

Impactando vidas através das sobrancelhas, da micropigmentação e de soluções naturais

Andréa Lima da Rocha

Pesquisando sobre seu futuro negócio

Nascida na Baixada Fluminense, no Município de Nilópolis, Yasmim é filha única de pai contador e mãe revendedora de produtos de beleza por meio de revistas. Quando criança, sempre acompanhou a mãe nas vendas de produtos de beleza (maquiagem, cremes, shampoos, perfumes etc.) e decorava os preços e informações de uso dos produtos, sabia quais eram os melhores, dava indicações e ajudava a mãe a convencer as clientes a comprarem. Ela se interessava bastante pela atividade da mãe, que envolvia o mercado da beleza, mas não se envolvia muito com a atividade do pai, que segundo ela, envolvia números e cálculos complicados e chatos.

Quando completou 17 anos, Yasmim chegou ao 3º ano do ensino médio, e se deparou com a dúvida comum a todo estudante dessa idade: que profissão seguir? Ela nunca precisou trabalhar, pois a família fazia questão de que todo seu tempo fosse dedicado ao estudo, para que ela pudesse escolher uma carreira e assim, ter um bom futuro.

O sonho de seu pai era ter uma filha advogada, e Yasmim, influenciada pela vontade de seu pai, resolveu cursar direito. Fez o ENEM e conseguiu uma bolsa de 70% no curso. Ingressou na universidade, cursou 4 semestres, mas não se identificou com o curso. Comunicou a família e trancou a matrícula da faculdade, mesmo sabendo que decepcionaria o pai. Nesse período, enquanto não sabia o que fazer da vida e para não ficar parada, começou a trabalhar como recepcionista em uma concessionária de carros. Ela sempre gostou muito de cuidar da aparência e sempre fazia as sobrancelhas de Henna (técnica usada para tingir as sobrancelhas), mas durava pouco, e

era necessário o retoque frequente. Yasmim, então, viu um post no Instagram que falava de duas novas técnicas chamada **micropigmentação** (técnica que ajuda a preencher falhas e delinear sobrancelhas fio a fio, através de um aparelho, chamado dermógrafo, que funciona por agulhas e estímulos de corrente elétrica) e **microblending** (técnica feita fio a fio, com aplicação de tinta na pele, feita de forma manual, com um tebori.).

Yasmim, decidiu que queria experimentar essa nova técnica, mas não havia disponível na região onde morava e foi até outro local onde pudesse ter o serviço. Ela gostou muito do resultado, suas amigas adoraram o novo visual de suas sobrancelhas e quiseram aderir a nova técnica. Yasmim então, percebeu o serviço de designer de sobrancelhas como uma boa oportunidade de negócio, visto que não havia nenhuma especialista na área que morava. Ela contactou a profissional que fez o seu serviço, pegou informações sobre o custo de cursos e equipamentos para o trabalho bem como o que era necessário para abrir um negócio nessa área.

Buscando a ampliação dos conhecimentos

Yasmim decidiu então que teria seu próprio negócio, pediu demissão da concessionária que trabalhava, pegou o dinheiro de sua rescisão e pagou o curso. Durante o curso, ela foi adquirindo mais informações sobre esse mercado, mas havia ainda um obstáculo: conseguir o capital para a compra dos aparelhos e produtos para seu futuro negócio. Ao concluir o curso, Yasmim comunicou aos pais que tinha a intenção de abrir o próprio negócio, mas precisava ainda do capital e ganhar mais experiência e confiança na realização do serviço. Para o aporte financeiro inicial, Yasmim contou



com suas próprias economias e ajuda de seus pais e namorado.

Para garantir o sucesso profissional Yasmim sabia que não bastava aprender as técnicas básicas do designer de sobrancelhas, era importante ampliar os conhecimentos também nos aspectos como:

- Higiene pessoal e dos materiais utilizados — fundamental para ganhar a confiança dos clientes;
- Atendimento ao consumidor — noções básicas para perceber e atender as necessidades dos clientes : saber ouvir, transmitir confiança.
- Marketing — para saber como divulgar os negócios, atrair e fidelizar clientes;
- Fotografia — técnicas para registrar e divulgar os serviços prestados;
- Visagismo — método de extrema importância, utilizado para adequar o visual ao tipo de rosto, a partir de uma análise cuidadosa e personalizada.

Ela então, pesquisou essas informações em cursos online gratuitos.

Ganhando experiência e conquistando clientes

Yasmim comprou uma cama apropriada, os aparelhos e produtos necessários (tintas, pomadas, hidratantes, sabão, óleos, anestésicos etc.) para começar o atendimento e começou a realizar os designs em um quarto no terraço da casa de seus pais, que preparou para que pudesse receber os clientes. Primeiramente começou a realizar os designers em suas amigas próximas e mulheres de sua família (mãe, tias, primas, avó) e, felizmente, todos foram bem-sucedidos e agradou a sua seleta clientela, que logo foi divulgando o seu trabalho, pois outras pessoas viam suas sobrancelhas, e perguntavam sobre o serviço. Yasmim, foi ganhando mais clientes e cada vez mais experiência em relação aos diferentes

tipos de rostos, peles, sobrancelhas e preferências dos clientes.

Os primeiros três meses de operação do negócio

Ao ver o aumento de sua clientela, Yasmim sentiu a necessidade de mudar-se para um local mais atrativo e confortável para receber as atuais e futuras clientes. Nesse período da vida, Yasmim e seu namorado resolveram se casar. O rapaz já havia comprado um imóvel financiado onde eles morariam após o casamento. Eles então, tiveram a ideia de transformar o espaço amplo da garagem da casa em um estúdio para Yasmim realizar seus atendimentos de maneira mais adequada. Yasmim, no entanto, não tinha propriamente um plano de negócios para seu empreendimento, mas seu marido cursava engenharia de produção e a auxiliou em algumas questões administrativas, como por exemplo, a necessidade da obtenção de um empréstimo bancário para a compra do mobiliário e para reformar a garagem e transformá-la em um estúdio.

Agora a garagem da casa de Yasmim era seu novo local de trabalho, mais bonito, agradável e elegante, com novos objetos e móveis para a decoração. Ela se preocupou em manter o lugar bem aconchegante, com ar-condicionado, cobertores e difusores de aromas, ela queria que seus clientes tivessem uma experiência diferenciada. Os clientes foram chegando, além de mulheres, alguns homens também começaram a procurar o serviço. Yasmim, começou a divulgar o seu trabalho no Instagram. Ela incluía vídeos de antes e depois (autorizados pelas clientes), do processo de transformação, fotos do local, posts com dicas de como manter as sobrancelhas saudáveis, sobre a manutenção após o procedimento de micropigmentação, dos tipos de sobrancelhas adequados aos tipos de rostos, além de stories com comentários com as opiniões positivas das clientes e memes de



humor sobre clientes que tinham medo do procedimento ou aquelas que não procuraram o serviço de uma profissional especializada e não tiveram um bom resultado. Essa rede social tornou-se uma aliada e um dos principais meios de comunicação com o cliente e divulgação de seu trabalho.

Alguns desses posts podem ser visualizados abaixo:

Além disso, ela criou um WhatsApp comercial, que é disponibilizado para a marcação dos procedimentos e comunicação com os clientes após a realização do design. Ela também mantém uma agenda com os períodos em que os clientes devem voltar para fazer a manutenção e trata de lembrá-los quando essa data se aproxima.

Dúvidas pós-micropigmentação

FORMARAM CROSTAS NA MINHA MICRO, é normal?

As casquinhas na micro são formadas porque o organismo expulsa o pigmento. Quanto mais cascas se formarem, menor será a fixação. Desta forma, o ideal é não criar CROSTAS e sim, pequenas casquinhas como se fossem "caspinhas".

Por que fazer o serviço?

QUANDO VOCÊ FAZ micropigmentação...

- Se liberta da sombra, lápis e henna.
- Pode dormir mais 5 minutinhos, pois já acorda com elas prontas!
- Está sempre com as sobrancelhas bonitas na academia, praia, piscina...
- Sua autoestima e humor mudam. Você não quer guerra com ninguém!

✓ TODAS AS ALTERNATIVAS ACIMA!!

Feedback do clientes

FEED back

solangegomes comentou:
Sempre quis fazer a microblading mas confesso que tinha receio de não ficar da forma que eu queria, ou seja, natural... mas isso se perdeu logo no primeiro toque! E pensei 😊, estou nas mãos de uma excelente profissional! Relaxei e amei o resultado! O único arrependimento foi de não ter feito antes. Parabéns ! 🙌👍👏👏👏👏

Dúvidas pós- micropigmentação

FASES DA Micropigmentação

- 1º DIA**
Apaixonada, do jeito que sempre sonhei!
- 3º DIA**
Escureceu demais, e agora?
- 7º DIA**
Saiu tudo, quero meu dinheiro de volta!
- 15º DIA**
Uhuu!, está voltando a cor!
- 25º DIA**
A cor voltou, mas está falhada, retoque urgente!
- 30º DIA**
A micro mais perfeita da vida! todo mundo elogiando

Conhecimento

Descubra o formato de sobrancelhas mais harmônico para cada formato de rosto

Conhecimento

Sobrancelhas arqueadas?
transmitem o quê?

As sobrancelhas arqueadas têm um grau de inclinação e arqueamento mais alto do que os outros formatos. Transmitem sensualidade e poder. Deve-se ter cuidado, pois podem passar um ar arrogante ou prepotente.



Nesse período, o negócio de Yasmim estava se tornando conhecido não somente em sua área, porque agora sua propaganda não era apenas boca-boca, com o maior alcance das redes sociais, pessoas de outras regiões também começaram a procurar o seu trabalho. Nesse período, Yasmim dedicou-se a acumular capital exclusivamente para quitar o empréstimo que adquiriu para construir seu estúdio e para a regularização junto à prefeitura, obtendo um alvará de funcionamento. Ela sabia que não poderia contar com os lucros nesse momento e provavelmente por um bom período à frente.

Ela ampliou os serviços, oferecendo designs comuns, de Henna, fez um curso de extensão de cílios e em micropigmentação de lábios e ainda de despigmentação a laser, para clientes que realizaram um procedimento anterior, com outro profissional, mas ficaram insatisfeitos.

Ela se sente realizada em trabalhar na área da beleza. Ela diz que seu trabalho impacta vidas e influencia positivamente a autoestima de seus clientes. Contudo, agora ela conta com um grande desafio: Como manter o sucesso, fidelização de seus antigos e captação de novos clientes diante de tantos novos concorrentes?



O mercado promissor

A profissão de designer de sobrancelha é uma das grandes tendências do mercado, e cada vez mais novas profissionais e negócios da área foram surgindo e ela já não era mais a única a oferecer os serviços em sua região.

Yasmim sabe que para continuar forte no mercado, um bom profissional de designer de sobrancelhas precisa estar atento às tendências em técnicas e de materiais.

Para tanto, é essencial interagir com profissionais da área e participar de eventos, como encontros, congressos e workshops



Notas de Ensino

- **Resumo:**

O estudo de caso apresentado trouxe detalhes da trajetória da protagonista Yasmim, através da descrição das etapas que ela precisou percorrer até a obtenção do funcionamento pleno de seu negócio. Yasmim, tinha uma dúvida comum a muitos estudantes: Que carreira seguir? E viu a oportunidade de negócio no mercado promissor da beleza. Ela optou pela escolha de um serviço que gostaria de ter acesso, mas que, naquele momento, não havia disponível na área em que morava. Yasmim escolheu se especializar em designer de sobrancelhas (micropigmentação e microblending), pois percebeu que, básica ou sofisticada, a mulher atual não abre mão de cuidar da aparência e as sobrancelhas são um fator importante para este quesito. Ele aproveitou as vantagens que esses recursos especiais, usados para ressaltar a beleza feminina, oferecem para a construção de sua empresa.

- **Palavras-chave:**

desenvolvimento do comportamento empreendedor, empreendimento empresarial, modelagem de negócio, identificação de oportunidades.

- **Objetivo de aprendizagem:**

A proposta do estudo de caso descrito é guiar os estudantes pelo processo de planejamento, elaboração e implementação de um negócio através da observação de um caso de ensino real. A partir da visão da empreendedora, os estudantes mobilizam seus conhecimentos para

resolver situações do mundo real, desenvolvendo o pensamento crítico e a criatividade, pensando possibilidades e projetando soluções. Desenvolver a capacidade de refletir sobre situações-problemas reais, conectando a teoria com a realidade profissional, é um fator que favorece a aprendizagem e enseja reflexões e debates importantes para o futuro dos estudantes. Outro fator relevante a ser observado na história da protagonista é o papel das redes para a viabilização de um modelo de negócio, visto que seu negócio começou a ganhar visibilidade e a crescer quando ela começou a divulgá-lo através dos meios virtuais.

- **Utilização recomendada:**

O presente estudo de caso foi desenvolvido para ser usado durante o segundo bimestre do terceiro ano do ensino médio, considerando os tópicos previstos na matriz curricular do componente empreendedorismo: (i) exemplos de modelos de negócios; e (ii) modelo de negócio do projeto empreendedor. Este pode ser utilizado com um recurso pedagógico que permite aos alunos visualizem um modelo de negócio através da ferramenta STP e através da representação no Lean Canvas, facilitando o planejamento de seus próprios projetos empreendedores, que serão apresentados na conclusão do curso.

- **Fontes de obtenção dos dados do caso:**

Os dados foram obtidos através de entrevista presencial e informal com a protagonista. As informações foram complementadas através de conversas com algumas clientes e da análise de



suas redes sociais, meio principal para a divulgação de seu serviço.

- **Relevância dos tópicos:**

O caso se torna relevante pois expõe conceitos de modelagem de negócios aplicados em um contexto-real, através da observação das etapas percorridas pela protagonista, que possibilita aos estudantes visualizem um modelo de negócio estratégico, e os desafios dos empreendedores para mobilizarem os recursos necessários para a construção de qualquer empreendimento.

- **Questões para discussão:**

Nesse momento pode ser retomado o novo desafio enfrentado pela protagonista do caso em questão:

√ **Como manter o sucesso, fidelização de seus antigos e captação de novos clientes diante de tantos novos concorrentes?**

√ **Como conquistar novos clientes?**

Os estudantes devem pensar em ações que reforcem a autoridade e a reputação da marca (nome da protagonista) , fazendo com que ela fique mais atrativa aos clientes.

“Posicionamento é a estratégia criada para influenciar como a marca será lembrada pelo público-alvo. Para Ries e Trout (1991), posicionamento é o espaço que a marca ocupa na mente do consumidor.”

RIES, A; TROUT, J. Posicionamento e a batalha pela sua mente. São Paulo. Pioneira, 1991.

√ **Como favorecer a retenção dos clientes?**

Os estudantes devem trabalhar o foco na fidelização e na criação de estratégias que estimulem os clientes a buscarem sempre o negócio e o recomendarem a outras pessoas.

√ **Como ampliar a venda do serviço?**

Os estudantes devem pensar em ações que aumentem a procura pelo serviço, como a oferta de combos (cílios + sobrancelhas, lábios + sobrancelhas etc.), descontos por indicação de amigas, cartão fidelidade e recomendações de produtos ou serviços de acordo com o perfil do cliente.

√ **O uso da tecnologia pode facilitar a implementação das estratégias discutidas ?**

Os alunos devem comentar sobre as ações que podem ser incluídas para que a marca aumente o seu alcance e se conecte a um número cada vez maior de pessoas. A questão das redes sociais para a viabilidade do negócio pode ser um ponto de partida para as discussões, entendendo que as estratégias de conteúdo digital, fazem com que as mídias sociais do negócio sejam um espaço para comunicação e compartilhamento de conteúdo.

“Vale ressaltar que, independentemente do tipo de negócio, é fundamental que sejam criadas estratégias de relacionamento com os clientes. Um ponto a favor dos negócios são as tecnologias disponíveis e que podem



facilitar a implementação dessas estratégias”. (CUNHA e MANCEBO, 2022, Cap. 3).

√ **Quais as atitudes que a protagonista deve ter em mente para manter o seu negócio forte no mercado?**

Podem surgir sugestões como :

Estar conectada com as novidades e tendências em técnicas e de materiais através da participação de eventos, congressos e workshops.

Investir em cursos de marketing e mídia digital para buscar maneiras criativas de divulgar seu negócio.

Criar parcerias com outros negócios locais de forte concentração feminina, em serviços como cabeleireiros, esmaltarias, academias, spas, clínicas de estética, como meios de oferecer descontos.

Manter o relacionamento e comunicação com o cliente no pós-venda, buscando saber sua opinião com o objetivo de oferecer um serviço de excelência e que atinja as expectativas dos clientes.

Interagir com os clientes nas redes sociais pode contribuir para fortalecer o relacionamento aproximando-a deles.

• **Comentários:**

Os alunos podem utilizar a ferramenta STP para discussão em sala de aula sobre a definição das ações pertinentes ao desafio enfrentado pela protagonista após o estabelecimento de seu negócio, que envolve o relacionamento com os clientes: “Com um conhecimento detalhado do público-alvo do negócio, o desafio de se pensar em estratégias de

relacionamento com os clientes fica mais estruturado. Nesse sentido, é importante compreender como é a relação do cliente com o negócio, e como também o negócio pode construir essa relação de forma estratégica”. (CUNHA e MANCEBO, 2022, Cap. 3).

REFERÊNCIAS

CAVALLO, C.; LUCK, E. H. O método de caso de ensino. In: **Design e ofícios artesanais na educação**. Niterói: Departamento de Empreendedorismo e Gestão, Universidade Federal Fluminense, 2022. (Coleção Empreendedorismo e Gestão para Professores do Ensino Médio, 9).

CUNHA, R. M.; MANCEBO, R. C. **Modelagem de negócio**. Niterói: Departamento de Empreendedorismo e Gestão, Universidade Federal Fluminense, 2022. (Coleção Empreendedorismo e Gestão para Professores do Ensino Médio, 5)

CUNHA, Robson; MARIANO, Sandra R. H.; MORAES, Joysi. **Componente Curricular Projeto de Intervenção e Empreendedorismo**: Trilhas Empreendedoras para o Ensino Médio em Tempo Integral / Niterói: Universidade Federal Fluminense, 2023

ROCHA, S. B.; CUNHA, R. M. **Elaboração de Produto Tecnológico Educacional**. Niterói: Departamento de Empreendedorismo e Gestão, Universidade Federal Fluminense, 2022. (Coleção Empreendedorismo e Gestão para Professores do Ensino Médio, 8)

SUAREZ, Maribel Carvalho; CASOTTI, Leticia Moreira; ALMEIDA, Victor Manoel Cunha de. Beleza natural: crescendo na base da pirâmide. **Revista de Administração Contemporânea**, v. 12, p. 555-574, 2008.