

Mercado da beleza começa aquecer

Perfumarias e cosméticos dão sinais de reabilitação com incremento de 3% nas vendas

YURI ABREU
REPÓRTER

Cada vez mais, a vaidade entre mulheres e homens tem sido levada em conta pelos gêneros quando o assunto é beleza e bem estar pessoal. Apesar da crise política e econômica do país, o setor de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (HPPC) já vem mostrando sinais de reabilitação, com um aumento de 3% nas vendas entre os anos de 2015 e 2016 (-9% contra -6%, respectivamente).

A preocupação dos usuários nacionais é tanta que, de acordo com um levantamento internacional, o Brasil é o quarto maior mercado consumidor de produtos HPPC do mundo, atrás apenas dos Estados Unidos, China e Japão. Só em 2016, o consumo foi de quase R\$ 30 bi, equivalente a 6,6% do mercado mundial.

Dentre os destaques, estão para o segundo lugar em consumo de produtos como desodorantes, perfumes, proteção solar e os produtos masculinos. Já em relação a América Latina, o consumo do país corresponde a quase 50% do total da região.

Nesse segmento, quem também tem se destacado é a Bahia, segundo o Sindicato das Indústrias de Cosméticos e Perfumaria do Estado da Bahia (Sindcosmetic-BA). Atualmente, o estado é o principal mercado consumidor na Região Nordeste.

"Mesmo ainda próxima do 20º lugar em renda per capita no país, a Bahia, mesmo assim, é um merca-

do muito promissor. O Nordeste em geral é um dos campeões em consumo de perfumarias", pontuou Gecê Macedo de Oliveira, primeiro vice-presidente do Sindicato.

Ele afirmou que, apesar da crise, o setor foi um dos que conseguiu se manter firme quando o assunto são as vendas. No geral, o segmento representa cerca de 2% do Produto Interno Bruto (PIB) do estado, segundo estimativas.

"Na verdade, este ano tem sido muito parecido com o anterior, não muito bom no início melhorando um pouco no final. Estamos confiantes numa melhora neste final de ano e assim fechar um ano melhor do que 2016", avaliou Oliveira, salientando que a atual mudança de realidade também tem atraído muitos empresários para o setor e isso tem aumentado a concorrência.

De acordo com o dirigente, as mulheres ainda ocupam um grande espaço quando o assunto são a compra de cosméticos. "Elas são o principal motor do crescimento do setor, adquirindo principalmente muitos cremes para a modelagem dos cabelos, estilizadores. Os definidores de cachos, por exemplo, estão muito nas tendências atuais".

Mas, por outro lado, ele tem percebido um interesse maior do público masculino no ramo do HPPC. "É uma tendência vista nas últimas feiras de cosméticos acontecidas em São Paulo. Tanto na Hair Brazil como na Beautyfair. A volta das barbearias e produtos cosméticos multifuncionais voltados para os cuidados do corpo, cabelos e barba.

Foto: Romildo de Jesus



SEGMENTO
Desodorantes, perfumes e produtos masculinos são destaques

Os homens são geralmente muito práticos. Procuram produtos multifuncionais, num só produto possa lavar o corpo, o cabelo e a barba. Há também demandas para fixadores de cabelos, bem como tonalizantes, e cuidados da barba. De resto, os mais procurados, desodorante, creme de barbear e perfumaria", explicou Oliveira.

Diante destas tendências e perspectivas, o primeiro vice-presidente do Sindcosmetic-BA falou sobre as expectativas para o final deste ano e de 2018, além de apontar quais são as novidades em termos de pro-

duto.

"As expectativas para este final de ano são boas em detrimento de um ano difícil. A expectativa é uma melhora substantiva em 2018 com a retomada dos níveis positivos da economia. Quanto às novidades para homens, são os produtos voltados para atender as necessidades das barbearias que prometem voltar ao mercado, sendo uma tendência observada no Sudeste. Para as mulheres baianas, sem dúvida, produtos que atendam as demandas das cacheadas estão muito na tendência atual", apontou.

Empresa aposta em mudanças

De olho nas mudanças de hábitos dos consumidores e de suas próprias consultoras, a Natura está revitalizando seu modelo de venda direta, agora chamado de venda por relações. Com a nova estrutura, as Consultoras de Beleza Natura passam a contar com um plano de crescimento que passa por cinco estágios, de Semente a Diamante, com potencial de rendimento de até R\$ 5 mil mensais. A estratégia também procura enfatizar o empreendedorismo da rede de mais de 1,3 milhão de consultoras no Brasil, uma característica que tem se destacado em meio à crise

econômica.

Por isso, a Natura criou o papel da Líder de Negócios, consultoras que administram grupos em suas regiões e podem alcançar até R\$ 15 mil de renda mensal, com dedicação completa à atividade. Outro pilar do plano é a digitalização do negócio, com aplicativos que oferecem de treinamentos online a promoções exclusivas, além da possibilidade de fazer pedidos e até mesmo venda online para clientes. O objetivo é aumentar as possibilidades de ganhos e fortalecer a relação da Natura com sua rede de consultoras.

TURISMO

Salvador Destination vai apresentar balanço de atuação

A Salvador Destination reúne nesta quarta-feira, 11, autoridades, empresários do trade turístico, associados e jornalistas para comemorar o Dia Mundial do Turismo. Durante o encontro, que acontece no Sheraton da Bahia Hotel, às 19 horas, a entidade criada para promover e divulgar a capital baiana no segmento de eventos vai apresentar um balanço dos seus três anos e meio de atuação, além das perspectivas para 2018.

Desde que foi lançada oficialmente, em novembro de 2014, a Salvador Destination, em parceria com seus 51 associados e a Secretaria Municipal de Cultura e Turismo (Secult), tem trabalhado para recolocar Salvador no mercado turístico nacional e internacional. Mesmo sem contar com um centro de convenções capaz de abrigar eventos de grande porte, a Salvador Destination confirmou a realização de 68 eventos na cidade, o que representou a vinda de mais de 44 mil turistas e um incremento na economia superior a R\$ 128 milhões.

Durante o evento, o Conselho Baiano de Turismo (CBTur) vai prestar uma homenagem a personalidades que trabalharam em prol do turismo baiano e nacional. Dentre os homenageados estão Carlos Casaes (Abrajat), José Baracho (Abav), Guilherme Gomes (Sindicato de Hotéis, Bares e Restaurantes), Ernani Pettinati e Marcelo Kock (estes dois últimos in memoriam).

DESTINO

A proposta do Salvador Destination é divulgar a capital baiana



DENIS PODALYDÈS ABDOULAYE DIALLO

O MELHOR PROFESSOR DA MINHA VIDA

UM FILME DE OLIVIER AYACHE-VIDAL

em cartaz nos cinemas

12 Não recomendado para menores de 12 anos