



O MUNDIAL MOSTRARÁ TODA SUA BELEZA EM 2014

O segmento de beleza poderá aproveitar a Copa do Mundo da FIFA 2014, um momento cheio de oportunidades. Serão 600 mil turistas estrangeiros, mais de 3 milhões de brasileiros circulando pelo país, conforme uma estimativa do Ministério do Esporte.

O CONSUMO DOS PRODUTOS E SERVIÇOS DE BELEZA

O segmento da beleza no Brasil foi favorecido pelo aumento da renda per capita que, segundo a Secretaria de Assuntos Estratégicos (SAE) do Governo Federal, aumentou 32% na última década. Os números dispararam e hoje figuramos entre os principais países consumidores destes produtos e serviços conforme informações ao lado:

Principais países consumidores de produtos e serviços de beleza:



ESTADOS UNIDOS

14,8%



JAPÃO

11,1%



BRASIL

10,1%



CHINA

6,5%



ALEMANHA

4,5%



OUTROS PAÍSES SOMADOS

53,0%

Fonte: ABIHPEC - Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (2012)

AS OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS

A indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos brasileira (HPPC) faturou em 2011 mais de R\$ 29 bilhões segundo a Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC) em seu anuário de 2012 (valor em R\$ das vendas com base no preço de saída da indústria).



2010

R\$ 48,2 MIL



2011

R\$ 56,0 MIL



AUMENTO

16%



NICHO DE BELEZA NO EXTERIOR

A EuroMonitor Internacional, empresa de consultoria em inteligência de mercado mundial, divulgou em 2013 resultados de pesquisas realizadas nos 5 principais países consumidores dos produtos e serviços do segmento de beleza. Acompanhe o que está em alta, em baixa e o que é tendência nestes países:

ESTADOS UNIDOS



EM BAIXA

Produtos para alisar e colorir cabelos.

EM ALTA

Unhas de gel, batom, produtos para depilação, shampoos e condicionadores.

TENDÊNCIA

Uso de lâmina para barbear e depilar, produtos para cabelos, cuidados com a pele, com destaque para o público masculino.

JAPÃO



EM BAIXA

Itens como esmaltes e produtos para os cabelos.

EM ALTA

Produtos para a pele elaborados com ingredientes naturais, maquiagens para os olhos em tons claros.

TENDÊNCIA

Produtos naturais, diminuindo a demanda por produtos químicos, shampoos, condicionadores e produtos depilatórios.

BRASIL



EM BAIXA

Depilação com lâmina.

EM ALTA

Coloração de cabelos, cosméticos, perfumaria, produtos de higiene, proteção solar e depilação.

TENDÊNCIA

Produtos de beleza, higiene, cosméticos, depilação com cera e laser.

CHINA



EM BAIXA

Depilação com lâmina.

EM ALTA

Produtos para pele, cabelos e depilação.

TENDÊNCIA

Produtos de beleza, maquiagem, produtos elaborados com ingredientes naturais.

ALEMANHA



EM BAIXA

Batom, cosméticos produzidos com parabenos, parafina e sulfato de amônia.

EM ALTA

Maquiagem, produtos sem silicone, parabenos, parafina e sulfato de amônia, produtos antirrugas.

TENDÊNCIA

Cosméticos de cor natural e produzidos com ingredientes naturais, produtos específicos para cada tipo de cabelo (seco, com coloração ou danificados).

FIQUE ATENTO ÀS PRÓXIMAS CLASSIFICAÇÕES!

Dos cinco países citados acima, Japão, Estados Unidos e Brasil já garantiram vaga para disputar a Copa do Mundo da FIFA 2014. É muito provável que a Alemanha se classifique para o Mundial também, levando em consideração o histórico de suas participações no torneio. A dúvida fica em relação à classificação da China. Existem ainda 22 vagas e as disputas seguem até novembro de 2013, ou seja, o pequeno negócio deve estar atento para os novos países classificados, com seus costumes e tendências.



PRODUTOS E SERVIÇOS/ MADE IN BRAZIL



HAIRDRESSER - HAIR STYLIST (CABELEIREIROS)

Ser cabeleireiro não é apenas estar apto a aparar as madeixas. Os cabelos são considerados de grande importância por contribuir para construção do estilo de uma pessoa. É uma responsabilidade tocá-los com uma tesoura ou produtos químicos. É preciso entender o pedido de seu cliente e torná-lo real. Encontrar um bom cabeleireiro não é tarefa fácil.

THE BEST MANICURES - AS MELHORES MANICURES

Os cuidados com as unhas no Brasil também chamam a atenção. Manter as unhas bem feitas fora do Brasil é considerado um desafio. Em Nova York, por exemplo, o serviço é mais caro do que no Brasil (algo entre R\$ 25 e R\$ 50), mais rápido (cerca de 5 minutos para cortar, lixar e empurrar as cutículas) e a técnica utilizada é diferente. A maioria das manicures nos EUA é coreana e as profissionais brasileiras são as mais disputadas.



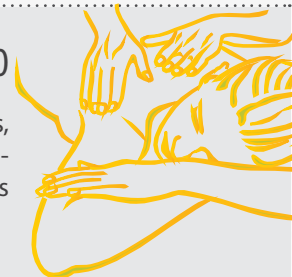
BRAZILLIAN WAX - DEPILAÇÃO BRASILEIRA

A técnica de depilação brasileira que utiliza cera para remoção parcial (virilha) ou total dos pelos íntimos é sucesso no exterior, principalmente nos Estados Unidos. O resultado dura por semanas e com a frequência o crescimento se torna cada vez mais lento.



PROCEDIMENTOS ESTÉTICOS: QUALIDADE E BAIXO CUSTO

Os profissionais brasileiros também atraem estrangeiros para o Brasil a fim de realizarem procedimentos estéticos, como cirurgias plásticas realizadas por médicos especialistas, tratamentos para redução de medidas, celulite, flacidez, manchas, rejuvenescimento, entre outros tratamentos faciais e corporais. Somos um dos destinos preferidos para o já em alta turismo de cirurgia plástica, por ser referência nos procedimentos com qualidade e baixo custo.



PRODUTOS NATURAIS: INGREDIENTES ELABORADOS

Os produtos fabricados com ingredientes naturais estão na moda. Por ser um dos biomas mais diversificados do mundo, o Brasil e principalmente a região amazônica, têm atraído as atenções dos estrangeiros. O açaí, o guaraná, o camu-camu, a castanha-do-pará e a andiroba se destacam entre as matérias-primas brasileiras utilizadas na fabricação destes cosméticos, cuja exportação cresceu 153% nos últimos seis anos, segundo a Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos (Apex-Brasil).



Os profissionais e produtos brasileiros têm boa reputação no exterior.

Tornou-se cada vez mais comum ouvir sobre o sucesso deles mundo afora.



SERVIÇOS DIFERENCIADOS QUE SÃO DESTAQUES NO MUNDO

Potencialmente, os produtos e serviços brasileiros citados na página anterior serão procurados aqui no Brasil durante a Copa do Mundo da FIFA 2014. Mas é bom atentar para as tendências de produtos e serviços diferenciados que são destaque no mundo. Alguns já começam a ser implantados aqui no Brasil.



SPA PARA PÉS E MÃO

Além dos serviços de manicure / pedicure ou podólogo, este tratamento para mãos e pés ainda inclui massagem, escalda pés, relaxamento, esfoliação, hidratação.



NAIL ART (ARTE NAS UNHAS)

As unhas podem ser personalizadas com uso de canetas, carimbos, adesivos e outros acessórios. É só usar a criatividade e treinar sua habilidade.



ESMALTES MAGNÉTICOS

Este esmalte tem pó de ferro em sua composição, que permite criar efeitos com ajuda de um ímã especial. O ímã atrai as partículas magnéticas do esmalte formando desenhos nas unhas.



ESMALTE EM GEL

Dura até 20 dias, sem lascar ou descascar. Acabamento com brilho mais duradouro do que os esmaltes comuns. É preciso ter um equipamento específico para a secagem.



FRANCESINHA INTELIGENTE

Este procedimento consiste em colar um molde já pronto na ponta das unhas, dispensando o esmalte branco, com o uso de cola especial. Pode durar até três semanas sem descascar.



NAIL BARS (BARES DE UNHAS)

Estabelecimento dedicado às unhas com poltronas confortáveis, música, bebidas, petiscos e uma extensa linha de esmaltes com cores e estilos à disposição dos clientes.



ATRATIVOS PERCEBIDOS E VALORIZADOS PELOS CLIENTES

Mesmo em tempos difíceis, os cuidados básicos com a aparência podem até diminuir, mas as pessoas não deixam de frequentar o salão de beleza. Para se destacar perante a concorrência, é preciso ter sensibilidade para identificar quais são os principais pontos que agradam os clientes.



ATENDIMENTO E SERVIÇOS

Oferecer atendimento prático e rápido, para isso você pode fazer uso de ferramentas, técnicas de gestão e equipamentos para melhorar o desempenho, como softwares (programas específicos) de agendamento, previsão de tempo do serviço, gerenciamento de estoque de produtos, folha de pagamento, cadastro de clientes, etc.



AMBIENTE

Observar a localização, fachada, tamanho, cores, poltronas, café, chá, água, revistas, televisão etc. Climatizar o ambiente, iluminar corretamente os espaços, oferecer estacionamento (se possível gratuito ou com alguma parceria). Isto fará de seu estabelecimento um lugar agradável e conseqüentemente aumentará o fluxo de clientes.



HIGIENE

Prezar pela higiene de seu estabelecimento, equipamentos e profissionais. Os instrumentos devem ser sempre limpos e esterilizados para evitar contaminações. Para mais informações sobre higiene, confira o portal da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) sobre salões de beleza e similares.



DICAS

Busque atentar também às tendências, treinamentos, tecnologias associadas a novos produtos, serviços e equipamentos para seu salão é um grande diferencial. Definir da melhor maneira possível os preços, produtos, serviços e a promoção do negócio, de acordo com o cliente e localização do estabelecimento. Como dica de capacitação, confira os cursos [Como Vender Mais e Melhor](#) (CVMM) e [Atendimento ao Cliente](#) (AC), ambos do portal EaD Sebrae. Para quem quer buscar mais informações sobre a gestão de um salão de beleza, confira a cartilha [Comece Certo Salão de Beleza](#), publicada pelo Sebrae.



DICAS

Uma dica é utilizar a sustentabilidade em seu estabelecimento, trabalhar com a correta destinação de materiais e produtos químicos, utilização de produtos orgânicos ou ambientalmente responsáveis, além de outras práticas ambientais. Outra dica é contar com produtos regionais e característicos do Brasil, como por exemplo, shampoos artesanais à base de guaraná ou castanha-do-pará. Oferecer estes produtos de beleza regionais durante a prestação do serviço poderá conquistar turistas estrangeiros ou nacionais que ainda não conhecem o benefício destes produtos.



DICAS

Para mais informações, [confira o portal](#) da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) sobre salões de beleza e similares. Confira ainda a [Resolução da Anvisa n. 79, de 28/08/2000](#) e o Código de Defesa do Consumidor ([Lei n. 8078/90](#)). Certificações: Atentar para as regras da Anvisa, conforme comentado. As certificações em gestão e sustentabilidade (ISO 9001 e ISO 14001) podem ser exploradas também por salões com uma estrutura já adequada para a qualidade e responsabilidade ambiental.

AÇÕES
RECOMENDADAS

1

ESTAR NA WEB



Criar site, blog e/ou página em mídia social do seu salão de beleza, atualizando frequentemente, divulgando descrição dos serviços, preços e promoções.

2

FAZER PARCERIAS E FACILITAR PAGAMENTOS



Divulgar seu estabelecimento junto a hotéis e pousadas das cidades-sede durante a Copa do Mundo da FIFA 2014. Facilitar o pagamento aceitando as principais bandeiras de cartão de crédito.

3

INVESTIR NO IDIOMA



Dispor de pelo menos um funcionário no salão que fale outro idioma, preferencialmente inglês, para facilitar a comunicação com os turistas estrangeiros.

4

FLEXIBILIZAR OS HORÁRIOS



Disponibilizar agenda para clientes sem horário marcado, tanto turistas estrangeiros ou nacionais que não haviam planejado a necessidade de utilizar este serviço.

5

CRIAR AMBIENTES TEMÁTICOS



Criar e oferecer ambiente e serviços inspirados nos países participantes (ex.: decoração temática do espaço e unhas com as cores das bandeiras dos países).

6

ATENSTAR ÀS TENDÊNCIAS



Atentar às novidades lançadas dentro de campo durante a competição, saber quem são os principais jogadores das seleções participantes da Copa do Mundo da FIFA 2014 e identificar as cores e penteados.



INVESTIR EM IDEIAS CRIATIVAS

Busque ideias criativas para atrair o turista, como, por exemplo, utilizar o entretenimento em seu salão de beleza. Um exemplo é oferecer produtos alimentícios típicos do Brasil enquanto os clientes aguardam, ou ainda oferecer uma exposição de artesanatos da região. As parcerias com artesãos e produtores rurais da região são muito bem-vindas!



Fique atento a página do Sebrae sobre salões de beleza no facebook