



NOVOS MODELOS DE **NEGÓCIOS**

**SALÃO DE
BELEZA
MASCULINO
OU BARBEARIA**



**OUTUBRO/
NOVEMBRO
2021**

APRESENTAÇÃO DO NEGÓCIO

Se você, empreendedor, está buscando uma oportunidade ou um novo modelo de negócio, com boa perspectiva de crescimento, o Sebrae tem uma novidade para você!

Uma grande tendência dos últimos anos, o salão de beleza masculino ou barbearia tem ganhado espaço no mercado de prestação de serviços. Esse segmento, dedicado ao universo masculino, representa o estilo de vida e as preferências desse público, cada vez mais envolvido com serviços e produtos ligados à estética.

Um dos principais fatores que leva o público masculino a esses salões especializados é a significativa mudança de comportamento dos homens, que estão cada dia mais preocupados com uma estética diferenciada, com cortes de cabelo estilosos, com uso de mechas e, ainda, com barbas bem-cuidadas e diferenciadas. E até mesmo as roupas e os acessórios são escolhidos de acordo com as tendências da moda. O cenário mostra a quebra de paradigmas e antigos preconceitos, proporcionando oportunidades para o negócio que destacamos neste texto.

De acordo com o relatório da consultoria Research & Markets, o mercado global de beleza masculina deve alcançar um faturamento de US\$ 78,6 bilhões em 2023. Esses dados confirmam a tendência de crescimento do setor, influenciada pelas novas tendências comportamentais, ou “nova masculinidade”.

Este guia de novos negócios traz referências, insights, características do mercado e outras valiosas informações para a construção de um modelo de empreendedorismo inovador, diferenciado e rentável no setor de salões de beleza masculinos ou barbearias.

UM SALÃO MASCULINO OU BARBEARIA DEVE CONSIDERAR VÁRIOS FATORES, COMO:



- >> Tendências da moda;
- >> Comportamento do público masculino;
- >> Serviços e produtos práticos.

SEBRAE



PRODUTOS

A praticidade masculina traz uma excelente oportunidade de vendas. Eles podem ser ótimos consumidores de cosméticos vendidos no salão, uma vez que já testaram o produto e podem resolver dois “problemas” em apenas um local. Ponto pra você. O ambiente dos salões masculinos e barbearias também se transformam em locais de lazer e encontro entre amigos, por isso, oferecer outros tipos de atrativos fora do ramo da beleza podem tornar seu estabelecimento ainda mais especial.



BEBIDAS E DRINKS

O público masculino adora unir o útil ao agradável. Por isso, uma boa oportunidade de negócio para esse ramo é oferecer também serviços de bar, whiskeria, adega, café, salão de jogos, entre outros. São atrativos a mais que podem ajudar a entreter e a fidelizar clientes, criando um ambiente em que os homens podem encontrar os amigos e se divertir.

COSMÉTICOS

Por toda a praticidade, os homens podem ser ótimos consumidores de cosméticos vendidos no salão. Vale, por exemplo, oferecer os produtos consumidos no salão, como o xampu e o condicionador usados no lavatório, ou a pomada de finalização. Afinal, foram produtos já testados e que ajudam a economizar tempo. Ele deve ter a sensação de que, com uma única entrada na barbearia, resolveu diversos problemas.

SERVIÇOS

O mercado de beleza masculino tem características próprias e que retratam a personalidade média dos homens. Um dos valores em destaque é a praticidade. Ou seja, serviços e produtos oferecidos nesse negócio devem apresentar essas características. A rotina de beleza masculina, diferentemente da feminina, precisa ser rápida e ter poucas etapas. O lado bom dessa praticidade tipicamente masculina é que os homens podem ser ótimos consumidores de cosméticos vendidos no salão. Veja os principais produtos oferecidos nesses estabelecimentos de beleza e que você pode ter também em seu negócio.



>> CABELO, BARBA E BIGODE

O serviço mais comum e mais vendido em salões masculinos e barbearias é o corte de cabelo, que deve ser prático, rápido e responder às tendências da moda. Além do cabelo, o barbeiro também deve dominar técnicas de raspagem, design e estilização de barba e de bigode. O conhecimento do visagismo, especialmente em linhas e ângulos do rosto, é um importante diferencial. E oferecer pacotes com todos esses serviços com descontos especiais é uma estratégia bastante eficaz.

>> DIA DO NOIVO

Trata-se de um pacote de serviços estéticos oferecido aos noivos, preparando-os da melhor forma para o casamento. Além de corte, barba e bigode, podem ser oferecidos outros serviços, como manicure e pedicure, design de sobrancelhas e massagem. Geralmente esses serviços podem ser oferecidos aos padrinhos e familiares, para criar um momento também de celebração, podendo o empreendedor oferecer ou vender drinks e bebidas.

>> SERVIÇOS EXTRAS

Os cuidados de beleza em homens mais usuais estão concentrados na parte da cabeça – cabelo, barba e bigode –, porém, cada vez mais, o público masculino tem consumido serviços estéticos em outras partes do corpo. Dessa forma, manicure, pedicure, tratamentos estéticos faciais e corporais, massagem capilar ou corporal, depilação corporal ou íntima e design de sobrancelhas podem fazer parte da carta de serviços oferecidos pelo estabelecimento.

>> COLORIMETRIA

Outra tendência é o uso de mechas e cabelos coloridos ou descoloridos no universo masculino. A colorimetria é um serviço que demanda técnica e cuidados bem específicos, pois erros na aplicação podem ocasionar sérios problemas no cabelo do cliente. Dessa forma, é importante garantir a prestação de um serviço de qualidade, com profissional capacitado e com instrumentos corretos.



MERCADO

Os homens representam 49% da população nacional, de acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Esse potencial de clientes, com o crescimento apresentado no setor de beleza masculino nos últimos anos, traz oportunidades de negócios com probabilidade alta de manutenção da tendência de evolução no setor. Mesmo com a pandemia da Covid-19, o negócio segue com boa expectativa para os próximos anos.

EXPECTATIVA DE FATURAMENTO MUNDIAL - 2023

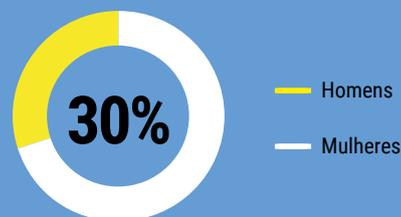
US\$
78,6 BILHÕES

EMPRESAS FORMALIZADAS NO SETOR NO BRASIL - 2020

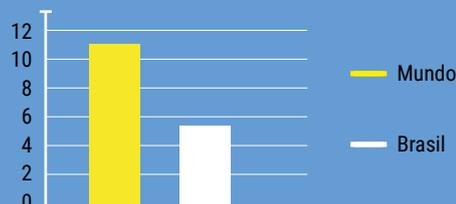
1,2 MILHÃO

CALCULA-SE QUE 30% DO FATURAMENTO DO SETOR DE BELEZA VENHA DO CONSUMIDOR MASCULINO.

Segundo a Euromonitor Internacional (<https://www.euromonitor.com/>), em projeção feita antes da pandemia, o faturamento do mercado brasileiro de beleza masculino em 2022 deve atingir US\$ 8,1 bilhões, o que representará 20% do faturamento mundial de US\$ 56,2 bilhões.



O setor de beleza masculina cresce 11,2% no Brasil, enquanto a média mundial é de 4,7%.



PERFIL DO CONSUMIDOR

Para atender os clientes da maneira mais personalizada possível, é fundamental que o empreendedor de um salão masculino ou barbearia entenda as diferentes gerações e perfis que atenderá em seu estabelecimento.



ALPHA | A PARTIR DE 2010

São levados pelos pais, exclusivamente, para cortar o cabelo. É importante oferecer atrativos para a criançada e equipamentos adaptáveis para o atendimento desses clientes. É oportuno também oferecer serviços para os pais ou acompanhantes dos alpha, como bebidas, massagens, entre outros.



GERAÇÃO Z | 1995-2010

Os mais novos, muitas vezes, por ainda não saberem ao certo qual seu próprio estilo, estão testando salões com o intuito de achar um onde vão se sentir bem. Por não serem donos do próprio dinheiro, aumenta a preocupação com o preço do corte. Os adolescentes e os jovens, por sua vez, já possuem estilo e personalidade próprios e podem consumir mais serviços, como barba, bebidas (os maiores de idade) e jogos. O ambiente com atividades masculinas pode também encantar os clientes dessa geração. Por serem pragmáticos, conectados, capacitados e engajados, podem ser divulgadores do seu negócio de maneira informal, pelas redes sociais.



MILLENNIALS | 1980-1995

Os millennials desejam estar com uma aparência mais bem-cuidada, e contam com boas condições financeiras. Para esse público, serviços de depilação, manicure, design de sobrancelhas, massagens e tratamentos estéticos atraem tanto quanto jogos e bares para estar com os amigos. Essa geração tem pouca paciência para serviços ineficientes ou ruins.



GERAÇÃO X | 1960-1980

Geração que já começa a apresentar os sinais da idade, como queda, afinamento e embranquecimento do cabelo, rugas e flacidez da pele. Além disso, possuem mais renda e poder de consumo. Por esse motivo, vale oferecer massagens corporais e tratamentos holísticos a esse público. Trata-se de clientes mais exigentes quanto à qualidade dos serviços e que procuram mais conforto e segurança.



BABY BOOMERS | 1940-1960

Os integrantes da Geração Baby Boomers possuem maior poder aquisitivo e procuram aprender, entender e usufruir de inovações tecnológicas. Além disso, as limitações físicas da idade também exigem do estabelecimento boas condições de segurança e mais acessibilidade para o público idoso. Nesse sentido, longas esperas e ficar de pé para fazer o pagamento no balcão podem configurar situações desconfortáveis, as quais precisam ser evitadas.



ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO



FACEBOOK

Aposte na criação de uma página para o seu negócio. Invista em boas fotos de perfil e de capa, bem como em publicações que mostrem as instalações e os serviços do salão. Informações sobre o seu estabelecimento devem constar na sua página.



INSTAGRAM

Invista na criação de conteúdos em vídeo, mostrando as novidades que seu estabelecimento oferece e como seus clientes têm aproveitado seus serviços e suas instalações. Postagens sobre o lifestyle masculino também podem chamar atenção de sua barbearia.



TWITTER

Aposte na rede para promover serviços e produtos que o seu salão de beleza proporciona de forma direta, para os seguidores da página, ou de forma geral, visando captar novos clientes.



WHATSAPP

Estabeleça um contato direto com seus clientes, encaminhando fotos e vídeos de procedimentos realizados, promoções e descontos de serviços. O atendimento personalizado e prático costuma fazer a diferença com a clientela.



TIKTOK

Rede social que tem grande influência sobre jovens e crianças. Invista em vídeos curtos e que mostrem os procedimentos realizados na sua barbearia, sempre de forma dinâmica e divertida para você se tornar referência entre esse público.

CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO

	CANAL	BENEFÍCIO
DIGITAL	Anúncios em grandes sites	Portais de notícias contam com milhares de acessos diariamente. Essa pode ser uma alternativa para aquecer as suas vendas e conquistar novos clientes.
	Ranqueamento no Google	O Google é o principal mecanismo de busca do mundo. Anunciar nesta plataforma pode ajudar muito a divulgar o seu negócio.
	Redes sociais	Vá além das ferramentas de anúncio e aposte nas redes sociais para divulgar conteúdos que demonstrem o domínio de seus profissionais sobre beleza.
TRADICIONAL	Cartões de visita	Um cartão de visita é indispensável para fazer <i>networking</i> , trocar informações sobre seu negócio e promover a comunicação.
	Folhetos e circulares	Esses canais são fundamentais para anunciar novos produtos e serviços, promoções e eventos do seu salão.
	Anúncios em classificados, jornais ou revistas	Anunciar seu negócio em veículos impressos, principalmente locais, é uma das melhores estratégias para fazer o seu salão ser mais conhecido.

TENDÊNCIAS

A personalização é o pilar de qualquer atendimento de beleza. No caso dos salões masculinos e barbearias, o que tem sido uma tendência é a ambientação temática do espaço, além da criação de espaços de lazer e convivência. O boom das barbearias modernas veio atrelado a decorações específicas, como vintage, retrô, garagem, pub, posto de gasolina ou oficina mecânica.

VINTAGE OU RETRÔ

Ao oferecer aos homens uma ambientação antiga, você transforma seu negócio em uma experiência interessante, uma imersão para outra época – por exemplo, um local com pisos quadriculados, navalhas, motocicletas e muitos outros detalhes. Além disso, esse estilo passa a ideia de tradição e confiança.

UNIVERSO GEEK

Estilo de decoração que atrai uma legião de homens que cultuam filmes e personagens de *Guerra nas Estrelas* e *Jornada nas Estrelas*, o livro *O guia do mochileiro das galáxias* e os super-heróis e gibis da Marvel. As barbearias geek costumam ter um espaço em que é possível ler *comic book* e gibis enquanto se espera o atendimento ou mesmo durante a prestação do serviço.

ATIVIDADES

Dardos, sinuca, xadrez, videogames e pinballs são algumas das opções que podem fazer sucesso em barbearias. A intenção é criar um ambiente em que haja atrações tanto para um encontro entre amigos e conhecidos quanto para os clientes no momento de espera. Quando o seu salão ou a sua barbearia oferecem mais do que os serviços básicos de beleza, criam uma experiência mais rica e atrativa para o cliente. Por isso, muitas barbearias projetam espaços nos quais os jogos ganham protagonismo.

CASOS DE EMPRESA

BARBEARIA SEU ELIAS

A Barbearia Seu Elias é uma das mais bem-sucedidas e de referência em Belo Horizonte. Pioneira no estilo sofisticado no ramo, a empresa, que já possui quatro unidades na cidade, foi buscar referências no exterior e resolveu trazer um conceito, até em então, novo para o Brasil. A barbearia é um local que busca proporcionar uma experiência diferenciada ao cliente e criar um momento agradável e especial.

Nas redes sociais, a Seu Elias é sucesso. Possui 319 mil seguidores no Instagram, com postagens de dicas sobre estilo, cuidados estéticos, além de promoções, cotidiano das unidades da barbearia e muito mais.

A Barbearia Seu Elias é frequentada por jogadores de futebol e outras celebridades brasileiras. Suas unidades possuem diversos atrativos para o público masculino, além do espaço *kids*, com total estrutura para o público infantil. A Seu Elias diz que “traz o lado emblemático e nostálgico das barbearias das décadas de 60 e 70, somado aos conceitos de requinte e inovação da atualidade”.

