



# O EMPRESÁRIO

janeiro/fevereiro | 2011 | 015

## PERSPECTIVA 2011

### Otimismo domina cenário



# Ciclo ganha destaque no mercado de beleza

## EM APENAS TRÊS ANOS, SÃO MAIS DE 3 MIL CLIENTES EM TODO O PAÍS

A história da Ciclo Cosméticos, de Palhoça, é um bom exemplo de que gestão e estratégia de negócios são essenciais para o sucesso de qualquer empreendimento. Criada em 2000 com foco na produção de deocolônias a granel negociadas no sistema self service - por meio das marcas Heródís e Orion -, sete anos depois enfrentou uma grande crise. A saída encontrada pelos antigos sócios foi a contratação de Luane Lohn para assumir a gestão, colocar as contas em dia e fechar a empresa.

vembro, já tínhamos alcançado 21%. Com isso, a previsão para 2011 passou de 15% para 25%", afirma ela. O índice é mais do que o dobro da média anual do setor, em torno de 10%.

O mix da Ciclo é composto por perfumes, deo colônias (líquidas e sólidas) hidratantes e body splash. São oito linhas, três perfumes e 50 contratipos de perfumes. Atualmente, Hérodís e Orion são apenas linhas de produtos da empresa, ainda com foco em comercialização a granel de deo colônias similares a importados. Elas dividem espaço com as outras linhas de cosméticos desenvolvidas após a ruptura de 2007 e que hoje são ainda mais conhecidas que as duas precursoras, como é o caso da linha Ciclo Fantasy, campeã em vendas desde seu lançamento, no final de 2008.

O maior volume de negócios está embasado em uma série de ações que estão sendo realizadas. "O investimento previsto é de 15% do faturamento, recursos que serão utilizados para uma forte campanha de mídia para fixar ainda mais a marca no mercado e facilitar a identificação do ponto de venda (PDV). Prevemos, ainda, a criação de, ao menos, mais duas linhas completas", anuncia Luane, que é formada em medicina ve-



terinária, Luane possui MBA em Gestão Empresarial.

A concorrência em um mercado que possui grandes marcas, inclusive internacionais, não assusta Luane. "Somos muito focados no atendimento e isso faz toda a diferença. Apoiamos muito os lojistas com campanhas, material de PDV e investimos muito na apresentação da linha". A Ciclo é comercializada em perfumarias, lojas de cosméticos, farmácias, salões de beleza, supermercados, lojas de confecções e variedades. ||

ONDE ENCONTRAR ||

[www.ciclocosmeticos.com.br](http://www.ciclocosmeticos.com.br)



Presidente da Ciclo Cosméticos, Luane Lohn.

Luane, com a expertise empreendedora da família, percebeu as possibilidades de expansão e assumiu a presidência da companhia. Em apenas três anos, a Ciclo conquistou mais de 3 mil clientes em todo o país e já está superando metas de receita. "Em 2010, nossa expectativa era um incremento de 15% nas vendas e, em no-