

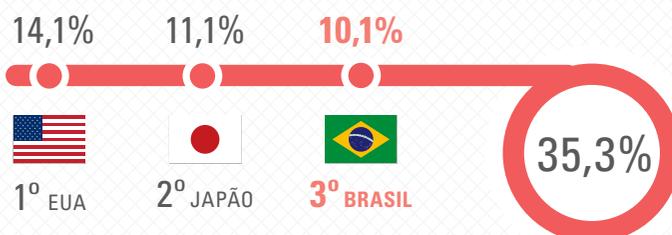
RESPOSTA  
TÉCNICASERVIÇOS DE BELEZA PARA  
EMPRESAS CRIATIVAS

*O segmento de beleza no Brasil é marcado por um forte crescimento e pelo amadurecimento do mercado que, motivado pelo aumento da concorrência, tornou-se mais competitivo para conquistar um público cada vez mais exigente e diferenciado.*

## O poder do mercado brasileiro

### / Quais as oportunidades para os serviços relacionados à beleza no setor da economia criativa?

Conforme o Anuário da Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (Abihpec), publicado em 2012, o Brasil já ocupa o terceiro lugar mundial em faturamento, ficando atrás dos Estados Unidos e Japão. Juntos, esses três países são responsáveis por 35,3% do faturamento mundial.

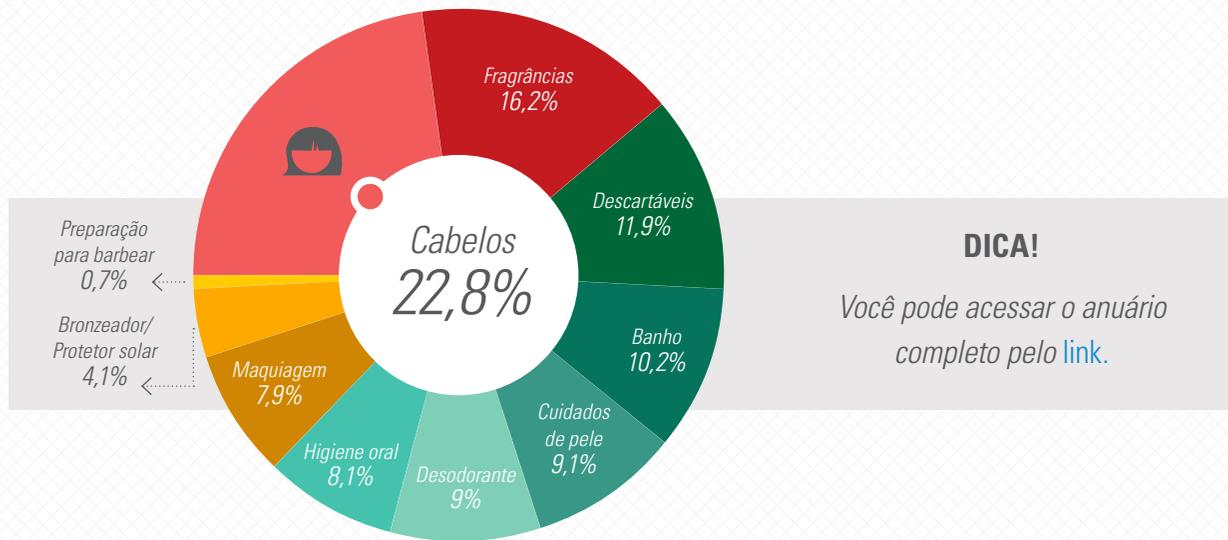


FONTE: ABIHPEC, 2012

4º China	6,5%
5º Alemanha	4,5%
6º França	4,1%
7º Reino Unido	4,0%
8º Rússia	3,3%
9º Itália	3,0%
10º Espanha	2,6%



Além disso, o segmento de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos revela alguns dados importantes sobre a distribuição do mercado de produtos e serviços de beleza, tendo por destaque as áreas com possibilidade de atuação pelos pequenos negócios de serviços:



E com a realização da Copa do Mundo da FIFA 2014 no Brasil, não só os turistas e os moradores locais necessitarão de serviços de beleza, mas também os profissionais do segmento de economia criativa, que poderão requisitar serviços como:

-   
MAQUIAGEM FACIAL E/OU CORPORAL
-   
CORTE, TINGIMENTO E PENTEADO DE CABELOS
-   
EMBELEZAMENTO DAS MÃOS E PÉS
-   
ESTÉTICA DAS SOBRANCELHAS E CÍLIOS
-   
TRATAMENTOS DE PELE
-   
DEPILAÇÃO

**/ E quais nichos do segmento de economia criativa que podem demandar estes serviços?**

-   
EXPRESSÕES CULTURAIS
  -   
ARTES CÊNICAS
  -   
PRODUÇÕES AUDIOVISUAIS
  -   
MÚSICA
  -   
FOTOGRAFIA, EDITORAÇÃO E PUBLICIDADE
- 

A MODA TAMBÉM É UM MERCADO EM POTENCIAL



Portanto, compreender as regiões com mais oportunidades e os serviços demandados por esses nichos, tendo em vista a Copa do Mundo da FIFA 2014, poderá ser uma estratégia de mercado para que os pequenos negócios de beleza possam atender a esse público.



## Regiões com maior potencial

O primeiro ponto para compreender as oportunidades em serviços de beleza para empresas criativas é conhecer as regiões do país com mais procura. Assim, sua empresa poderá determinar uma possível demanda para 2014 e se será necessário algum investimento.

**/ A escolha das regiões com mais potencial foi determinada pelos seguintes critérios:**

- POTENCIAL PARA ATRAÇÃO DE TURISTAS INTERNACIONAIS E NACIONAIS DURANTE O MUNDIAL COM BASE EM: QUANTIDADE E IMPORTÂNCIA DOS JOGOS, SELEÇÕES PARTICIPANTES, PROCURA POR INGRESSOS E INFRAESTRUTURA DA CIDADE.
- POTENCIAL DE TURISMO CULTURAL.
- NÚMERO DE TRABALHADORES NOS NICHOS DE ECONOMIA CRIATIVA COM OPORTUNIDADES PARA SERVIÇOS DE BELEZA.

CIDADE-SEDE	POTENCIAL PARA TURISTAS	VISITAS DE ESTRANGEIROS POR MOTIVOS CULTURAIS	TRABALHADORES EM								
			PUBLICIDADE	MERCADO EDITORIAL	MODA	ARTES	TV E RÁDIO	FILME E VÍDEO	MÚSICA	ARTES CÊNICAS	EXPRESSIONES CULTURAIS
Rio de Janeiro/RJ		19,4%	10.111	4.346	1.394	2.827	1.755	1.250	502	1.403	346
São Paulo/SP		44,4%	40.673	9.276	5.296	5.674	2.240	3.106	1.077	1.101	601
Brasília/DF		43,5%	2.846	2.033	415	729	563	438	136	278	97
Belo Horizonte/MG		39,9%	3.371	1.771	898	834	676	357	374	289	157
Fortaleza/CE		8,3%	2.493	781	910	597	420	212	189	366	97
Salvador/BA		21,6%	2.781	900	117	680	413	186	134	234	117
Recife/PE		13,1%	1.774	953	205	471	194	209	303	97	80
Porto Alegre/RS		28,1%	2.282	1.670	206	586	671	323	170	76	45
Natal/RN		7,7%	454	390	176	246	150	61	38	69	33
Curitiba/PR		19,1%	3.866	1.460	411	695	405	282	240	199	116
Cuiabá/MT		----	414	360	102	169	151	66	71	20	47
Manaus/AM		15,5%	667	489	578	361	227	800	494	146	61

● MUITO ALTO ● ALTO ● MÉDIO/ALTO ● MÉDIO ● BAIXO/MÉDIO ● BAIXO

FONTE: ELABORADO PELO AUTOR COM BASE EM DADOS DA FIRJAN (2012) E MINISTÉRIO DO TURISMO (2014)



Conforme o quadro acima é possível perceber que as quatro cidades-sede com maior potencial são: Rio de Janeiro, São Paulo, Brasília e Belo Horizonte.

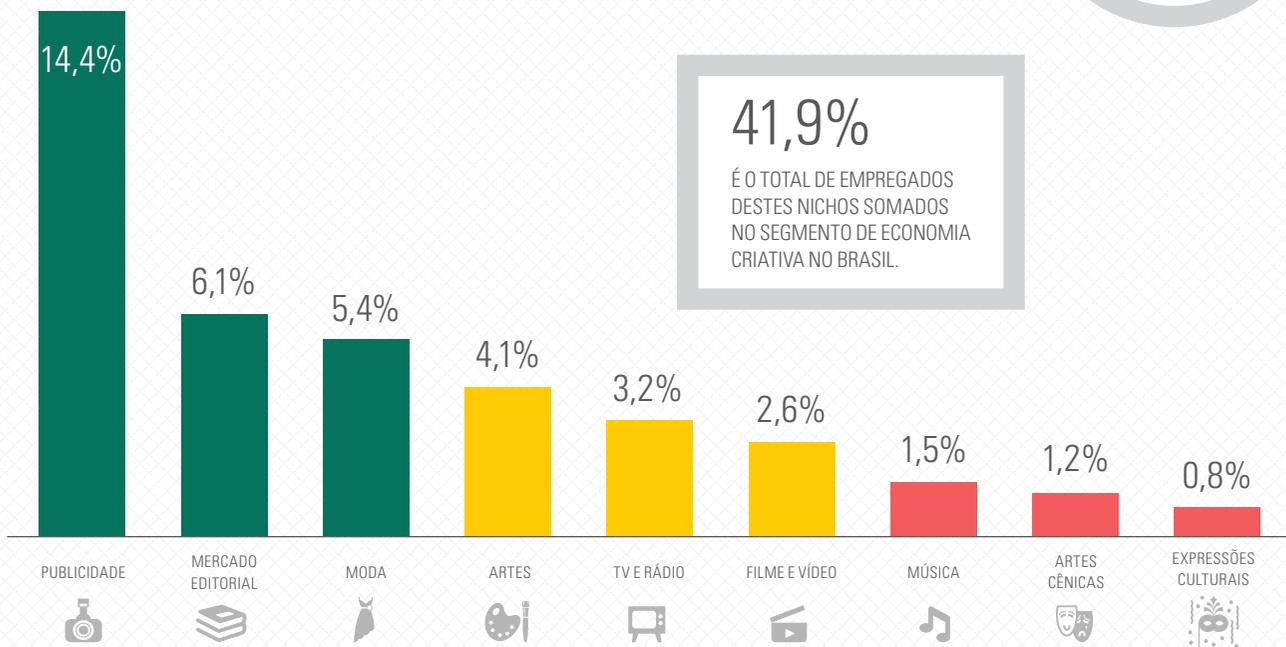


Atenção! Existe uma gama de oportunidades em todas as cidades-sede, esta análise determinou apenas as regiões com um maior potencial, as quais contarão também com um maior nível de concorrência. Portanto, aos pequenos negócios de serviços, cabe avaliar qual é o mercado-alvo e quais oportunidades a empresa pretende atingir com o Mundial, assim será possível determinar quais regiões terão um maior potencial para sua empresa. Por exemplo, Curitiba não é uma das regiões com mais oportunidades, mas é a terceira cidade com maior destaque no nicho de publicidade.



Empreendedor, após definir as regiões com mais potencial, é oportuno estudar ainda os nichos de economia criativa com maior participação de mercado. Conforme dados do Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil, desenvolvido pela Firjan em 2012, os nichos do segmento, com mercado para os serviços de beleza, com maior representatividade em número de empregados são:

**DICA!**  
ACESSE A PUBLICAÇÃO COMPLETA PELO [LINK](#).



FONTE: FIRJAN (2012)



# Serviços em beleza com oportunidades para o Mundial

Após verificar quais nichos de economia criativa possuem maior potencial de mercado em sua cidade, confira agora quais serviços poderão ter maior demanda durante a Copa do Mundo da FIFA 2014.

Para delinear as oportunidades, foram definidas 6 macroatividades realizadas por um pequeno salão de beleza:

1. Serviços de cabeleireiro, que podem envolver atividades como: corte, mechas, penteados, tingimento, hidratação, dentre outros.
2. Embelezamento de mãos e pés.
3. Tratamentos de pele, que envolvem os pequenos tratamentos, como a esfoliação.
4. Maquiagens em geral, como a artística e a editorial.
5. Depilação.
6. Estética facial, que envolvem atividades como o design de sobrancelhas, dentre outras.

Áreas de atuação com oportunidades em 2014		Serviços de beleza com destaque
 <b>EXPRESSÕES CULTURAIS</b>	ARTESANATO ARTE POPULAR FESTA POPULAR, ESPETÁCULOS, FESTIVAIS ●	
 <b>ARTES CÊNICAS E ARTE EM GERAL</b>	TEATRO ● APRESENTAÇÕES DE DANÇA ● ÓPERA CIRCO ARTE VISUAL	
 <b>PRODUÇÕES AUDIOVISUAIS</b>	CINEMA (FILMES E DOCUMENTÁRIOS) ● TELEVISÃO (ATIVIDADES JORNALÍSTICAS) ● PRODUÇÕES AUDIOVISUAIS EM GERAL ●	
 <b>MÚSICA</b>	APRESENTAÇÕES MUSICAIS ● GRAVAÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO MUSICAL	
 <b>FOTOGRAFIA, EDITORAÇÃO E PUBLICIDADE</b>	FOTOGRAFIA ● PUBLICIDADE IMPRESSA E TELEVISIVA ● REVISTAS E JORNAIS	
 <b>MODA</b>	DESFILES ● DESENVOLVIMENTO DE VESTUÁRIO TECELAGEM E MALHARIA EVENTOS DE MODA ●	

● OPORTUNIDADE PARA OS PEQUENOS NEGÓCIOS



Como conclusão, é possível perceber que os serviços de cabeleireiro, maquiagens e embelezamento de mãos e pés são os três nichos de beleza com maiores oportunidades para o segmento de economia criativa durante a Copa do Mundo da FIFA 2014.



*Empreendedor, confira agora um conjunto de ações e dicas que poderão auxiliar sua empresa a conquistar este mercado durante o Mundial.*

### **Esteja capacitado e conheça o mercado-alvo**

O primeiro passo para atingir este público é conhecê-lo e estar preparado. Possuir um colaborador que possa se comunicar em outros idiomas, como o inglês e o espanhol, pode ser um diferencial na hora de prospectar o público estrangeiro, como os jornalistas e apresentadores de outros países. É importante que o salão de beleza conheça as tendências de mercado que são utilizadas pelo nicho alvo de economia criativa, a fim de oferecer o serviço certo para o cliente certo. Compreenda a fundo esses clientes em potencial e quais são os diferenciais prezados por eles.

### **Planeje sua demanda**

O segundo passo é planejar a demanda, ou seja, qual a carga de serviços que os clientes poderão demandar durante a Copa do Mundo da FIFA 2014. Com este cálculo realizado será possível definir a necessidade, ou não, de investimentos. Para mais informações, confira nosso portal [Acesso a Mercados](#).

### **Tenha parceiros**

Com a demanda definida, uma estratégia de mercado poderá ser a adoção de parceiros, os quais poderão auxiliar sua empresa a ganhar uma maior produtividade e atender clientes que busquem uma carga elevada de serviços. Além disso, você pode contar com parceiros regionais, para que seu cliente tenha atendimento por todas as regiões em que estiver presente durante a Copa do Mundo da FIFA 2014.



## Diferencie-se

A diferenciação é também um fator essencial para conquistar este público. Neste caso, algumas ações como oferecer o serviço de beleza onde o cliente estiver localizado, oferecer dicas de moda, ou ainda possuir um atendimento personalizado com coquetéis, são alguns dos exemplos de diferenciação que poderão ser oportunos em 2014.



## Prospecte seus clientes

Para atingir as empresas de economia criativa durante o Mundial é necessário que os salões de beleza prospectem seus clientes. Participe de eventos do segmento e conheça os locais onde seu público-alvo poderá estar presente, como, por exemplo, a [FIFA Fan Fest](#) e os [Centros de Treinamento](#). Acesse ainda o portal governamental [Expofeiras](#), para conferir os próximos eventos, e nosso portal de [Conquista e Fidelização](#).



## Ganhe a confiança

Por fim, a confiança será o fator determinante para que sua empresa consiga fechar novos negócios. Conte com um [portfólio](#) dos serviços prestados pelo salão de beleza com fotos ou vídeos, tenha um [preço competitivo](#) e desenvolva uma postura profissional. Por fim, oferecer uma demonstração grátis pode ser outra forma de apresentar a qualidade de sua empresa para o cliente em potencial.



## Sua opinião faz a diferença!

Por isso o Projeto de Inteligência Competitiva do Programa Sebrae 2014 quer saber mais sobre suas expectativas e satisfação. Responda a breve pesquisa que elaboramos especialmente para você e seu negócio!



**SEBRAE**

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS  
MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Presidente do Conselho Deliberativo Nacional: Roberto Simões  
Diretor-Presidente: Luiz Barretto | Diretor-Técnico: Carlos Alberto dos Santos  
Diretor de Administração e Finanças: José Claudio dos Santos | Fotos: banco de imagens

UAMSF – Unidade de Acesso a Mercados e Serviços Financeiros  
UACS – Unidade de Atendimento Coletivo - Serviços  
Conteúdo: Felipe Ciola

[WWW.SEBRAE2014.COM.BR](http://WWW.SEBRAE2014.COM.BR)

[FACEBOOK.COM/SEBRAE2014](https://FACEBOOK.COM/SEBRAE2014)

[TWITTER.COM/SEBRAE\\_2014](https://TWITTER.COM/SEBRAE_2014)

