

AUTOMÓVEIS - SOCIEDADE - LIFESTYLE

# CHIC

BY MARCONDES VIANA



Ano XII | 45 JUL, AGO E SET, 2018 | R\$ 15,00

**IVANILDO  
NUNES:**

transformando artesanato em obra prima

# O ENCANTO DO OLHAR

Uma das maiores redes de franquias do Brasil, o Grupo SD leva na essência o orgulho cearense de ser, além de inúmeras conquistas ao longo de cinco anos de operação.

Por Beatriz Melo

“OS OLHOS SÃO A JANELA DA ALMA E O ESPELHO DO MUNDO”. LEONARDO DA VINCI imortalizou a frase e estava certo ao dissertar sobre o órgão da visão. Abrindo o atalho para a comunicação, o olhar é capaz de mostrar de maneira única o íntimo do ser humano, ampliando o diálogo ou encurtando com o seu silêncio.

O olhar também abre caminho para a beleza, que para os brasileiros é de essencial cuidado. Dados da Euromonitor indicam que o Brasil é o quarto maior mercado do mundo em consumo de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos, movimentando o total de US\$ 32,1 bilhões. O país só perde para Estados Unidos, China e Japão. Os bons resultados do setor são portas de entrada para quem busca empreender, tanto em categorias já consolidadas, como em nichos que se destacaram nos últimos 12 meses, como as franquias de sobrancelha. Foi nesse contexto que começou a história do Grupo SD.

O sotaque paulista na conversa de Marcos Barriviera diz um pouco sobre a sua origem, mas não a sua história. Ele e a esposa, a também paulista Fernanda Barriviera, se uniram a outro casal de sócios, Alisson e Lica Ramalho, e fundaram uma das maiores franquias especializadas no serviço de embelezamento e tratamento para sobrancelhas. “O grupo nasceu da junção de dois sócios. Eu com minha expertise em negócios e ele um grande especialista em franquias. Fizemos um estudo antes, planejamos e começamos o negócio. Criamos um modelo inicialmente baseado em serviços”, diz Marcos Barriviera, CEO do Grupo SD.

A operação começou em 2013 com lojas em Fortaleza e Recife e, no mesmo ano, a expansão de franquias teve sequência em Brasília, Paraíba e São Paulo. Hoje são em torno de 480 unidades pelo mundo, divididas entre Brasil, Guatemala, Estados Unidos e Europa. “A maior parte do grupo hoje, da rede de franquias, está no Sudeste. Em nível de quantidade de lojas, somos muito maiores do que outros players”, explica Marcos.



O resultado dessa crescente expansão pode ser visto nas muitas vitórias que o Grupo carrega. Pelo quarto ano consecutivo, sua marca **Sobrancelhas Design** é agraciada com o prêmio de melhores franquias do país, concedida pela revista Pequena Empresas & Grandes Negócios. Outra premiação conquistada durante três anos consecutivos foi o de excelência em franchising, da Associação Brasileira de Franchising (ABF), além de figurar como a única franquia do Nordeste no top 50 das maiores do Brasil no ranking da mesma associação.

“Esses prêmios falam muito porque eles medem a qualidade e satisfação da rede. Estamos também sendo impulsionado pela Endeavor, associação americana que identifica empresas com alto potencial de crescimento e chamam pra fazer um programa chamado Scale Up, que é aceleração. Nós estamos participando desse programa, e isso mostra também um diferencial grande do Grupo”, celebra o CEO da **SD**.

Hoje são em torno de 480 unidades pelo mundo, divididas entre Brasil, Guatemala, Estados Unidos e Europa.

Visionário, o Grupo SD explorou mais ainda a arte da beleza e criou sua própria linha de maquiagem, a SD MAKE•UP. Inicialmente, a marca nasceu devido à necessidade que eles sentiram em ter produtos específicos que se encaixassem dentro do modelo de negócio, estimulando o crescimento do pelo e escondendo as falhas. “A SD MAKE•UP foi muito bem aceita e as clientes começaram a pedir mais, então a linha foi crescendo. Hoje a proposta dela é permitir que a mulher brasileira tenha acesso a uma maquiagem de alta qualidade por um preço justo”, explica Marcos. Ele destaca que a empresa despertou o mercado mundial de cosméticos para sobrancelhas. “Nenhuma dessas grandes marcas tinham produtos específicos para sobrancelhas.” Fernanda Barriviera, diretora técnica do Grupo SD, explica que nas lojas dos Estados Unidos foi um sucesso imediato, justamente devido à proposta de recuperação e tratamento dos fios.

Além disso, eles possuem insumos próprios para produtos exclusivos, como o gel tonalizante que é usado no serviço do design de sobrancelha. O casal de empresários explica que a proposta é a recuperação e restauração da sobrancelha, indo na contramão dos outros métodos invasivos. “Temos um laboratório que desenvolveu. Ele estimula o crescimento do pelo, trata e não prejudica, além de pigmentar”, finaliza Marcos. Para se posicionar como uma marca de referência, eles contam com a colaboração de Duda Molinos, um dos maiores maquiadores do Brasil. Além de embaixador da marca, ele ajuda na avaliação e qualidade dos produtos. “Também temos uma garota propaganda que faz toda a diferença, a Carolina Dieckmann. Ela posiciona a marca do jeito que queremos nos posicionar”, avalia.



As franquias atendem mais de três milhões de mulheres por ano, uma média de 700 atendimentos por loja/mês



A linha da SD MAKE•UP inclui produtos desde a área de sobrancelhas, rosto, olhos até boca, como corretivo, lip pencil e lip balm.

Um dos produtos da SD é o Wonder Brow, uma caneta com escovinha e gatilho giratório que deposita o produto que fixa, preenche e tonaliza, promovendo um efeito natural de sobrancelhas cheias. Sua fórmula leve cobre cada fio e o mantém no lugar por mais de 12h.





O Serum Plus Brow & Lash promove o crescimento, fortalecimento e hidratação dos fios de forma inteligente e eficaz através da liberação gradual dos ativos naturais.

Já o investimento no mercado internacional foi algo natural. Marcos explica que quando se está no processo de franquia, você é muito estimulado a sair do país. O franchising existe em todo o mundo e o Brasil, quando comparado a outros países, não possui uma grande quantidade. Um exemplo citado por ele é os Estados Unidos, que possuem um mercado muito grande e estabelecido de franquias. Tanto que o avanço para a internacionalização começou por lá, que é o mercado mais competitivo do mundo. “Você tem que pegar a forma de trabalho do americano, que é muito diferente da nossa. Tínhamos que pegar esse know-how”, explica Fernanda Barriviera, diretora técnica do Grupo. “Hoje recebemos, via site mesmo, pelo menos uns três ou quatro interessados em levar a operação para outros países. Não fomos para mais lugares por causa do mesmo processo de seleção e estruturação interna”.

Marcos e Fernanda querem expandir a franquia para toda a Europa, mas o foco ainda é o Brasil. “Só temos 25% do mercado. Ainda temos pelo menos o dobro para fazer”. A empresa também está inaugurando um canal de distribuição para a **SD MAKE-UP**. O quiosque do Shopping Iguatemi de Fortaleza é praticamente o primeiro modelo implantado que será posto no mercado. Outros 30 já foram comercializados.

O CEO do Grupo traz ainda dados interessantes sobre o mercado. “As pesquisas mostram que no Brasil apenas 15% das mulheres fazem design de sobrancelha, mas ainda assim somos o país que mais faz esse serviço. Pegando o Ceará e Recife, que são dois dos que mais fazem, subimos para cerca de 20 a 25%. Mas no mundo não chega a 5%. Significa que eu tenho 95% do mercado para explorar”. Inovação, planejamento, qualidade e sucesso. O que começou como um embrião de empreendedorismo na Terra da Luz e do Sol, hoje é sinônimo de orgulho para quem passa, olha e admira a história do **Grupo SD**. ■