Valor ECONÔMICO

Imprimir ()

29/08/2017 - 05:00

Grupo Boticário aposta em cabelos coloridos

Por **Cynthia Malta**

O Grupo

Juliana Fava, da Quem Disse Berenice?: "transformação diária e reversível"

Boticário - quarta maior empresa do mercado de cosméticos no país, com receita líquida de R$ 3,6 bilhões no ano passado, segundo a revista "**Valor** 1000" - está ampliando o portfólio de produtos para cabelo. Sua bandeira Quem Disse Berenice?, que vende apenas itens de maquiagem em 220 lojas, lança hoje 18 produtos e no próximo ano, mais dez.

"A mulher brasileira é a maior consumidora per capita do mundo de produtos para cabelo. É um mercado importante e em expansão", afirma Juliana Fava, diretora de negócios da Quem Disse Berenice?.

Seguindo a estratégia de preço acessível, os novos produtos serão vendidos na faixa de R$ 29,90 a R$ 39,90. O preço médio do portfólio da Quem Disse Berenice é de R$ 30. O foco é a consumidora entre 25 e 40 anos.

Os novos produtos vêm sendo desenvolvidos há dois anos e estão divididos em dois tipos: para modelar cachos e controlar volume; e para colorir os cabelos.

Se considerado o portfólio completo da Quem Disse, de mais de 500 itens, esse lançamento parece tímido. Mas o que conta é a entrada em uma nova área para essa bandeira criada há cinco anos.

"Muitas mulheres têm medo de pintar os cabelos, de se arrepender. O produto vai permitir colorir e tirar a cor no mesmo dia", afirma a diretora.

Com um giz, a consumidora pode pintar os cabelos de vermelho, rosa, azul ou roxo; e com um xampu demaquilante, tirar a cor.

Este produto está sendo importado pelo grupo, que prefere não informar o local da fabricação. Os demais lançamentos estão sendo produzidos na fábrica do Boticário instalada no Paraná.

Também faz parte do pacote de lançamentos uma cera que pode ser aplicada com um pincel, para cobrir cabelos brancos. Este item ajuda a mulher a adiar a ida ao salão de beleza para aplicar a tinta.

O marketing está sendo feito na internet. Desde sábado fotos da modelo Yasmin Brunet estão circulando em redes sociais, mostrando a cabeleira loira e longa tingida de rosa. Hoje a modelo vai revelar que está usando o giz da Quem Disse Berenice?.

Em setembro, por cerca de 40 dias, a companhia também vai mostrar um vídeo, em redes sociais, sobre os produtos.

A novidade, diz Juliana, "é propor a transformação para o dia a dia, de forma reversível." O cabelo pode mudar de cor todos os dias, diz ela, que citou a apresentadora de TV Astrid Fontenelle como adepta de tons rosados nos cabelos.

A diretora informou que a bandeira está com 220 lojas e deve fechar o ano com 240, sendo de cerca de 70% em mãos de franqueados. A rede também está com cinco lojas em Portugal, que vai receber os lançamentos no início de 2018.

Perguntada sobre o impacto desses lançamentos nas vendas da Quem Disse, a diretora diz que é difícil prever, mas a expectativa é positiva.

Nos 12 meses terminados em março deste ano, as vendas de produtos para cabelos registravam aumento de vendas de 2,6% no país, segundo a consultoria Kantar Worldpanel. O setor de maquiagem, por sua vez, mostrava queda de 9,9%. A retração é puxada por batom e delineador.

O Grupo Boticário já vende produtos para limpar e tratar os cabelos em suas linhas feminina, masculina e infantil. Com o lançamento de amanhã, esse portfólio é ampliado. A companhia disputa esse setor com multinacionais como Unilever, L'Oréal e Avon e com a brasileira Natura. Segundo o "**Valor** 1000", à frente do Boticário no mercado de cosméticos estão Unilever, Natura e Avon, nessa ordem.

Além da Quem Disse, o grupo é dono de mais três bandeiras: The Beauty Box (que comercializa marcas do grupo e de terceiros), Eudora (com foco em vendas diretas) e O Boticário. O número total de lojas ultrapassa 4 mil, sendo a maior parte nas mãos de franqueados das bandeiras O Boticário e Quem Disse Berenice?.