



INTELIGÊNCIA EM FEIRAS

BEAUTY FAIR
2016



EXPEDIENTE

© 2016. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Bahia
TODOS OS DIREITOS RESERVADOS

A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei n.º 9.610)

INFORMAÇÕES E CONTATO

Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Bahia
Unidade de Acesso a Mercados
Rua Horácio César, 64 Dois de Julho – CEP: 40.060-350 – SEBRAE/BA
Telefone: (71) 3320-4491
E-mail: contato.uam@ba.sebrae.com.br; www.ba.sebrae.com.br

PRESIDENTE DO CONSELHO DELIBERATIVO ESTADUAL

Antonio Ricardo Alvarez Alban

DIRETOR-SUPERINTENDENTE

Adhvan Novais Furtado

DIRETOR TÉCNICO

Lauro Alberto Chaves Ramos

DIRETOR DE ATENDIMENTO

Franklin Santana Santos

UNIDADE DE ACESSO A MERCADOS

José Nilo Meira – GERENTE
Alessandra Giovana F. da S. de O. Borges – GERENTE ADJUNTA
Anderson dos Santos Teixeira – ANALISTA I
Diógenes de Souza Silva - ANALISTA I

UNIDADE DE ATENDIMENTO COLETIVO

Célia Márcia Fernandes – Gerente
Ítalo Guanais Aguiar Pereira – Coordenador de Comércio & Serviços

GESTORA DE INTELIGÊNCIA EM FEIRAS NA BAHIA

Alessandra Giovana F. da S. de O. Borges

CONSULTOR CONTEUDISTA E CRÉDITO DAS FOTOGRAFIAS DA FEIRA

Tiago Antônio de Aragão Campello Valois Mendez

DESIGN GRÁFICO

Suzana Salgado

IMAGENS

Istock Photo

SUMÁRIO

PARTE I

A BEAUTY FAIR 2016

1 - A BEAUTY FAIR 2016	8
1.1 - CONTEXTUALIZAÇÃO	8
1.2 - PERFIL DOS EXPOSITORES E SEGMENTOS	9
1.3 - PERFIL DOS VISITANTES	9
1.4 - CARAVANAS	10
1.5 - TRANSFER GRATUITO, VIAGENS E HOSPEDAGEM	10
1.6 - SHOWS DA BEAUTY FAIR 2016	10

PARTE II

NOVIDADES DA FEIRA BEAUTY FAIR

2 - EVENTOS PARALELOS	12
2.1 - FÓRUM BEAUTY FAIR DO VAREJO DE BELEZA	12
2.2 - AMIGO DE VENDAS BEAUTY FAIR	12
2.3 - 11º CONGRESSO CIENTÍFICO INTERNACIONAL DE ESTÉTICA E COSMETOLOGIA	12
2.4 - 1º CONGRESSO INTERNACIONAL DE DERMOPIGMENTAÇÃO	13
2.5 - 11º CONGRESSO DE MANICURES	14
2.6 - 7º CONGRESSO INTERNACIONAL DE MAQUIAGEM PROFISSIONAL	14
2.7 - 6º CONGRESSO DE DEPILAÇÃO	15
2.8 - 9º CONGRESSO DE PODOLOGIA	15
2.9 - OUTROS CURSOS DA BEAUTY FAIR 2016	15
2.10 - PROJETO "ALÉM DA BELEZA"	16
2.11 - WORKSHOP PARA ESTUDANTES – PROJETO ESCOLA	16
2.12 - CAMPEONATO DE MAQUIAGEM	17
2.13 - 7º SEMINÁRIO EM GESTÃO DE NEGÓCIOS DE BELEZA	17

PARTE III

TENDÊNCIAS EM EQUIPAMENTOS

3 - NOVIDADES E TENDÊNCIAS EM EQUIPAMENTOS	20
3.1 - SECADOR SILENCIOSO, LEVE E ECONÔMICO	20
3.2 - PROCESSADOR DE CABELO	21
3.3 - PROCESSADOR CAPILAR	21
3.4 - EQUIPAMENTO PARA PADRONIZAÇÃO DE FOTO DIGITAL DA FACE	21
3.5 - ULTRASSOM FOCALIZADO	22
3.6 - LUZ INTENSA PULSADA E LEDS DE ALTA INTENSIDADE	23
3.7 - ULTRACAVITAÇÃO DE BAIXA FREQUÊNCIA	23
3.8 - VACUOTERAPIA, RADIOFREQUENCIA E LEDS DE ALTA INTENSIDADE	24
3.9 - APARELHOS DE CRIOLIPÓLISE	24
3.10 - CONTROLES DIGITAIS PARA DERMÓGRAFOS	25
3.11 - AUTOCLAVES	25

SUMÁRIO

PARTE IV

TENDÊNCIAS EM PRODUTOS

4 - NOVIDADES E TENDÊNCIAS EM PRODUTOS	27
4.1 - SHAMPOO "TUDO EM UM"	27
4.2 - CREME DE LIMPEZA ATIVADOR DE CACHOS	28
4.3 - LÁPIS LABIAL	28
4.4 - MÁSCARA DE PELE COM BASE EM OURO	28
4.5 - PINCÉIS 4 EM 1	29
4.6 - PINCÉIS OVAIS PARA ROSTO	29
4.7 - MAKE-UP FIXADOR DE MAQUIAGEM	29
4.8 - GLOSS PARA CABELOS	29
4.9 - ÓLEOS MULTIFUNCIONAIS	30
4.10 - ESCOVA PROGRESSIVA COM BOTOX	30
4.11 - ESMALTES SPRAY	31
4.12 - ESMALTES TONS DE NUDES	31
4.13 - ACELERADOR DE CRESCIMENTO PARA UNHAS	31
4.14 - SECANTE DE AÇÃO ULTRA RÁPIDA PARA UNHAS	31
4.15 - ESMALTES À BASE DE ÁGUA	32
4.16 - SHAMPOO SULFATE-FREE	32
4.17 - BRONZEAMENTO POR VAPORIZAÇÃO	32
4.18 - PRODUTOS ORGÂNICOS, NATURAIS E VEGANOS	32
4.19 - COSMÉTICO ESTÉRIL PARA MICROAGULHAMENTO	33
4.20 - BANHO DOURADO VEGETAL	33

PARTE V

OPORTUNIDADES

5 - OPORTUNIDADES PARA OS NEGÓCIOS DE BELEZA	35
5.1 - MICROFRANQUIAS DE ESTÉTICA	35
5.2 - APLICATIVOS, SOFTWARES E MARKETING DIGITAL	35
5.3 - BELEZA VERDE (COLETA SELETIVA)	38
5.4 - MERCADO MASCULINO	38

PARTE VI

PERSPECTIVAS

6 - PERSPECTIVAS E OPORTUNIDADES	41
---	-----------

PARTE VII

CONSIDERAÇÕES

7 - CONSIDERAÇÕES FINAIS	43
---------------------------------	-----------

APRESENTAÇÃO

Inteligência em Feiras é uma metodologia desenvolvida pelo SEBRAE Nacional que visa etnografar feiras, ou seja, observar detalhadamente e relatar por escrito a ambiência, o público, as promoções, os destaques, as novas tecnologias, as inovações, as oportunidades, os preços e as tendências, entre outros aspectos de uma feira, seja ela local, regional, nacional ou internacional. Para isso, deve-se usar também imagens captadas, sondagens realizadas com os visitantes, os expositores e os promotores das feiras, relatos sobre experimentações, vantagens e sínteses dos novos saberes difundidos durante estes eventos em áreas voltadas para capacitação, roda de conversas e de negócios.

Seguindo esta estrutura, o Sebrae Bahia escolheu as Feiras realizadas no Brasil mais expressivas para seus segmentos prioritários e aplicou este método, para trazer para nossos empresários informações relevantes e diferenciadas, que servirão de insumos para a geração de novos negócios.

Boa leitura. Bons negócios!
Unidade de Acesso a Mercados



PARTE I
A BEAUTY FAIR 2016

1. A BEAUTY FAIR 2016

1.1. CONTEXTUALIZAÇÃO

A Beauty Fair 2016 (BF2016) é uma Feira Internacional de Beleza Profissional, que acontece desde 2005 em São Paulo e é considerada a segunda maior do mundo e mais influente das Américas. É um evento de negócios voltado exclusivamente para profissionais e comerciantes do setor de beleza.

A feira tem periodicidade anual e dura quatro intensos dias, com a participação de mais de 150 mil participantes, que visitam de sábado até terça-feira das 10h às 20h, com exceção de sábado, que abre somente às 12 h.

Ocupa cerca de 84 mil metros quadrados do Expo Center Norte e conta com a participação de mais de 1.000 marcas nacionais e internacionais, apresentadas por cerca de 500 expositores.

O tema da Beauty Fair 2016 foi “A beleza no século XXI – Uma janela para o futuro” e, para além dos estandes de exposição, a feira teve congressos, workshops, concursos e atividades alinhadas com a missão de desenvolver o segmento, principalmente por meio da educação, sempre de forma democrática, abrangendo toda a classe profissional.

A Beauty Fair é um evento anual de negócios e educação na área de beleza, com foco em cabeleireiros, esteticistas, manicures, maquiadores, podólogos, depiladores, massoterapeutas e comerciantes.



Os visitantes da Beauty Fair 2016 também puderam baixar no seu smartphone o aplicativo da feira, disponível para Android e IOS. O App apresenta as mesmas informações do site do evento, como lista de expositores, mapa da feira e meios de credenciamento, além da relação de produtos apresentados e comercializados na feira, agenda de cursos, workshops e informações sobre os palestrantes.

Com o aplicativo foi possível também criar rotas de navegação entre os estandes, definir uma agenda de visitação e marcar os expositores favoritos, além de permitir uma integração com as redes sociais e, partir disso, estimular comentários e o network entre os participantes.

1.2. PERFIL DOS EXPOSITORES E SEGMENTOS

Os expositores foram organizados por objetivos de negócios:

- **PROFISSIONAIS:** marcas profissionais apresentaram lançamentos, novidades e realizaram demonstrações técnicas para cabeleireiros e maquiadores;
- **VAREJO PROFISSIONAL:** área das vendas diretas aos profissionais do segmento;
- **ESTÉTICA E PODOLOGIA:** marcas profissionais apresentaram lançamentos, realizaram demonstrações técnicas e também venderam diretamente para esteticistas, massoterapeutas, podólogos e depiladoras;
- **INTERNACIONAIS:** voltada para empresas em busca de importadores;
- **TRADE:** empresas interessadas em realizar negócios com varejo tradicional e e-commerce, atacado e distribuidores;
- **PROFISSIONAL NEGÓCIOS:** Empresas interessadas em realizar negócios com donos e gestores de salões de beleza;
- **NAIL:** venda direta à manicure, além de apresentação de lançamentos e tendências.

1.3. PERFIL DOS VISITANTES

O acesso ao evento é completamente restrito aos profissionais e decisores de compras que atuam em diferentes segmentos do mundo da beleza e que ganham convites para a feira ou que se inscrevem em algum curso, workshop ou congresso, que acontecem concomitantemente à Beauty Fair.

O credenciamento foi feito através do site www.beautyfair.com.br, incluindo o código do convite recebido ou presencialmente apresentando o convite no local.

Cabeleireiros, maquiadores, esteticistas e manicures, entre outros profissionais e empresários do setor de beleza participaram da Beauty Fair e seus diversos eventos paralelos. Mais do que conhecer as novidades em relação a produtos, os visitantes da feira puderam conhecer as

tendências e novidades, aprender novas técnicas laborais, conhecer na prática os benefícios dos lançamentos, além de fazerem negócios nos diversos segmentos envolvidos.

1.4. CARAVANAS

O Projeto Caravanas atrai mais de 27 mil profissionais que podem conhecer as novidades do setor e se atualizar com os inúmeros congressos, shows e workshops oferecidos dentro do evento. Entre outros benefícios, o participante da caravana tem acesso gratuito à Feira (4 dias), credenciamento antecipado, entrada e saída exclusivas, lanche de boas-vindas no primeiro dia de visita à Feira, brinde e material informativo dos patrocinadores.

Uma caravana deve ter, no mínimo, 20 profissionais que cheguem todos juntos à Feira, em ônibus ou micro-ônibus, coordenados por um organizador. A entrada também é restrita para apenas profissionais do setor da beleza. Grupos de São Paulo (Capital) não são considerados Caravanas.

1.5. TRANSFER GRATUITO, VIAGENS E HOSPEDAGEM

A Beauty Fair oferece transfer gratuito para todos os clientes das lojas IKESAKI, durante os quatro dias de evento, que podem ir e voltar a partir de locais estratégicos: Liberdade, São Miguel, Santo Amaro, Tucuruvi, Tietê, Osasco, Santo André, dentre outros.

O evento também conta com uma agência de viagens oficial, voltada para suprir as demandas de hospedagem e transporte aéreo dos visitantes de outros estados. Oferece opções de pacotes turísticos e valores especiais para os serviços turísticos. O visitante também pode comprar independentemente sua passagem aérea com desconto, apenas utilizando o código da feira, que possui parceria com uma das maiores companhias aérea brasileira.

1.6. SHOWS DA BEAUTY FAIR 2016

A feira tem uma estratégia arrojada para atrair o seu público-alvo: este ano, criou uma agenda de shows com celebridades, como Anitta e Luan Santana, que se apresentaram em estandes de grandes marcas.

Aconteceram outros shows dentro da programação da Beauty Collection e estes foram gratuitos ao público. Os embaixadores da Beauty Fair 2016, Ricardo dos Anjos e Juliana Ragoza, realizaram um espetáculo lúdico e com grande imersão no mundo tecnológico, com referência ao New Wave dos anos 80. Também tiveram outros shows de profissionais renomados de Hair Style e Make-Up.



PARTE II
NOVIDADES DA FEIRA BEAUTY FAIR

2. EVENTOS PARALELOS

Simultaneamente à feira, aconteceram mais de 100 eventos educacionais com conteúdo técnico relevante para todos os players do mercado. Os congressos e workshops foram organizados por setores: Hair, Estética&Spa, Maquiagem, Manicure e Negócios (varejo).

2.1. FÓRUM BEAUTY FAIR DO VAREJO DE BELEZA

Evento exclusivo para convidados da Beauty Fair e patrocinadores, aconteceu no dia 9 de Setembro, das 9h às 17h e contou com uma agenda de palestras com conteúdos bem relevantes para os negócios, dentre eles temas como gestão, produtividade e eficiência; inovação, novos canais e digital; novos desafios do setor de perfumarias no Brasil, dentre outros.

2.2. AMIGO DE VENDAS BEAUTY FAIR

No dia 9 de Setembro também aconteceu a 1ª Edição do Prêmio Amigo de Vendas da Beauty Fair, reunindo o varejo e a indústria em uma noite de confraternização e relacionamento. Durante o jantar, teve show de humor e, na sequência, foram eleitos o melhor representante comercial da indústria de beleza e o melhor lojista de perfumaria. O critério de escolha foi o voto popular.

2.3. 11º CONGRESSO CIENTÍFICO INTERNACIONAL DE ESTÉTICA E COSMETOLOGIA

A 11ª edição do Congresso Científico Internacional de Estética e Cosmetologia teve a curadoria científica do Dr. Hugo Turovelzky, consultor especialista no ramo, e contou com uma programação incluindo Temário Científico com novas técnicas em tratamentos estéticos faciais e corporais, demonstrações práticas, palestras de profissionais de renome nos mercados nacional e internacional, além de uma agenda pré-congresso (Especialização avançada em Estética Facial e Corporal; Micropigmentação; Eletroterapia) e agenda pós-congresso (com 5 cursos internacionais).



Ao longo do Congresso, foi possível dar destaque para os seguintes temas:

- Melasma e manchas hiperocrômicas: tratamento médico-estético com ácido tranexâmico e micropuntura localizada;
- Micropigmentação em estrias e vitiligo;
- Silkmask: shock antirrugas com a máscara compressiva;
- Foliculite em mulheres: protocolo transdérmico no tratamento estético;
- Micropigmentação em estrias e vitiligo;
- Tratamento médico-estético na revitalização facial com ácido retinóico atenuado;
- Moonlighting Proton e ácido ascórbico;
- Drenagem Linfática Manual: técnica apresentada pelo único representante para América Latina do método original Vodder;
- Teste prático com o Fotoanalisador: inovação capaz de ler a condição da pele, essencial no diagnóstico prévio ao tratamento;
- Dual Facial Treatment: com máscara de baba de caracol.

2.4. 1º CONGRESSO INTERNACIONAL DE DERMOPIGMENTAÇÃO

Durante a BF2016, aconteceu o 1º Congresso Internacional de Dermopigmentação, com a participação de palestrantes especialistas em dermatologia, profissionais de marketing e visagismo. Entre os temas, destacam-se o realismo em sobrancelhas nos padrões europeus, árabes e persas; conduta e comportamento citológico – processos reativos e de adaptação da pele ao pigmento; técnicas realistas e tridimensionais de volume, cor, textura e mucosa; sobrancelhas fio a fio com nanotecnologia aplicada à equipamento e pigmento.



O congresso aconteceu no dia 13 de setembro, e foi coordenado por Claudio Inove, esteticista brasileiro, residente no Oriente Médio e presidente da FABDEC – Federação Brasileira de Dermopigmentação. O valor de inscrição foi de R\$ 350,00.

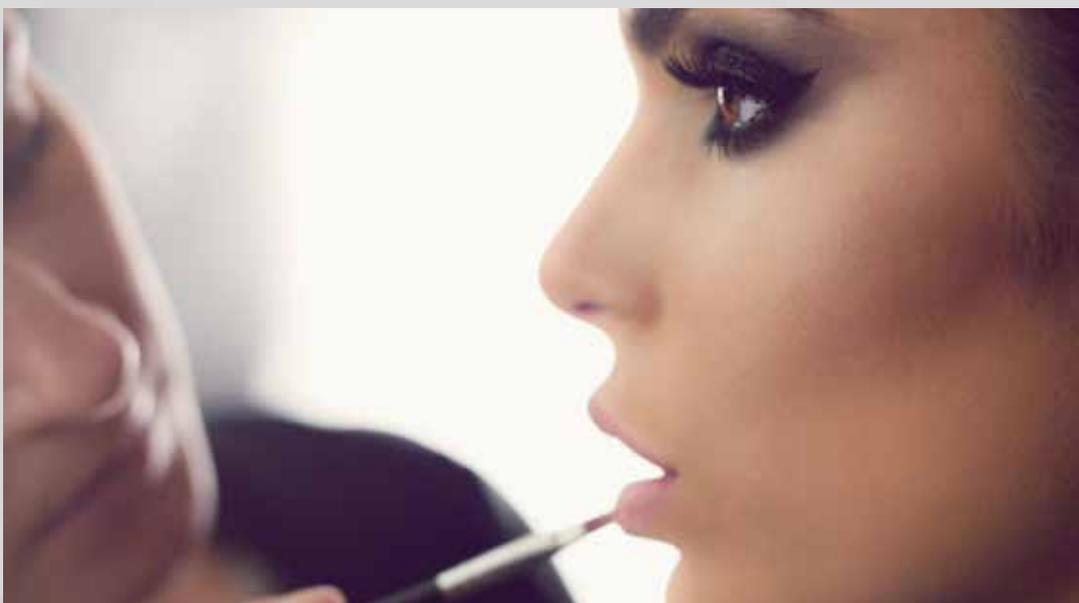
2.5. 11º CONGRESSO DE MANICURES

O Congresso de Manicures apresentou conteúdos técnicos e de gestão de negócios, bem com palestras sobre postura e comportamento profissional. Aconteceu domingo, 11 de setembro, das 10h às 18h.

Um dos temas apresentados foi sobre o MEI – Microempreendedor Individual e formas de legalização para o mercado de manicures. Outro destaque foi sobre a influência das cores, utilizando a técnica “One stroke”, que envolve desenhos realistas, com poucas pinceladas.

2.6. 7º CONGRESSO INTERNACIONAL DE MAQUIAGEM PROFISSIONAL

No dia 11 de setembro foi realizado o 7º Congresso Internacional de Maquiagem Profissional, que teve como programação de abertura o desfile “Un jour á Versailles – Segredos de Paris”. Antes mesmo da feira, a Beauty Fair promoveu um concurso cultural (#MinhaMakenaBF) nas redes sociais para selecionar talentos da maquiagem e proporcionar a experiência de produzir os looks do desfile de abertura.



Após o desfile de abertura, profissionais especializados em Make-Up apresentaram as novidades e casos de sucesso no mercado de maquiagem. Também tiveram palestras sobre planejamento e gestão, administração das redes sociais e ferramentas de marketing, entre outras sobre campanhas, desfiles, filmes e editoriais.

O curador técnico desse congresso foi Rafah Aamir, maquiador profissional especializado em editoriais de moda e beleza.

2.7. 6º CONGRESSO DE DEPILAÇÃO

O 6º Congresso de Depilação aconteceu no dia 12 de setembro, das 10h às 18h e apresentou os seguintes assuntos:

- Design de sobrancelha com linha, simetria facial e princípios do visagismo – (PRÁTICA);
- Mega Hair/Extensão de sobrancelhas e cílios;
- Biossegurança aplicada à prática depilatória: do ângulo legal ao diferencial competitivo (com prática);
- Banho de Lua (com prática);
- Foliculite tratamentos complementares;
- Depilação íntima com a técnica da Cera Morna – (com prática)

Destaque para ex-congressistas que foram convidados para palestrar e apresentar seus casos de sucesso e as técnicas aprendidas no congresso.

2.8. 9º CONGRESSO DE PODOLOGIA

Outro tema relevante do setor de beleza é a podologia. Aconteceu no dia 12 de setembro, das 10h às 18h, o 9º Congresso de Podologia que apresentou conteúdos de grande importância na área:

- Onicocriptose sem dor e sem sangramento;
- Biossegurança: monitorização da esterilização em autoclaves;
- Acunpuntura como ferramenta para podologia;
- Como abordar e cuidar de crianças dentro do espaço podológico;
- Peeling sequencial de leito ungueal.

2.9. OUTROS CURSOS DA BEAUTY FAIR 2016

A agenda de cursos e workshops da Beauty Fair 2016 foi muito rica e diversificada. Mas, a grande maioria dessas capacitações cobrava inscrição, que variou entre R\$ 120,00 a mais de R\$ 5.000,00. Por exemplo, o Curso de Visagismo de nível avançado e focado em personalização de estilos, ministrado pelo Hairstylyt Francês, criador do método do Visage 3D e Total Look, Claude Juillard, custou cerca de R\$ 6.500,00.

Abaixo, alguns dos cursos que foram disponíveis na Beauty Fair 2016:

- Especialização Avançada Eletroestética
- Workshop Teórico de Design de Mechas
- Workshop de Negócios
- Workshop Prático de Corte
- Workshop Teórico – Barber Shop – O ressurgimento da Barbearia
- Workshop Teórico – Penteado

A Beauty Fair também promoveu cursos internacionais pós-congresso, que aconteceram na Universidade Anhembi-Morumbi, durante os dias 14 e 15 de setembro:

- Drenagem linfática manual Vodder – 16 h – R\$ 1.125,00
- Tratamento estético facial com lenço de cura – 6 h – R\$ 375,00
- Rejuvenescimento Facial – 4 h – R\$ 187,50
- Microagulhamento (Mesoroller) – 4 h – R\$ 187,50
- Silk Mask – choque antirrugas com máscara oclusiva moldada para cada cliente – 4 h – R\$ 255,00
- Foliculite em mulheres: protocolo transdérmico no tratamento estético – 4 h – R\$ 170,00
- Peelings químicos no tratamento da pele envelhecida – 4 h – R\$ 455,60

2.10. PROJETO “ALÉM DA BELEZA”

Um novo projeto desenvolvido em prol da inclusão social pela Beauty Fair, juntamente com outros parceiros foi apresentado na feira.

A iniciativa “Além da Beleza” consiste em um espaço de beleza tradicional, mas com adaptações para que clientes e profissionais com deficiências físicas e intelectuais possam trabalhar e ser bem atendidos. O lavatório é específico para pessoas com necessidades especiais e, para aqueles que querem se tornar profissionais, são capacitados e incluídos nos negócios. “Sempre apoiamos iniciativas do setor que tenham o foco em educação. Foi uma grata surpresa encontrar parceiros com a mesma missão educacional e de desenvolvimento”, ressalta César Tsukuda, diretor-superintendente da Beauty Fair.

2.11. WORKSHOP PARA ESTUDANTES – PROJETO ESCOLA

O Projeto Escola foi criado para possibilitar a visita dos estudantes da área de beleza na Beauty Fair. Os alunos recebem convites para visitar, gratuitamente, a feira no último dia. Para participar, o responsável da instituição de ensino deve entrar em contato com o departamento de caravanas.

2.12. CAMPEONATO DE MAQUIAGEM

O 3º Campeonato Beauty Fair de Maquiagem aconteceu dentro da feira e contou com 68 estudantes inscritos, que foram selecionados por meio de fotos dos seus melhores trabalhos. No total, foram quatro finalistas para cada categoria: Social, Editorial e Noivas e Madrinhas.

O campeonato foi apresentado pelo mestre de cerimônia Roberto Capelli e teve como juradas Vanessa Rozan, embaixadora da Vult, Márcia Val (maquiadora artística) e Clarice Soares (que venceu o mesmo campeonato em 2015). Segundo Vanessa, os critérios usados para avaliação foram criatividade, equilíbrio, composição harmônica, execução e acabamento e cada competidor teve 45 minutos para apresentar sua maquiagem.

Márcia Val também fez algumas observações sobre a competição que é importante para descobrir novos talentos e privilegiar indústrias cosméticas e profissionais da área. Sobre as maquiagens, a profissional destacou alguns pontos: “a preparação da pele, uma boa aplicação de base e limpeza do trabalho são os pontos que mais observo para avaliar um bom trabalho”, afirmou.

2.13. 7º SEMINÁRIO EM GESTÃO DE NEGÓCIOS DE BELEZA

No dia 12 de setembro, das 9h às 17h30min, aconteceu o 7º Seminário em Gestão de Negócios de Beleza, com a curadoria técnica do SEBRAE e apoio da ANABEL – Associação Nacional do Comércio e Artigos de Higiene Pessoal e Beleza. O evento contou ainda com a participação da ABSB – Associação Brasileiras dos Salões de Beleza.



O Seminário teve uma programação muito rica e voltada para o empresário do setor de beleza, de forma ampla: SPA, salão de beleza, estética, massoterapia, entre outras. Durante o dia, foram abordados temas fundamentais para a profissionalização do negócio, utilizando softwares de gestão e aplicativos voltados para o ramo de salões de beleza, marketing digital e sustentabilidade no mercado de beleza.

Na oportunidade, foi apresentado o Projeto de Lei nº 5230/2013 Salão-Parceiro, que beneficia cabeleireiros, barbeiros, esteticistas e demais profissionais de beleza. O PL, do Deputado Federal Ricardo Izar, reconhece, em todo território nacional, a relação de parceria entre salões de beleza e prestadores de serviços. Define o “salão-parceiro”, detentor dos bens materiais necessários ao desempenho das atividades profissionais de beleza; e define o “profissional-parceiro”, Cabeleireiro, Barbeiro, Esteticista, Manicure, Pedicuro, Depilador e Maquiador, mesmo que este seja constituído sob a forma de empresa.

Esse PL tem fundamental importância na profissionalização do setor, uma vez que vai oferecer aos profissionais de beleza flexibilidade na escolha de um regime de contratação. O PL 5230/13 acrescenta novas emendas à Lei nº 12.592, medida que reconhece formalmente o profissional de beleza – cabeleireiro, barbeiro, esteticista, manicure, pedicure, depilador e maquiador. Inclusive, será possível os colaboradores atuarem em um novo regime especial de tributação previsto no Estatuto da Micro e Pequena Empresa (Lei Complementar 123/06), que permite que ele atue livremente como um Microempreendedor Individual (MEI).

O Projeto de Lei deve foi sancionado em Outubro de 2016.



PARTE III
TENDÊNCIAS EM EQUIPAMENTOS

3. NOVIDADES E TENDÊNCIAS EM EQUIPAMENTOS

3.1. SECADOR SILENCIOSO, LEVE E ECONÔMICO

Um dos maiores vilões dos salões de beleza são os secadores de cabelo, que gastam muita energia elétrica e causam barulho acima do normal. Um fabricante lançou na feira um novo modelo mais leve e silencioso, que possui um motor com geometria inovadora, garantindo maior durabilidade e potência.



Outro benefício desse novo aparelho é a irradiação de calor diretamente para dentro do cabelo, sem ressecar a estrutura externa. Ou seja, é possível preservar a umidade natural dos fios, tornando-os mais brilhantes, macios e saudáveis.

Outras características do aparelho:

- Tecnologia a base de cerâmica combinada com geração de íons negativos;
- 2200 watts de potência real;
- 4 temperaturas;
- 2 velocidades;
- Botão de ar frio instantâneo para fixar o penteado;
- Cabo de 3 m;
- Peso 500 gramas (sem o cabo);
- Vem com dois bicos: um para modelar e outro para secagem rápida;
- O difusor e silenciador são vendidos à parte.

Além disso, também foi lançado na feira um adaptador redutor de ruído para secadores tradicionais uma vez que, para as empresas, trocarem todos seus equipamentos é algo bem remoto. Desta forma, elas poderão se adequar à legislação apenas adquirindo os adaptadores.

3.2. PROCESSADOR DE CABELO

Também foi lançado um anel rotatório que emite raios infravermelhos que potencializam tratamentos capilares, tais como: colorações, alisamentos e permanentes. Entre os benefícios, estão a redução do tempo de tratamento e resultados mais naturais e mais duradouros.

3.3. PROCESSADOR CAPILAR

Através de uma névoa microscópica, o processador capilar restaura a beleza natural de cabelos danificados e potencializa o efeito de tratamentos capilares, permanentes e alisamentos.

O equipamento aquece minúsculas gotículas de água entre 40 °C e 50 °C, fazendo com que a cutícula do cabelo se abra. O vapor aquecido ativa o movimento molecular das partículas do tratamento e permite que as mesmas penetrem profundamente na cutícula aberta. Desta forma, as partículas do tratamento penetram profundamente no cabelo, curando e restaurando a membrana complexa natural celular. Em seguida, o equipamento dispara o vapor de água resfriada, fechando a cutícula e fixando de forma mais eficaz os agentes do tratamento.

O equipamento apresentado possui voltagem de 220 V, consumo de energia de 490 W, peso de 25 kg, além de capacidade de tanque de água de 2 L e tanque de coleta de 350 ml.

3.4. EQUIPAMENTO PARA PADRONIZAÇÃO DE FOTO DIGITAL DA FACE

Um fabricante apresentou um novo equipamento para padronização de foto digital para face, com incidência frontal, de perfil e laterais, que utiliza de forma simultânea a luz RGB (semelhante à luz do dia) e a luz ultravioleta (foto-envelhecimento). Através de um software integrado, é possível quantificar diversas variáveis, tais como rugas faciais, tamanhos dos poros, manchas, entre outras que podem ser fonte de estudos comparativos antes e depois.

A função zoom permite estudo detalhado de áreas e as fotos podem ser impressas em formato de relatório com ou sem as variáveis na forma de gráfico (histograma), além de ter a opção de incluir as recomendações para os clientes.

3.5. ULTRASSOM FOCALIZADO

Outro lançamento bem interessante e alinhado com as tendências de consumo é o equipamento Ultrassom Focalizado de Alta Intensidade, conhecido também por HIFU (High Intensity Focused Ultrasound).

O aparelho utiliza uma técnica considerada promissora e não invasiva, voltada para diminuição de depósitos de gordura localizada, que com o direcionamento das ondas permite o aumento da temperatura dos tecidos e induz a necrose das células de gordura.

Alguns benefícios do equipamento:

- Retorno rápido do investimento – com menos de 10 clientes já se paga o aparelho;
- Plano de Marketing Exclusivo – o fabricante ajuda a clínica na divulgação, dando destaques na mídia e redes sociais;
- Gel exclusivo que garante maior eficiência na passagem das ondas ultrassônicas;
- Gabaritos inteligentes que oferecem maior precisão e facilidade no posicionamento da manopla;
- Ajuste de potência e botão de start/stop na manopla, sem necessidade de pedal ou acionamento pelo console;
- Membrana ultrarresistente que não fura durante as aplicações.



O equipamento consome 57 W e não agride a pele, pois possui o "skin protect", que garante o aquecimento da superfície da pele em apenas 6 °C e de 27 °C no ponto focal.

3.6. LUZ INTENSA PULSADA E LEDS DE ALTA INTENSIDADE

Um equipamento 2 em 1 foi apresentado na feira e reúne 2 tecnologias com enorme aceitação pelo mercado: luz intensa pulsada e leds de alta intensidade. Possui interface gráfica de última geração e alta resolução, com acionamento por toque (touch screen), facilitando a utilização.

O equipamento é indicado para fotodepilação duradoura, fotorrejuvenescimento, tratamento de acnes ativas, clareamento de manchas solares e terapia fotodinâmica. Por exemplo, o LED AZUL é indicado no tratamento de acne ativa, na hidratação da pele e no clareamento de manchas. Já o LED AMBAR, auxilia no aspecto de estrias superficiais, no combate ao fotoenvelhecimento e no clareamento de manchas. E o LED VERMELHO auxilia nos aspectos da pele (rejuvenescimento) e analgesia superficial.

As principais vantagens são:

- Lâmpada com 1 milhão de disparos;
- Exclusivo sistema de autocalibração;
- Troca facilitada de hand pieces (aplicadores) – basta conectar um novo aplicador ao aparelho que ele será automaticamente calibrado;
- Associação com LEDs para terapias fotodinâmicas;
- Maior velocidade entre disparos;
- Portátil e fácil de transportar – é leve, ergonômico e dispensa o uso de água para refrigeração.

3.7. ULTRACAVITAÇÃO DE BAIXA FREQUÊNCIA

O uso da radiofrequência é outra técnica utilizada para tratamentos de gorduras localizadas. Um equipamento de ultracavitação de baixa frequência promove a apoptose dos adipócitos e quando associada ao estímulo da lipólise, produz um resultado bem maior e num menor tempo. O aparelho estimula o colágeno que combate a flacidez e é indicado para:

- Gordura localizada;
- Contorno corporal;
- Celulite;
- Flacidez tissular;
- Rejuvenescimento;
- Lesão de acne;
- Olheiras;
- Estrias;
- Fibroses;

Os principais benefícios são:

- 1ª plataforma multitratamentos com tecnologia nacional, compacta e portátil;

- poderosa ultracavitação promovendo alta potência efetiva e máxima segurança para paciente e operador;
- Interface gráfica de alta resolução e comandos através da tecnologia touch screen, com programação intuitiva, otimizando os tratamentos;
- radiofrequência com handpiece em silicone e ponteiros faciais e corporais, incluindo a hexapolar;
- aplicador com design ergonômico que permite aplicações em pequenas áreas e com luz de indicação da emissão sonora.

3.8. VACUOTERAPIA, RADIOFREQUÊNCIA E LEDS DE ALTA INTENSIDADE

Seguindo a tendência de equipamentos multiuso, foi apresentado na feira um aparelho que reúne 3 tecnologias, que podem atuar em conjunto simultaneamente ou separadamente. As tecnologias são indicadas respectivamente abaixo:

- Radiofrequência: melhoria do aspecto da pele, da elasticidade e textura da pele; melhoria da flacidez da pele, rugas e vincos, além da flacidez tissular.
- Vácuo: melhoria do contorno corporal, auxílio no tratamento de estrias e no pré e pós-operatório de cirurgia plástica estética;
- LEDs: auxiliar no tratamento da acne ativa, hidrata a pele, auxiliar no aspecto de estrias superficiais, no combate ao fotoenvelhecimento, no clareamento de manchas, no aspecto da pele e na analgesia superficial.

3.9. APARELHOS DE CRIOLIPÓLISE

A mais nova tecnologia em criolipólise de contraste foi lançada na feira e as pré-reservas já podem ser feitas. O equipamento utiliza a técnica de pré e pós-aquecimento entre o resfriamento, garantindo 42% de redução da camada adiposa, com resultados aparentes a partir da 3ª semana de tratamento.

Outros diferenciais apresentados são:

- Temperatura de até -8 °C;
- Uso simultâneo de 2 aplicadores com motores, peltier e controles independentes;
- Possibilidade de até 8 aplicadores;
- Visualização da temperatura real instantânea no display;
- Ajuste no tempo de aquecimento pré e pós-resfriamento (1-10 min);
- Clean Mode para higienizar de forma automática os aplicadores e cabos;
- Acompanha acessórios para aplicação;
- 1 modo contínuo e 3 modos pulsados de vácuo.

3.10. CONTROLES DIGITAIS PARA DERMÓGRAFOS

Voltados para micropigmentação, foram apresentados na Beauty Fair 2016, alguns controles digitais com entrada para pedal e dermógrafo, além de suporte desmontável, luz de led decorativa e agulhas mais modernas com sistema de pulso por silicone, com mais precisão e silenciosas.

3.11. AUTOCLAVES

Equipamentos indispensáveis no ramo da beleza, é consensual a utilização dos autoclaves para esterilização de aparelhos cortantes. Na Beauty Fair 2016, foi lançado um novo equipamento Autoclave com capacidade para 12 ou 21 litros, que esteriliza até 26 envelopes (9 x 26 cm) com utilização de dois suportes. A máquina é bivolt automático, possui design moderno, tampa e câmara inox, ajuste de altitude, secagem eficiente e ciclo único de esterilização. É indicado para profissionais de podologia, estética, manicures, body piercers e tatuadores. Devem utilizar envelopes para esterilização em autoclaves, vendidos separadamente.





PARTE IV
TENDÊNCIAS EM PRODUTOS

4. NOVIDADES E TENDÊNCIAS EM PRODUTOS

4.1. SHAMPOO “TUDO EM UM”

O primeiro “tudo em um” do mercado brasileiro tem fórmula totalmente desenvolvida no Brasil, seu fabricante afirma que é capaz de garantir resultados que somente o uso de diversos produtos poderia entregar: ele lava sem ressecar, condiciona sem pesar e modela sem deixar resíduos, tudo isso em um único passo. Sem sulfato, petrolato e parabe-no, está disponível em quatro versões, sendo uma para cada tipo de cabelo: Quera-Liso, para cabelos lisos com escova; Óleo Extraordinário, para cabelos cacheados a crespos / ressecados; Reparação Total 5, para cabelos danificados ou com coloração; e Supreme Control, para cabelos ondulados a cacheados sem forma.



4.2. CREME DE LIMPEZA ATIVADOR DE CACHOS

Foi lançado o primeiro creme de limpeza ativador de cachos capaz de entregar definição perfeita em um só passo. O produto apresenta duas versões com fórmulas distintas: uma para cachos abertos – de 2B a 3B – e outra para cachos fechados – de 3C a 4C. Além de facilitar a rotina de cuidados com cada tipo de cacho, ele também é livre de sulfato, parabeno, petrolato e sal, proporcionando uma rotina com ingredientes mais leves.



4.3. LÁPIS LABIAL

Outro produto fundamental para o make-up feminino é o lápis labial. Na Beauty Fair foi apresentado um novo modelo que entrega o efeito matte em um formato diferente das versões atuais do mercado. Sua fórmula moderna combina pigmentos de pura cor à resina de açúcar, entregando um efeito matte extremo e duradouro.



4.4. MÁSCARA DE PELE COM BASE EM OURO

Outro destaque da Beauty Fair foi a máscara revitalizante enriquecida com ouro, que possui propriedades anti-inflamatórias e estimulantes das proteínas de sustentação dos tecidos, além de aumentar as defesas da pele, favorecendo sua resistência. Ajuda também a prevenir a perda de densidade e enfraquecimento estrutural que fragilizam a pele, levando ao afrouxamento precoce dos tecidos. Além das propriedades do ouro, a máscara possui Acácia do Senegal, Colágeno e Agentes Emolientes que proporcionam uma ação revitalizante, remineralizante e hidratante para a pele.



4.5. PINCÉIS 4 EM 1

Promete facilitar a rotina da mulher. Composto de quatro partes que se encaixam umas às outras, o pincel une pontas que exercem funções diferentes para uma make perfeita, como delineador chanfrado, esfumador, aplicador de sombra e o último específico para os lábios. É uma solução para quem deseja deixar a nécessaire compacta e não sofrer com falta de espaço na bolsa.

4.6. PINCÉIS OVAIS PARA ROSTO

Por terem um cabo em uma posição diferente, ajudam na automaquiagem. Suas cerdas dispostas no formato oval e com materiais de alta qualidade proporcionam toque macio à pele enquanto espalha uniformemente bases, pó e blush no rosto, dispensando o uso dos dedos para tal aplicação. A marca apresenta os novos pincéis em dois tamanhos, o oval grande para áreas maiores do rosto como testa, bochechas e pescoço e o modelo oval pequeno para olhos, nariz e outras áreas em que a precisão é mais necessária.

4.7. MAKE-UP FIXADOR DE MAQUIAGEM

Ele prolonga a duração da maquiagem no rosto e realça as cores dos produtos. Dermatologicamente testado, o principal diferencial desse fixador é o efeito com toque seco, que não deixa a pele oleosa e molhada.



4.8. GLOSS PARA CABELOS

Um spray que proporciona brilho instantâneo aos fios e causa um efeito luminoso no penteado. Sua fórmula termo ativada, protege as madeixas do calor da chapinha, do secador e da babyliss, facilitando o deslize da escova ou prancha. Também possui a tecnologia Bio Elixir com ação antifriz que repara os fios. É prático e indispensável para o dia a dia, podendo ser usado a qualquer momento para finalizar todos os tipos de cabelos, oferecendo maior durabilidade ao penteado.



4.9. ÓLEOS MULTIFUNCIONAIS

Produtos compostos por 100% óleos vegetais e ativos como óleo de coco, oliva, rícino, patauá e girassol foram apresentados como alternativas na manutenção da saúde dos fios de cabelos e elasticidade natural da pele.

Shampoo e condicionador “2 em 1” também foram comercializados em um kit para todos os tipos de cabelo – natural, colorido, descolorido ou texturizado. O produto é rico em óleo de cártamo e óleo de Patauá, um poderoso ativo hidratante para os fios, e extratos vegetais.

As fórmulas são livres de glúten, sulfatos, corantes sintéticos, Ftalatos, OGMs, silicone, sal, parabenos, óleo mineral, parafina e derivados de animais. Não possuem sulfatos e sim o Sodium Lauroyl Methyl Isethionate, um agente limpante que substitui o sulfato e é derivado do óleo de coco.

4.10. ESCOVA PROGRESSIVA COM BOTOX

Foi lançado na feira a primeira escova progressiva com tecnologia que alisa os cabelos sem danificá-los, tratando e selando os fios. Sem o uso do nocivo formol, a tecnologia utiliza um produto a base de botox, que além de combater as rugas, ajuda no alisamento dos cabelos.

O kit é formado por shampoo antirresíduo (240 ml), escova progressiva (480 g) e leave-in finalizador (120 ml) e reduz o uso da chapinha que, com os produtos, deve ser aplicada uma única vez, e não duas, como nos alisamentos normais.

A tecnologia é um sistema de reestruturação imediata que possui moléculas inovadoras para o realinhamento capilar dos fios rebeldes e volumosos, deixando-os com um liso intenso. Com uma excelente ação antifrizz e alteração progressiva da estrutura de todos os tipos de cabelo, o resultado é de movimento natural aos fios, brilho, nutrição e maciez.

O produto é compatível com todos os tipos de cabelo e químicas, já que protege termicamente a estrutura capilar e, ao mesmo tempo, sela as cutículas, formando um filme protetor que impede danos. Não libera vapores irritantes à pele e aos olhos.

4.11. ESMALTES SPRAY

Os produtos foram lançados em kits contendo uma cor de esmalte em spray + o 2 em 1 Base e Verniz. De aplicação fácil e prática, os esmaltes em spray são uma ótima opção para as clientes que desejam um procedimento rápido sem perder a qualidade. Cada tubinho rende quatro aplicações. Para remover o esmalte, basta lavar as mãos com água e sabão.

4.12. ESMALTES TONS DE NUDES

Outra tendência no mercado brasileiro são os esmaltes com tons de nudes. Atemporais, os tons caíram no gosto das brasileiras e virou febre. O nude se consolidou como um novo clássico ao lado do vermelho e do branquinho. Nos últimos anos, o grupo dos esmaltes nude é o que mais cresce dentro da categoria e já é a cor mais buscada no Google.



“Para esta linha, nos inspiramos na mais clássica das joias, a pérola, e adicionamos diferentes toques de cor para deixar este tom neutro ainda mais interessante”, diz a diretora de uma grande empresa do segmento.

4.13 - ACELERADOR DE CRESCIMENTO PARA UNHAS

Foi apresentado e comercializado na Beauty Fair um produto que acelera o crescimento das unhas, deixando-as mais saudáveis, fortes e menos quebradiças. O produto foi testado dermatologicamente e funciona a base de sérum, um fluido altamente concentrado em princípios ativos específicos, de rápida ação sobre a pele.

O sérum é um produto de consistência aquosa, textura fluída e não gordurosa. Para entender melhor, o sérum pode ser definido como um intermediário entre o creme e o gel, já que não é tão denso como o primeiro e nem tão seco como o segundo.

4.14. SECANTE DE AÇÃO ULTRA RÁPIDA PARA UNHAS

Também foi lançado um produto secante de ação ultrarrápida que permite a realização de atividades simples, como atender celular ou abrir a bolsa, logo após a esmaltação das unhas e sua aplicação sobre o esmalte. O produto tem fórmula exclusiva, não deixa resíduos oleosos sobre as unhas e ainda cria uma película que protege a cor por muito mais tempo.

4.15. ESMALTES À BASE DE ÁGUA

O esmalte à base de água é uma alternativa mais segura e versátil que vem sendo desenvolvida com um hidratante natural à base de aminoácidos chamado Ajidew NL-50 e um polímero formador de filme flexível, que pode ser removido sem uso de removedores. Assim, o novo esmalte facilita a troca de cores, sem danificar as unhas, nutrindo e fixando a hidratação nas unhas. Tem grande potencial de crescimento no mercado.

4.16. SHAMPOO SULFATE-FREE

Uma alternativa suave e eficaz para limpeza dos cabelos, com excelente poder de espuma e condicionamento que mantém o aspecto saudável dos fios, é o shampoo desenvolvido com derivado de aminoácido Amisoft CT 12S (Tea-Cocoyl Glutamate), livres dos sulfatos que danificam os cabelos.

4.17. BRONZEAMENTO POR VAPORIZAÇÃO

Pele bronzeada no Brasil é sinônimo de beleza e autoestima para as mulheres. A última tendência nesse quesito é o bronzeamento por vaporização, que dura entre 7 e 10 dias. A tecnologia não é nociva, não mancha, não amarela, estimula a cor natural e seca no máximo em 10 minutos.



O produto é importado dos EUA, é hipoalergênico e possui essências naturais, com vitaminas A e E. Outro benefício é a hidratação da pele, disfarçando as celulites e estrias. É recomendado que a aplicação seja feita pela manhã, pois o produto reage na pele durante as 8 horas seguintes. O produto é registrado na ANVISA e aprovado pelo FDA (Food and Drug Administration).

4.18. PRODUTOS ORGÂNICOS, NATURAIS E VEGANOS

Produtos de origem natural, veganos e orgânicos também foram apresentados na feira, mas ainda de uma forma sutil. Já existem certificações nacionais e internacionais como Ecocert, Cruelty Free, Vegan, Cosmetique Bio, Fair Trade e ISO 22176:2007, que confirmam com transparência e credibilidade os benefícios e diferenciais dessas linhas de cosméticos, que a cada dia vem crescendo e sendo mais bem recebida pelo mercado da beleza.

Os produtos variam de sabonetes líquidos, hidratantes corporais, esfoliantes, shampoos, cremes, gel para barbear, loção pós barba, óleos de massagem, protetor labial, entre outros. São produtos que não apresentam aromas artificiais, cera de abelha, conservantes sintéticos, corantes artificiais, glúten, parabenos, óleo mineral, nem transgênicos e metais pesados.

Destaque especial para o repelente 100% orgânico, que possui diversas certificações:

- Oregon Light
- USDA Organic
- Anvisa
- IBD
- Orgânico Brasil (em fase de aprovação)

4.19. COSMÉTICO ESTÉRIL PARA MICROAGULHAMENTO

A esterilização de cosméticos é uma grande inovação e um grande avanço na área, principalmente se tratando de produtos de uso profissional indicados para médicos e esteticistas que atuam com microagulhamento.

O diferencial do tratamento apresentado na feira está na tecnologia de ponta utilizada no processo de esterilização em que as monodoses são submetidas, através de raios gama, eliminando a carga microbiana dos dermocosméticos, tornando-os estéreis.

A radiação aplicada no dermocosmético tem o poder de quebrar a cadeia de DNA dos microorganismos, eliminando-os ou tornando-os incapazes de se reproduzirem.

4.20. BANHO DOURADO VEGETAL

O uso de produtos naturais vem ganhando força no mercado da beleza e um dos deles é o óleo de coco, voltado para proteção, renovação e nutrição da pele. Entre outros benefícios comprovados dermatologicamente, estão ações reparadoras, anti-inflamatória, nutritiva, anti rugas, lubrificante, anti radicais livres e aumento da elasticidade da pele.



Já existem cremes à base de óleo de coco para banho dourado, creme esfoliante, manteiga corporal, além do creme nutritivo corporal.



PARTE V
OPORTUNIDADES

5. OPORTUNIDADES PARA OS NEGÓCIOS DE BELEZA

5.1. MICROFRANQUIAS DE ESTÉTICA

Um dos casos de sucesso apresentados foi o de uma microfranquia de estética, que pode ser desenvolvida por um baixo custo de investimento e apresenta uma ótima relação de payback.

O modelo de negócio é bem flexível e permite ter uma sala apenas com balcão, maca e armários, como também pode ter um ambiente maior e mais bem preparado para receber demandas maiores. A sala pode ser alugada para outro franqueado operar dentro do salão parceiro. Os custos com produtos e cosméticos são baixos, diferenciados.

É possível para o franqueado ter mais de uma maca de serviços, desde que isso aconteça dentro do mesmo ambiente e não seja uma replicação do modelo em outro PDV. O modelo precisa ser flexível e adaptável ao tamanho do negócio existente.

A franqueadora ajuda o empresário a procurar o ponto, dá acesso a treinamentos online, faz contato diário, envio periódico de materiais, além de dar suporte permanente.

Análise do ponto é feita sempre de maneira integrada com o franqueador e franqueado. É feita uma análise do ponto com a clientela atual do salão para saber a capacidade de originar demanda, caso seja muito pequena, é feita uma análise no bairro.

A média de preços dos serviços depende do nível de preços da região onde o ponto de venda está inserido. A franqueadora ajuda o franqueado através de um estudo de mercado, a definição dos preços, a formar a tabela de preços conforme a realidade local, qual o perfil do público-alvo. "Errar na tabela de preços é uma das piores coisas que pode acontecer, porque você inibe, cria uma barreira de entrada que não deveria existir para esse cliente" reforça Gustavo Albanesi.

O Franqueado geralmente também tem um faturamento adicional com a venda dos cosméticos. A tendência é que boa parte dos salões consigam absorver uma cabine deste modelo.

5.2. APLICATIVOS, SOFTWARES E MARKETING DIGITAL

O Talk-show "Tecnologia & Salões de Beleza" apresentado no 7º Seminário de Gestão de Negócios de Salão de Beleza trouxe uma visão importante sobre o marketing digital aplicado neste mundo da beleza. Diante de um mercado cada vez mais digital e um consumidor tecnológico, é fundamental estar conectado nessa nova realidade para garantir a competitividade da empresa.

5.2.1. VANIDAY – PLATAFORMA DE MARKETING DIGITAL PARA SALÕES DE BELEZA

Cristiano Soares, fundador e CEO da Vaniday, startup investida pela Rocket Internet, presente em 6 países, ressaltou que a “maioria dos salões não sabem como se promover. Existem mais de meio milhão de salões no Brasil, mas que não sabem como desenvolver um bom marketing”.

Por isso, ele criou o Vaniday, uma plataforma de marketing no mundo digital da beleza. É o destino online para encontrar e agendar serviços de salões de beleza e bem-estar. Nela é possível solicitar serviços de beleza e bem-estar com a mesma facilidade que se pode reservar um hotel, comprar uma passagem de avião ou pedir um taxi.

Os clientes descobrem novos salões, agendam serviços online e se inspiram. Já os salões podem mostrar seu trabalho, conectar-se com clientes novos e já existentes e fazerem crescer ainda mais o seu negócio.

O App da Vaniday também mantém o usuário informado e sempre atualizado (a) nas tendências de beleza e estilo do momento. O cliente ainda ganha acesso a ofertas e descontos exclusivos. Mas, por enquanto, a plataforma está disponível nos mercados de São Paulo e Rio de Janeiro.

5.2.2. HAIR ADVISOR

Outro aplicativo brasileiro tem o objetivo de conectar milhares de pessoas que buscam por um serviço de cabelo com os melhores cabeleireiros, por meio da avaliação de amigos e clientes, comentários e fotos de trabalhos.

O aplicativo classifica os principais serviços oferecidos pelos cabeleireiros: corte feminino, luzes e mechas, coloração, penteado, escova, alisamento e progressiva, hidratação / nutrição / reconstrução, alongamento, cacheado e afro: corte e tratamento, corte masculino, coloração (masculino), barba e corte infantil.

Do lado do profissional, o aplicativo busca ampliar a escala das recomendações boca a boca, aproveitando as conexões sociais no ambiente digital, ajudando os cabeleireiros a promoverem os trabalhos e a conquistar novos clientes.

Para participar do aplicativo, basta fazer um cadastro (que pode ser pela rede social) como cliente ou profissional. Por enquanto, o aplicativo está disponível em três cidades: São Paulo, Curitiba e Rio de Janeiro.

5.2.3. CARREIRA BEAUTY

O Carreira Beauty é uma espécie de LinkedIn do mundo de beleza, com cerca de 100 mil usuários. Cada profissional e/ou empresa pode se cadastrar e criar seu próprio perfil comercial. Possui uma área com ofertas de empregos que facilita a comunicação entre empresas e profissionais.

O portal serve ainda para divulgar os cursos do mercado de beleza e também possui uma área de classificados para comercialização de produtos e equipamentos usados.

Atualmente, o site está disponível como aplicativo nas versões para smartphone (IOS e Android). Outro destaque do aplicativo é o banco de fotos de beleza.

5.2.4. WI-FI NOS SALÕES DE BELEZA

Atualmente, é premissa ter Wi-Fi nos salões de beleza. Mas, esta solução de Wi-Fi deve ser gerenciada de maneira profissional, maximizando a interação do cliente com o ponto de venda. Para isso, uma gestão de acesso dos visitantes é prioridade para maximizar as vendas e o relacionamento com o cliente, através de atualização de cadastro, implantação de programas de fidelização, entre outras soluções do gênero que favorecem a relação comercial.



Outro ponto importante e que merece atenção é o Marco Civil da Internet, que regula as comunicações na web e obriga a ter alguns cuidados de segurança no acesso das informações. Por exemplo, no caso hipotético de um usuário cometer algum tipo de crime utilizando o Wi-Fi do salão, a Polícia Federal pode rastrear o mesmo até o estabelecimento e exigir dados de navegação para identificação do indivíduo em questão. Caso esses dados não estejam disponíveis, o estabelecimento pode ser autuado. "Isso é uma vulnerabilidade explorada no Brasil, ainda pouco visualizada, com poucos casos, mas já existem alguns casos críticos, que a Polícia já identificou e o estabelecimento não tinha as informações e foi autuado civilmente e financeiramente", cita Neto Paim, Conselheiro de tecnologia na Associação Brasileira dos Salões de Beleza (ABSB). Paim deixa mais uma dica "não adianta pegar o D-Link de casa e colocar no estabelecimento comercial, pois o equipamento deve ser de alta potência e ter uma boa relação de sinal X número de pessoas conectadas".

5.3. BELEZA VERDE (COLETA SELETIVA)

Um novo negócio foi apresentado na Beauty Fair 2016 que consiste na coleta dos resíduos gerados pelos estabelecimentos de beleza e a destinação correta dos mesmos.

A cada coleta é gerado um certificado de destinação correta e a empresa recebe o Selo Beleza Verde para expor aos seus clientes, além de um espaço no portal Pensamento Verde (www.pensamentoverde.com.br).

Também são oferecidos treinamentos com frequência determinada para os colaboradores do estabelecimento, além do serviço de consultoria para auxiliar o estabelecimento na redução de custos e na melhor gestão de energia, recursos hídricos e produtos.

A tendência do mercado em um futuro breve será optar pela compra de apenas produtos e serviços que não agridam o meio ambiente, com benefícios sociais e ambientais embutidos em sua concepção.

5.4. MERCADO MASCULINO

O mercado masculino tem mantido um dos melhores crescimentos no setor da beleza. Gastos com produtos de higiene e beleza, cirurgias plásticas, depilação masculina, além do ressurgimento das barbearias modernas, tem contribuído para esse indicador favorável.



Com o surgimento da lâmina de barbear descartável, a profissão de barbeiro foi se perdendo com o tempo e as barbearias se tornaram cada vez mais raras no mercado. Contudo, o comportamento masculino mudou e os homens estão se preocupando mais com a aparência, o que tem favorecido um movimento de ressurgimento de barbearias “de antigamente”, estilo old school, com decoração retrô, atendimento à moda antiga (com toalha quente e navalha), com cadeiras reclináveis confortáveis e serviços diferenciados.

Além do corte de cabelo e barba feita, os novos barbeiros estão investindo em tratamentos estéticos, capilares, faciais, design de sobrancelhas, massagens e depilação. Muitas novas barbearias têm promovido uma agenda paralela de eventos (transmissão de jogos, exposições, encontro de amigos, dentre outros). Agregado a este movimento, novos estilos de barba e bigode estão em evidência.

Sete tendências de barbas contemporâneas:

- Stubble Beard: também chamada de barba sombreada, a Stubble Beard é um modelo bem rente ao rosto, que valoriza quem tem um rosto angulado e quadrado.
- Barba cheia ou espartana: possui visual marcante e forte; barba grande aparada apenas nas bochechas e com queixo destacado.
- Van Dyke: esse estilo de barba, que tradicionalmente consiste em um cavanhaque + bigode sem estarem conectados, é um modelo mais artístico e que demanda certa manutenção. Ela também é conhecida como French Beard, já que foi muito popular durante anos na França (o clássico estilo “Três Mosqueteiros”).
- Ducktail: Uma derivação da Barba Cheia, a Ducktail conta com um cavanhaque mais longo e pontudo e as laterais rentes. É um estilo bastante marcante e que, assim como a Cheia, não exige tanta manutenção.
- Cavanhaque Biker: o bigode poderoso conectado com o cavanhaque cheio. É um estilo mais arrojado e que demanda certa manutenção.
- Barba cerrada: para um visual incisivo e clean, a Barba Cerrada é a tendência do ano. Um pouco mais cheia do que a Stubble Beard, esse modelo é um clássico masculino que perdeu um pouco de espaço para a barba mais hipster, mas em 2016 voltou a ganhar adeptos de um conjunto mais icônico.
- Profissional: Um meio termo entre a Barba Cerrada e a Barba Cheia, a Profissional é aquela ideal para quem trabalha em ambientes mais formais, sem abrir mão dos pelos faciais. Vai ser preciso aparar com frequência com uma maquininha para manter o comprimento sempre em dia.



PARTE VI
PERSPECTIVAS

6. PERSPECTIVAS E OPORTUNIDADES

O Brasil é quarto maior país no mundo em consumo de higiene e beleza, com mais de 2 milhões de profissionais em mais de 550 mil salões. O setor de beleza profissional do país movimenta bilhões de reais a cada ano, com crescimento contínuo, superando as crises e sazonalidades de mercado. É um mercado que possui mais de 6,5 milhões de empregos.

A Beauty Fair 2016 foi um ótimo termômetro para o setor que trouxe uma perspectiva de otimismo e positividade, apesar do cenário econômico e político brasileiro. Cerca de 700 convidados estiveram no ritual que marca o início de cada edição da feira e os discursos foram voltados ao futuro e às oportunidades. “Tenho certeza de que estamos começando a sair do pior momento e precisamos estar preparados para um novo ciclo de crescimento, onde entender o consumidor e, principalmente, ter a velocidade correta para entregar produtos e serviços para ele fará toda a diferença”, disse César Tsukuda, diretor-superintendente da Beauty Fair.

Ricardo Amorim, presidente da Ricam Consultoria ressaltou em sua palestra durante o Fórum Beauty Fair de Varejo de Beleza: “a economia vai surpreender de forma positiva todas as expectativas das pessoas. O momento é de oportunidade para começar algo novo, pois o mercado está retraído e ninguém que arriscar. É hora de inovar”.

Daniela Spinha, diretora de atendimento ao varejo e atacado da Nielsen, em sua palestra, também apresentou dados animadores e previsões otimistas de crescimento para o setor: 51% dos lares brasileiros fazem compras de higiene e beleza em perfumarias e 77% do faturamento corresponde a maquiagem, esmalte, cuidados com a pele e cabelo, tinturas para cabelos e shampoo.

O consultor de varejo e fundador da Varese Brasil, Alberto Serrentino, convidou os varejistas a explorar novos caminhos da tecnologia e fazer investimentos em comunicação mobile, pois os canais digitais são necessários aos negócios de beleza. Uma das maiores redes varejistas de moda mudou completamente a sua postura de mercado no Brasil e passou a adotar uma atitude inovadora e provocativa, apostando no poder que os consumidores têm de se conectar e, por isso, aumentou o investimento em iniciativas digitais e lançou a loja virtual 360°, em que o usuário pode transitar na plataforma como se estivesse numa unidade física, escolher as roupas e, após comprar, pode retirá-la numa loja física. O meio digital não é mais uma opção, é uma realidade.

Outro ponto de atenção e oportunidade de negócios é o mercado masculino de beleza. Os homens estão cada vez mais preocupados com a estética, incluindo a redução de medidas abdominais, procedimentos de rejuvenescimento, depilação masculina, barba e cabelo. É uma tendência em crescimento.



PARTE VII
CONSIDERAÇÕES

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Beauty Fair é uma feira recomendada para todos os empresários e profissionais do mercado de beleza que buscam aprimoramento, novidades, conteúdo, qualificação e informações de vanguarda. É considerada o maior evento das Américas e o segundo maior do mundo.

Já são 12 edições contribuindo para o desenvolvimento do segmento, principalmente, por meio da educação, sempre de forma democrática, abrangendo toda a classe profissional. A feira contribui diretamente para o crescimento da economia, trabalho e turismo no país, tendo como eixo central o mundo da beleza. Reúne expositores, profissionais, palestrantes renomados, marcas nacionais e internacionais, tudo num único lugar, que potencializa a experiência do visitante e, ainda, possui o diferencial de possuir lojas que comercializam diversos produtos a preços bem diferenciados.

Uma dica fundamental para otimizar a visita na feira é estudá-la com antecedência, pois é muito grande, possui mais de 500 expositores espalhados por todos os pavilhões do Expo Center Norte. Baixar o aplicativo também facilita no planejamento da visita.

Aos interessados nos cursos e oficinas, é importante se inscrever com antecedência pois as vagas são limitadas e a concorrência é bem acentuada. No caso de grupos de visitantes acima de 20 pessoas, é interessante criar uma caravana para ter alguns privilégios na visita, como, por exemplo, entradas e saídas diferenciadas.

Aos empresários, outra dica é participarem do Seminário de Gestão de Negócios de Salão de Beleza, que possui uma agenda bem direcionada ao perfil de seus negócios, ajuda na ampliação de percepção de mercado.

A 13ª edição da Beauty Fair já tem data marcada: de 9 a 12 de setembro de 2017, no Expo Center Norte, em São Paulo – SP.



www.ba.sebrae.com.br 0800 570 0800



SEBRAE

Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas Bahia