

www.duxi.com.br



COMUNICAÇÃO
E PROJETOS

duxix@duxix.com.br

Veículo: Diário de Pernambuco

Editoria: Empreendedorismo & Negócios

Cliente: VPO Perfumaria

Data: 08 / 10 / 2006



MERCADO DA BELEZA

O brasileiro gosta de se perfumar, usar cremes pós-banho, descobrir novos produtos para o cabelo, para a pele. Não é à toa que o país é o quarto maior consumidor do mundo nessa área, segundo a Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos. Essa preocupação com a beleza vem gerando um crescimento médio do mercado em torno de 20% ao ano. Fabricantes locais também apostam nesse ramo e estão obtendo resultados positivos. Empreendedorismo pag 2 e 3

2005, e a Medalha do Mérito Industrial, concedida pela Fiepe no ano passado.

Rua do Bom Jesus, 183, Sala 301 Recife Antigo - CEP 50030-170 - Recife - PE
Fone/Fax.: 81 3424.2598 e 3224.5185

Produtos para a auto-estima

O Brasil está à frente de países como os EUA e França no consumo de cosméticos

Karla Veloso
Da equipe do Diário

Perfume, hidratante para o corpo e para o cabelo, protetor solar, shampoo, removedor de esmalte.....A lista de produtos de beleza disponíveis no mercado é uma mostra do valor que o brasileiro dá a aparência pessoal. O país é o quarto consumidor no ranking mundial. Está à frente, por exemplo, dos Estados Unidos, Japão e, pasmem, da França, o berço dos perfumistas. Toda essa preocupação com o bem-estar físico vem rendendo bons frutos aos fabricantes. O mercado da beleza vem crescendo em ritmo de 20% ao ano, segundo dados da Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (Abihpec).

Para a empresária Jaqueline Freire, do Instituto Farmacêutico (Infa), o setor de cosméticos cria oportunidades de crescimento para todos. "Basta a empresa ser inovadora", avalia. Aberto em 1964, o Infa produzia apenas medicamentos. Em 1974, a família Freire resolveu partir para o ramo de cosméticos.

Entre as inovações, o removedor de esmalte (o Infa foi a primeira empresa nacional a lançar o produto e hoje produz 2,5 milhões de litros/ano) e o aromatizante bucal para diabéticos. "Temos fabricação própria e para terceiros", explica. A partir deste mês, o Infa, que hoje distribui produtos no Nordeste, Manaus e Brasília, vai exportar para Portugal.



CAROLINA SULTANUM, DA FABRICANTE PERNAMBUCANA DE COLÔNIAS VPO, HÁ 13 ANOS ATUA NO MERCADO



A EMPRESÁRIA JAQUELINE FREIRE IRÁ EXPORTAR PARA PORTUGAL

Na VPO, fabricante pernambucana de colônias, óleos corporais e sabonetes líquidos, as essências são a "alma do negócio". Há 13 anos no mercado, a empresa firmou, desde 2004, uma parceria com o laboratório de fragrâncias francês Technicoflor. Além de ser distribuidora nacional das essências, a VPO as manipula e desenvolve colônias para outras empresas.

"Esse mercado exige conhecimento do que está sendo lançado no mundo", afirma a diretora administrativa da VPO, Carolina Sultanum. A fabricação mensal chega a 25 mil colônias por mês. Os produtos são distribuídos no Nordeste. A analista do Sebrae/PE Cláudia Cardoso acompanha o mercado de cosmético no estado. Segundo ela, as empresas estão mais profissionais que há 10 anos. "Hoje elas têm a preocupação com a qualidade, funcionam dentro das normas da Anvisa e capacitam seus funcionários", atesta.

Negócios em família



MARCELLE SULTANUM COMANDA A EMPRESA RISHON COSMÉTICOS

Em 1985, o empresário Jacques Sultanum, na época com 35 anos, investiu todas as suas economias em uma empresa de produtos de beleza e abriu a Rishon Cosméticos, no bairro de Afogados, no Recife. Estava começando a trajetória de uma empresa familiar que tem como foco produzir produtos que melhoram a aparência e a auto-estima das pessoas. Hoje, a Rishon tem 50 funcionários e produz 20 toneladas por mês, entre shampoos, condicionadores, creme para pentear, máscara para hidratação e removedor de esmalte.

"Nosso diferencial está na qualidade, na eficácia de nossos produtos", diz a diretora da empresa, Marcelle Luigi Sultanum, filha do fundador da fábrica. À frente da Rishon há 10 anos, a empresária passou por todos os departamentos até assumir a direção.

Ela acha que o mercado da beleza é competitivo e requer inovação dos fabricantes. "Temos que estar atentos às necessidades dos consumidores", orienta. A participação em feiras de cosméticos, por exemplo, é um investimento necessário para quem atua no ramo, na sua opinião.

Os carros-chefes da Rishon são o removedor de esmalte e a hidratação tutanato. Segundo a empresária, a distribuição dos itens de beleza é feita por 20 representantes comerciais cadastrados à fábrica. Os produtos são vendidos em todo Norte/Nordeste. A meta, adianta Marcelle, é conquistar novos mercados. "Estamos trabalhando para chegar a outras regiões e quem sabe exportar", espera.