

VOCÊ VIBE

BRAS

Nº 465
MAIO
R\$ 20,00

EDIÇÃO DE ANIVERSÁRIO

**CAMPEÃS
DE AUDIÊNCIA**

AS TRÊS TOPS MAIS
HOT DO MOMENTO
ENTRAM NA FESTA

STELLA
MAXWELL
POR
GIAMPAOLO
SGURA

O SHAKE QUE SALVA
PELE E CABELOS, A PÍLULA
ANTI-IDADE DA VEZ
E A AVOCADO MANIA

**REVOLUÇÃO
NA BEAUTÉ**



Arco do TRIUNFO

Em dezembro passado, assim que o avião pousou em Fernando de Noronha, me dirigi ao balcão onde se faz o cadastro do visitante, algo obrigatório na ilha. Enfileiradas, três moças recebiam os turistas da vez - uma loura de rosto arredondado e olhos grandes, uma morena de rosto comprido e olhos amendoados e uma negra de olhos pequenos e cabelos presos para trás. Demorei alguns segundos para entender o que não fazia sentido ali: as sobrancelhas das três, delineadas a lápis, com desenhos idênticos. Bom, se a moda das sobrancelhas perfeitamente delineadas chegou até Noronha, arquipélago a mais de 350 km da costa, onde a internet ainda é pífia e quase não se vê revistas de moda, é porque a coisa é séria.

Seríssima: só em 2016, o mercado de design de sobrancelhas movimentou mais de R\$ 250 milhões no Brasil. As maiores marcas de beleza do mundo também têm faturado alto com essa nova moda: sendo fã do visual mais natural ou do arco marcado ensinado em nove a cada dez tutoriais de maquiagem, de acordo com os maiores institutos de pesquisa internacionais você já deve ter comprado ou vai comprar, em breve, algum produto ou serviço específico para o desenho das sobrancelhas. Dos lápis delineadores à micropigmentação que dura até três anos, as ofertas são infinitas.

A americana Benefit, que tem mais de 1.400 lojas em 45 países, é líder de mercado nessa área. Desde 1976, vende linhas específicas para as sobrancelhas e, só em 2016, lançou 45 produtos voltados para elas. A marca também oferece às clientes o serviço de design de sobrancelhas em algumas de suas lojas próprias e na Sephora. Este ano, trouxe para o País a campanha Bold is Beautiful, que irá doar a renda de todo o mês de maio desse serviço para a Habitat para Humanidade Brasil, instituição que oferece melhores condições de moradia a famílias carentes. Por aqui, o Grupo Boticário, que detém as marcas Boticário, Quem Disse, Berenice?, Eudora e The Beauty Box, entendeu rápido o fenômeno. "Até 2013, eram lançados em média dez produtos de sobrancelhas por ano no Brasil. Hoje, a gente já fala de 40", diz Paulo Roseiro, diretor de pesquisa e desenvolvimento do grupo. "É um mercado muito recente. Algumas pesquisas dizem que

A sobrancelha virou negócio lucrativo, com franquias especializadas no assunto pipocando pelo País e uma enxurrada de produtos e serviços sendo lançados, de megahair a alisamento dos fios

nova demanda, pipocam pelo País franquias especializadas nelas. O Spa das Sobrancelhas, por exemplo, tem mais de 400 unidades espalhadas pelo Brasil, que fazem mais de 200 mil sobrancelhas por mês. Jane Muniz e Marko Porto, marido e mulher, cabeleireiros e maquiadores, começaram o negócio em um salão no Méier, Zona Norte do Rio. Cresceram, passaram a franquear a ideia e hoje faturam mais de R\$ 90 milhões por ano. Para deixar o negócio mais robusto, passaram a oferecer também serviços como coloração com hena, "desondulação" dos fios e até megahair de sobrancelhas. Por fim, lançaram sua própria linha de produtos, que já corresponde a 10% de seu faturamento total. Outra franquia do tipo, o Grupo Sobrancelhas Design, que nasceu em Fortaleza, já tem 400 unidades no Brasil, nos Estados Unidos e na Guatemala e projeta abrir mais 200 endereços nos próximos dois anos.

Segundo a Euromonitor, de 2015 a 2016, o mercado de roupas e calçados caiu 6,3% no País, enquanto o de beleza cresceu 4,8%, um aumento de US\$ 1,3 bilhão. Lá fora, a mulherada sempre gostou de um make pesado. Mas produtos como cílios

postiços e pó bronzeador eram raridade no rosto das brasileiras até pouco tempo. A coisa mudou com as redes sociais ocupando espaço e, basicamente, por dois motivos: começamos a ver fotos e mais fotos de nossas *celebs* preferidas, sempre maquiadas. Depois, com o surgimento das blogueiras e seus tutoriais de make - em sua maioria, um tanto exagerados, mas que chegam a ter alguns milhões de visualizações. Impactada, a consumidora final começou a postar também e, para sair bem na foto, dá-lhe massa corrida no rosto, contornos contrastantes e cílios que sobem até as sobrancelhas - perfeitamente tiradas, delineadas e aparadas, claro.

RAIO X

O mercado de design de sobrancelhas movimentou mais de R\$ 250 milhões no Brasil só em 2016.

Referência no assunto, a americana Benefit lançou no ano passado 45 produtos deste segmento.

O Spa das Sobrancelhas, surgido no Rio, tem hoje 400 unidades pelo País, que fazem mais de 200 mil sobrancelhas por mês.