

Negócios Comércio

Sóbrancelhas projeta mais que dobrar operação e alcançar 300 unidades espalhadas pelo Brasil neste ano. No mercado externo, meta é iniciar a atuação pelos Estados Unidos e chegar a três lojas

Rede de estética desembarcará em Miami

FRANQUIAS

Camila Abud
São Paulo
camilaa@dci.com.br

● No mercado de estética e beleza, a rede do segmento de franquias Sóbrancelhas segue a tendência do setor e pretende inaugurar, no segundo semestre deste ano, uma operação em Miami (EUA).

Criada há cerca de três anos, a empresa iniciou suas atividades no mercado de franquias em 2014 e já conta com 140 unidades no Brasil. O atendimento envolve alongamento, tintura e design de sobrancelhas e limpeza de pele, entre outros. Este ano, a marca diz estar fazendo pesquisas específicas com uma consultoria internacional, pois a proposta é explorar países com alto potencial para absorver a operação.

“As americanas são também muito vaidosas, e adoraram tudo do Brasil em relação a estética. Estamos levando algo especializado, que com certeza encantará a



Marca conta com 140 operações e garante estar com a média de quatro atendimentos por minuto

todos. Agora nós tentamos entender o mercado, a rentabilidade do negócio e todos os pontos necessários para abrirmos a primeira unidade da Sóbrancelhas fora do Brasil”, ressaltou ao DCI a fundadora da rede, Luzia Costa.

Apesar de a Sóbrancelhas ter mais de 140 unidades por todo o Brasil, só uma unidade é pró-

pria. Conforme a empresária Luiza, a companhia realizou uma média de 2 atendimentos por minuto em toda a rede em 2015, mas a demanda tem aumentado conforme a marca se torna conhecida e ganha confiança da clientela. “Hoje estamos com uma média de 4 atendimentos por minuto”, garante ela.

Para Miami, a previsão é iniciar com um número regular de atendimentos, até que a marca se torne conhecida, para dessa forma poder, em um prazo médio, ter uma demanda comparada à do Brasil.

A vaidade das clientes não é a única no negócio. A rede espera este ano dobrar a receita e chegar a 300 unidades espa-

lhadas por todo o Brasil. “Prendemos fechar o ano também com três lojas no exterior”, estima Luzia. Segundo ela, a oferta do serviço está inserida em um mercado que a cada ano tem expansões significativas. Afora isso, a empresária garante que há a preocupação em oferecer atendimento de qualidade, com modelos de negócios adaptáveis.

Raio X

Em 2015, a Sóbrancelhas faturou R\$ 24 milhões “e obteve um surpreendente crescimento de 705,88%”, ressalta a fundadora da rede. Ela conta que a marca começou o ano com apenas 17 lojas, mas fechou 2015 com 120 unidades.

Para os interessados em empreender e investir no negócio, a rede opera com três modelos de negócios: o quiosque, com investimento inicial de R\$ 90 mil; a loja de R\$ 120 mil e o modelo *truck*, que demanda gastos de R\$ 160 mil.

Na seleção dos franqueados, pesa o perfil de pessoas que buscam crescimento profissional e que levem a marca adiante, nas palavras da empresária.

DATAGRO

DADOS PRIMÁRIOS E ANÁLISES RELEVANTES PARA O MERCADO GLOBAL DE AGRONEGÓCIOS.

Descubra a melhor forma de agregar valor à estratégia de negócios da sua empresa

Componentes

Conheça mais. Interaja com 03 novos componentes: Gráfico, Monitor de Ativos e Mapa de Mercado.

Dinâmica

Acompanhe um monitor com atualização de dados em tempo real.



Acesse novos relatórios e ganhe uma profundidade de conhecimento para tomada de decisão do seu negócio.

Análise

Interaja com os dados e encontre soluções.

Solução

TRIAL GRÁTIS no
www.datagro.com.br/markets

sales@datagro.com
+55 11 4133 3944

Atacados crescem 5,12%

INDICADOR

● As vendas do setor atacadista tiveram alta nominal de 5,12% no primeiro mês de 2016 na comparação com igual período do ano anterior.

Segundo pesquisa da Associação Brasileira de Atacadistas e Distribuidores de Produtos Industrializados (Abad) e da Fundação Instituto de Administração (FIA), o resultado de janeiro deste ano ainda é beneficiado por um efeito de base de comparação mais fraco do que no mesmo mês de 2015, quando as vendas tinham caído nominalmente 5,12%.

Ainda assim, o desempenho do setor atacadista ficou abaixo da inflação do período. Em termos reais, o fatura-

mento dos atacadistas caiu 5,05% em janeiro. A Associação do setor considerou que os números ainda refletem um cenário de baixa confiança dos consumidores, impacto do desemprego e da inflação.

Preocupações

Por meio de nota, o presidente da Abad, José do Egito Frota Lopes Filho, comentou que há, de fato, uma combinação de fatores na economia que ainda preocupam a cadeia de abastecimento. “O desemprego em um patamar expressivo e a renda do trabalhador sendo corroída pela inflação fazem com que o consumidor mantenha alto o nível de desconfiança”, afirma Lopes Fº. Para ele, a capacitação do pequeno varejo nunca foi tão importante quanto agora. /Agências

Venda on-line vai desacelerar

E-COMMERCE

● Apesar de ter crescido em 2015 na casa de 15% em relação a 2014, e ter movimentado cerca de R\$ 41,3 bilhões, o comércio eletrônico deve começar a sentir em cheio os impactos da crise este ano. A previsão para o setor é desacelerar.

“[...] Em 20 anos de e-commerce, é a primeira vez que o desempenho pode ficar abaixo dos 10%, muito em função da perda paulatina do poder de compra do brasileiro, principalmente das classes C e D, que vinham aumentando sua participação no segmento nos últimos anos”, dis-

se o presidente da Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico (camara-e.net), Ludovino Lopes, por meio de nota.

Segundo ele, o cenário econômico do Brasil foi desfavorável para todos os setores, mas para o e-commerce a perspectiva é de que o mercado terá maior impacto nos resultados este ano, quando o crescimento deve ficar na casa dos 8%, atingindo R\$ 44,6 bilhões. Entre 2001 e 2015, o crescimento médio anual do e-commerce foi de 37%, totalizando 7.509% de incremento, conforme apuração do relatório Webshoppers, pela E-bit com apoio da camara-e.net e outras entidades e associações. /Agências