

Negócios & Carreiras

DIVULGAÇÃO

A barbearia na estação do metrô tem atendimento rápido e preço mais acessível



RENAN SCHUINDT
renan.schuindt@odia.com.br

As estações de trem e metrô se tornaram um ambiente propício para novos negócios no Rio. De carona nessa tendência, o setor de beleza e estética, que faturou R\$ 102 milhões em 2017 e estima um crescimento de 4% este ano, passou a investir em lojas nesses espaços. A aposta é atrair clientes que utilizam o transporte público e não conseguem encontrar tempo para dar um tapa no visual fora do itinerário cotidiano.

Um dos pioneiros do ramo foi o Spa das Sobrancelhas. Voltada aos cuidados femininos, a rede está há mais de dez anos na estação Cinelândia. A marca está presente em 21 estados e, no ano passado, faturou mais de R\$ 80 milhões. Este ano, a expectativa é crescer mais 10%. Para isso, a rede aposta em novos serviços para usuários do trem e metrô. “Queremos implantar outros serviços e produtos que envolvem o cuidado com os olhos, como a Dermolev, que é a evolução da dermopigmentação”, diz Jane Muniz, proprietária do Spa das Sobrancelhas.

Já no grupo das lojas que acabam de apostar nas estações está a rede de barbearias Club Men Salon. Há pouco mais de um mês foi inaugurado o primeiro quiosque da marca, na estação de metrô Siqueira Campos, em Copacabana. O diferencial do atendimento no local é oferecer um serviço mais dinâmico e com preços populares.

“Estamos levando um tipo de serviço de qualidade para quem não pode perder tempo. A pegada de reduto masculino continua enraizada. Uma das novidades é o shampoo a seco, desenvolvido para atender especialmente os clientes dos quiosques”, explica Rodrigo Guimarães, dono da Club Men Salon.

Cliente de uma loja de rua da rede, Jorge Felipe Medeiros, de 28 anos, diz que ficou surpreso com a velocidade

NOS TRILHOS DA BELEZA

Empresas do setor de estética oferecem serviços para usuários do trem e metrô. Marcas apostam no grande fluxo de pessoas que circulam nas estações



A Club Men Salon abriu a primeira loja na Siqueira Campos e quer inaugurar outras na Central e Carioca

NÚMEROS

550

É o número de lojas nas estações de trem, onde circulam diariamente cerca de 600 mil pessoas, segundo a SuperVia

358

Quantidade total de lojas nas 41 estações do metrô. Por dia, são 880 mil passageiros, segundo a concessionária Metrô Rio

do atendimento na plataforma do metrô. “Estava num dia corrido, passei pela estação e vi o quiosque. Veio a calhar, pois eu precisava estar apresentável para uma reunião. Fiquei surpreso. Apesar de ser mais ágil, o serviço foi bem feito. E ainda paguei metade do que costumo pagar na loja”, comenta Jorge.

A rede ainda fatura com a venda de acessórios, como camisas e bonés, e produtos de beleza. Ainda este ano, a empresa pretende abrir outras unidades no metrô da Carioca e Central do Brasil.



O dia estava corrido, passei pela estação e vi o quiosque. Veio a calhar, pois estava a caminho de uma reunião e precisava dar um trato

JORGE MEDEIROS, cliente da Club Men Salon

MERCADO

Aumento anual anima empresas

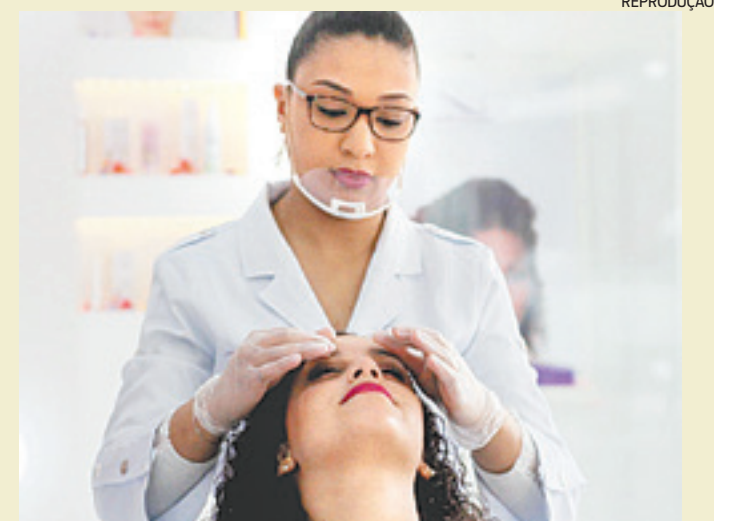
■ Embora o Brasil tenha caído de 3º para 4º lugar no ranking de produtos e serviços estéticos, ficando atrás de Estados Unidos, China e Japão, o crescimento anual anima os empresários do setor. Especializado em cuidados estéticos para mulheres, o Spa das Sobrancelhas foi uma das primeiras empresas do setor de Beleza a acreditar no potencial dos cuidados com os olhos.

A empresa foi criada em 2007 pelo casal Jane Muniz e Marko Porto. Eles eram donos de um salão de beleza e perceberam que o tratamento especial para sobrancelhas, além de

ser o mais rentável, tinha alta procura e pouca oferta. “Desenvolvemos uma proposta diferente. Quando começamos, as pessoas falavam ‘tirar’ ou ‘limpar’ as sobrancelhas. Nós estabelecemos o design de sobrancelhas como nomenclatura e desenvolvemos serviços para o embelezamento do olhar”, conta Jane Muniz.

Em 2017, a rede faturou R\$ 80 milhões, um crescimento de 10% em relação ao ano anterior. “Isso foi possível graças aos treinamentos e à qualidade dos serviços e produtos”, diz Jane. Em 2018, a empresa estima aumento de faturamento em mais 10% por loja.

REPRODUÇÃO



A rede Spa das Sobrancelhas foi pioneira ao apostar no metrô