

## SALÃO DE BELEZA

### FICHA TÉCNICA

**Setor da Economia:** terciário

**Ramo de Atividade:** serviço

**Tipo de Negócio:** salão de beleza

**Produtos Ofertados/Produzidos:** procedimentos de higiene e beleza pessoal

**Investimento inicial:** 50mil reais

**Área:** 60m<sup>2</sup>

### APRESENTAÇÃO

Para alguns, eles são considerados supérfluos, para outros, imprescindíveis à manutenção da auto-estima. Os salões de beleza são considerados por esse último grupo de clientes, como um templo onde se operam verdadeiros milagres, funcionam como verdadeiras fábricas de beleza, em que o “processo produtivo” pode envolver desde a lavagem, corte, ondulação, alisamento, penteado e tintura dos cabelos até outras operações de cuidado e tratamento. As ferramentas são os mais diversos materiais e técnicas, que adequadamente empregados embelezam a clientela de acordo com a moda e as exigências dos clientes. Acima do conceito de beleza está a fundamental higiene pessoal.

### MERCADO

O mercado é muito concorrido. A clientela geralmente é fixa e só procura a concorrência caso os serviços não sejam satisfatórios. Pode acontecer que o cliente prefira os serviços de corte de cabelo em um salão, manicura em outro, tintura em outro e assim por diante.

O ideal é que o empreendedor ofereça no seu salão qualidade nos serviços, no atendimento e bons preços, dessa maneira você manterá o cliente utilizando sempre o seu salão.

Além disso, este é um ramo muito rentável, sobretudo à medida que o profissional se torna conhecido no mercado.

### LOCALIZAÇÃO

O local deve oferecer infra-estrutura adequada e condições que propiciem o desenvolvimento da indústria. É fundamental avaliar a facilidade do acesso considerando o perfil da clientela. Procure instalar-se em Shopping Centers, ruas de comércio e pontos comerciais estratégicos em bairros movimentados. Avalie, também, o poder aquisitivo do seu público potencial. As atividades econômicas da maioria das cidades são regulamentadas pelo Plano Diretor Urbano (PDU). É essa Lei que determina o tipo de atividade que pode funcionar em determinado endereço.

A consulta de local junto à Prefeitura é o primeiro passo para avaliar a implantação de seu salão. Na Prefeitura de Vitória o PDU é fornecido a partir de consulta no site.

## ESTRUTURA

A estrutura básica deve contar com uma área de 60m<sup>2</sup>. O espaço deve oferecer instalações elétricas e hidráulicas em boas condições, com um ambiente bem iluminado, paredes e pisos claros e laváveis. É necessário transmitir a impressão de limpeza.

Para dar tratamento profissional ao negócio é fundamental oferecer facilidade para estacionar e ter sala de espera – ou ao menos algumas cadeiras – com direito a cafezinho, água, revistas, TV ou música ambiente. É o mínimo de conforto a ser ofertado para público de qualquer classe social.

## EQUIPAMENTOS

Os equipamentos básicos são:

Cadeiras e bancadas com espelhos;

Lavatórios, secadores;

Equipamentos para manicura, podólogo, conjuntos para maquiagem, depilação e estética; mesas e cadeiras para manicura; equipamentos de hidratação; estufas para esterilização, etc.

Também são necessários alguns móveis de escritório tais como: mesa, cadeira, calculadora, computador (controle e banco de dados dos clientes), materiais de escritório, telefone e fax, entre outros.

## INVESTIMENTOS

O investimento varia muito de acordo com o porte do empreendimento e do quantitativo de que dispõe o investidor. Considerando um salão de pequeno porte, montada numa área de 60m<sup>2</sup>, será necessário um investimento de R\$ 50mil aproximadamente.

**Obs.:** os valores apresentados são indicativos e servem de base para o empresário decidir se vale ou não a pena aprofundar a análise de investimento.

### Investindo em INFORMATIZAÇÃO

Uma empresa informatizada tem grandes chances de sair na frente do concorrente. Além de facilitar os processos, garantem a segurança na tomada de decisões, melhora a produtividade e diminui os gastos.

Escolha um projeto abrangente que atenda toda a empresa, desde o gerenciamento de conteúdo para websites, até os controles administrativos (financeiro, estoque, caixa, cadastro de clientes, etc.).

Existem no mercado atualmente, três grandes grupos de softwares: SGE Sistema de Gestão Empresarial; SGC Sistema de Gerenciamento de Clientes e Básicos. Eles podem ser encontrados nas empresas especializadas ou na Internet, através dos sistemas disponibilizados nas Provedoras de Serviços de Software (ASP - application service provider).

## **PESSOAL**

A mão de obra básica de um salão de beleza consiste em: cabeleireiros, manicuras, um especialista em depilação, um auxiliar e uma recepcionista. O empreendedor pode cuidar do gerenciamento do salão. É válido lembrar que o constante aperfeiçoamento e treinamento do pessoal são de fundamental importância.

## **PROCESSOS PRODUTIVOS**

ATENDIMENTO - Evitar a evasão da clientela dependerá muito da qualidade técnica dos profissionais. Os maiores riscos estão relacionados à consequência de um atendimento inadequado e potencial perda do cliente. É importante que se mantenha um relacionamento próximo com os clientes, observando as reservas pessoais de cada e acima de tudo manter uma postura respeitosa.

### PROCESSO DE TRABALHO

1º Verificar a limpeza do ambiente, preparar café e chá para os clientes e ajustar música ou TV;

2º Receber os clientes com ou sem agenda previamente marcada, sempre com muita atenção;

3º Identificar a real necessidade do cliente, identificando o que realmente ela deseja e fazer o vínculo com o que ele precisa;

4º Executar os serviços solicitados com qualidade;

5º Receber pelos serviços prestados de acordo com os preços previamente fixados;

6º Ao final das atividades organizar e limpar o ambiente de serviço além de esterilizar os materiais para o dia seguinte.

Horário de atendimento é de oito horas diárias, de terça a sábado. O ideal é trabalhar com hora marcada.

PREÇOS - Os preços a serem cobrados devem estar de acordo com o perfil do público que se pretende atender, obedecer à localização do estabelecimento e

também estar de acordo com a média cobrada no mercado.

MATERIAL - Higiene é a palavra-chave. Aliás, é fator do qual não se pode descuidar. É importante estar atento à esterilização dos instrumentos (como tesouras, pentes e alicates), que pode ser feita com o uso de estufa ou por meio de produtos químicos.

ESTOQUE - A reposição de estoque de produtos utilizados é feita na medida da necessidade. As perdas dos produtos não são consideradas como riscos, pois são relativamente pequenas. Normalmente, os fabricantes enviam representantes ao local para registrar os pedidos mensalmente.

## CARACTERÍSTICAS E ATRIBUIÇÕES DO EMPREENDEDOR

Neste ramo de negócios, o empreendedor atuará além de tudo como um consultor de beleza, orientando e sugerindo a melhor opção e não simplesmente cumprindo as solicitações dos clientes. Muitas vezes, pelo desconhecimento efetivo do resultado final, as pessoas solicitam determinados serviços que o profissional já sabe que não se enquadram com o tipo físico dessas pessoas, então, caberá a ele estabelecer uma boa relação com o cliente para poder esclarecê-lo e evitar um resultado não satisfatório. Um corte de cabelo, um penteado, uma tintura, devem compor um conjunto que agrade o cliente, se enquadre com suas características físicas e que esteja de acordo com os ditames da moda.

O empreendedor deverá ser muito bem informado sobre tendências da moda, novos produtos e tecnologias, além de ter facilidade no relacionamento, ser dinâmico e inovador.

## **DIVULGAÇÃO**

Trazer os clientes até a sua empresa não é uma tarefa fácil, por isso, você deve traçar um plano para divulgar o salão e a marca de forma atraente e que desperte curiosidade nas pessoas.

Marketing é a técnica de criar, desenvolver e fixar a imagem de uma empresa junto a seus consumidores. Ele começa na escolha do nome da empresa e vai até as campanhas publicitárias, passando pela decoração da loja e pela definição da melhor forma de atendimento ao público.

Componentes do marketing:

- Nome – deve ser de fácil pronuncia e memorização. Estar associado ao nome do empreendedor pode ser um bom negócio, pois personaliza e aproxima o seu relacionamento com os clientes;
- Logomarca e Slogan – a logomarca é a apresentação visual do nome da sua empresa e deve promover uma associação imediata com o estabelecimento. O slogan é o recado chamativo que acompanha a marca.

- O estabelecimento – a fachada deve ser atraente aos olhos de quem passa por ali, Para que entrem apenas pelo que viu do lado de fora. Ao entrar é bom que não se decepcione. Por isso capriche na decoração e arranjo interno.

- A divulgação – está presente em três fases distintas: a primeira é a inauguração – a campanha publicitária de lançamento da sua empresa pode ser feita através de distribuição de *folder*, convites por mala direta, *outdoor*, espaços publicitários em rádio, TV, revistas e jornais e é bom que esteja associada a uma promoção ou coquetel de lançamento. A segunda é a divulgação permanente – feita dia a dia, através do serviço prestado e da qualidade do produto vendido. É a que mantém os clientes assíduos. A terceira é a específica - direcionada para aqueles momentos especiais - uma promoção no dia das mães, por exemplo.

## DIVERSIFICAÇÃO

O empreendedor poderá destacar-se da concorrência mantendo prestação de serviços diferenciados:

Atendimento em domicílio - Em caso de festas, casamentos e outros eventos sociais, o empreendedor pode optar por deslocar uma equipe para atendimento em domicílio, visando maior comodidade para os clientes. Hoje, é bastante freqüente a inclusão do chamado "Dia da Noiva". Este serviço inclui todo trabalho de estética que uma noiva procura, desde manicura até massagem, passando por limpeza de pele, penteado, maquiagem e pedicura.

Em dia com as novidades - O mercado é bastante exigente quanto aos aspectos profissionais. Daí, a necessidade do empreendedor estar sempre buscando atualizar-se, seja no conhecimento de novas tecnologias ou de novas tendências. Por este motivo e, principalmente, em épocas recessivas, os profissionais da área devem utilizar sua criatividade e motivação para manter um público constante aos seus serviços.

O uso da informática - Atualmente, a "informática" invade os Salões de Cabeleireiros e orienta o desempenho das atividades dos profissionais da área estética. Há programas específicos que cliente pode visualizar como ficará com determinado corte, tintura ou penteado antes mesmo de executá-los. Computadores também auxiliam no gerenciamento de estoque de produtos, folha de pagamento, cadastro de clientes, etc. No cadastro de clientes o empreendedor pode manter todas as informações específicas dos serviços prestados: última tintura usada (cor, data), corte, produtos utilizados na limpeza de pele, etc.; e informações complementares do perfil do cliente: profissão, estilo de roupa, etc.

Criatividade - Existem salões em que realizam-se exposições de quadros e chegam a mudar a decoração de tempos em tempos, orientado pela opinião da clientela.

## NOTÍCIAS

### Salões de Beleza estabelecem concorrência saudável

Empresas goianas descobrem que crescer com o concorrente pode ser um bom negócio

### **Patrícia Masan**

**Goiânia** - Em busca de um sonho comum - sucesso e crescimento – 20 empresários do projeto MetrÓpole, que compõem a Célula de Salão de Beleza, em Goiânia, compartilham idéias, trocam informações e promovem cursos. Uma relação que revela uma nova tendência de mercado e desperta olhares curiosos sobre essa atitude inovadora. Uma iniciativa que surgiu pela necessidade e visão de mercado, agora revela uma nova forma de comportamento. O concorrente, antes inimigo, hoje ajuda o outro a crescer.

O trabalho da MetrÓpole é desenvolvido pelo Sebrae em Goiás por meio de atendimento coletivo e as reuniões acontecem a cada 15 dias. Um consultor do Sebrae em Goiás coordena os encontros, ajuda na elaboração do plano de ação, orienta e articula a realização das ações que promovem o desenvolvimento setorial. São ações de curto, médio e longo prazos que tem na sua base o associativismo.

As estratégias comerciais, antes secretas, tornam-se abertas e discutidas em grupo. “Para mim, concorrente era um inimigo. Qualquer estratégia de mercado era segredo. Hoje, mesmo atuando no mesmo mercado, disputando os mesmos clientes, quando um de nós está com algum problema ou dúvida, liga para o outro e pede auxílio. A diferença é que somos unidos e pensamos no coletivo. Oferecemos o melhor que temos. Se eu sei de uma nova técnica eu compartilho com o grupo. O conhecimento trocado é que gera o crescimento do segmento”, explica Vilmar Cândido de Souza, proprietário da Stúdio V Cabelos e Produções. Ele atua a sete anos no mercado, emprega quatro pessoas e há três anos participa da célula.

O alto investimento necessário para participar de grandes feiras e cursos é um fator que sempre deixou de fora as pequenas empresas. “Faço parte de um grupo de empresários que busca crescimento no mercado e luta por objetivos em comum. Tive a oportunidade de participar de uma grande feira em São Paulo e de melhorar a qualidade dos produtos com que trabalho a partir de dicas dos meus colegas. Aprendi a conviver em grupo e hoje tenho verdadeiros amigos”, explica a empresária Maria Olga de Oliveira Costa, que está a sete anos no mercado e participa da célula há seis meses.

### **Próximos passos**

Renato Medeiros, consultor do Sebrae em Goiás que acompanha diretamente esta célula, avalia o crescimento do grupo e revela que os planos para o futuro estão sendo trabalhados. “O espírito empreendedor é visível. Além dos cursos que receberam de capacitação na área de gestão empresarial, eles mesmos criam cursos técnicos entre eles. É uma grande troca. Neste momento estamos pensando em criar um nome, ou seja, uma marca para o grupo. Dessa forma, poderemos fazer divulgação ampla da rede de empresas. Outra ação próxima é realizar compras em conjunto. A união deste grupo foi imprescindível para a conquista de

todos estes benefícios”, afirma.

(...)

Fonte: Agência Sebrae de Notícias - (62) 3250-2268 – 20/06/2006

## CURSOS E TREINAMENTOS

### **SENAC – Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial**

Av. Marechal Mascarenhas de Moraes, 2077 - Bento Ferreira, Vitória/ES

Disque Cursos: (27) 3325-8311 - (27) 3229-5588

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

## EVENTOS

### **HAIR BRASIL - Feira Internacional de Beleza, Cabelos e Estética**

Periodicidade: anual

Expositores 2007: 530 marcas expositoras

Visitação 2007: 75 mil profissionais

Perfil do evento: feira de negócios, lançamentos de produtos e serviços para o setor de cabelos, estética e beleza, Congressos e Megashows.

Local: Pavilhões do Expo Center Norte.

Rua José Bernardo Pinto, 333 - Vila Guilherme - São Paulo/SP

Site: <http://www.hairbrasil.com>

E-mail: [hairbrasil@hairbrasil.com.br](mailto:hairbrasil@hairbrasil.com.br)

### **COSMOPROF COSMETICA - Feira Internacional da Beleza**

Local: Anhembi - SP

Organização: Reed Exhibitions Alcantara Machado

R. Bela Cintra, 1200 – 7º andar - Cerqueira César

CEP 01415-001 - São Paulo / SP

Tel.: (11) 3060-5000 - Fax: (11) 3060-5001

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

## LEGISLAÇÃO ESPECÍFICA

Cabe sugerir consulta à “ [CARTILHA DO FORNECEDOR CAPIXABA](#)”, que se encontra disponível na Biblioteca do SEBRAE/ES ou pelo site: [http://www.procon.es.gov.br/download/Cartilha\\_Forneedor\\_Capixasba.pdf](http://www.procon.es.gov.br/download/Cartilha_Forneedor_Capixasba.pdf)

O PROCON para adequar seus produtos às especificações do Código de Defesa do Consumidor (LEI Nº 8.078 DE 11.09.1990 – Alterada pela Lei nº 8.656/1993, Lei nº 8.703/1993, Lei nº 8.884/1994, Lei nº 9.008/1995, Lei nº 9.298/1996, Lei nº 9.870/1999 e Medida Provisória nº 1.890-67/1999).

É importante ter o conhecimento de algumas legislações que regem o setor, tais como:

- Lei Federal no. 6.360/76. Dispõe sobre a vigilância a que ficam sujeitos os cosméticos – Alterada pela Lei nº 6.480/77, Lei nº 9.782/99, Lei nº 9.787/99, Lei nº 10.669/03, Lei nº 10.742/03 e Medida Provisória nº 2.190-34/01.

- Decreto Estadual 1.277-N/79. Aprova as Normas Técnicas Regulamentadoras do Código Estadual de Saúde. Mais precisamente, os itens 41.1 a 41.5 das normas referentes aos Institutos e Salões de Beleza, Cabeleireiros, Barbearias, Casas de Banhos, Saunas, Casas de Massagens e Estabelecimentos Congêneres, constantes da NTS 004.0 (Normas para Construções e Instalações nos Estabelecimentos de Trabalho).

- Lei municipal nº. 24/96 (Código Sanitário Municipal). Estabelece normas de ordem pública e interesse social para a proteção, defesa, promoção, prevenção e recuperação de saúde no município de Vitória.

## REGISTRO ESPECIAL

Para registrar sua empresa você precisa de um contador. Profissional legalmente habilitado para elaborar os atos constitutivos da empresa, auxilia-lo na escolha da forma jurídica mais adequada para o seu projeto e preencher os formulários exigidos pelos órgãos públicos de inscrição de pessoas jurídicas. Além disso, ele é conhecedor da legislação tributária à qual está subordinada a nossa produção e comercialização. Mas, na hora de escolher tal prestador de serviço, deve-se dar preferência a profissionais qualificados, que tenha boa reputação no mercado e melhor que seja indicado por alguém que já tenha estabelecido com ele uma relação de trabalho.

Para legalizar a empresa é necessário procurar os órgãos responsáveis para as devidas inscrições:

- Você deve procurar a prefeitura da cidade onde pretende montar o seu salão para fazer a consulta de local;
- Registro no Cartório de Registro Civil das Pessoas Jurídicas;
- Registro na Secretária da Receita Federal;
- Registro no INSS;
- Registro no Sindicato Patronal (empresa ficará obrigada a recolher por ocasião da constituição e até o dia 31 de janeiro de cada ano, a Contribuição Sindical Patronal);
- Registro na Prefeitura para obter o alvará de funcionamento;
- Cadastramento junto à Caixa Econômica Federal no sistema "Conectividade Social - INSS".

## ENTIDADES

### **SINDIBEL – Sindicato dos Salões de Beleza do ES**

Pç. Presidente Getúlio Vargas, 35  
Edifício Jusmar, sala 722, Centro, Vitória/ES



CEP: 29018-900  
Tel.: (27) 3233-0096  
E-mail: [sindibel.sindibel@bol.com.br](mailto:sindibel.sindibel@bol.com.br)

**SINDIBELEZA - Sindicato dos Institutos de Beleza e Cabeleireiros de Senhoras do Estado de São Paulo**

Rua Sete de Abril, 252 – 1º. Andar, sala 11 e 12  
São Paulo/SP  
CEP: 01044-000  
Tel.: (11) 3258-2508 / (11) 3231-4492 / (11) 3259-5747  
<http://www.sindibeleza.com.br>

**ABC - Associação Brasileira de Cosmetologia**

Rua Ana Catharina Randi, 25 - Jardim Petrópolis / SP  
CEP. 04637-130  
Tel.: (11) 5044-5466 / (11) 5044-5528  
Site: <http://www.abc-cosmetologia.org.br>  
E-mail: [abc@abc-cosmetologia.org.br](mailto:abc@abc-cosmetologia.org.br)

**ABCFARMA - Associação Brasileira do Comércio Farmacêutico**

Rua Santa Isabel, 160 - 5º andar – Cj. 51 - Vila Buarque, São Paulo / SP  
CEP: 01221-010  
Tel.: (11) 3223-8677 Fax: (11) 3331-2088  
Site: <http://www.abcfarma.org.br>

**ADIPEC – Associação dos Distribuidores e Importadores de Perfumes, Cosméticos e Similares**

Rua Tabapuã, 649 – Cj.74 - Itaim Bibi, São Paulo / SP  
Cep: 04533-012  
Tel.: (11) 3168-4518  
Site: <http://www.adipec.com.br>  
E-mail: [adipec@adipec.com.br](mailto:adipec@adipec.com.br)

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

Av. Paulista, 1313 – 10º andar – Conj. 1.080 – Bela Vista, São Paulo / SP  
Tel.: (11) 3372-9899 / 3266-5387  
Site: <http://www.abihpec.org.br>

**FORNECEDORES E FABRICANTES**

**O SEBRAE/ES isenta-se de responsabilidades quanto à forma da atuação das empresas no mercado.**

**Software Gerenciador de salão de beleza**

Empresa: Centro de Produção Técnica de Viçosa – CPT  
Telefone: 31-3899- 7600  
Site: <http://www.cptsoftware.com.br>

**MAB Marisa Abritta Beauty**

Importadora e distribuidora de cosméticos e equipamentos de estética  
Rua dos Otonis, 738 - Vila Clementino, São Paulo/SP  
CEP: 04025-002  
Tel.: (11) 5573-1180  
Fax: (11) 5571-7078  
<http://www.abbacosmeticos.com.br>

**FELITHI Cosméticos**

Atendimento ao profissional: (11) 2941-1471  
<http://www.evenways.com.br>

**L'OREAL Brasil**

Caixa Postal 1699 - Rio de Janeiro - RJ  
Cep: 20.010-974  
SAC: 0800-701-7237  
Site: <http://www.loreal.com.br>  
E-mail: [contato@br.loreal.com](mailto:contato@br.loreal.com)

**NASHA COSMÉTICOS Internacional Ltda.**

Rua Francisco D'Amico, 195, Jd. Santo Onofre - Taboão da Serra/SP  
SAC: 0800-117707  
<http://www.nasha.com.br>

**NIASI**

Caixa Postal 79  
Taboão da Serra – SP - Cep 06751-970  
SAC: 0800 11 11 45  
Site:<http://www.niasi.com.br>  
E-mail: [sac@niasi.com.br](mailto:sac@niasi.com.br).

**SKINER – A tecnologia a serviço da beleza**

Rua Loefgreen, 77 – Villa Clementino, São Paulo / SP  
Cep: 04.040-030  
Tel.: (11) 2114-4100 Fax (11) 2114-4102 Vendas (11) 2114-4120  
<http://www.skiner.com.br>

**VANEX Distribuidora Ltda.**

<http://www.kadus.com>

**VITA DERM**

SAC: 0800-179292  
<http://vitaderm.com.br>

**WELLA Brasil**

SAC: 0800 701 92 76  
<http://www.wella.com.br>

## Produtos e móveis para salão de beleza

### **CADEIRAS GENNARO FERRANTE**

Rua Independência, 661 – Cambuci, São Paulo/SP  
Tel.: 0800 11 7815  
Site: <http://www.ferrante.com.br>

### **CASA ALPINO**

Tel.: (21) 2768-1794 / (21) 2667-3828  
Fax: (21) 2669-7478  
E-mail: [contato@casaalpino.com.br](mailto:contato@casaalpino.com.br)  
Site: <http://www.casaalpino.com.br/>

### **BELSHOP MÓVEIS PARA SALÃO**

Av. Pedro Alvares Cabral, Pass. Cajú nº 139 – Sacramenta, Belém / PA  
CEP: 66120660  
Tel: (91) 3264-3397  
E-mail: [viawlgshop@yahoo.com.br](mailto:viawlgshop@yahoo.com.br)  
Site: <http://www.belshop.com.br>

## **BIBLIOGRAFIA**

- SEBRAE/BA. Salão de Beleza. Salvador: Ed. SEBRAE/BA, 1992.
- SEBRAE/SP. Como montar um instituto de beleza e estética, São Paulo: SEBRAE / SP, 1997, 44p.
- SEBRAE/SP. Salão de Cabeleireiro. São Paulo: SEBRAE / SP, 1994, 29p.
- SEBRAE/DF. Como manter seu salão de beleza e similares de acordo com as normas higiênico-sanitárias. Brasília: Ed. SEBRAE/DF.
- SEBRAE/ PR. Oportunidades: salão de beleza. Curitiba: Ed. SEBRAE, 2003.
- Sites:  
Feira Internacional de Beleza, Cabelos e Estética: <http://www.hairbrasil.com>  
Agencia SEBRAE de Notícias: <http://asn.interjornal.com.br>

Oportunidades de negócios é um material meramente informativo acerca dos empreendimentos existentes no segmento correspondente ao seu título. Os dados apresentados são extraídos de publicações técnicas e, em linhas gerais, não têm a pretensão de ser um guia para a implementação dos respectivos negócios. É destinada apenas à apresentação de um panorama da atividade ao futuro empresário, que poderá enriquecer suas idéias com as informações apresentadas, mas carecerá de um estudo mais detalhado e específico para a implementação do seu empreendimento.

## **ÁREA RESPONSÁVEL E DATA DE ATUALIZAÇÃO**

UAA – Unidade de Atendimento e Agronegócio - SEBRAE/ES

Data de atualização: 20/06/2008