



POR LINK TO LEADERS EM 8 JANEIRO, 2018



Quatro décadas depois de ter criado o projeto empresarial a que deu o seu nome, Lúcia Piloto fala ao Link to Leaders dos maiores desafios que encontrou como empreendedora e como os conseguiu ultrapassar. E deixa ainda algumas dicas para quem está a pensar aventurar-se nos negócios.

## O que foi decisivo no lançamento da marca Lúcia Piloto Cabeleireiros?

Sempre disse que considero ser cabeleireiro a melhor profissão do mundo e, por isso, tinha a vontade de ajudar a embelezar todas as mulheres. Juntando esta ambição a alguma ousadia e persistência, decidimos lançar uma marca própria. E não posso deixar de referir que o meu marido foi a pessoa decisiva para a concretização do sonho de abrir o primeiro salão em 1977. Ele nunca teve medo de desafios e foi sempre o meu braço direito na gestão. Só assim foi possível focar-me na área criativa da profissão, tendo uns anos mais tarde a minha filha Patrícia assumido esta responsabilidade.

## Quais os maiores desafios que encontrou pelo caminho?

Foi um caminho longo que se fez degrau a degrau. Confesso que nem eu própria sabia até onde ia chegar. Mas acho que o maior desafio passa pela gestão das pessoas, por conseguir acompanhar as expectativas dos nossos clientes e por tentar elevar sempre a fasquia. Diria que o maior desafio que tive a nível profissional foi mesmo a decisão de abrir o primeiro espaço. Ao ver que estava a correr bem e a procura era tanta, dois anos depois estávamos a abrir o segundo cabeleireiro.

## Qual o balanço que faz destes 40 anos de existência?

Muito positivo e intenso. Foi um percurso cheio de emoções, de muito trabalho. Esta é uma profissão que exige muita actividade, que tem coisas muito boas e outras menos boas mas essas fazem-nos evoluir e melhorar. Sei que me vou repetir mas é importante dizer que são realmente 40 anos de paixão pela perfeição. De procura incessante pelo novo, pela inovação, pela modernidade, pela vontade de fazer sempre mais e melhor, com as melhores pessoas em prol de uma beleza e estilo distintas.

### **O que mudou deste 1977 quando abriram o primeiro espaço de cabeleireiro no Saldanha?**

Em termos da nossa marca, a expansão. Começámos no Saldanha, depois Avenida da Liberdade, Chiado e outras zonas de Lisboa. Já tivemos também lojas no norte e na ilha da Madeira. Actualmente, para além de loja online, temos seis cabeleireiros, um spa e academia em zonas chave da cidade de Lisboa, Almada e Cascais. São grandes mudanças face ao início mas não mudámos a essência nem a vontade de crescer.

No panorama da beleza, a mulher mudou muito de há 40 anos para cá. Os anos 70 foram cheios de glamour porque as mulheres tinham cabelos muito bonitos e elaborados: com ondas, apanhados muito perfeitos. Foram uns anos fantásticos. Ao longo das décadas tem havido várias mudanças, cada uma com a sua beleza. Hoje em dia todas as pessoas tratam do seu cabelo com bons produtos e isso faz toda a diferença. Quem quer ter um bom cabelo, vai assiduamente ao cabeleireiro fazer a coloração, um bom corte e tratamentos mais específicos para ter um cabelo saudável, mas em casa precisa de continuar a tratar do cabelo.

### **Havendo tanta oferta na área da beleza e estética, o que foi preponderante para tornar a marca numa imagem de sucesso?**

A qualidade e dedicação que damos a cada cliente para que saia feliz e a nossa essência. Temos um conceito de serviço personalizado, de cuidados de beleza diferenciadores, de alta qualidade, dirigido a todos os públicos e a todas as idades. Temos clientes que nos acompanham desde o primeiro espaço no Saldanha. E até antes, quando eu trabalhava num outro salão.

Sempre tivemos uma linha condutora. Ao longo dos anos apostámos sempre em formação intensiva das equipas e na inovação das marcas, em busca de mais *know how* e na criação de tendências.

No que respeita à concorrência, encaro com naturalidade e positivismo. Ter concorrentes faz-nos continuar a inovar e a procurar novas formas de satisfazer as necessidades do consumidor.

### **Em 2007, o Grupo alargou o conceito da sua actividade principal, os cabeleireiros, e diversificou o negócio ao lançar o primeiro *spa*. Por que é que apostaram nesta área da beleza e bem-estar?**

A beleza está impreterivelmente ligada ao bem-estar. Ao bem-estar geral do corpo e não só de uma parte. O *spa* é complemento ao nosso serviço de cabeleireiro. Já tínhamos serviços de estética e por isso já tínhamos essa oferta. Tivemos oportunidade de abrir um espaço maior, no hotel Grand VIP Lisboa, com um conceito mais holístico e fez-nos sentido, desde logo, alargar a área de estética ao relaxamento e ao bem-estar geral.

Cada vez mais as pessoas preocupam-se com o seu corpo e procuram espaços onde possam relaxar e desligar da azáfama diária. No espaço da Avenida 5 de Outubro as pessoas podem sair bonitas dos pés à cabeça, literalmente.

### **Mais tarde lançaram a Academia. Qual a maior lacuna que existe ao nível da formação dos cabeleireiros em Portugal?**

Nesta profissão temos de estar sempre actualizados. A necessidade de ter profissionais qualificados e a dificuldade no recrutamento de competências nesta área de actividade foi gerando uma necessidade crescente de dar formação.

Para além do reforço da formação interna, para que o nosso negócio de cabeleireiros possa crescer, a vontade de ensinar e a disponibilidade para transmitir todo este conhecimento a outros profissionais externos ao Grupo Lúcia Piloto, foram os principais motivos que levaram à criação da nossa Academia de formação profissional, alargando, assim, o negócio a outras áreas.

### **Há ainda a ideia de que os cabeleireiros procuram formação no estrangeiro... Este cenário mantém-se?**

Sim, é verdade, mas acredito que cada vez mais se começa a dar valor ao que se faz em Portugal. Nós estamos ao nível dos melhores, só temos de acreditar mais nisso e deixar de pensar que só o que se faz lá fora tem valor. Creio que essa cultura também se deve ao facto de internacionalmente a formação profissional ter arrancado mais cedo e, por isso, já tem mais anos de avanço. Mas hoje em dia já não justifica fazer formação no estrangeiro porque já existe oferta de qualidade e a inspiração está cada vez mais ao alcance de todos com a digitalização das tendências.

### **A internacionalização nunca fez parte dos planos da marca?**

A expansão além de Portugal fez e faz parte dos planos mas não é fácil transpor um conceito como o nosso, com o nível de qualidade que exigimos, para outro mercado. Agora, com a abertura da Academia, fica mais fácil conseguirmos formar equipas com os nossos critérios de qualidade e, por isso, alargar o nosso alcance. Quem sabe um dia conseguimos cumprir esse desejo.

### **Considera que a Lúcia Piloto tornou a profissão de cabeleireiro mais prestigiante em Portugal?**

Se dissesse que não considero, estaria a mentir. Fui ouvindo esse elogio ao longo dos anos e a verdade é que em 2004 recebi o Prémio Carreira pela Associação Portuguesa de Barbeiros e Cabeleireiros de Portugal e dois anos depois tive a condecoração de Comendadora da Ordem de Mérito em 2006 pelo Presidente da República da altura, Dr. Jorge Sampaio.

É muito gratificante olharmos para trás, sabermos que contribuímos para o desenvolvimento desta profissão (afirmo também o profissionalismo de quem nela trabalha) e que ajudámos à emancipação da mulher na beleza e na moda nacionais.

### **É fácil ser-se empreendedor em Portugal?**

Acho que sim. Há muita informação disponível, acesso a ferramentas e apoios que ajudam a criar um negócio próprio com relativa facilidade. O mais difícil é ter coragem, ser persistente e criar diferenciação para não ser apenas mais um.

### **Se pudesse, o que teria feito de diferente na sua carreira?**

Acho que nada. Fiz e continuo a fazer o que gosto que é cuidar do cabelo e da beleza das pessoas.

### **Que conselhos dá a quem quer lançar uma marca em Portugal?**

Tem que saber antes de mais qual é a sua ambição, onde quer chegar, procurar sempre informar-se e especializar-se o mais possível em cada área, através de formação profissional. E depois perceber e aceitar que tem de trabalhar muito.

### **Como vê a marca Lúcia Piloto daqui a cinco anos?**

Acredito que iremos desenvolver novos conceitos. Com mais espaços abertos e quem sabe uma marca própria de produtos para cabelo.

### **Respostas rápidas:**

**O maior risco:** pensar que já fizemos tudo.

**O maior erro:** parar de aprender. Estamos sempre em mudança e temos de evoluir.

**A melhor ideia:** ter aberto o meu primeiro espaço em nome próprio.

**A maior lição:** gerir pessoas.

**A maior conquista:** ter comemorado 40 anos de marca Lúcia Piloto Cabeleireiros.

<http://linktoleaders.com/lucia-piloto-entrevista/>