

Setor de beleza quer mostrar a cara lá fora

SERGIO ZACCHI/VALOR - 15/5/2007

A Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (Abihpec) vai focar suas atenções no mercado externo em 2010. No ano passado, enquanto os dados gerais do setor mostraram crescimento de 14,75% das vendas, que bateram na casa dos R\$ 24 bilhões, as receitas com exportações caíram 9,3%, somando US\$ 587 milhões. O dólar baixo e a crise são apontados como os principais motivos desse resultado desfavorável. “Os países consumidores sofreram com a falta de crédito, que afetou o mundo como um todo”, diz João Carlos Basílio da Silva, presidente da Abihpec e dono da fabricante de sabonetes e colônias Rastro. Segundo ele, a estratégia para ganhar mercados lá fora já está traçada. No dia 2 de março, a Abihpec assina o novo programa de estímulo às exportações do setor com a Apex, batizado de Beautycare Brazil. A iniciativa vai contar com a participação das 40 principais exportadoras brasileiras de produtos de beleza e mais um grupo de sete aspirantes aos mercados estrangeiros.

A ideia da Abihpec, além de promover o contato direto dos fabricantes nacionais com os exportadores, é chegar mais perto dos consumidores finais dos locais com os quais pretende fazer negócios. Entre as iniciativas, estão programados eventos nos pontos de venda, como limpeza de pele e aulas de maquiagem. A Abihpec vai concentrar esforços em seis países que, na sua avaliação, apresentem boas perspectivas de aumento das vendas. São eles: Pe-



BASÍLIO DA SILVA - Contato direto com o consumidor no exterior

ru, Colômbia, Portugal, Angola, Moçambique e Arábia Saudita. O Brasil já exporta para 128 países. Há 10 anos, quando a Abihpec assinou o primeiro programa de cooperação com a Apex, eram apenas 76.

O esforço para melhorar o desempenho no front externo coincide com um momento es-

pecialmente favorável para os fabricantes nacionais no mercado interno. No ano passado, o setor completou um ciclo de 14 anos com taxas médias de crescimento acima dos dois dígitos. “Devemos manter esse ritmo de crescimento nos próximos cinco anos”, afirma Basílio da Silva.