

Cosméticos: meta é crescer e consolidar

O segmento cresceu 20% nos últimos cinco anos, mas carga tributária e importação de insumos atrapalham desempenho

● MÔNICA MELLO ■

Os produtos de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos eram considerados supérfluos e estavam, por isso mesmo, sempre entre os últimos itens na lista de compras. O consumo desses produtos passou a ser uma questão de saúde, crescendo em escala vertiginosa, nos últimos anos. Em 2006, as vendas mundiais do segmento foram superiores a US\$ 256 bilhões. No Brasil, terceiro no ranking mundial de consumo, o segmento experimentou um crescimento médio deflacionado de 11,5% nos últimos cinco anos, tendo faturado R\$ 17 bilhões em 2006, conforme

dados fornecidos pela ABIHPEC (Associação Brasileira da Indústria de Produtos de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos).

Na Bahia, a indústria cosmética é relativamente nova, mas também cresceu e coleciona algumas boas notícias. Em cinco anos, o crescimento médio foi de 20%. Não há estatísticas oficiais disponíveis, mas o Sindicato da Indústria de Cosméticos e Perfumaria do Estado da Bahia (Sindcosmetic) aponta a existência de aproximadamente 100 empresas, micro e pequenas em sua maioria, das quais 38 são filiadas. A “especialidade” da indústria cosmética baiana são os produtos capilares – 90% das empresas estão neste ramo –, mas há fábricas de esmalte e de outros produtos.

Outra boa notícia é a regularização crescente das empresas junto aos órgãos competentes, como Vigilância Sanitária e Ministério da Saúde. O segmento já oferece 2 mil empregos diretos e outros 20 mil indiretos. “A indústria cosmética na Bahia tem grande potencial”, afirma o empresário Carlos Barduke, proprietário da Sensuel Indústria de Cosméticos, cujo portfólio inclui o esmalte Sensual, com cores especiais para as baianas, além de reparador de pontas, óleos corporais e capilares.

O presidente do Sindcosmetic, Raul Menezes, também ressalta o potencial do segmento no estado, o primeiro em consumo no Nordeste. “A Bahia é um grande consumidor de cosméticos, mas produz menos de 10% do que consome”, afirma. Segundo o consultor Expedito Oliveira Cardoso, contratado pela ABIHPEC, o segmento de cosméticos

PRODUTOS capilares são grande parte da produção baiana

ARTUR IKISHIMA





ARTUR IKISHIMA

MENEZES: lei ameaça sobrevivência das empresas

é o que mais cresce no estado de forma organizada. Ele destaca que a indústria local acompanhou o crescimento nacional e vem se destacando no desenvolvimento de produtos étnicos. “O umidificador de cabelos nasceu da idéia de um cabeleireiro baiano e já está sendo vendido em todo o país”, comenta.

DIFICULDADES – Mas nem tudo são flores. Apesar das perspectivas positivas e a profissionalização crescente, principalmente a partir da regularização das indústrias, os empresários também apontam entraves a um melhor desempenho. O principal deles é o artigo 17 da Lei Geral da Micro e Pequena Empresa, que entra em vigor no dia 1º de julho deste ano. O artigo exclui do Simples Nacional a micro e pequena empresa que exerça atividade de produção ou venda no atacado de bebidas alcóolicas, cigarros, armas, bem como de outros produtos tributados pelo IPI com alíquota superior a 20% ou com alíquota específica. A tributação dos produtos cosméticos varia de 7% a 42%, entrando, portanto, “como outros produtos tributados”.

“Esse artigo complica as micro e pequenas empresas de cosméticos. Se não houver uma revisão, muitas vão fechar as portas”, afirma Raul Menezes. Para Carlos Barduke, a lei conseguirá acabar com a competitividade das empresas. “Conseguimos melhorar nossos produtos e agora vem o governo federal com essa lei. Não vamos aceitar uma carga tributária que pode chegar a até 50%”, diz ele. Menezes e Barduke integram um grupo de empresários dispostos a ir a Brasília reivindicar na Secretaria da Receita Federal a revisão do artigo 17.



Importar embalagem e matéria-prima dos estados do Sudeste é outro entrave ao desenvolvimento do segmento. Resultado: custo mais alto de produção que se reflete no preço final do produto. A carga tributária elevada também dificulta a vida dos empresários da indústria cosmética. Um simples sabonete, por exemplo, tem embutido no seu preço 51% de impostos. A qualificação da mão-de-obra também é uma demanda urgente, pois são raros os profissionais especializados no mercado.

Mesmo com as dificuldades, os empresários não perdem a esperança. Destacam a criatividade natural do baiano como um elemento positivo e impulsionador do desenvolvimento de novos produtos e sonham com uma indústria forte. “Queremos condições para continuar crescendo e consolidar o segmento cosmético”, conclui Raul Menezes. ■■

O ESMALTE Sensual, que oferece cores vivas, bem ao gosto das baianas