



Curso de Barbeiro

# Corte na Régua!

O CONHECIMENTO NOS CONECTA

Bruno William



INSTITUTO  
**CEJAM**  
conecta

**Autoria**

Bruno William Herculano Rodrigues 

**Revisão**

Anderson Martins Ribeiro 

**Editoração Final**

Abel Silva de Meneses, PhD 

André Luis Charro Ramalho, PhD 

**CEJAM**, Centro de Estudos e Pesquisas Dr. João Amorim  <https://ror.org/0084e6430>

Corte na Régua - O CONHECIMENTO NOS CONECTA. São Paulo: Pesquisa e Inovação Aplicada, 2024.

25 p.

**ISBN** nº 978 - 65 - 85277 - 10 - 5 **e-Book** (PDF)

1. Profissional Liberal; 2. Ensino; 3. Barbeiro.

**ISNI:** <https://isni.org/isni/0000000502780343>

CDD 331

CDU 323.329

Ficha elaborada pela área de Pesquisa e Inovação Aplicada do CEJAM

Este conteúdo está licenciado sob a Licença Creative Commons Atribuição - Não Comercial (CC BY-NC 4.0). É permitido remixar, adaptar e criar a partir deste trabalho para fins não comerciais, porém deverá atribuir o devido crédito aos autores e instituições. É vedado o uso para fins comerciais e não é necessário licenciar os trabalhos derivados sob os mesmos termos.



**CEJAM**

Editora CEJAM

Rua Dr. Lund, 41 - Liberdade  
São Paulo - SP | CEP: 01513-020  
Fone: (11) 3469-1818 | [cejam.org.br](http://cejam.org.br)

INSTITUTO  
**CEJAM**  
conecta

O **CEJAM Conecta** tem como foco capacitar, instruir e desenvolver, principalmente os jovens, mas também outros interessados das comunidades do entorno das unidades de saúde sob gerenciamento do **CEJAM**.

O programa prepara para o mercado de trabalho, estimula a cidadania e promove desenvolvimento pessoal e social, através de capacitações, treinamentos, workshops, palestras e rodas de conversa.

Oferecemos opções de formação nas modalidades EAD e presencial, para que você tenha flexibilidade e possa escolher a melhor forma de se desenvolver.

Outra forma de se envolver é se tornar um Embaixador Conecta, nesta modalidade você receberá capacitação especial para representar o programa, podendo optar por desenvolver atividades voluntárias como: monitor de turmas, apoio administrativo para o pólo, divulgação e suporte para os estudantes.

Para mais informações, visite nosso site.



O **Instituto CEJAM**, idealizado pelo Dr. Fernando Proença de Gouvêa (in memoriam), é uma organização sem fins lucrativos criada em fevereiro de 2010 para desenvolver, coordenar e orientar programas, projetos e campanhas sociais/educativas em municípios de atuação do **CEJAM**.

Alinhadas com os objetivos do desenvolvimento sustentável, as ações do Instituto tem como principal foco a Promoção de Saúde e Prevenção de Doenças levando conhecimento à população em vulnerabilidade social e fortalecendo a visão, missão e valores da Instituição.

Além do CEJAM Conecta, o Instituto CEJAM abre espaço para as mais diversas ações e atividades em prol da comunidade em torno das nossas unidades. Faça parte da nossa rede de voluntários, uma oportunidade para se conectar com o que há de melhor em você e fazer a diferença na melhora de vida nas comunidades. Se inscreva pelo nosso Site: <https://conecta.cejam.org.br/>



## CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

A HISTÓRIA E OS CUIDADOS COM OS CABELOS	9
HISTÓRIA DA BARBEARIA	12
LOCALIZAÇÃO	13
ESTRATÉGIA DE MARKETING PARA SER UMA BARBEARIA DIFERENCIADA E FIDELIZAR SEU CLIENTE	15
ESTRUTURA DA BARBEARIA	18
CUSTOS	20
DIVULGAÇÃO	22
LEGISLAÇÕES	25
MATÉRIA PRIMA	26
EQUIPAMENTOS	29
INSTRUMENTOS USADOS	30
NO DIA A DIA DE UM BARBEIRO	30
TESOURAS	31
NAVALHA OU NAVALHETE	32
MÁQUINAS	33
ESTRUTURA DO CABELO	35
FORMA	36
COLORIMETRIA	38
NOMENCLATURA DAS CORES	40
ESTRELA DE OSWALD	41
PLANEJAMENTO DE CORTE	45
CORTE VANGUARD CLASSIC (SOCIAL)	49
CLIPPER-OVER-COMB (MÁQUINA SOBRE PENTE)	49
FADES	50
CORTE UNDERCUT	52
RAZOR PART (DIVISÃO COM NAVALHA)	52
IVY LEAGUE	53
USO DA NAVALHA	54
TÉCNICAS PARA AFEITAR A BARBA	54
BIGODE	58
COSTELETAS E CAVANHAQUE	59





## Introdução

Este curso visa capacitar, instruir e despertar aos profissionais ou futuros profissionais da área, para uma gestão segura e eficaz, onde ofereceremos a todos o conhecimento teórico e prático, para desenvolverem de forma correta e segura as funções de um barbeiro no seu dia-a-dia.

Após o curso, os alunos estarão aptos para dar aos seus clientes um atendimento personalizado e de qualidade, além de serem certificados com um diploma de reconhecimento Federal

Você está prestes a conhecer um pouco da melhor profissão do mundo! Parabéns, bem-vindo ao corte na régua.

**Então, vamos lá!**



## A história e os cuidados com os cabelos

Arrumar os cabelos não é tarefa nova. Mesmo os homens pré-históricos colocavam ossos em sua vasta cabeleira, mas longe de ter apenas a função de embelezar as pessoas. Os cabelos também já adquiriram diferentes sentidos nas sociedades humanas. Além disso, a profissão a cabeleireiro é muito antiga, confirmada por achados arqueológicos de pentes e navalhas feitas de ossos.

No antigo Egito, aproximadamente 5 mil anos atrás, a arte de cuidar dos cabelos se destacou. Nessa época, surgiram os primeiros cabeleireiros, que tinham muito prestígio na corte dos faraós. A partir do ano 3000 aC. (antes de Cristo), as pessoas começaram a raspar a cabeça e a usar perucas de cabelo humano ou de lã de carneiro, geralmente tingida na cor preta ou com hena (pó feito de folhas de alfena egípcia) em tom vermelho-alaranjado.

Essas perucas tinham cortes retos e comprimento que variava do queixo até os ombros, geralmente incluindo franjas. A hena até hoje é usada no processo de coloração de cabelos e pelos. É uma forma mais natural e menos agressiva do que o uso de colorantes industriais, dos quais possuem muitos produtos químicos e podem ser prejudiciais à saúde.

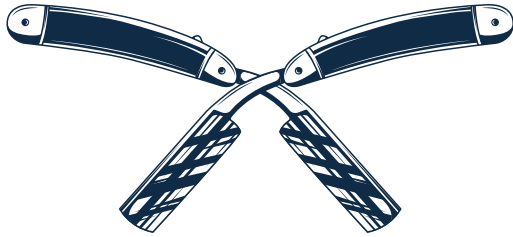
Cabelos compridos, curtos, raspados. Seu significado atravessa a história: para os budistas, cabelos raspados significam desprendimento; Júlio César, cônsul romano, mandava cortar os longos cabelos dos inimigos capturados como sinal de submissão, em diversas culturas, escravos os usavam curtos como prova de obediência ao amo: em diversas culturas, os escravos usavam cabelos curtos.

Na Inglaterra, os magistrados (juizes) e advogados ainda usam perucas cinza nos julgamentos. Geralmente, essas perucas são feitas de crina de cavalo. Essa prática foi herdada dos britânicos, mas vem perdendo popularidade nos últimos anos. A população, e mesmo alguns juizes e advogados, acham que ela é conservadora demais, refletindo uma imagem negativa do Poder Judiciário daquele país.

Registros sugerem que, ao longo da história, os cabelos ganharam significados próprios, envolvendo o poder de sedução entre as mulheres e a força entre os homens. Na mitologia grega, Afrodite é a deusa do amor e da beleza. Pelos romanos, ela era conhecida como Vênus. Serviu de inspiração para vários artistas, principalmente na época do Renascimento, quando aparece envolta em longos cabelos loiros. Uma das obras mais conhecidas desse período é o Nascimento de Vênus, do pintor italiano Sandro Botticelli.

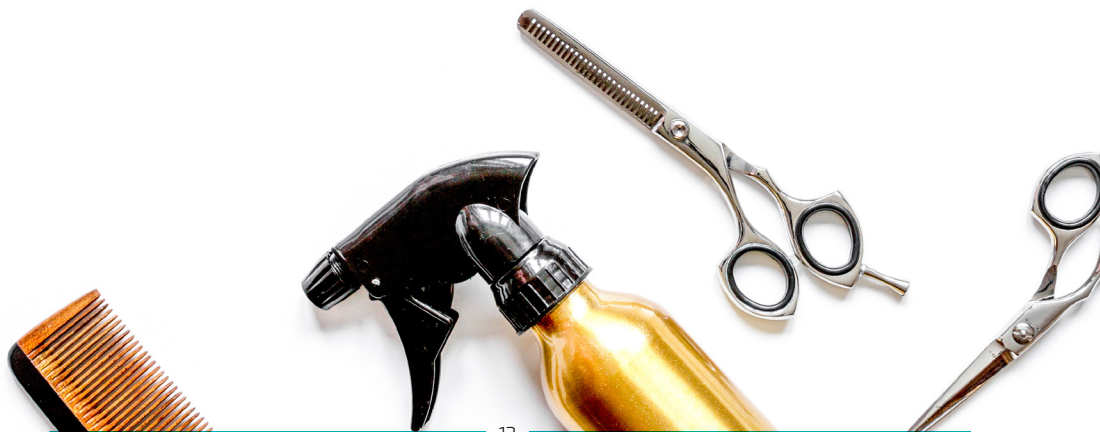
Sansão, personagem bíblico e descrito como um homem de força extraordinária capaz de derrubar diversos inimigos. Ele liderou israelitas contra filisteus por volta de 1177 aC. (antes de Cristo), Sansão se apaixonou por Dalila, que descobriu a origem da força dele, que ficava nos cabelos. Uma noite, cortou-os traindo o amante e entregando-o aos filisteus.

No século 17 (XVII), na França, o Rei Luís 14 (XIV) encomendou perucas ao cabeleireiro real quando percebeu que estava ficando careca. E a novidade, que virou sinônimo de alta classe social, nobreza e ostentação, foi muito bem aceita e assimilada pelos súditos e também pelos sucessores do governante. Essa moda durou cerca de 150 anos. Os primeiros salões de cabeleireira, construídos em praça pública, foram criados pelos gregos em Atenas. Vemos, portanto, que a importância dada aos cabelos é bastante antiga. A sua maneira, cada um dava um sentido à calvície ou ao cabelo.



Sócrates, filósofo grego, comentou e valorizou a própria careca, nenhuma erva daninha cresce em ruas ativas. Já o líder romano, Julio Cesar, usava uma coroa de louros para esconder a calva, enquanto o imperador francês, Napoleão Bonaparte, penteava para a frente os poucos fios que lhe restavam no alto da cabeça a fim de disfarçar o problema. Os calvos Júlio César e Napoleão: um usava louros, o outro penteava os cabelos para a frente.

O trabalho do cabeleireiro não se resume a cortar, fazer escova e tingir os cabelos. Desde o primeiro contato ele deve analisar o tipo de cabelo do cliente e verificar se está ou não danificado. Também precisa saber identificar o estilo pessoal do cliente e, sobretudo, conhecer suas expectativas. A medida que estabelece um diálogo indicando ao cliente as melhores opções de cor e de corte, o profissional transmite maior confiança sobre o trabalho que vai executar.



## ~ História da barbearia ~

Os barbeiros eram antigamente chamados de Cirurgiões-Barbeiro, pelo fato de praticarem pequenas cirurgias, extrações dentárias, e também ofereciam serviços de corte e barba, alguns andavam perambulando de província em província oferecendo seus serviços e vendendo também diversas ervas medicinais, e tinham aqueles que possuíam endereço fixo nas principais ruas das províncias.

No decorrer dos anos, os serviços oferecidos pelos barbeiros foram perdendo seu espaço, e nos meados da década de 60 surgiu a moda dos cabelos compridos, homens deixando seu cabelo crescer como cabelo de mulher. Poucos barbeiros na época tinham experiência de cortar esse tipo de cabelo, foi aí então que as barbearias começaram a perder seus clientes para os salões de beleza unissex.

Antes disso, as barbearias já vinham perdendo seu brilho, depois que surgiu os aparelhos de barbear, muitos desses frequentadores começaram a cuidar de sua barba em casa, com custo benefício bem menor deixando de frequentar e usufruir de um barbear único e exclusivo que era oferecido nas barbearias na época. Por longos anos, as barbearias ficaram apagadas na vida da maioria dos homens, até que os barbeiros se atualizaram e desenvolveram novas técnicas para corte, foi então que novamente as velhas barbearias voltaram a entrar no radar de homens que haviam deixado esse costume.

Hoje em dia você encontra nas barbearias com design moderno, unindo o antigo com o moderno. A decoração com objetos antigos que carregam muita história, o menu de serviços também cresceu e sofreu algumas mudanças. O que no passado era somente barba e corte, hoje nas barbearias mais completas você encontra serviços de manicure, pedicuro, design de sobrancelha, coloração de cabelo e barba, relaxamento de cabelo e barba, ou seja, o homem saiu das cavernas, perdeu o medo da vaidade e muitos assumiram a identidade de homem vaidoso.

## Localização

É um aspecto determinante do sucesso do empreendimento: segundo pesquisa do SEBRAE em 2005, a localização inadequada é responsável por 8% das empresas que fecharam as portas antes de completarem 4 anos de funcionamento. Especialistas no assunto avaliam que a escolha do ponto adequado responde por até 25% do sucesso do comércio.

Os principais pontos a considerar são:

- O preço do aluguel;
- A compatibilidade entre o público local e o padrão de serviço a ser prestado: maior renda, maior sofisticação; menor renda, menor preço;
- Visibilidade: se não se sabe (ou se vê) que naquela localização existe o prestador de serviço, não se vai lá atrás do serviço;
- Conforto: se há necessidade de ir de carro, há que ter estacionamento; se a expectativa é de haver picos de demanda (caso típico de barbearias nos sábados), o ambiente tanto da loja quanto da vizinhança deve ser agradável; etc.

Assim sendo, uma boa localização é aquela que favorece o acesso das pessoas, com o menor grau possível de dificuldade. Uma barbearia deverá estar instalada próximo ao local de residência do público-alvo, ou em locais de grande frequência de público como em shoppings, supermercados ou outros locais de grande fluxo de pessoas, que favoreça o estacionamento de veículos e possua boas condições ambientais para uma permanência agradável da clientela. Bairros populosos e proximidades de condomínios são locais bastante adequados para a instalação de uma barbearia.





# 10

## Estratégia de marketing para ser uma barbearia diferenciada e fidelizar seu cliente

### 1- Aprenda sobre empreendedorismo;

Estude, faça cursos, leia, aprenda, aperfeiçoe-se. Uma das maiores dificuldades dos empreendedores da área de beleza e estética é a falta de conhecimento sobre gestão e marketing.

**Cursos na área podem ajudar a superar as dificuldades do dia a dia.**

### 2- Invista na promoção e divulgação da sua barbearia;

Crie pacotes mensais, descontos e serviços diferenciados e conte com a ajuda das redes sociais para a divulgação. Hoje, elas são o melhor boca a boca. Faça sorteios de serviços para atrair novos públicos e aumentar sua carteira de clientes. Venda "combos" de barba e cabelo ou manicure + cuidados com a pele.

**Com criatividade é possível ter retorno sem investir muito.**

### 3- Tenha estratégias para fidelizar os clientes;

Uma das melhores estratégias de marketing para barbearias é a fidelização. Como fazer isso? Crie um programa de fidelidade com descontos e benefícios como, por exemplo, a cada 4 cortes, ganha uma barba. Ou a cada cinco barbas, ganha um brinde.

**Seja criativo, inove!**

### 4- Tenha o melhor atendimento;

Uma coisa que faz toda a diferença quando se trata de estratégias de marketing para barbearias é o atendimento. Entre em contato com o cliente para lembrar-se do horário, ligue no dia do aniversário e faça pesquisas para avaliar o nível de satisfação com o atendimento.

**Peça retorno e programe melhorias.**

### 5- Defina metas para a sua barbearia crescer;

Para crescer, sua empresa precisa saber para onde quer ir. Estabeleça objetivos de curto, médio e longo prazo. Uma das principais dificuldades apontadas por profissionais da área de estética e beleza é não conseguir definir metas.

**Pode ser desde comprar um equipamento novo, até abrir uma filial.**

### 6 – Tenha os melhores profissionais de estética e beleza;

Motive sua equipe, cobre resultados e saiba elogiar um trabalho bem feito. Uma grande dificuldade para as empresas do setor é a falta de profissionais preparados.

**Prepare os seus e motive-os para que eles sejam seus parceiros.**

## 7 – Apresente novidades na área de estética e beleza;

Em um mercado tão dinâmico, estar atualizado é fundamental. Participe de cursos de atualização, palestras, workshops, feiras e eventos do setor. Esteja por dentro das novidades, leia, pesquise, saiba o que é tendência.

**Essa estratégia permite que você esteja sempre um passo a frente dos seus concorrentes.**

## 8 – Quem é o público alvo das barbearias?

Uma grande dificuldade de muitos empreendedores da área é não conhecer seus clientes e seu público-alvo. Pesquise, vá ao concorrente, analise o que ele tem de bom, converse com seu público, pergunte, saiba o que eles querem.

**Assim, você consegue otimizar recursos e investir onde realmente importa.**

## 9 – Uma barbearia masculina precisa de um ambiente masculino;

Um dos principais diferenciais da barbearia moderna é o ambiente. A maioria tem investido em decoração retro. Outros elementos como bar, cervejinha gelada, revistas masculinas e TV com futebol, também fazem sucesso entre os homens.

## 10 – Surpreenda seu cliente;

Essa é a dica definitiva e que faz toda a diferença neste mercado tão peculiar que são as barbearias. Surpreenda seu cliente, ofereça algo que ele não espera ou que ele não encontra nos seus concorrentes.

**Façam com que se sintam especiais e querer voltar a sua empresa.**

## ❧ Estrutura da barbearia ❧

A área destinada à barbearia vai variar de acordo com o padrão de sofisticação e diversidade do conjunto de serviços a serem ofertados e a quantidade de profissionais que serão contratados. A estrutura básica aqui considerada, pra um salão de barbeiro “de bairro”, teria como dimensão uma loja de aproximadamente 33 m<sup>2</sup> que conteria o salão propriamente dito, sem recepção, porém com cadeira(s) ou poltrona(s) para espera, banheiro de 4 m<sup>2</sup> e área isolada por divisória para depósito de materiais, com aproximadamente 1,5 a 2 m<sup>2</sup>.

Note-se que, quanto mais sofisticado o salão e diversificados os serviços, novos espaços se tornam necessários, tais como maior área de depósito, recepção e sala de espera, salas de atendimento especiais ou até mesmo individuais, sanitários diferenciados para clientes e funcionários e separados por sexo, estacionamento, equipamentos de entretenimento (TV, TV a cabo, som, etc).

No geral, deve-se ainda contar com pelo menos um aparelho de TV ou de música ambiente, dependendo do perfil dos clientes. Entretanto, essencial para qualquer porte de empreendimento é o cuidado com a iluminação: dada a delicadeza e precisão dos serviços de que trata esta atividade, a ocorrência de sombras ou uma iluminação precária compromete de forma decisiva a qualidade final do corte de cabelo ou da barba, podendo mesmo causar acidentes dado o tipo de instrumento utilizado na atividade.

Por outro lado, a disponibilidade ainda que parcial de luz natural, além de contribuir para a luminosidade pode representar importante economia de energia elétrica e, conseqüentemente, de gastos. No perfil de estabelecimento aqui adotado, não existem empregados, mas simplesmente

associados ao proprietário. Este, ademais de ser prestador de serviços, cuida ainda do caixa, das compras, dos pagamentos e demais aspectos administrativos do negócio que, pelo porte, exige poucas horas diárias para o cumprimento.

Para estruturas mais sofisticadas, outros profissionais devem ser mobilizados – tais como recepcionistas, barbeiros, manicures, pedicuras e outros especialistas contratados – dado o maior grau de complexidade gerencial, provavelmente um supervisor. Além do conhecimento técnico, é imprescindível que os colaboradores tenham competências que favoreçam o bom relacionamento com os clientes.

Nessa área trabalha-se com a vaidade das pessoas: é necessária muita percepção sobre os desejos do cliente, ouvindo com atenção, entendendo suas expectativas, sugerindo soluções pertinentes e adequadas ao seu perfil pessoal. De um profissional desta área espera-se competência e atualidade profissional, ética, educação, simpatia e cordialidade. Estas qualidades – se não inatas no profissional – podem ser desenvolvidas através da leitura de publicações especializadas, participação em seminários, congressos, cursos e outras formas de aprimoramento.

Neste, o perfil mais comum é a existência de em torno de 4 cadeiras de barbeiro, sendo uma operada pelo proprietário e as outras por associados. Uma forma comum de operação é a cessão da cadeira, instrumentos e materiais ao associado, que fica com 50% do que fatura e repassa os outros 50% ao proprietário.

## ∞ Custos ∞

Vamos analisar uma barbearia de bairro, onde se classifica como padrão popular de acordo com o investimento, isso não significa que a prestação de serviço seja inferior ao alto padrão, mas sim, não com os mesmos recursos e serviços secundários.

### Uma Barbearia no Bairro custo mensal (R\$ 1.600,00):

Aluguel R\$ 1.000, água - R\$100,00 ; luz- R\$ 150,00; telefone- R\$ 100,00 – internet- R\$100,00; material (gilete, papel, copo descartável, Shampoo, talco, gel, Pomada, etc) R\$150,00. Somando um total de R\$ 1.600,00 de despesas fixas mensais.

Isto sem mencionarmos maquinários. Levando em consideração este cálculo básico, e que no início deve-se atender uma média de 7 pessoas por dia, em 24 dias trabalhados por mês, o que daria um total de 168 pessoas atendidas mensalmente (podendo ser menos e raramente mais do que esse numero nos primeiros 3 meses), se cobrar o valor de R\$ 15,00 reais o corte, teremos o valor total recebido no mês de R\$ 2.520,00. Porém, o lucro real tirando as despesas será de R\$ 920,00 sua renda mensal.

Agora, ouço amigos falarem que existem pessoas cobrando um valor de R\$10,00 e ate menos pelo corte, pela base de calculo que fizemos de despesas e quantidade de clientes atendidos, esta barbearia logo fecha as portas. Ou a qualidade de atendimento oferecido não é uma qualidade padrão. Agora, se formos oferecer o “algo a mais” ou buscarmos um espaço melhor, mais amplo e de boa localização, podemos dizer que as despesas fixas não será menores de que R\$ 3.000,00 mensais, que eleva o custo mínimo do serviço prestado.

## Capital de giro

A previsão de necessidade de capital de giro para uma barbearia é baixa, uma vez que os serviços são pagos à vista e a necessidade de aquisição de matéria prima e insumos é de pequena monta. Um bom número, que pode ser melhor definido pela elaboração de um projeto mais detalhado, é reservar em torno de 15% do montante investido na instalação do empreendimento para garantir o equilíbrio de contas do negócio.

Custos são todos os gastos realizados na produção e que serão incorporados posteriormente no preço dos produtos ou serviços prestados, como: aluguel, água, luz, salários, honorários profissionais, despesas de vendas, matéria-prima e insumos consumidos no processo de produção.

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.

É importante notar que, quanto menores forem os custos, menor será a necessidade de disponibilidade de capital de giro, liberando recursos para novos investimentos produtivos ou aumentando a lucratividade do empreendimento.

Os custos típicos de uma barbearia devem ser estimados considerando pelo menos os itens abaixo, quando houver:

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. Limpeza, higiene, manutenção;
6. Assessoria contábil;
7. Propaganda e Publicidade da empresa;
8. Aquisição de matéria-prima e insumos;
9. Juros e amortização de financiamentos.



## 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 Salão de Barbeiro poderá utilizar-se de panfletos a serem distribuídos de forma dirigida, em locais de grande circulação de pessoas (próximos ao estabelecimento), ou no bairro onde está localizado.

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

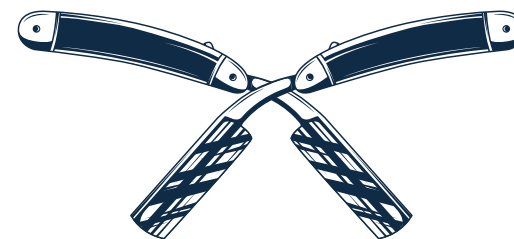
Exigências legais específicas É necessário contratar um contador profissional para legalizar a empresa nos seguintes órgãos:

- Junta Comercial;
- Secretaria da Receita Federal (CNPJ);
- Secretaria Estadual de Fazenda;
- Prefeitura do Município para obter o alvará de funcionamento;
- Enquadramento na Entidade Sindical Patronal (empresa ficará obrigada a recolher por ocasião da constituição e até o dia 31 de janeiro de cada ano, a Contribuição Sindical Patronal);
- Cadastramento junto à Caixa Econômica Federal no sistema “Conectividade Social – INSS/FGTS”;
- Corpo de Bombeiros Militar;
- Cadastro Municipal na Vigilância Sanitária – CMVS; é renovado anualmente ou sempre que houver mudança de endereço ou de responsável legal;
- O estabelecimento deve ter o certificado legal e os responsáveis técnicos, que são os profissionais que compõem a equipe;
- As profissões de esteticista, podólogo, manicure, barbeiro e cabeleireiro estão contempladas na Classificação Brasileira de Ocupações – CBO, de 2002, do Ministério do Trabalho e Emprego;
- Todos os profissionais deverão ser capacitados com documentação comprobatória.

Antes das providências de registro e legalização da empresa é aconselhável consultar um bom contador e verificar todas as exigências legais no âmbito estadual, municipal, código de defesa do consumidor e ANVISA.

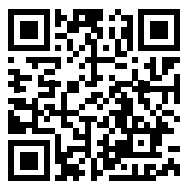
A ANVISA, através dos Centros Estaduais e Municipais de Vigilância Sanitária, fornece todas as informações de ordem legal, a respeito do uso de cosméticos, produtos para tratamento capilar e outros que o empresário desejar utilizar em sua barbearia. Estas são fiscalizadas pelas secretarias municipais de saúde, que em geral são bastante rigorosas, pelo grande potencial de risco que esses estabelecimentos podem oferecer aos clientes.

Os alvos principais das vigilâncias giram em torno da esterilização de utensílios e instrumentos, o uso de substâncias que oferecem risco aos clientes (Ex: formol), higiene, limpeza e adequação do ambiente físico, uso de toalhas descartáveis, etc.



# SUA MUDANÇA DE VIDA É POR AQUI.

TEMOS CURSOS EM DIVERSAS  
ÁREAS COMO: PRODUÇÃO  
AUDIOVISUAL, MARKETING  
DIGITAL, CONSTRUÇÃO DE SITES  
E MUITO MAIS...



VEM COM  
A GENTE!

CURSOS PRESENCIAIS E EAD!  
CONFIRA EM NOSSO SITE!

INSTITUTO  
**CEJAM**  
conecta

