

COSMÉTICOS

# Irmãos lançam produtos para o público masculino

## Voltada para barbearias, linha é produzida em fábrica “parceira”

PATRICIA SANTOS DUMONT

De um lado um engenheiro civil, de outro, uma publicitária. Os irmãos belo-horizontinos Calebe Souza e Stephanie Dorien investiram em um novo nicho de mercado para colocar nas prateleiras de barbearias e salões de beleza da capital mineira uma linha exclusiva de cuidados para os homens. Lançada há apenas seis meses, a Duran Fine Men, que tem formulação especialmente desenvolvida para o universo masculino, vem conquistando adeptos e já soma 50 pontos de venda somente em Belo Horizonte. Nos próximos dias, a marca ganhará dois novos produtos: um xampu e um condicionador específicos para barbas.

Calebe Souza, sócio-proprietário da empresa, cuja produção é realizada em parceria com uma fábrica de cosméticos de Contagem, na Região Metropolitana de

Belo Horizonte (RMBH), adianta que o próximo passo da dupla é expandir os negócios Brasil a fora. A princípio, os produtos - gel de barbear e finalizadores para o cabelo - estão sendo distribuídos somente na capital mineira. “Já iniciamos o projeto de expansão, que inclui todo o território nacional, e em breve lançaremos dois produtos específicos para a barba”, adianta o empresário.

Ele comenta que os cosméticos, cuja formulação e fragrância são voltadas para os homens, vêm sendo vendidos e usados por importantes nomes do segmento em Belo Horizonte, dentre eles o cabeleireiro Alexandre, conhecido como Branca de Neve, e Tiano do Salão. Ambos são adeptos do estilo *free style* de barbear. O lançamento dos produtos segue uma tendência de mercado. “Procuramos desenvolver algo que fosse bem a cara dessas barbearias modernas, com uma

pegada mais retrô, mas que agradasse a todos. Fizemos um produto personalizado, com bastante identidade, e que consiga ter uma interação boa com o homem que usa”, define.

Uma pesquisa recente encomendada pela Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (Abihpec) mostrou que cada vez mais o tabu dos homens de cuidar da própria beleza tem caído por terra. De acordo com o estudo, realizado pelo Instituto Qualibest, 85% dos entrevistados disseram se preocupar com a aparência e 54% revelaram frequentar regularmente salões de beleza e barbearias. Conforme a Abihpec, nos últimos cinco anos, o segmento nacional de produtos masculinos cresceu 16%, colocando o País em segundo lugar no ranking mundial como maior consumidor do mundo, atrás apenas dos Estados Unidos. A linha barba da Duran

Fine Men é composta por um gel incolor, que reduz o desperdício de produto e facilita o barbear. Ao contrário das espumas convencionais, o produto dispensa uso de pincel e pode ser aplicado em menor quantidade e diretamente na pele. A empresa de cosméticos também dispõe de uma loção pós-barba, que além de propriedades calmantes, perfuma. Os terceiro e quarto itens da linha de produtos são as pomadas finalizadoras de alta fixação, efeito seco ou molhado, e o gel.

Ainda este mês, a dupla de empresários irá lançar outros dois produtos: um xampu esfoliante e um condicionador, ambos para a barba. “A aceitação tem sido ótima. Trabalhamos com matérias-primas de extrema qualidade e nosso foco é o homem. As fragrâncias são específicas e criam um elo, uma intimidade maior, com quem usa”, detalha Calebe Souza.



Calebe e Stephanie: linha exclusiva de cuidados para homens

EDUCAÇÃO

# Sexagenária Escola Americana de BH tem lista de espera com 300 nomes

DANIELA MACIEL

Há 60 anos em Minas Gerais, a Escola Americana de Belo Horizonte (EABH) aproveita o aniversário para celebrar o bairro Buritis, onde está instalada, e anunciar novidades. Com 350 alunos, matriculados da pré-escola ao último ano do ensino médio, e uma lista de espera com mais de 300 nomes, tem, entre os objetivos, segundo a diretora Catarina Song Chen, somar duas novas turmas a cada série.

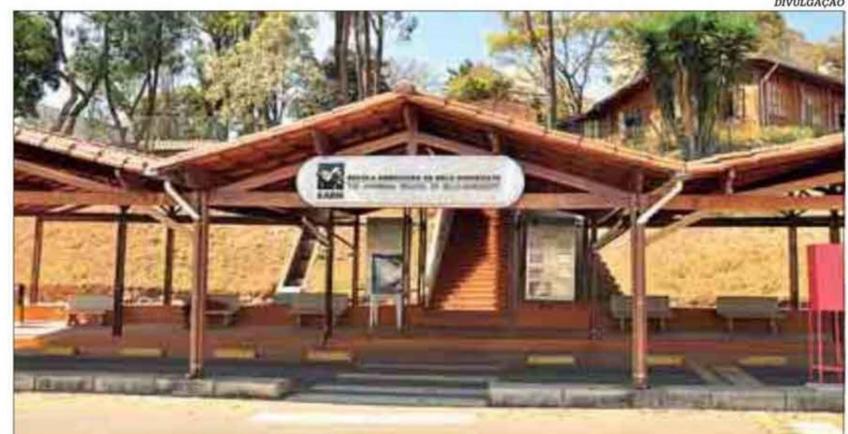
“Nos reunimos com a comunidade acadêmica e decidimos que não queremos uma escola gigante. Para garantir a qualidade precisamos ter turmas reduzidas e espaço para os alunos. Por isso essa decisão de abrir apenas mais duas turmas por série”, explica

Catarina Song Chen.

Conhecida por abrigar crianças e jovens oriundos de famílias estrangeiras, como filhos de diplomatas, executivos de multinacionais e missionários, a escola hoje tem cerca de 50% dos discentes nativos. Já os professores são, em grande parte, estrangeiros. A Escola faz parte de associação com outras 14 escolas americanas espalhadas pelo Brasil, mas mantém a autonomia acadêmica e de gestão.

“Não somos uma rede. Temos uma associação na qual nos reunimos para discutir questões acadêmicas. O que difere a Escola Americana é conciliarmos o padrão de ensino norte-americano com a legislação brasileira. Dessa forma os alunos têm o diploma reconhecido nos dois países”, afirma a diretora da EABH.

Para comemorar o aniversário, está programada uma série de ações. Além da criação da nova identidade visual, acompanhada do slogan “EABH Connection - 60 Years”, em novembro será lançado um livro que conta a história da escola e o desenvolvimento do bairro Buritis, um documentário e uma exposição de fotos, aberta ao público, no Cine *Theatro Brasil* Vallourec, no centro da Capital. Os registros, que fazem parte do acervo da escola, contam a sua história, que se mistura às memórias da cidade e da construção do bairro Buritis, para onde a EABH se transferiu na década de 1970. Durante a mostra, será realizado o baile de gala para celebrar com os familiares da instituição, funcionários, ex-alunos, empresários e a comunidade



Escola Americana de BH tem cerca de 100 colaboradores entre professores e funcionários

belo-horizontina. “Somos uma entidade sem fins lucrativos e sempre sobrevivemos das mensalidades e de doações. Sempre nos ajudaram pais, empresas multinacionais e ex-alunos. Para o lançamento do livro, mais uma vez contamos com essas ajudas. Fomos aprovados na Lei Rouanet (Lei Federal de Incentivo à Cultura) e estamos tentando captar recursos. O valor é

de R\$ 270 mil”, destaca a professora. Ao recuperar a história do bairro Buritis, a escola reforça os laços com a cidade, valorizando o intercâmbio cultural e a convivência ampla entre pessoas e ideias. “A nossa história faz parte da história da cidade. Nosso ensino prevê a educação do caráter, dos valores humanos. Não podemos mais pensar em ensinar coisas

isoladas. Queremos ajudar a formar pessoas que sejam carinhosas, equilibradas, comunicativas, questionadoras, pensadoras”, completa. A Escola abriga cerca de 100 colaboradores entre professores e funcionários. O preço médio da mensalidade é de R\$ 4 mil. Alunos que pretendem entrar em séries intermediárias precisam comprovar proficiência na língua inglesa.

COMÉRCIO ELETRÔNICO

# E-commerce quer dobrar de tamanho até 2020

**São Paulo** - As empresas associadas da Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico (camara-e.net) elegeram, ontem (25), Leonardo Palhares, sócio do Almeida Advogados, como seu novo presidente. Ele substituiu o também advogado Ludovino Lopes, que ocupou o cargo por cinco anos. Flávio Jansen, CEO da Locaweb, assume a posição de vice-presidente de Estratégia, enquanto Marcelo Coelho, diretor do Mercado Pago, permanece como vice-presidente de Finanças e Controle. Os três foram eleitos em chapa única, juntamente com os 36 integrantes do Conselho Consultivo da camara-e.net, todos representando empresas ícones da economia digital.

Desde 2009 no Conselho Consultivo da camara-e.net, Leonardo Palhares atuou

também como vice-presidente de Estratégia da entidade na gestão Ludovino Lopes e participou ativamente, por meio do Comitê Jurídico, da formulação do texto do Marco Civil da Internet, entre outras batalhas na promoção e defesa da economia digital. Como presidente, Palhares terá a tarefa de continuar o trabalho que a camara-e.net vem desenvolvendo desde a sua fundação, com foco na inovação e na adequação de suas ações à rápida evolução do setor, às novas tecnologias e ao momento econômico do País.

“Nesses 20 anos de comércio eletrônico, o setor vem crescendo anualmente em índices sempre superiores a 15%, representando uma economia que já supera os R\$ 100 bilhões. Agora, nesse ambiente econômico restritivo

que o País enfrenta, a entidade tem o desafio dobrado de contribuir para o resgate dos patamares históricos de crescimento do setor”, comenta o novo presidente.

Segundo Palhares, a entidade pretende ajudar a manter o crescimento de novas tecnologias digitais, reforçando a capacitação de *startups*, micros, pequenas e médias empresas. São igualmente metas da nova gestão reforçar o estímulo à geração de empregos e buscar a atuação conjunta com as várias esferas do governo e demais atores responsáveis pelo impulso ao setor.

Ele cita como exemplo iniciativas bem-sucedidas da camara-e.net que prosseguirão, como o Ciclo MPE. net, um projeto pioneiro que capacita gratuitamente empreendedores de todo o Brasil

para atuar no *e-commerce*, e o Movimento e-MPE, que difunde conhecimento estratégico para que os pequenos negócios se mantenham no mercado. Palhares ressalta ainda que a entidade continuará a manter atenção constante aos novos mercados e a trabalhar em conjunto com os legisladores para auxiliar na manutenção de um ambiente regulatório que permita o crescimento e não inviabilize a geração de empregos e divisas.

“O comércio eletrônico é hoje fonte de renda importante para as famílias e responsável pela geração de mais de 400 mil empregos diretos e indiretos. Acredito que com a retomada do crescimento do PIB a partir de 2017, a uma taxa média conservadora de 2% ao ano, assistiremos, no fim da década, o comércio

eletrônico praticamente dobrar de tamanho, atingindo R\$ 180 bilhões.”

De acordo com o novo presidente, outra iniciativa na qual a entidade pretende se debruçar é o mapeamento estatístico do comércio eletrônico. “Ter uma visibilidade das interações e impactos multidisciplinares do setor é essencial para a tomada das decisões políticas e estratégicas nesse macrossetor da economia digital”, afirma Palhares.

“A camara-e.net pretende colaborar nessa nova fase de crescimento do setor com ações para a democratização e expansão do uso da internet comercial no Brasil, trabalhando por uma internet acessível a todos, mais barata e segura, que resultará em geração de emprego, renda e prosperidade”, conclui.



Palhares assume camara-e.net