

# Cosméticos: vendas crescem cerca de 13%

De acordo com pesquisa do IBGE, durante o ano, o brasileiro tem gastado mais com beleza do que com alimentação

Nara Barreto

Sabe aquela história que beleza não se põe na mesa? Pois bem. Para os brasileiros essa sabedoria popular não combina muito. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o brasileiro gasta mais com beleza do que com comida, o que representa a importância de está bem para a maior parte das pessoas. De acordo com o Instituto, as vendas de cosméticos cresceram aproximadamente 13% ao ano.

Segundo o levantamento, dos R\$ 43,4 bilhões que os brasileiros gastaram comprando produtos de higiene, beleza e cuidados pessoais em 2011, R\$ 19,8 bilhões foram desembolsados pela classe C.

A preocupação das pessoas com a aparência aumenta a cada dia e os gastos desses " vaidosos consumidores " vêm movimentando a economia deste setor principalmente nos países em desenvolvimento. De acordo com a consultoria Euromonitor International, Brasil e China serão os principais responsáveis pelo crescimento das vendas de produtos de beleza entre 2011 e 2016. Estima-se que, ao longo desse período, o Brasil adicione cerca de US\$ 7,35 bilhões para a indústria global de beleza e cuidados pessoais.

De acordo com estimativas do Instituto Data Popular, os gastos dos brasileiros e, especialmente das brasileiras, com



■ Para muitos, o hábito de cuidar da beleza vai além da vaidade e tornou-se indispensável

produtos de higiene pessoal e beleza (cabeleireiros, manicures e esteticistas) serão de R\$ 59,3 bilhões este ano. Em 2003, o valor era R\$ 26,5 bilhões, um crescimento médio de 8,4% ao ano.

No Brasil, este segmento vem sendo particularmente estimulado pelos recentes aumentos de renda da população, sobretudo pertencente à chamada "nova classe média", que costuma gastar parte desses ganhos em produtos e serviços de beleza. Estima-se que quase a metade dos gastos (47,4%) seja feita pela classe C e que a classe A seja responsável por 34,2% do consumo. Além do aumento de renda, o aumento com esse tipo de

gasto é atribuído à maior participação feminina no mercado de trabalho, que fez as consumidoras se preocuparem mais com aparência, especialmente no que se refere àquelas pertencentes às classes média e baixa.

O aquecimento deste segmento de mercado também tem se refletido no emprego. Utilizando dados do Ministério do Trabalho relativos a cinco atividades ligadas à fabricação, comercialização e distribuição de cosméticos e de serviços de cuidado com a beleza, o Núcleo de Análises Econômicas do IFS (NAEC/IFS) estimou que, em 2012, aproximadamente 18% dos empregos formais

do país proveniente desses segmentos estavam no Nordeste. Ao todo, estima-se que esses segmentos empreguem cerca de 2.700 pessoas no estado de Sergipe e quase 294.000 no Brasil.

## • Brasileiro gasta mais porque paga mais

Mas não é só pela importância grande que dá aos cosméticos, produtos e serviços de beleza que o brasileiro gasta mais dinheiro. A carga tributária sobre os produtos cosméticos é de 50% sobre seu preço final de venda. Para perfumes, a carga tributária é em torno de 75%, mas não, não estamos falando sobre produ-

“

Faço a unha toda semana e depilação a cada duas semanas”

Verlane Estácio |  
Jornalista

tos importados, essa é a tributação em cima de produtos. Dados da Associação Nacional do Comércio de Artigos de Higiene Pessoal e Beleza (Anabel) constataram que a quantidade de novos salões de beleza cresceram 78% em cinco anos.

## • Frequentadores de salão

Para muitos, o hábito de cuidar da beleza vai além da vaidade e tornou-se indispensável, tomado como uma exigência do mercado de trabalho, inclusive no universo masculino. A jornalista Verlane Estácio é assídua frequentadora de salões de beleza. Cabelo, unha e depilação estão entre os serviços rotineiros da jovem. “Eu faço a unha e escova toda semana, depilação a cada duas semanas, cauterização uma vez por mês, selagem a cada dois ou três meses”, contou a jornalista. Em números, isso representa em média R\$ 300. “É um investimento que vale a pena. Garante o nosso bem-

estar”, declarou.

Mas engana-se quem pensa que os gastos com salão de beleza estão presentes apenas na vida das mulheres. Os homens estão cada vez mais vaidosos e passaram a frequentar os salões de beleza. Muitos centros de beleza, por sinal, dedicam uma parte exclusiva para atender o público masculino. O produtor de eventos Ricardo Douglas, por exemplo, é um exemplo do homem moderno, que frequenta salões de beleza e se preocupa com a aparência. “Eu trabalho com eventos, então preciso sempre está bem apresentado para visitar os nossos parceiros e patrocinadores, além de recepcionar os artistas”, disse.

Ricardo contou que começou a frequentar o centro de beleza há cinco anos. Entre os serviços que ele faz estão barba, cabelo e os serviços de manicure. “Eu tenho um problema alérgico, é todo um processo para fazer a barba. A dependência fico todo empolado e no salão o profissional tem todos os cuidados”, declarou. Além disso, o produtor de eventos contou que tem fidelidade ao salão e ao profissional. “Meu cabelo não é todo mundo que corta”, afirmou.

Ainda ao centro de beleza pelo menos duas vezes por mês tem um custo no bolso do produtor de eventos. Mas, segundo ele, o resultado final compensa. “O gasto médio é de R\$300 a R\$ 400, mas eu preciso sempre está bem apresentado e o esforço vale a pena”, finalizou.