

REFIS PARA PME: REGULARIZE SUAS DÍVIDAS COM DESCONTOS E PARCELAMENTO EM ATÉ 14 ANOS!

GESTÃO & **NEGÓCIOS**

PME

O GUIA DO PEQUENO E MÉDIO EMPREENDEDOR

COM A SUA CARA

Redes de franquias permitem que o cliente customize ou crie do zero um produto ou serviço

GANHOU O BRASIL

Com 30 anos de história, a Sorvetes Rochinha mantém as raízes e amplia sua participação no cenário brasileiro



POR QUE NEM TODA BOA IDEIA

DECOLA?

Uma ótima sacada, sozinha, não é suficiente para chegar ao sucesso. Mapeamos os principais fatores que impedem o crescimento dos negócios

PLANEJAMENTO • CAPACITAÇÃO • GESTÃO

LGBT+ ENCONTRE MERCADO APOIANDO PÚBLICOS SEGMENTADOS E CARENTES DE REPRESENTATIVIDADE

PREVENIR É MELHOR

Se você deseja ter segurança em uma negociação, opte pelos Contratos Blindados

PRATO HAVAIANO

Poke, a novidade que virou tendência nas grandes metrópoles

DE BICO EM BICO

Trabalhos extras após o expediente podem abrir caminho para o empreendedorismo



© FERNANDO COELHO

DE CARONA NO SUCESSO

■ TEXTO DE JULIANA KLEIN

Com o forte crescimento das barbearias e salões masculinos, empresárias aproveitam o momento para criar produtos de cosméticos com foco nesse público

“A pesquisa apontou que não havia produtos finalizadores de boa qualidade no mercado e isso chamou a nossa atenção para desenvolvê-los”

ANDRÉA MOREIRA



Andréa Moreira (diretora comercial) e dra. Juliana Rosa (diretora de produtos e farmacêutica responsável).

Não dá para negar que as barbearias voltaram com tudo para o mercado. Algumas com estilo retrô e outras mais modernas, mas todas oferecem o “velho” serviço completo, barba, cabelo e bigode, e, de quebra, os clientes ainda se divertem em um happy hour com jogos e tomando uma boa cervejinha. De volta ao ponto de encontro dos homens!

Investidores de outros setores também enxergaram o potencial deste mercado e decidiram aproveitar essa onda positiva de crescimento, como foi o caso das empresárias Andréa Moreira e a Dra. Juliana Rosa.

Em 2016, elas notaram esse forte crescimento das barbearias e salões masculinos nos bairros. Já trabalhavam no setor de cosméticos, mas o foco era no segmento feminino através de uma empresa de venda direta. “Enxergamos, contudo, uma grande oportunidade em oferecer produtos voltados para o setor masculino após realizarmos pesquisas com barbeiros, donos de barbearias e clientes finais. Essa pesquisa apontou que não havia produtos finalizadores de boa qualidade no mercado e isso chamou a nossa atenção para desenvolvê-los. Foi assim que, em agosto de 2016, iniciamos um plano de negócios e surgiu a Senhor Barba Cosméticos”, conta a diretora comercial, Andréa Moreira.

EXCLUSIVIDADE

A Senhor Barba Cosméticos desenvolve e fornece produtos masculinos para barbearias, salões mistos e estúdios de tatuagem, que são os clientes diretos da empresa. Estes compram os produtos para uso profissional e também para revenda. Já o consumidor final só pode adquirir a linha da empresa nesses estabelecimentos.

De acordo com a diretora de produtos e farmacêutica responsável da marca,

Dra. Juliana Rosa, o principal diferencial da Senhor Barba é escutar o profissional mais importante da cadeia de vendas: o barbeiro. “Nossa empresa só lança produtos após receber 100% de aprovação do time de barbeiros que participa das pesquisas de campo”, afirma.

Na pesquisa, elas deixam as amostras dos futuros lançamentos para o time avaliar: performance, textura e fragrância dos produtos. Após o período de avaliação e aprovação, se todos os requisitos forem atingidos com excelência, elas lançam os produtos no mercado.

No momento, a empresa conta com uma linha de produtos finalizadores, que são: óleo, balm, shampoo, pomada modeladora efeito seco, pomada modeladora efeito brilho e a pomada efeito matte (esta última lançada na Barber Week). Há também a linha profissional: shaving gel, creme de limpeza esfoliante e shampoo para barba, cabelo e bigode e pentes de madeira.

Juliana, além de sócia-proprietária da empresa, é também a técnica responsável pelo desenvolvimento dos produtos. Ela que escolhe os ativos, fragrância, performance e textura. E contam também com dois laboratórios terceirizados que fabricam os produtos, um em São Paulo e outro no interior do estado.

Além da excelente qualidade dos produtos da Senhor Barba, que são atestados pelos farmacêuticos, segundo as fundadoras, outro grande diferencial é que todas as embalagens são sustentáveis. “Nós nos preocupamos com o planeta e estamos fazendo a nossa parte para minimizarmos os impactos nocivos ao meio ambiente, escolhendo fornecedores que têm a mesma preocupação com a sustentabilidade. Exemplo: nossos pentes de madeira são feitos artesanalmente com madeira de reflorestamento e as sacolas são de papelão reciclável”, conta a diretora de produtos.



MERCADO

Segundo Andréa Moreira, são muitos os desafios que a empresa enfrenta. Como trabalham com uma linha considerada “premium”, por exemplo, não são todas as barbearias que conseguem adquirir-la. “Desde que lançamos os produtos no mercado, temos como público-alvo as barbearias que têm um ticket médio mínimo de R\$70,00 no corte de cabelo e barba. Dessa forma, conseguimos nos posicionar como uma linha de alta qualidade e performance, sendo a linha nacional mais escolhida no lugar das internacionais, que, em função da flutuação do dólar, são bem mais caras que a nossa”, afirma.

Dentro desse posicionamento de mercado, Andréa diz que estão crescendo e ingressando nas melhores barbearias de São Paulo e do interior. “Temos a percepção de que, apesar de sermos novos no mercado, já somos notados e percebidos como uma empresa que surpreendeu o consumidor final, através de produtos de alta performance e qualidade. Recebemos elogios diariamente em nossas redes sociais de clientes finais e também dos barbeiros que usam a linha da Senhor Barba. Eles dizem que finalmente encontraram os melhores produtos!”, celebra.

A diretora comercial relembra e se motiva, inclusive, com o comentário de um barbeiro que chamou muito a atenção das sócias, quando disse: “Tem como vocês lançarem algum produto ruim?”, dando aquela gargalhada no teor de brincadeira.

A expertise profissional de ambas em suas respectivas áreas foi a “chave” para

o nascimento da empresa. Mas elas revelam que, ao criarem o programa de incentivo a vendas da companhia, inspiraram-se na Multinacional Mary Kay.

ESTRATÉGIAS

As sócias iniciaram a empresa com recursos próprios e muito pé no chão. Lançaram um produto por vez e aguardaram o retorno do investimento de cada um para poderem reinvestir em novos produtos. “O nosso primeiro produto (óleo para barba, cabelo e bigode) foi lançado em abril de 2017. Conseguimos recuperar o investimento deste item em seis meses de operação. Com o retorno, conseguimos reinvestir em novos produtos e assim temos feito com os demais itens da linha”, reforça Andréa.

De acordo com ela, o modelo de negócio da Senhor Barba Cosméticos está mais voltado para distribuição do que para franchising. Por esse motivo a estratégia de crescimento também é outra, gira em torno da expansão da operação, que no segundo semestre de 2018 será voltada para outras capitais do Brasil, iniciando por Belo Horizonte. Mas sempre também com a intenção de duplicar o número de barbearias parceiras na cidade de São Paulo e interior. “Por isso estamos investindo em lançamentos frequentes a cada bimestre; ampliando o portfólio da linha profissional e participando inclusive de feiras do setor, como a Feira Barber da América Latina: a Barber Week, que aconteceu no mês de junho em São Paulo”, mostra a diretora comercial.

Outra ação é o desenvolvimento de um e-commerce para a venda de produtos no atacado com foco nas Barbearias

CIDADES EM QUE JÁ ESTÁ PRESENTE

BELO HORIZONTE/MG
 CAIEIRAS/SP
 COTIA/SP
 DRACENA/SP
 GUARULHOS/SP
 JUNDIAÍ/SP
 MAUÁ/SP
 MOGI DAS CRUZES/SP
 SANTO ANDRÉ/SP
 SÃO BERNARDO DO CAMPO/SP
 SÃO CAETANO DO SUL/SP
 SÃO PAULO/SP
 SUMARÉ/SP

e salões de todo o Brasil. A previsão para lançarem o sistema é ainda no segundo semestre de 2018.

QUE VENHA MAIS!

A Senhor Barba fechou o ano de 2017 com quatro produtos cosméticos no portfólio: óleo, balm e duas pomadas para cabelo. Hoje, já possuem o dobro de produtos e finalizarão o ano com mais lançamentos. “A tão esperada pomada modeladora matte chegou ao mercado em junho e temos uma grande expectativa de ela se tornar a ‘menina dos olhos’ da empresa. E também a linha profissional da Senhor Barba, que visa atender a uma grande necessidade nos salões e barbearias”, destacam. **GOB**

PARA O TIME!

A Senhor Barba Cosméticos está em busca de profissionais com ampla experiência na área comercial para compor o time de gerentes comerciais na cidade de São Paulo e interior do estado, além de representantes e distribuidores em outros estados também. Que tal ser parceiro desse negócio?

Site:

senhorbarbacosmeticos.com.br