



BELEZA E BEM-ESTAR

CASOS DE SUCESSO NO AMAPÁ

EXPEDIENTE
Sebrae Amapá

Mateus Nascimento da Silva
Presidente do Conselho Deliberativo

Waldeir Garcia Ribeiro
Diretor Superintendente em exercício

Isana Ribeiro de Alencar
Diretora Técnica

Unidade de Soluções Inovadoras e Competitivas – UNIC

Jenane Gomes Penha Moraes
Analista Técnica

Rejane Maria Leite dos Reis
Gerente

Imagens e ilustrações: Sebrae e empresas participantes desta edição.

SEBRAE – AP: Av. Ernestino Borges, 740, Julião Ramos, Macapá – AP

www.sebrae.com.br

Telefone: 0800 570 0800





Beleza e bem-estar são foco

de projeto no Sebrae Amapá

O setor da beleza é bastante expressivo no Amapá. É preciso apenas um pouco de atenção para observar a quantidade de novos empreendimentos que têm surgido no mercado. Mas não é apenas em números que essa área está chamando a atenção. A qualidade também é um ponto que apresentou um desenvolvimento bastante expressivo.

Agora, as empresas estão buscando ofertar para o cliente bem mais que um serviço, mas uma

experiência, por meio de inovação, pesquisa e investimento pesado em dedicação e capacitação. Por essas e outras questões, o Sebrae Amapá promove, juntamente com diversos parceiros, o projeto Negócio da Beleza e Cosméticos, que tem, entre outros objetivos, a proposta de “fortalecer a cadeia produtiva do setor da beleza através de inovação e conquista de novos mercados”, segundo Sandra Gama, gestora do projeto.



Contribuindo para o crescimento dos empreendimentos em Macapá e Santana

O “Negócio da Beleza e Cosméticos” começou a atuar em 2017, mas há nove anos o Sebrae Amapá já realiza trabalhos direcionados para o segmento. Empresas que ofertam diversos produtos e serviços em beleza e bem-estar são o seu público-alvo, como salões de beleza, esmalterias, spas, clínicas de estética, barbearias, estúdios de massagem e de depilação, entre outros. Por ser diretamente voltado para esses empreendedores, o projeto busca capacitações e abordagens mais fáceis de serem absorvidas dentro da realidade já vivida e com as melhorias e avanços que necessitam.



Método auxilia na sustentabilidade dos empreendimentos de estética

Como parte do projeto, buscando sempre indicar as melhores estratégias para as empresas, o Sebrae realizou uma consultoria com Fabiana Gondim, criadora do método Hair Size, propondo atitudes que trazem economia para o empreendedor e ainda preservam o meio ambiente. Em todo o país, essa metodologia está alcançando grandes resultados e, após a consultoria, os salões e barbearias em Macapá e Santana também podem aplicar em seus negócios.



Divulgação e capacitação que auxiliam e expandem a visão dos empreendedores

Buscando trazer propostas mais sustentáveis, conhecimento sobre oportunidades em novos mercados, inovação e acesso a novas tecnologias, o Sebrae proporciona a realização de diversos eventos, workshops e consultorias para os empresários investirem em seus negócios, em parceria com o Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (Senac), o Beleza

Centro Técnico e distribuidoras de cosméticos das cidades de Macapá e Santana.

Segundo a gestora do “Negócio da Beleza e Cosméticos”, o projeto já realizou capacitação gerencial com foco no cliente, consultorias gerenciais e tecnológicas com foco em inovação, apoio e participação em feiras de negócios do segmento da beleza, rodada de negócios, além da consultoria tecnológica para o desenvolvimento de manuais de identidade visual e projetos para design de interiores.

Feira da Beleza Amapá Beauty Fashion: Momento para ver e ser visto

Reunir em um mesmo lugar diversos empreendimentos do comércio e serviços para que compartilhem experiências e que, juntos, discutam novas propostas para o segmento da Beleza, por meio de capacitações e orientações. Este é o objetivo da Feira da Beleza Amapá Beauty Fashion. O evento já está em sua segunda edição e recebe, em média, 4 mil visitantes, entre profissionais, acadêmicos e a comunidade em geral do estado do Amapá. Esse é um momento para os empreendedores serem vistos pelo público e



adquirirem novos conhecimentos. “A feira é uma excelente plataforma para desenvolvimento e melhorias dos pequenos empreendimentos, possibilitando geração de negócios, competitividade e sustentabilidade das micro e pequenas empresas”, conclui a gestora do projeto no Sebrae AP, Sandra Gama.



Com grande experiência

de mercado no Amapá, Studio Hildete e Equipe exibe uma trajetória de descobertas e desafios no empreendedorismo

Durante o desenvolvimento de um negócio, é comum que mudanças ocorram, sejam elas previstas ou não. Elas fazem parte da trajetória de todo empreendedor, e a forma como se lida com elas pode trazer muito aprendizado, além de se tornar muito benéfico, mesmo quando essas mudanças não são consideradas tão positivas assim. Ter uma boa base construída com conhecimento e boa gestão contribui para que nada abale o empreendimento.

Studio Hildete e Equipe: Vocaçao e qualificação andando juntas



Este foi o caso de Hildete Mendes, fundadora do Studio Hildete e Equipe. Paraense por nascimento, mas amapaense de coração, como faz questão de definir, ela conta que nunca imaginou trabalhar no ramo da beleza, mas por acreditar que não tinha condições financeiras para fazer a graduação de Biologia, seu sonho na época, decidiu estudar para ser cabeleira e, para a sua surpresa, mesmo em uma área completamente nova, encerrou o curso técnico sendo uma das alunas com o rendimento mais alto de sua turma.



Empreendedora de primeira viagem e suas dificuldades

Seis meses depois do término do curso, Hildete viu que poderia abrir o seu próprio salão. De lá pra cá, são 15 anos de carreira, como cabeleira e empresária. Mas relata que, das maiores dificuldades com as quais lidou durante esse tempo, a mais difícil delas foi se descobrir

empreendedora. "Faltava conhecimento. Eu abri um salão simplesmente porque via outros salões e fui comprando os materiais que eu achava necessários. Eu não tive uma preparação neste primeiro momento", explica a cabeleira.



Studio Hildete e Equipe e o Sebrae AP juntos para o sucesso do empreendimento

Após entender que precisava mais do que um bom serviço para que seu empreendimento se fortalecesse no mercado, Hildete buscou o auxílio do Sebrae no Amapá. Para ela, por não saber que tinha o dom do empreendedorismo e as orientações necessárias, seu negócio tinha começado errado. Apesar disso, tinha uma

grande vontade de crescer e, por isso, participava de eventos fora do estado em busca de inovação, mas enfatiza que precisava de uma ajuda especial voltada para a sua realidade. "Eu encontrei o apoio para organizar a minha empresa no Sebrae.", conta. Hoje, Hildete afirma que, desde 2009, participa, juntamente com sua equipe, de todos os eventos, cursos e workshops que pode. "Hoje, eu me vejo como empresária e não só como cabeleira", conclui.

O Studio Hildete e Equipe passa por mudanças que comprovam a importância da uma boa gestão

Uma das capacitações que Hildete realizou com o Sebrae foi o Empretec, metodologia que ajuda a desenvolver as habilidades do empreendedor. Nessa oportunidade, a empresária estabeleceu a meta de que, até 2016, seu estúdio deveria ter um prédio próprio, já que, até então, encontrava-se em uma sala alugada. E já em 2015, essa meta foi alcançada. Porém, a empreendedora ainda enfrentava a insegurança devido à distância do novo endereço, se comparado aos pontos

antigos. Após receber orientações do Sebrae e analisar seu próprio negócio, ela fez a mudança e garante que foi um grande passo cumprido em seu planejamento. "90% das clientes antigas nos acompanharam. E isso foi muito positivo.", explica. Ela conta que a dificuldade é um pouco maior com novas clientes, mas garante que "quem vem, fica"!



Trazendo inovação para o mercado amapaense, barbearia Navalha Nervosa faz sua história e dá exemplo aos jovens empreendedores

Saber identificar oportunidades por meio da observação das necessidades do público é um grande diferencial para os empreendedores. É o conhecido “pensar fora da caixa” para fazer o que ninguém faz, mas que o mercado necessita, buscando, assim, um melhor aproveitamento da

área que se deseja atuar e a satisfação de clientes que ainda não haviam sido satisfeitos. Claro, suprir essas demandas inovadoras exige um trabalho de qualidade, dedicação e capacitação para que seja possível se destacar do mercado, trazendo, então, crescimento e solidez.

Estudar o mercado internacional proporciona boas ideias para empreendedores de sucesso

Inovar com qualidade foi prioridade na idealização da barbearia Navalha Nervosa. Há mais de três anos no mercado amapaense, o empreendimento surgiu sob influência do grande desenvolvimento e popularização de barbearias na Europa e nos Estados Unidos. Isso foi o suficiente para que Michael Dayvisson, fundador da Navalha Nervosa, visse a oportunidade de trazer algo novo e pouco explorado no estado do Amapá. Mas o jovem empreendedor não precisou ir longe para que a necessidade do serviço aparecesse. “Não tinha pessoas para cuidar do meu cabelo e da minha barba como eu gostaria, então, quando vi essa explosão no mercado, logo soube qual segmento da beleza eu queria”, explica.



A vocação para o empreendedorismo na área da beleza veio de berço

O empresário conta que sua mãe trabalhava no segmento da beleza há 30 anos, mas foi apenas em 2014 que eles se tornaram sócios. Michael viria a assumir os negócios posteriormente. Contudo, a experiência de sua família com o salão de cabeleireiro não evitou que sentisse as dificuldades inerentes ao empreendedorismo. Segundo ele, entre os problemas enfrentados pela barbearia, estão a falta de conhecimento e a deficiência no planejamento.

Proporcionar uma experiência única ao cliente é o serviço principal da barbearia

Quando iniciou no segmento, Michael conta que foi um dos pioneiros a trazer ao mercado serviços completos, o que fez com que a Navalha Nervosa se destacasse até hoje pela inovação e credibilidade. Ele explica que sua equipe, composta por 12 barbeiros, 3 gerentes e 2 franqueados, distribuídos em 3 unidades, preza por uma padronização de atendimento e fidelização do cliente para além das portas do estabelecimento. Sobre o trabalho, o empreendedor enfatiza que a prioridade é a qualidade, tanto dos profissionais quanto dos materiais utilizados. “Nós não só cortamos cabelo e fazemos barba. Nós abrimos um portal para a mente do cliente”, conclui.

Navalha Nervosa e a parceria com o Sebrae AP

Buscando solucionar os problemas encontrados durante o início da trajetória como empreendedor, Michael foi em busca de conhecimento sobre a área que estava atuando. Estudante do curso de Administração, o jovem buscou o Sebrae com objetivo de encontrar orientações específicas para o seu empreendimento, para que pudesse aliar com os conhecimentos que ele já tinha adquirido na sala de aula da faculdade. “Eu já perdi as contas de quantas consultorias eu fiz pelo Sebrae. Todas foram extremamente válidas. Em cada uma delas, teve um click, uma frase, uma pergunta, uma resposta que mudou totalmente o meu rumo para o sucesso”, relata o empresário.





Destaque no cenário do Amapá

Salão D'Blond carrega consigo uma história de grandes desafios

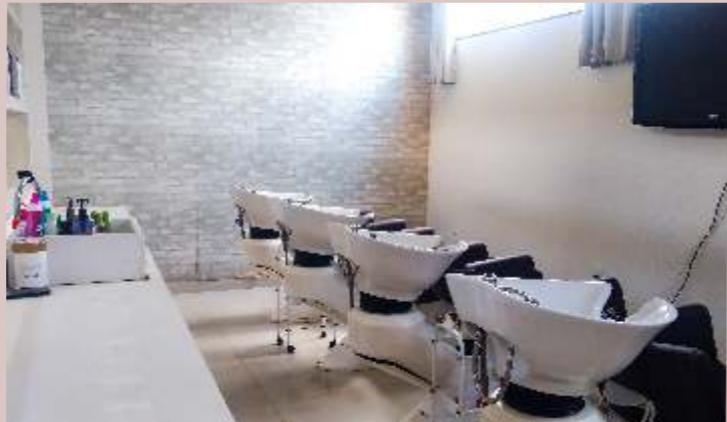
No início de um empreendimento, selecionar quem vai ficar responsável pela execução dos serviços é uma das etapas mais importantes para o sucesso dos negócios. A equipe que será montada deve ser capacitada, mas, acima de tudo, deve se dispor a assumir o compromisso com a visão da empresa de estar em constante evolução em diversos âmbitos. Afinal, grande parte dos resultados obtidos será atribuída a essa área da empresa.

Salão D'Blond: Transformando habilidades em oportunidades

Na maioria dos grupos de amigas, há aquela que possui uma aptidão maior para ajudar as outras a arrumarem o cabelo ou fazerem maquiagem. Em seu grupo, essa amiga era a empresária Gislanny Reis. Ela conta que ajudar as amigas a se arrumarem era um prazer para ela. "Elas iam pra festa e eu ia pra casa delas arrumá-las. Isso era como se eu tivesse ido pra festa e me divertido muito. Era a minha diversão", lembra.

Desde então, ela começou a receber muitos elogios, que vieram acompanhados de incentivos para que transformasse aquele talento em uma profissão. Foi quando decidiu que iria investir. Mas não queria ser mais uma no mercado. Ela tinha o objetivo definido de se destacar. Para isso, ingressou na faculdade de Administração e, concomitantemente, começou a

frequentar cursos na área da beleza. Gislanny, que hoje é proprietária do Salão D'Blond, já com duas unidades em Macapá, sabia que empreender não seria fácil, mas garante que desafios a atraem. "Eu gosto de imaginar que eu posso conseguir uma coisa e lá na frente conseguir, e o empresário tem que ter isso, porque é o que ele vive 24 horas por dia", diz.



A lição de lidar com as dificuldades para atingir o sucesso

Não demorou muito até que a empreendedora precisasse lidar com os problemas próprios do dia-a-dia de uma empresa. Ela explica que uma das maiores dificuldades enfrentadas no início da carreira foi a formação da equipe. "Nós temos profissionais no mercado que não são qualificadas e corremos o risco de qualificar as pessoas e perdê-las depois", conta.

Para lidar com isso, Gislanny precisou entender que, apesar de complexo, trabalhar com pessoas

em qualquer circunstância exigia muito tato e, hoje, ela conta que já conseguiu superar essa limitação a ponto de poder se ausentar da empresa e, ainda assim, ver o trabalho acontecer perfeitamente devido à confiança que tem na sua equipe. "Esse é o segredo do salão de beleza. Não é só um espaço arrumado, é uma equipe bem treinada que vai fazer o serviço certo com responsabilidade, e hoje eu consigo fazer isso", comemora a empresária.

“

Tudo que eu tenho de grande importância na minha empresa foi através do Sebrae

”



Para ajudar a gerir o seu salão, Gislanny procurou a ajuda do Sebrae no Amapá. Com 15 anos de carreira e, desses, 7 anos com o Salão D'Blond, a empresária afirma que a parceria que desenvolveu com o Sebrae já dura muitos anos, sendo até difícil citar todos os cursos e consultorias que já participou. "Eu gosto muito da parceria do Sebrae! Confesso que, desde quando eu comecei a trabalhar com empresa, eu recebo o apoio do Sebrae até nas coisas mais simples, e esse acompanhamento é muito bom!".



Empreendedores crescem e inovam na idealização da Camacho, uma marca tipicamente amapaense

Ouvimos muito falar que a necessidade faz a oportunidade. Os vários casos de negócios que surgiram a partir de situações de necessidade, nas quais a opção de dar certo era a única que existia, são inúmeros e comprovam a veracidade dessa frase. Apesar disso, sabe-se que o empreendedorismo não é sorte, tampouco é algo a se desenvolver rapidamente perante uma emergência e, sim, é resultado de muito trabalho e capacitação. Isso é o que difere as empresas que se conservam ativas no mercado durante muitos anos daquelas que não conseguem sobreviver ao quinto ano de atuação, correspondendo a 60% dos empreendimentos nacionais, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

A descoberta de um sonho e a conquista da credibilidade

“Por acaso!” É assim que Graça Camacho define a decisão de empreender. Eles tiveram o primeiro contato com a ideia de ter um negócio próprio quando Paulo Cesar, marido de Graça, recebeu de uma amiga o convite para comercializar um kit de produtos para salões de cabeleireiro. O que era apenas um teste para eles, se tornou um desafio e também uma oportunidade, já que ambos estavam desempregados na época.

Graça explica que, no início, em 2005, faziam um “trabalho de formiguinha”. Iam de salão em salão

oferecendo os produtos e, após a rejeição de muitos, respostas positivas começaram a surgir. Segundo ela, foi quando sentiram que a empresa podia dar certo, mas que, para isso, precisavam trabalhar muito. “A gente começou a colocar aquilo como nosso projeto de vida”, explica. Embora tenha enfrentado as dificuldades iniciais para conquistar a confiança dos cabeleireiros, a empreendedora afirma que, devido aos poucos profissionais que comercializavam produtos para salões na época, entrar no mercado não foi tão complicado.

Mercado conquistado, chega, então, o momento de inovar



Em 2013, atuando como representante em Macapá dos produtos de 10 empresas, o casal já havia conquistado grande credibilidade entre os salões. Foi quando Paulo resolveu colocar em prática a ideia que já vinha amadurecendo há dois anos: a de desenvolver uma marca própria. Procuraram fabricantes e correram atrás de tudo o que era preciso para conquistar esse novo objetivo. Atualmente, a “Camacho” representa 95% dos produtos comercializados pelos empreendedores, e se orgulham muito por terem desenvolvido uma marca amapaense, apesar de não ser produzida no estado devido à falta de indústria na área.

Segundo Graça, o diferencial da Camacho é o preço acessível e a qualidade, sendo este último a maior preocupação deles desde quando a marca era apenas uma ideia. “Nós buscamos indústrias que oferecessem qualidade aos nossos produtos”, explica ela.



SEBRAE: Grandes sonhos precisam de grandes apoiadores

Com uma parceria que já dura, aproximadamente, 10 anos, Graça conta que o Sebrae auxiliou muito na gestão do seu empreendimento. Entre tantos workshops e consultorias realizados, a empresária lembra com muito carinho de um curso específico que abriu seus olhos para o cuidado com o estoque, fazendo uma analogia com o cofre, sendo, portanto, a parte mais importante de uma empresa como a dela. Sobre os eventos que o Sebrae promove para o ramo da beleza, Graça considera de extrema relevância para o seu negócio. “A Feira da Beleza é um lugar onde vão várias pessoas, e muitas delas que a gente ainda não alcançou. Então, o Sebrae tem o poder de reunir pessoas que ainda não conhecem seu produto e a tua empresa”, conclui.



No Amapá, empresa apostava

em levar o bem-estar até eventos para ganhar, conquistar e fidelizar clientes.

Inovar tem sido a maior aposta dos empreendedores que perceberam no mercado a necessidade de ir além do tradicional para oferecer ao cliente um serviço diferenciado. No Amapá, essa missão vai muito mais longe, pois algumas áreas ainda são pouco exploradas, especialmente no que diz respeito ao ramo da beleza e bem-estar. No entanto, esse cenário está mudando rapidamente. Hoje já é possível observar inúmeros empreendimentos trazendo para o estado técnicas e produtos de alto padrão, de modo a proporcionar aos amapaenses uma elevada qualidade de serviço.

Frestic: Conhecimento e independência para empreender

A ideia de empreender surgiu para France Mara durante o curso de técnico em estética que fez. Após se formar, a falta de tempo por estar trabalhando em outra clínica lhe obrigou a adiar os seus planos. Após outro período de capacitação na área, a ideia de ter um negócio próprio se afirmou ainda mais. Porém, France resolveu inovar colocando em prática planos que havia feito ainda durante o primeiro curso que realizou. "Eu tive a ideia de levar o bem-estar para dentro dos eventos, foi quando eu criei a massagem relaxante para os pés em eventos", conta.

O serviço estava, então, definido. Porém, a jovem empreendedora não tinha conhecimento da estrutura que iria precisar para oferecer ao mercado, tendo em vista que era algo completamente novo no Amapá. France recorreu à internet para conseguir mais informações e poder desenvolver o seu projeto, aliado a outros serviços que sua clínica viria a prestar.

Os desafios de ser empreendedora

France conta que conciliar as funções de empresária com o atendimento direto na clínica foi o principal impacto que sentiu, já que, agora, também precisava pensar em outros setores da empresa, como agendamento, gestão e, principalmente, divulgação de seu negócio. Foi então que, observando o mercado e a forma como a abordagem ao cliente era feita, a empreendedora decidiu que precisaria criar um jeito novo de alcançar o seu público, levado a

partir do sentimento que o seu serviço despertasse nele. E é por meio de um ambiente especial, iluminação, cores e chás, que ela atua com esse objetivo. "Eu quero que a pessoa se sinta bem e, assim, ela possa procurar algum tipo de tratamento ligado à estética, mas, antes, eu quero tratar a saúde dela." explica a empresária, atribuindo a isso o fato de sua demanda crescente ser, em sua maioria, vinda da indicação de clientes atuais.

Grandes empreendimentos exigem detalhes alinhados



Dar nome ao empreendimento não é uma das tarefas mais fáceis. Isso porque vários fatores diretos e indiretos interferem nessa decisão. O caso de France Mara é um exemplo disso. Ainda é motivo de risos para ela, compartilhar que queria que sua clínica se chamassem "Fresthétique", junção de seu nome com "esthétique", que significa estética em francês. Por meio de uma consultoria do Sebrae Amapá, a empresária identificou que o nome possuía algumas falhas na aceitação do público e trocou para o atual nome do empreendimento, "Frestic".

Sobre o contato com o Sebrae, France conta que participou pela primeira vez da Feira da Beleza em 2017, com seus serviços, mas na área social. Após o evento, recebeu o convite para participar do projeto. Desde então, a idealizadora da Frestic relata que os auxílios do Sebrae mudaram a sua visão e geraram grandes oportunidades para o seu negócio. "Estar com o Sebrae amplia o mercado para você. Os olhos dos empresários e dos clientes se voltam para nós!".