negócios de embelezamento e fabricação de cosméticos é um modelo norteador construído a várias mãos pelos gestores de diversos projetos, atividades e ações que atendem esse público no Sistema Sebrae.

É uma declaração autêntica das necessidades dos pequenos negócios pelo Brasil e sintetizada num guia que serve ao Sistema Sebrae e parceiros que queiram se inspirar numa produção consistente e coletiva.

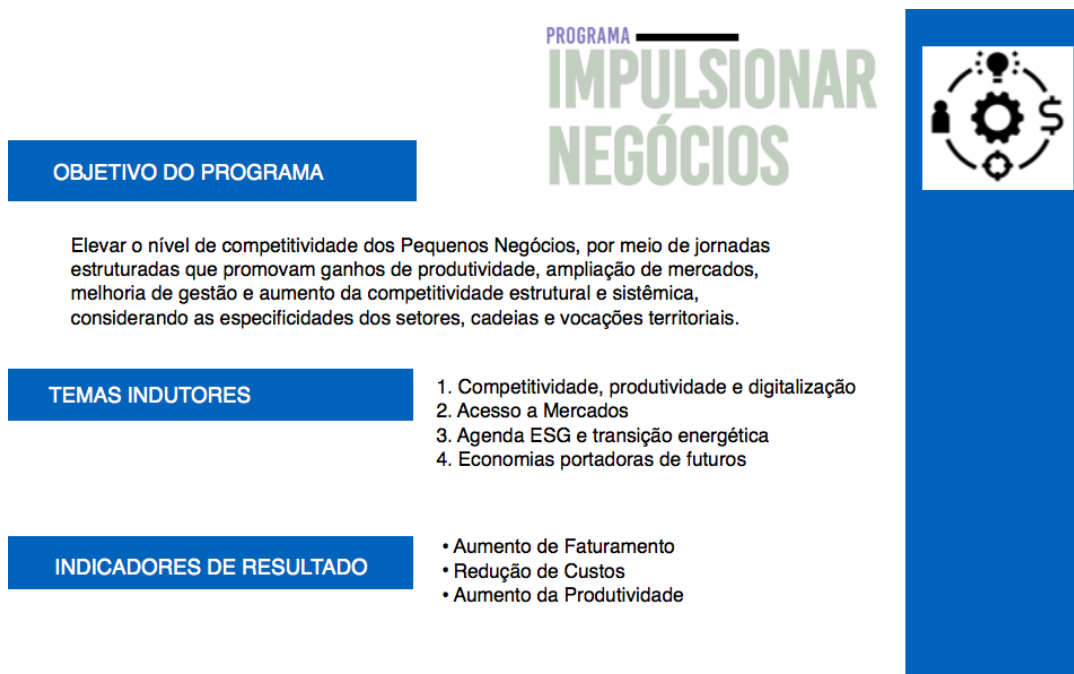
Nas duas edições, 2021 e 2022 o protótipo tem sido intensamente utilizado para inspirar, dar direção e potencializar os gestores de projetos em suas entregas aos Sebrae UFs.

Desejamos a todos uma leitura proativa e mergulhada em sua própria realidade. Vamos juntos pelos pequenos negócios.

Gestores do Setorial Beleza e Cosméticos e Coordenação Nacional

[NAVEGADOR]

Os projetos e atividades construídos a partir deste modelo podem ser vinculados ao programa **Impulsionar Negócios do Sebrae Nacional** e, eventualmente, outros programas nacionais, segundo as orientações locais de Diretoria, Gerência e UGE.



Este protótipo é dividido em 4 momentos e os anexos. Cada um deles é descrito segundo sua natureza e sua descrição contribui efetivamente para nortear projetos e atividades que atendem aos pequenos negócios de beleza e cosméticos.

i. PREPARAÇÃO DO PROJETO OU ATIVIDADE	3
ii. MACRO TEMAS NORTEADORES	6
iii. INDICADORES DE RESULTADOS	11
iv. AÇÕES RECOMENDADAS	14
ANEXOS	31



[INSPIRAÇÃO]



[PREPARAÇÃO DO PROJETO]

i.

PASSOS PARA A PREPARAÇÃO DO PROJETO

Antes da redação é hora de reunir informações que serão úteis para composição do projeto. No setorial beleza resumimos essa etapa inicial em 5 passos estruturantes.

[PREPARAÇÃO DO PROJETO]

1)

IDENTIFICAR NO DATA SEBRAE: UNIVERSO DE CNPJs NO TERRITÓRIO E ESTADO OU TAMBÉM EM ESTADOS VIZINHOS NO CASO DE BIOMAS OU OUTROS APLS.

- Verificar qual é o volume de pequenos negócios do território [DataSebrae](#)

DEFINIR O PÚBLICO ALVO E O PERCENTUAL DE ATENDIMENTO POR PORTE

Atividades econômicas atendidas no Setorial Beleza e Cosméticos:

CNAE 9602-5/01 Cabeleireiros, manicure e pedicure

CNAE 9602-5/02 Atividades de estética e outros serviços de cuidados com a beleza

CNAE 4772-5/00 Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene

CNAE 2063-1/00 Fabricação de cosméticos, produtos de perfumaria e higiene

(em vermelho os prioritários em atendimento SEBRAE)

Modelos de negócios atendidos que estão classificados nas CNAE destacadas como público-alvo: salão de beleza, barbearia, esmalteria, estúdio de sobrancelha, cílios e maquiagem, centros de estética, spas urbanos, estúdios de depilação sem aparelhos. Comércio varejista de cosméticos. Fábricas de cosméticos.

Não estão no escopo do público-alvo de embelezamento e cosméticos: estúdios de tatuagem, clínicas de saúde que ofereçam serviços de estética, fabricação artesanal de cosméticos (não autorizados no país).

Após definir que segmentos serão atendidos cabe agora definir os percentuais de EPPs, MEs e MEIs que serão atendidos no projeto e atividade. **Recomendamos que o percentual de MEIs atendidos nos projetos não ultrapasse 40% do total dos CNPJs atendidos.**

2)

IDENTIFICAR STARTUPS E NOVOS NEGÓCIOS SURGIDOS NAS UNIVERSIDADES (ACADEMIA)

- Identificar no ecossistema local as startups que prestam serviços de beleza e cosméticos e deeptechs;
- Identificar no ecossistema da academia as pesquisas no âmbito do cosméticos e insumos;
- Identificar as oportunidades de Inovação Aberta (contrato com Universidades e Institutos Federais)

3)

MAPEAR A REDE DE DISTRIBUIÇÃO DE INSUMOS COSMÉTICOS
PROFISSIONAIS NA REGIÃO DO PROJETO OU ATIVIDADE

Identificar quem são os distribuidores das grandes marcas globais (L’Oreal, Wella, Joico, Keune, Alphaparf e outras), nacionais (Truss, Amend, Ecosmetics e outras) e das marcas locais. O distribuidor frequentemente atua como hub de educação profissional e tem em seu entorno razoável volume de pequenas empresas.

4)

MAPEAR A REDE SINDICAL: SINDICATO PATRONAL E SINDICATO LABORAL
LEMBRETE: para homologação online no território nacional [Contrato de parceria](#)

5)

MAPEAR ESCOLAS PROFISSIONALIZANTES DE BELEZA E LIDERANÇA SENAC
SE EXISTIR ATIVIDADE NA REGIÃO

[MACRO TEMAS NORTEADORES]

ii.

MACRO TEMAS NORTEADORES

Todo projeto ou atividade de atendimento aos pequenos negócios de beleza e cosméticos deve ter uma “alma”, que aqui chamamos de macro temáticas norteadoras, que devem ser espelhadas em todas as ações. Esses grandes temas são considerados por esse grupo como premissas de pequenas empresas bem sucedidas no séc. XXI. São diretrizes irrevogáveis deste mercado. Assim, ao pensar no seu projeto tenha em mente essas 4 Macro Temáticas como um filtro de contemporaneidade e eficácia de gestão.

[MACRO TEMAS NORTEADORES]



DIGITALIZAÇÃO

Dados. Não há mais espaço para gestão analógico visto que as novas exigências de mercado demandam um processo de organização do negócio de beleza mais inteligente, data-driven (baseado em dados). Agendamento, meios de pagamento e presença digital são obrigatórios. Gestão do estoque, produção fabril, processos, pessoal, finanças são outras áreas que já podem ser digitalizadas.

<

<https://sebraepr.sharepoint.com/sites/Competitividade/SitePages/Beleza.aspx> >

Aqui encontramos as soluções digitais mapeadas no mercado em 2022 com alta especificidade em Beleza e Cosméticos.



MEIO AMBIENTE, PESSOAS E GOVERNANÇA [ESG]

Meio Ambiente, Pessoas e Governança. Os pequenos negócios de beleza e cosméticos precisam se adequar à nova percepção do consumidor que inclui se conectar com o propósito e a sustentabilidade do negócio antes de se tornar um cliente. A valorização do indivíduo em substituição ao padrão de beleza, a preocupação com o meio ambiente e as pessoas, a transparência na gestão, estão em alta e devem se tornar obrigatórios como temas norteadores. O tema **ENERGIA está inserido aqui** e deve ser tratado com atenção especial, já que é prioridade do SEBRAE.

< <https://sebraepr.sharepoint.com/sites/Competitividade/SitePages/Beleza.aspx> >

Aqui o Guia Referencial de ESG em Serviços de Beleza do Sebrae

[MACRO TEMAS NORTEADORES]



BIOMAS BRASILEIROS E VITRINES NACIONALIZADAS

Nos projetos de atendimento às pequenas indústrias de cosméticos temos uma tarefa importante na conexão desses negócios às oportunidades junto aos biomas brasileiros. Novas pesquisas e startups disruptivas estão no nosso panorama de oportunidades de cosméticos em biomas, que tem o capítulo amazônico implementado no âmbito do Inova Amazônia. Para essas empresas é importante disponibilizar palestras de sensibilização para as oportunidades vindas do potencial dos bioativos.

Nos projetos e atividades de atendimento às pequenas empresas de serviços de embelezamento e comércio de cosméticos é essencial apresentar as oportunidades de parceria de fornecimento de empresas nacionais que utilizam ativos brasileiros. A chamada “nacionalização de vitrines” aparece como estratégia para maximizar ganhos e apresentar diferencial ao público consumidor, cada vez mais atraído por produtos botânicos, orgânicos e veganos.

O projeto “Cosméticos da Amazônia” é de gestão do Sebrae Nacional, Sebrae PA e Sebrae AM.



[MACRO TEMAS NORTEADORES]



EXPORTAÇÃO E CULTURA EXPORTADORA

O mundo espera do Brasil mais produtos cosméticos que utilizam em suas formulações ativos nacionais de nossos biomas. Temos a maior biodiversidade do planeta e potencial enorme de exportação de produtos cosméticos que utilizam ativos amazônicos principalmente e, na sequência, de outros biomas brasileiros: caatinga, cerrado, mata atlântica, manguezais, pampas e oceânico.

Para apoiar a exportação o SEBRAE NA desenha parceria com ABIHPEC, GRUPO BEAUTY FAIR e APEX.

O programa mais antigo e já testado de exportação de cosméticos do país, Beauty Care Brazil, está à disposição dos projetos que adotaram essa diretriz. A Coordenação Nacional é acionada e introduz o Sebrae UF ao atendimento no âmbito da parceria. O Beauty Care Brazil é coordenado pela Abihpec em parceria com a Apex.

Já para missões técnicas internacionais contamos com apoio da APEX e Grupo Beauty Fair. O mapeamento de feiras nacionais e internacionais de Beleza e

Cosméticos do SEBRAE deve ser consultado como ferramenta que auxilia na escolha do melhor destino. Neste documento encontramos a ficha técnica de todos os eventos disponíveis no mercado nacional e internacional.

[MACRO TEMAS NORTEADORES]



DE PEQUENO PARA PEQUENO

Estamos convencidos que os melhores caminhos para que cheguemos no coração e na mente dos empreendedores é valorizando e levando casos e modelos de negócios inovadores também pequenos. Assim, promovemos o espelhamento e contribuimos para o empoderamento de pequenos negócios no país.

Na Beauty Fair 2023 o Sebrae Nacional deu início à estratégia de conexão entre pequenos levando dois salões-modelo de pequeno porte.

[INDICADORES DE RESULTADOS]

iii.

INDICADORES DE RESULTADOS

Costumamos dizer no setorial que esses são os indicadores “à prova de inimigos”. Todos querem ter negócios com menor custo de operação e com faturamento crescente. Esse é o nosso desafio e o que devemos entender como objetivo final de todas as ações, parcerias e esforços. Vamos a eles.

[INDICADORES DE RESULTADOS]

Indicador 1

AUMENTAR FATURAMENTO % de aumento

Indicador 2

REDUZIR CUSTOS % de redução

Indicador 3

AUMENTAR A PRODUTIVIDADE* % de melhoria

***Buscar na UGE do Sebrae UF a fórmula do cálculo da produtividade**

- As metas de resultado medidas pelos indicadores devem ser fracionadas por ano no caso de projetos de mais de um ano
- Na composição da meta de resultado medida pelos indicadores devemos considerar a expectativa de inflação de cada ano
- Ponto de debate: COMO AFERIR OS DADOS DOS PEQUENOS NEGÓCIOS

DICA Sugerimos pactuar com os pequenos negócios atendidos a emissão de relatórios dos softwares de gestão nos marcos críticos do projeto. Esses relatórios serão absolutamente sigilosos e somente utilizados para aferir os dados dos indicadores, sendo devidamente descartados definitivamente após o uso. Um NDA, O COMPROMISSO DE CONFIDENCIALIDADE, poderá ser assinado entre as partes caso os clientes se sintam mais confortáveis. Essa tarefa é das mais relevantes e deve ser alvo de dedicação do gestor.

[AÇÕES RECOMENDADAS]

iv.

AÇÕES RECOMENDADAS

Formulamos um conjunto de ações que têm potencial para ajustar de maneira extremamente eficaz a chamada “base da gestão”: adequação legal + finanças + pessoas. Contudo esse combo vem após o diagnóstico da gestão e inovação das pequenas empresas que estão sendo atendidas no grupo. Mão na massa, começando agora.

[AÇÕES RECOMENDADAS]

1) APLICAR DIAGNÓSTICO DE GESTÃO E INOVAÇÃO

*Para fazer o diagnóstico de gestão nas empresas participantes do projeto ou atividade podemos usar diversos modelos que temos no SEBRAE: FNQ, Negócio a Negócio, ALI. Em 2023 temos em uso no Sebrae RJ o questionário *SIGA*, um modelo de diagnóstico com alta especificidade para serviços de embelezamento.*

*Para aplicação do *SIGA* deve-se contratar consultoria considerando 4h para cada empresa do grupo. Ao final teremos conhecido a qualidade da gestão de cada empresa e do grupo. Uma comparação entre cada CNPJ e a média do grupo é fundamental para posicionar o empreendedor sobre seu próprio desempenho.*

Outras opções em que não são aplicados questionários, são:

SEBRAETEC Cliente Oculto

<https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2020/12/Cliente-Oculto-GQ13029-3.pdf>

*OFICINA DE LEVANTAMENTO DE NECESSIDADES
(contratação de instrutoria 4H)*

[AÇÕES RECOMENDADAS]

INTRODUÇÃO ÀS AÇÕES ESTRUTURANTES: RESOLVENDO PROBLEMAS BÁSICOS

As três primeiras ações desse grupo (2, 3 e 4) são chamadas estruturantes porque afetam diretamente a sustentabilidade financeira e de operação da pequena empresa. A qualidade de gestão está diretamente relacionada a ter esses pontos bem resolvidos.

Antes de sanar possíveis problemas nesse conjunto não é possível dar seguimento ao atendimento, o que pode acarretar até o desligamento da empresa do projeto. Resolvidas as bases legais e de gestão, pode-se dar início ao grupo seguinte de ações que farão as empresas se destacarem no mercado de beleza e cosméticos.

[AÇÕES RECOMENDADAS]

2) ADEQUAÇÃO À LEGISLAÇÃO

Para cumprir este item de fundamental importância devemos fazer contratação de consultoria para entrevistar cada cliente e verificar os documentos requeridos no check list básico descrito. Cada empresa terá à disposição 4h para essa verificação e orientações básicas de ajustes + Aplicação da FICHA SEBRAETEC sugerida.

Indicamos que essa tarefa não seja feita junto ao diagnóstico, mas sim em momento separado e destinado especificamente ao tema, conforme sua importância no segmento e supervisão dos órgãos sanitários e fiscais.

Nas 4 horas de entrevista, o consultor deve verificar se o CNPJ está regular e tomar as providências de apoio. Aqui segue o checklist legal e regulatório, que deve ser ajustado às exigências locais. Nas empresas de serviços (salões de beleza, esmalterias, barbearias, centros de estética e afins) acrescentamos à consultoria dos temas regulatórios o SEBRAETEC descrito.

[AÇÕES RECOMENDADAS]

Para pequenas empresas prestadoras de serviços de embelezamento:

- Regularidade fiscal;
- Contratos de parceria;
- Homologação de contratos de parceria;
- Alvará de funcionamento;
- Cumprimento dos acordos de CCT;
- LGPD.

Importante destacar neste tema a ficha **SEBRAETEC 14040-2** e seu diagnóstico fundamental para avanços neste tema:

“Etapa para diagnóstico da realização das atividades pela equipe, onde serão observadas as não conformidades e os pontos de melhoria na execução dos processos de biossegurança que interferem diretamente na qualidade do serviço prestado e na segurança do cliente, conforme legislações estaduais ou municipais vigentes, sendo verificado a existência, quando aplicáveis, de itens como: • Programa de boas práticas implantado; • Procedimento de limpeza e higienização dos utensílios e equipamentos de trabalho; • Organização do ambiente; • Processo de esterilização e testes biológicos; • Utilização de EPI’s e demais equipamentos de trabalho; • Documentações e registros; • Higiene, saúde e capacitação dos colaboradores; • Instalações físicas; • Água e esgoto; • Manejo de resíduos; • Ficha cadastro dos clientes; • Estoque de produtos; • Monitoramento, verificação e ação corretiva.”

[AÇÕES RECOMENDADAS]

Para as pequenas empresas fabricantes de cosméticos:

- Registro ANVISA;
- Registro IBAMA;
- Alvará de funcionamento;
- Regularidade fiscal;
- Registro de marca, marca internacional e marca de produtos;
- Registro de patente* (20 anos a partir do depósito);
- Lei da Biodiversidade (conhecimento ancestral, tradicional);
- Registro de Propriedade Industrial: Desenho industrial;
- Cumprimento dos acordos de CCT locais.

*novidade; atividade inventiva; aplicação industrial; suficiência descritiva.

> Oficina do tema para Gestores de Beleza (7 de dezembro de 2024)

FICHA TECNICA SEBRAETEC REGISTRO DE MARCA NACIONAL

POR QUE FOI RETIRADO > pergunta

Para exportação:

- Selos e certificados nacionais
- Selos e certificados internacionais

Consultoria SGF Sebrae Nacional: Marinello Advogados

[AÇÕES RECOMENDADAS]

3) GESTÃO FINANCEIRA

ACERTAR AS CONTAS, APLICAR TECNOLOGIAS E BUSCAR CRÉDITO CONSCIENTE

AÇÃO COLETIVA + INDIVIDUAL	FLUXO DE CAIXA: CURSO (4H) + CONSULTORIA (16H)
AÇÃO COLETIVA + INDIVIDUAL	PLANEJAMENTO FINANCEIRO: CURSO (8H) + CONSULTORIA (12H)
AÇÃO COLETIVA + INDIVIDUAL	FORMAÇÃO DE PREÇO: CURSO (8H) + CONSULTORIA (12H)

AÇÃO COLETIVA	ACESSO AO CRÉDITO: OFICINA DE 4H
AÇÃO COLETIVA	MEIOS DE PAGAMENTO DIGITAIS: OFICINA DE USO DE SOLUÇÕES DIGITAIS *VERIFICAR O FOMENTO ALI TD R\$2.000,00
AÇÃO INDIVIDUAL	<p>SEBRAETEC</p> <p>GESTÃO DE ESTOQUE EM BELEZA</p> <p>11002-2 Organização e Controle de Estoque</p> <p>https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2020/04/Organiza%C3%A7%C3%A3o-e-Controle-de-Estoque-CS11002-2.pdf</p> <p>Verificar disponibilidade do atendimento “Beleza de Estoque”</p> <p>(84) 99942 0428</p> <p>HairSize</p> <p>FF Gestão, Inovação e Sustentabilidade</p>
AÇÃO INDIVIDUAL	<p>SEBRAETEC</p> <p>REDUÇÃO DE DESPERDÍCIO</p> <p>33002-3 Redução do Desperdício nos Pequenos Negócios</p> <p>https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2020/04/Redu%C3%A7%C3%A3o</p>

	<p>-de-desperd%C3%ADcio-nos-pequenos-neg%C3%B3cios-GS33002-3.pdf</p> <p>Verificar disponibilidade do atendimento “HairSIZE Gaste Menos em Negócios de Beleza” (84) 99942 0428 HairSize FF Gestão, Inovação e Sustentabilidade</p>
--	---

[AÇÕES RECOMENDADAS]

4) GESTÃO DE PESSOAS PARA SERVIÇOS DE BELEZA

AJUSTAR DOCUMENTAÇÃO E PROCESSOS, ADOTAR PRÁTICAS EFETIVAS DE PARCERIA

AÇÃO COLETIVA + INDIVIDUAL	CONTRATOS DE PARCERIA: PALESTRA SENSIBILIZAÇÃO (2H) + CONSULTORIA (8H)
----------------------------	--

AÇÃO COLETIVA PARA PÚBLICO CORRELATO	CONTRATOS DE PARCERIA PARA CONTADORES: PALESTRA
AÇÃO COLETIVA + INDIVIDUAL	GESTÃO DE TIME E RETENÇÃO DE PROFISSIONAIS: PALESTRA SENSIBILIZAÇÃO (2H) + CONSULTORIA (8H)
AÇÃO COLETIVA + INDIVIDUAL PARA PROFISSIONAIS MEI BELEZA	PLANO DE CARREIRA: PALESTRA PARA PROFISSIONAIS MEI DE BELEZA + MENTORIA PARA PROFISSIONAIS MEI (2H)

[AÇÕES RECOMENDADAS]

INTRODUÇÃO ÀS AÇÕES AVANÇADAS: APERFEIÇOANDO E INOVANDO

Ações como repensar a matriz energética e adotar práticas de inteligência na gestão estão nesse grande grupo, que tem como objetivo, além do alcance das metas dos indicadores, também diferenciar as empresas atendidas pelo Sebrae da concorrência.

Práticas sustentáveis, gestão eficaz de insumos, gestão de energia, adoção de propósito, gestão de ecossistemas, novos canais de vendas, aplicação

prática de tecnologias, são alguns dos temas que elaboramos para 2023. A Unidade de Inovação e o SEBRAETEC são grandes parceiros das medidas propostas.

Estão aí logo à frente neste protótipo, descritas nas ações 5, 6, 7 e 8.

[AÇÕES RECOMENDADAS]

5) SUSTENTABILIDADE E ENERGIA

AÇÃO COLETIVA	PALESTRA SENSIBILIZAÇÃO GESTÃO ENERGIA (2H)
AÇÃO INDIVIDUAL	SEBRAETEC EFICIÊNCIA ENERGÉTICA https://datasebrae.com.br/wp-

	<p>content/uploads/2022/09/Melhoria-da-Eficiencia-energetica-e-fontes-de-energia-alternativas-EE32005-4.pdf</p>
<p>AÇÃO COLETIVA + INDIVIDUAL</p>	<p>SEBRAETEC GESTÃO E USO RACIONAL DE INSUMOS 14040-2 Boas Práticas no Segmento da Beleza https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2020/04/Boas-Praticas-no-Segmento-de-Beleza-MMP14040-2.pdf</p> <p>Verificar disponibilidade do atendimento "HairSize Gaste Menos em Negócios de Beleza" (84) 99942 0428 HairSize FF Gestão, Inovação e Sustentabilidade</p>
<p>AÇÃO COLETIVA + INDIVIDUAL</p>	<p>SEBRAETEC DESCARTE SUSTENTÁVEL (EFLUENTES, EMBALAGENS, MATERIAIS) 14040-2 Boas Práticas no Segmento da Beleza https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2020/04/Boas-Praticas-no-Segmento-de-Beleza-MMP14040-2.pdf</p> <p>Verificar disponibilidade do atendimento "HairSIZE Gaste Menos em Negócios de Beleza" (84) 99942 0428 HairSize FF Gestão, Inovação e Sustentabilidade</p>

<p>AÇÃO COLETIVA + INDIVIDUAL</p>	<p>SEBRAETEC PRODUÇÃO EFICIENTE + PRODUÇÃO MAIS LIMPA 14040-2 Boas Práticas no Segmento da Beleza https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2020/04/Boas-Pr%C3%A1ticas-no-Segmento-de-Beleza-MMP14040-2.pdf</p> <p>Verificar disponibilidade do atendimento “HairSize” “HairSIZE Gaste Menos em Negócios de Beleza” (84) 99942 0428 HairSize FF Gestão, Inovação e Sustentabilidade</p>
-----------------------------------	---

[AÇÕES RECOMENDADAS]

6) INOVAÇÃO

<p>AÇÃO INDIVIDUAL</p>	<p>SEBRAETEC PRODUTIVIDADE 14040-2 Boas Práticas no Segmento da Beleza</p>
------------------------	--

	<p>https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2020/04/Boas-Pr%C3%A1ticas-no-Segmento-de-Beleza-MMP14040-2.pdf</p> <p>Verificar disponibilidade do atendimento “HairSize” “Beleza de Produtividade” "Como Ter um Salão de Beleza e Ainda Ser Feliz" “HairSIZE Gaste Menos nos Negócios de Beleza” (84) 99942 0428 HairSize FF Gestão, Inovação e Sustentabilidade</p>
AÇÃO INDIVIDUAL	<p>SEBRAETEC GESTÃO DE EMBALAGENS https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2021/09/Design-de-Ro%CC%81tulos-e-Aplicac%CC%A7o%CC%83es-de-elementos-gra%CC%81ficos-na-embalagem-DC22004-4.pdf</p> <p>https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2021/04/Design-de-Embalagens-DP23003-4.pdf</p>
AÇÃO INDIVIDUAL	<p>SEBRAETEC INPI (REGISTRO DE NOME E MARCA)</p>

[AÇÕES RECOMENDADAS]

7) ACESSO A MERCADOS E VENDAS

AÇÃO INDIVIDUAL	SEBRAETEC IDENTIDADE VISUAL
AÇÃO INDIVIDUAL	SEBRAETEC

	RETROFIT FACHADA E PROCESSOS DE LOJA
AÇÃO INDIVIDUAL	SEBRAETEC MÍDIAS DIGITAIS E PRESENÇA DIGITAL
AÇÃO INDIVIDUAL	SEBRAETEC INPI (REGISTRO DE NOME E MARCA)
AÇÃO INDIVIDUAL	FRANQUEABILIDADE
AÇÃO INDIVIDUAL	DESENHO DE FRANQUIA
AÇÃO COLETIVA	MISSÃO TÉCNICA FEIRAS E EVENTOS CONSULTAR CADERNO DE FEIRAS E EVENTOS DE BELEZA DO SEBRAE NACIONAL https://sebraepr.sharepoint.com/sites/SebraeBeleza/SitePages/CollabHome.aspx
AÇÃO COLETIVA	RODADA DE NEGÓCIOS

8) APRIMORAMENTO PROFISSIONAL

AÇÃO COLETIVA PARA PROFISSIONAIS DE BELEZA MEI	INTRODUÇÃO À MODA CONTRATAÇÃO SENAC
AÇÃO COLETIVA PARA PROFISSIONAIS DE BELEZA MEI	CONCEITOS DE VISAGISMO CONTRATAÇÃO INTERCOIFFURE

AÇÃO COLETIVA PARA PROFISSIONAIS DE BELEZA MEI	CONCEITOS DE COLORAÇÃO PESSOAL CONTRATAÇÃO SENAC
---	---

[ANEXOS]

ANEXO 1

NÚMEROS DO MERCADO DE BELEZA NO BRASIL [2023]

Os serviços de embelezamento e o mercado de cosméticos são negócios que possuem um mercado amplo, pois atendem todos os tipos de público, de diferentes faixas etárias e poder aquisitivo.

Segundo a Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC) o Brasil é o 4º maior mercado consumidor da beleza do mundo e apresentou um crescimento em 2021 de 5,4% em relação ao ano anterior. Conforme dados da PNAD-IBGE (maio/2022) a cadeia produtiva de beleza e cosméticos como um todo gera cerca de 5,4 milhões de oportunidades de trabalho no país.

No DATA SEBRAE, extraído em 12 de setembro de 2022, no Brasil temos os seguintes números de CNPJs para as atividades de embelezamento, comércio e fabricação de cosméticos:

CNAE **9602-5/01** Cabeleireiros, manicure e pedicure

801.378

CNAE **9602-5/02** Atividades de estética e outros serviços de cuidados com a beleza

288.504

CNAE 4772-5/00 Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal

207.836

CNAE 2063-1/00 Fabricação de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal

3.438

Os dados mostram 1.301.156 CNPJs ativos da cadeia produtiva de beleza e cosméticos no país. Lembrando que nas últimas pesquisas SEBRAE BELEZA realizadas durante as feiras Estetiká e Beauty Fair no ano de 2022, mostram um percentual alto de informais, uma média de 46% entre os respondentes nos eventos, sobretudo nos serviços, o que nos mostra que os números reais de negócios e empreendedores pode chegar ao dobro do que os números oficiais de registros nos mostram.

[ANEXOS]

ANEXO 2 DIAGNÓSTICO

QUESTIONÁRIO *SIGA*

contato: Ana Carolina Damásio - Coord. Estadual Sebrae RJ

DIAGNÓSTICO TRILHA BELEZA			T zero	
	NÍVEIS		Nível	Evidência
Indicadores	1	A empresa não possui indicadores.		
	2	A empresa possui até 2 indicadores financeiros.		
	3	A empresa possui pelo menos 2 indicadores financeiros e 1 indicador de qualidade/operacional		
	4	A empresa possui pelo menos 2 indicadores financeiros, mais de 1 indicador de qualidade e mais de 1 indicador operacional.		
	5	Nível 5 a empresa atende todos os requisitos do nível 4 e utiliza os indicadores para a melhoria da gestão, engajando empregados e parceiros neste processo.		
Controles Financeiros	1	A empresa não registra sistematicamente suas entradas e saídas.		
	2	A empresa registra sistematicamente suas entradas e saídas em um livro caixa, planilha ou ferramenta análoga.		
	3	A empresa cumpre os requisitos dos itens anteriores, utiliza o fluxo de caixa mas não o alimenta regularmente, estando o fluxo de caixa frequentemente desatualizado.		
	4	A empresa cumpre os requisitos dos itens anteriores, utiliza e mantém o fluxo de caixa atualizado.		
	5	A empresa cumpre com os requisitos do nível 4 e realiza análises regulares do fluxo de caixa para definir ações associadas à gestão financeira e operacional do negócio		
Monitoramento	1	A empresa não realiza reuniões periódicas para analisar os resultados obtidos.		
	2	A empresa realiza reuniões para analisar os resultados obtidos, mas sua frequência é irregular e não faz parte da rotina da empresa.		
	3	A empresa realiza reuniões para analisar os resultados obtidos. As reuniões são regulares (semanais ou mensais) e fazem parte da rotina da empresa.		

	4	A empresa realiza reuniões para analisar os resultados obtidos e utiliza até 3 indicadores (financeiros/operacionais). As reuniões são regulares (semanais ou mensais) e fazem parte da rotina da empresa.		
	5	A empresa realiza reuniões para analisar os resultados obtidos e utiliza mais de 3 indicadores (financeiros/operacionais). As reuniões são regulares (semanais ou mensais) e fazem parte da rotina da empresa.		
Estabelecimento de Metas de Vendas, Satisfação e Fidelização do Cliente	1	A empresa não estabelece metas.		
	2	A empresa estabeleceu metas de venda mas não definiu uma estratégia para atingi-las. A empresa não mensura a satisfação e fidelização do cliente.		
	3	A empresa estabeleceu e atingiu suas metas, entretanto não implementou uma estratégia para atingi-las. É necessária a implementação de um plano de ação com o objetivo de aumentar a produtividade. A empresa não mensura a satisfação e fidelização do cliente.		
	4	As metas de venda foram estabelecidas e atingidas como resultado do planejamento e engajamento da equipe em um esforço para otimizar os resultados, contribuindo para aumentar a produtividade. Para a empresa atingir o nível 4, foram implementadas ações estratégicas que permitiram alcançar níveis mais elevados de metas de forma contínua. A empresa não mensura a satisfação e fidelização do cliente.		
	5	Mantém-se as mesmas características do nível 4, porém, a empresa mensura além de vendas, a satisfação e fidelização do cliente demonstrando um compromisso efetivamente maior com as metas. O que diferencia o nível 5 em relação ao do nível 4, são ações integradas, sistêmicas.		
	1	A empresa não desenvolve ações para a melhoria da experiência do cliente.		

Processos Internos e a Experiência do Cliente	2	A empresa não desenvolve ações para a melhoria da experiência do cliente ou desenvolve de maneira intuitiva, sem qualquer tipo de planejamento e monitoramento dos resultados		
	3	A empresa desenvolve ações para a melhoria da experiência do cliente orientadas por um planejamento fundamentado na percepção do empreendedor, mas os resultados não são monitorados.		
	4	A empresa desenvolve ações para a melhoria da experiência do cliente orientadas por um planejamento desenvolvido a partir da identificação e diagnóstico dos processos críticos e os resultados são monitorados.		
	5	A empresa desenvolve ações para a melhoria da experiência do cliente orientadas por um planejamento desenvolvido a partir da identificação e diagnóstico dos processos críticos e os resultados são monitorados. Os resultados são apresentados e discutidos com a equipe que contribui para a sua melhoria .		
Gestão de Pessoas	1	A empresa não implementa qualquer tipo de recompensa/premiação por desempenho.		
	2	A empresa não implementa comissões para recompensar o empregado/parceiro.		
	3	A empresa , além das comissões, instituiu prêmios e recompensas para estimular a produtividade do empregado/parceiro.		
	4	A empresa , além das comissões, instituiu prêmios e recompensas para estimular a produtividade do empregado/parceiro e também estabelece ganhos complementares a partir de resultados específicos conquistados pela equipe, criando um ambiente de incentivo e motivação para que todos sintam-se estimulados a fazer o algo mais de forma colaborativa.		
	5	A empresa adota práticas de pagamento de recompensas ou premiações baseadas nos resultados do negócio como um todo, e também estabelece ganhos complementares a partir de resultados específicos conquistados pela equipe, mas também nos resultados individuais de cada funcionário. Dessa forma, um ambiente de incentivo e motivação é estabelecido, com o objetivo de que todos sintam-se estimulados a fazer o algo mais de forma individual e coletiva.		

Satisfação do Cliente	1	A empresa não realizou nenhuma pesquisa de satisfação.		
	2	A empresa realiza pesquisas de satisfação informal e esporádicas, podendo acontecer ou não		
	3	A empresa realiza pesquisas de satisfação formais porém esporádicas, podendo acontecer ou não		
	4	A empresa realiza pesquisas de satisfação formais e regulares. As pesquisas são documentadas e a empresa realiza uma análise informal dos resultados e implementa ações corretivas sempre que necessário.		
	5	A empresa cumpre os requisitos do nível 4 e além disso processos que envolvem o diálogo com seus empregados e parceiros em ações preventivas, corretivas e de aprimoramento da experiência do cliente.		
Relacionamento com o cliente	1	A empresa se comunica com o cliente apenas quando ele(a) vai ao salão/clínica.		
	2	A empresa implementa ações ocasionais de comunicação com o cliente, normalmente o faz sempre que há uma promoção ou lançamento de novo serviço ou produto.		
	3	A empresa implementa ações regulares (semanais/quinzenais/mensais) de comunicação com o cliente com cliente, as ações no entanto não fazem parte de um planejamento sendo os temas e abordagem definidos de forma intuitiva.		
	4	A empresa implementa ações regulares (semanais/quinzenais/mensais) de comunicação com o cliente com cliente, as ações fazem parte de um planejamento, no entanto o planejado é raramente executado (+ de 50% dos casos).		
	5	A empresa implementa ações regulares (semanais/quinzenais/mensais) de comunicação com o cliente com cliente, as ações fazem parte de um planejamento. O planejamento é executado (acima de 80% das ações previstas)		
Publicidade	1	A empresa não fez divulgação de seus produtos/serviços nos últimos seis meses.		
	2	A empresa realizou até 3 ações de divulgação nos últimos seis meses, mas não tem planejamento específico para isso.		

	3	A empresa realizou até 3 ações de divulgação nos últimos seis meses , tem planejamento específico para isso, mas não tem indicadores para medir se os esforços deram resultado. Uma melhoria pode ser a empresa adotar um Sistema de Relacionamento com Cliente (CRM) e Google Analytics		
	4	A empresa realizou mais de 3 ações de divulgação nos últimos seis meses , tem planejamento específico para isso, e mensura se seus esforços deram resultado. As ações mostram que os esforços de divulgação têm dado retornos dentro do esperado		
	5	A empresa realizou mais de 3 ações de divulgação nos últimos seis meses, tem planejamento específico com indicadores para medir se os esforços deram resultado. As ações mostram que os esforços de divulgação têm dado retornos acima do esperado. Neste nível, a empresa está realmente conseguindo ampliar sua presença de forma inovadora e com resultados efetivos no aumento de vendas e fortalecimento de sua marca.		
Gestão de Energia	1	A empresa não realizou ações específicas para reduzir o consumo de energia nos últimos seis meses. Devendo adotar indicadores de desempenho para medir a eficácia das ações.		
	2	A empresa realizou ações específicas para reduzir o consumo de energia nos últimos seis meses, mas não tem indicadores específicos para monitorar o consumo de forma a otimizar os resultados.		
	3	A empresa realiza ações específicas para reduzir o consumo de energia, tem indicadores específicos para monitorar esse consumo, mas não estabelece metas para redução de desperdício, devendo implementar um sistema de gerenciamento para otimizar os resultados.		
	4	A empresa realiza ações específicas para reduzir o consumo de energia nos últimos seis meses, tem indicadores específicos para monitorar consumos, estabelece metas para redução de desperdício, mas não tem conseguido alcançá-las nos últimos meses devendo implementar ações que contribuam para otimização dos resultados.		
	5	A empresa buscou resultados expressivos realizando ações específicas para reduzir consumo de energia nos últimos seis meses, monitorando indicadores específicos do consumo, estabelecendo metas para redução de desperdício e alcançando resultados positivos nos últimos meses contribuindo para a otimização dos resultados.		

Gestão de Água	1	A empresa não realizou ações específicas para reduzir o consumo de água nos últimos seis meses. Devendo adotar indicadores de desempenho para medir a eficácia das ações.		
	2	A empresa realizou ações específicas para reduzir o consumo de água nos últimos seis meses, mas não tem indicadores específicos para monitorar o consumo de forma a otimizar os resultados.		
	3	A empresa realiza ações específicas para reduzir o consumo de água, tem indicadores específicos para monitorar esse consumo, mas não estabelece metas para redução de desperdício, devendo implementar um sistema de gerenciamento para otimizar os resultados.		
	4	A empresa realiza ações específicas para reduzir o consumo de água nos últimos seis meses, tem indicadores específicos para monitorar consumos, estabelece metas para redução de desperdício, mas não tem conseguido alcançá-las nos últimos meses devendo implementar ações que contribuam para otimização dos resultados		
	5	A empresa teve resultados expressivos realizando ações específicas para reduzir consumo de água nos últimos seis meses, monitorando indicadores específicos do consumo, estabelecendo metas para redução de desperdício e alcançando resultados positivos nos últimos meses contribuindo para otimização dos resultados.		
Gestão de Estoques	1	A empresa não faz gestão dos estoques que possui. Os estoques são repostos sempre que acabam ou estão na iminência de acabar. Ocasionalmente a falta de produtos faz com que a empresa precise comprá-los no varejo.		
	2	A empresa não possui uma lista de itens estocados mas a lista não é atualizada sempre que o item é utilizado no salão/clínica ou vendido. Os estoques são repostos sempre que acabam ou estão na iminência de acabar. Ocasionalmente a falta de produtos faz com que a empresa precise comprá-los no varejo.		
	3	A empresa possui uma lista(manual/digital/software de gestão) de itens estocados e a lista é atualizada sempre que o item é utilizado no salão/clínica ou vendido. Nenhuma análise da rotatividade do estoque e consumo é realizada.		
	4	A empresa não possui uma lista(manual/digital/software de gestão) de itens estocados e a lista é atualizada sempre que o item é utilizado no salão/clínica ou vendido. Uma análise da rotatividade do estoque e consumo é realizada e ações específicas para a redução de desperdício/estoques com baixa rotatividade são realizadas.		

	5	A empresa não possui uma lista(manual/digital/software de gestão) de itens estocados e a lista é atualizada sempre que o item é utilizado no salão/clínica ou vendido. Uma análise da rotatividade do estoque e consumo é realizada e ações específicas para a redução de desperdício/estoques com baixa rotatividade são realizadas e metas são estabelecidas. As ações resultam em resultados positivos para a empresa.
Modelo de Negócios	1	O modelo de negócios não está formalizado - modelo intuitivo.
	2	O modelo de negócios está formalizado mas não é implementado - modelo intuitivo
	3	O modelo de negócios está formalizado, é parcialmente implementado e não passa por atualizações.
	4	O modelo de negócios está formalizado, é completamente implementado e não passa por atualizações.
	5	O modelo de negócios está formalizado, é completamente implementado e passa por atualizações regulares.
Inovação de Produtos e Serviços	1	No nível 1, a empresa não apresentou introduziu pelo menos 1 novo produto e/ou serviço nos últimos 12 meses.
	2	No nível 2, a empresa introduziu (sem nenhum processo de diagnóstico/planejamento sistematizado) mais de um produto e/ou serviço nos últimos 12 meses, mas o desempenho desses produtos e/ou serviços não foi monitorado.
	3	No nível 3, a empresa introduziu (sem nenhum processo de diagnóstico/planejamento sistematizado) mais de um produto e/ou serviço nos últimos 12 meses e o desempenho desses produtos e/ou serviços foi monitorado.
	4	No nível 4, a empresa introduziu, a partir de um processo de diagnóstico/planejamento sistematizado, mais de um produto e/ou serviço nos últimos 12 meses e o desempenho desses produtos e/ou serviços não foi monitorado.

	<p>5</p> <p>No nível 5, a empresa implementa estratégias tanto no ambiente físico como no virtual a fim de conhecer o cliente, monitorar os resultados e a partir deste monitoramento, implementar novas soluções em produtos e serviços que otimizam a experiência e atendem as expectativas e necessidades identificadas. A empresa monitora os resultados e ajusta a estratégia sempre que necessário.</p>
<p>Cultura e Processos de Inovação</p>	<p>1</p> <p>Nível 1, as novas ideias só vêm dos donos. A gestão é centralizada e há certa resistência em fazer coisas novas e uma forte crença em não mexer em time que está ganhando ou naquilo que está dando certo".</p>
	<p>2</p> <p>Nível 2, as novas ideias são propostas pelos donos e ocasionalmente pelos empregados/parceiros, no entanto não é uma prática da gestão o estímulo de empregados/parceiros a propor coisas diferentes. Somente as ideias dos donos são implementadas. Há certa resistência em fazer coisas novas e uma forte crença em não mexer em time que está ganhando ou naquilo que está dando certo".</p>
	<p>3</p> <p>Nível 3, Nível 2, as novas ideias são propostas pelos donos e ocasionalmente pelos empregados/parceiros. Algumas ideias de empregados/parceiros já foram implementadas. Neste nível existe uma pré-disposição ou vontade de fazer coisas novas, mas muitas vezes as ideias se perdem no dia a dia do trabalho operacional. O trabalho em equipe também não é uma prática comum, mas é utilizado ocasionalmente em situações muito pontuais.</p>
	<p>4</p> <p>Nível 4 está sempre aberto a novas ideias, independente de sua origem (proprietários ou colaboradores em todos os níveis). Quando alguém dá uma ideia, as pessoas discutem e avaliam se vale a pena seguir adiante e definem uma equipe para trabalhar na ideia e implementá-la. Esta equipe tem autonomia para implementar a ideia. Se precisar de recursos, poderá necessitar de aprovação dos gestores, mas uma vez que o projeto é aprovado, pode seguir adiante. Embora a empresa esteja sempre aberta a novas ideias e a análise e tomada de decisão sejam rápidas, as coisas acontecem informalmente. Por isso, algumas boas ideias podem não ser tratadas e algumas acabam não sendo analisadas por falta de tempo e correria do dia a dia.</p>

	5	<p>Como no nível 4, uma empresa no Nível 5 está sempre aberta a novas ideias, independente de sua origem (proprietários ou colaboradores em todos os níveis). A diferença é que neste nível a empresa possui processos de gestão de ideias e projetos inovadores. A empresa cadastra ideias, analisa todas as ideias que são propostas e dá retorno da análise para quem deu a ideia, explicando os motivos de a ideia ser implementada ou não. Desta forma, consegue priorizar seus projetos de inovação e retornar a ideias que estão registradas, mas que podem não ser implementadas num dado momento por falta de recursos ou mesmo adequação do momento. Neste nível, as pessoas possuem autonomia e sempre trabalham em equipe. Portanto, a diferença do nível 4 para o nível 5 está em ter um processo que cadastre, analise e acompanhe a implementação de novas ideias e projetos na empresa.</p>		
Digitalização	1	No nível 1, a empresa não utiliza nenhum software para monitorar as operações e finanças. Dessa forma, possui pouco ou nenhum controle sobre as finanças da empresa e a respeito da eficiência das operações.		
	2	No nível 2, a empresa utiliza softwares essencialmente para cumprir com as obrigações legais (emitir nota fiscal, por exemplo), entretanto não utiliza softwares para fazer a gestão do dia-a-dia empresarial (controle de estoque, gestão de fluxo de caixa, gestão de reservas, registro de vendas, etc).		
	3	No nível 3, a empresa utiliza softwares não apenas para cumprir com as obrigações legais, mas também para fazer a gestão do dia-a-dia empresarial (controle de estoque, gestão de fluxo de caixa, gestão de reservas, registro de vendas, etc).		
	4	No nível 4, a empresa além das obrigações legais e da gestão do dia-a-dia, utiliza softwares para visualizar, por meio de painéis de indicadores e relatórios, oportunidades de melhoria e para auxiliar na tomada de decisão.		
	5	No nível 5, a empresa, além do software de gestão financeira, utiliza softwares para fazer uma melhor gestão do relacionamento com os clientes (CRM, por exemplo) e melhorar a experiência dos clientes nas interações com a empresa.		
Presença Digital e Articulação entre os	1	No nível 1, a empresa utiliza somente o canal físico de venda.		
	2	No nível 2, a empresa utiliza um canal de venda online mas as vendas não são integradas.		

Canais de Venda	3	No nível 3, a empresa utiliza mais de um canal de venda online mas as vendas não são integradas.		
	4	No nível 4, a empresa utiliza mais de um canal de venda online e as vendas são interligadas a partir do uso de ferramentas tecnológicas.		
	5	No nível 5, a empresa cumpre os requisitos do nível 4 e desenvolveu uma estratégia para cada canal utilizado a partir de um planejamento fundamentado nas informações obtidas com o monitoramento dos canais.		
Meios Eletrônicos de Pagamentos	1	No nível 1, a empresa não tem conta corrente de pessoa jurídica nem máquina de cartão. O empreendedor usa a sua conta de pessoa física para receber/realizar pagamentos.		
	2	No nível 2, a empresa tem uma conta corrente de pessoa jurídica e a utiliza para receber e realizar pagamentos. Ocasionalmente recebe pagamentos/paga despesas da empresa dá conta de pessoa física do empreendedor.		
	3	No nível 3, a empresa tem conta corrente de pessoa jurídica e máquina de cartão. Não sabe exatamente quanto paga em taxas e outros custos da conta corrente e máquina de cartão. Ocasionalmente recebe pagamentos/paga despesas da empresa dá conta de pessoa física do empreendedor.		
	4	No nível 4, a empresa tem conta corrente de pessoa jurídica e máquina de cartão. Não sabe exatamente quanto paga em taxas e outros custos da conta corrente e máquina de cartão. As contas de pessoa jurídica e física são rigorosamente separadas.		
	5	No nível 5, a empresa possui conta corrente de pessoa jurídica e máquina de cartão. Sabe exatamente quanto paga em taxas de saque, emissão de boletos, transferências e outros custos da conta corrente. Também sabe exatamente quanto paga em taxas de crédito e débito, de antecipação, aluguel e outros custos da máquina de cartão. Dessa forma, o empreendedor tem conhecimento relativo às operações financeiras e pode evitar custos desnecessários.		

[ANEXOS]

ANEXO 3

SOLUÇÕES HAIRSIZE

HairSIZE Gaste Menos nos Negócios de Beleza

Faça seu estoque render 4x mais com a implantação de boas práticas de aplicação de produtos.

- Treinamento para boas práticas de manipulação e aplicação de insumos;
- Redução do desperdício de insumos, em no mínimo 30%, como: colorações, shampoos, condicionadores, finalizadores, creme e gel para massagens, argila, talco, espuma de barbear, acetona, spray secante, pigmentos, henna, demaquilante;
- Maior rendimento do estoque;
- Aumento do consumo consciente;
- Menor exposição à química e toxicidade para clientes e profissionais;
- Diminuição da quantidade resíduos e rejeitos gerados pela empresa;
- Implantação da sustentabilidade como diferencial competitivo;
- Melhoria de processos e fluxograma de atendimento;
- Maior percepção de valor pelo cliente;
- Maior padrão de qualidade nos serviços.

Beleza de Produtividade *Como Ter um Salão de Beleza e Ainda Ser Feliz*

Melhore seus resultados com a definição do fluxograma ideal de atendimento, aprendendo a eliminar gargalos e melhorar os processos dentro do seu negócio da beleza.

- Aprender como gerar uma cultura organizacional voltada para aumentar a produtividade;
- Aprender a acompanhar a produtividade e os resultados da equipe, seu impacto em comissões e rateios com tempo hábil para mudanças;
- Detectar e solucionar desperdícios inerentes aos serviços de beleza que podem impactar a produtividade;
- Entender a importância das fichas técnicas e aprender a fazê-las para cada serviço do negócio da beleza;
- Identificar gargalos de atendimento recorrentes na beleza e eliminar-los;
- Conhecer os indicadores positivos de qualidade específicos em beleza para reter mais clientes e evitar má reputação.

Beleza de Estoque

Garanta uma gestão de estoque eficaz, desde a organização física para eliminar a existência de produtos fora do prazo de validade até a implantação do controle de estoque no seu sistema operacional.

- Criar o perfil e as atribuições do profissional responsável pelo estoque;
- Reduzir o desperdício durante a manipulação e preparação de colorações, descolorações, alisantes;
- Controlar a validade dos produtos de forma simples, visual e eficaz;
- Aprender a realizar inventários de maneira prática e eficaz evitando furos de estoque;
- Organizar o estoque levando em consideração as características dos produtos como bases, nuances e oxidantes para obter mais agilidade, produtividade, credibilidade e segurança;
- Principais conceitos: armazenagem, manipulação, giro e saída de produtos;
- Integre o estoque com seu sistema operacional.

