

Série Estudos de Mercado

Nº 2 - Cosméticos (Produtos Capilares)

SETEMBRO
2021



Setor de Promoção Comercial da Embaixada do Brasil em Lisboa

Sumário

| | |
|--|----|
| Introdução | 3 |
| Dinâmica do Mercado Português – Consumo..... | 3 |
| Dinâmica do Mercado Português – Produção e Exportação..... | 5 |
| Exportações Brasileiras de Produtos Capilares | 7 |
| Importações Portuguesas de Produtos Capilares..... | 10 |
| Canais de distribuição..... | 11 |
| Acesso ao Mercado – Tarifas e Medidas Não Tarifárias..... | 14 |
| Conclusão | 19 |
| Fontes:..... | 20 |

Introdução

A segunda publicação da série Estudos de Mercado realizada pelo Setor de Promoção Comercial (SECOM) da Embaixada do Brasil em Lisboa é dedicada à indústria de cosméticos, com foco nos produtos para cabelo. Busca-se analisar o enquadramento deste setor no contexto português, através de dados e estatísticas sobre consumo, produção e comércio exterior, a fim de assinalar eventuais potencialidades para o incremento das exportações brasileiras para este mercado. Exploram-se, ainda, os principais canais de distribuição destes produtos em Portugal, além das condições de acesso ao mercado, como as normas técnicas e regulatórias, impostos e medidas não tarifárias a serem consideradas pelo exportador brasileiro.

A Indústria cosmética é um amplo setor de atividade e pode ser dividida em três segmentos principais, compreendidos, sobretudo, nos capítulos 33 e 34 da Nomenclatura Comum do Mercosul (NCM)¹. A escolha, dentre a gama de cosméticos, dos produtos capilares (NCM 3305) como objeto principal deste estudo foi realizada com base nas estatísticas de comércio exterior recolhidas, bem como na diversidade da oferta exportável deste produto no Brasil e na análise do potencial do mercado português.

Realizou-se também a avaliação do Índice de Orientação Regional (IOR)² das exportações brasileiras de produtos capilares para Portugal entre 2017 e 2020. O IOR sofreu algumas variações no período, entretanto, registrou um índice maior que a unidade em todos os anos considerados, chegando a 6,12 em 2020, o que indica uma tendência de orientação das exportações de produtos capilares para o mercado português. Os resultados demonstraram uma importante participação de Portugal nas exportações brasileiras desta categoria de produtos, confirmando a escolha dos produtos capilares como objeto deste estudo.

Dinâmica do Mercado Português – Consumo

O consumo de produtos de cosmética e higiene pessoal em Portugal pode ser estudado de acordo com a Classificação Nacional das Atividades Econômicas (CNAE)³, estando compreendido nas seguintes categorias: CNAE 46.46-0 (comércio atacadista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal), CNAE 47.72-5 (comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal) no que concerne ao comércio e venda de produtos, além de poder ser também enquadrado na CNAE 96.02-5 (cabeleireiros e outras atividades de tratamento de beleza).

Segundo as estatísticas de comércio do Instituto Nacional de Estatística (INE), no ano de 2019⁴, os produtos de higiene e cosmética estiveram entre as dez principais categorias de produtos vendidos no comércio varejista (4ª posição), atingindo o valor de 2,36 bilhões de euros, o que

¹ Foram considerados para as estatísticas os produtos compreendidos nos seguintes NCMs: 3303.00, 3304.10, 3304.20, 3304.30, 3304.91, 3304.99, 3305.10, 3305.20, 3305.30, 3305.90, 3307.10, 3307.20, 3307.30 e 3307.90.

² O IOR pode ser utilizado para aferir a tendência das exportações de determinados produtos para um país, região ou bloco econômico, neste caso, Portugal. O índice pode variar entre zero e infinito, onde valores iguais à unidade indicam a mesma tendência para exportar o produto a Portugal e a outros países, ao passo que valores crescentes indicam uma tendência maior de exportar para a região ou país em questão (YEATS, 1997).

³ Equivalente, em Portugal, aos códigos CAE 4645, 4775 e 9602.

⁴ Dados de 2020 ainda não disponíveis

significou 4,3% do volume de negócios das empresas de comércio varejista e um aumento de importância relativa de 0,1 p.p. face a 2018.

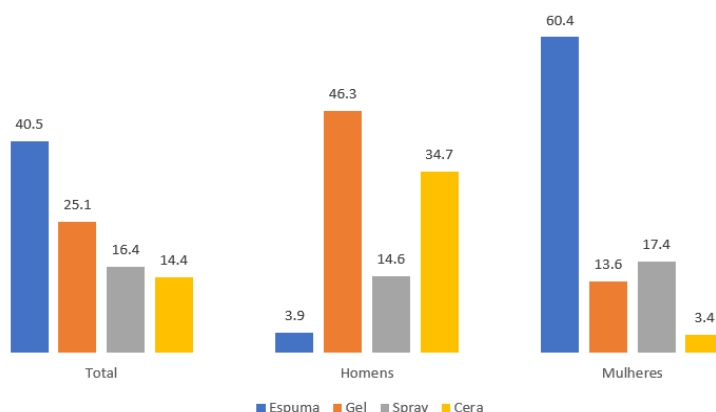
Pesquisas realizadas pela consultoria Kantar⁵ indicaram que, em 2019, o setor de higiene e beleza atingiu seu maior valor quando comparado aos quatro anos anteriores, com crescimento em valor (1%) e em volume (0,9%) face a 2018. Entretanto, a partir do primeiro trimestre de 2020, as restrições geradas pela pandemia, como o fechamento dos estabelecimentos de comércio e dos salões de cabeleireiro, impactaram a atividade, barrando o crescimento verificado até então. Os consumidores reduziram as compras de produtos cosméticos e de beleza, como maquiagens, perfumes e cremes de rosto, priorizando produtos de higiene pessoal, como sabonetes e xampus.

Ainda não há dados oficiais relativos ao setor para o ano de 2020, mas é possível traçar algumas indicações de consumo que podem influenciar essa atividade num futuro próximo. O mesmo estudo da Kantar sugere que os consumidores poderão estar mais preocupados com o preço. Nesse contexto, as marcas de distribuição, ou seja, as marcas próprias de grandes superfícies comerciais, que já registraram crescimento na fatia do mercado em 2019 e continuaram a ganhar espaço em 2020, com crescimento de 10% em valor, devem seguir recebendo a atenção dos compradores. A pesquisa exemplifica, ainda, que um em cada quatro compradores de máscaras de cabelo optam por marcas de distribuição.

As pesquisas ressaltam também a importância dos canais digitais para as vendas do setor de higiene e beleza, sendo fundamentais durante os períodos de confinamento e conquistando, em 2020, 26% mais compradores em comparação a 2019.

Relativamente ao consumo de produtos capilares, um estudo promovido pela empresa Marktest⁶ estima que 21,3% dos portugueses usaram produtos para modelar os cabelos (gel, spray, cera, espuma) entre 2019 e 2020. No entanto, há significativa diferença entre gêneros, sendo as espumas preferidas pelas mulheres e o gel a principal escolha masculina. A figura abaixo apresenta os principais resultados da pesquisa.

Tipos de GEL, SPRAY, CERA e/ou ESPUMA PARA MOLDAR O CABELO mais utilizados
(Base: Indivíduos que usaram gel/spray/espuma para moldar cabelo nos últimos 12 meses)



Fonte: Marktest, TGI

⁵ <https://www.kantarworldpanel.com/pt/news/A-nova-beleza-dos-portugueses> e

<https://www.kantarworldpanel.com/pt/news/Nem-tudo-a-pandemia-levou-em-Higiene-e-Beleza>

⁶ <https://www.marktest.com/wap/a/n/id-272c.aspx>

Segundo o estudo, quase 1,2 milhão de mulheres dizem ter utilizado tintas para pintar o cabelo em casa⁷ entre julho de 2019 e julho de 2020, refletindo o segundo valor mais elevado desde 2012. Entre as mulheres com mais de 44 anos, a proporção é considerável, uma em cada três mulheres afirma usar estes produtos em casa.

No tocante às principais tendências observadas, nota-se a valorização do cabelo natural, através da procura por produtos específicos para cada tipo de cabelo⁸. Neste contexto, destacam-se os produtos para cabelos cacheados e crespos, como xampus, condicionadores, máscaras e finalizadores. Devido à grande diversidade e boa reputação dos produtos brasileiros, há em Portugal um potencial a ser explorado neste mercado, sendo possível encontrar diferentes marcas brasileiras em lojas especializadas, mas ainda não amplamente disponíveis em grandes redes de supermercados e lojas de departamentos.

Além disso, nota-se crescente sensibilidade em relação à ética e à sustentabilidade ambiental, o que se reflete na busca por produtos com ingredientes naturais, orgânicos e livre de testes em animais. As embalagens também têm recebido atenção de consumidores que valorizam materiais recicláveis e produtos com reduzido impacto ambiental, como, por exemplo, os xampus sólidos e produtos com embalagens biodegradáveis.

Dinâmica do Mercado Português – Produção e Exportação

A produção do setor de cosméticos em Portugal pode ser analisada de modo agregado, segundo a Classificação Nacional das Atividades Econômicas (CNAE) 20.63-1⁹, que compreende a fabricação de produtos de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos (HPPC). A tabela abaixo apresenta os principais resultados deste setor, entre 2015 e 2019¹⁰.

| Resultados do setor de HPPC português | | | |
|---------------------------------------|--------------------|---------------------------|-------------------------------------|
| Ano | Número de empresas | Produção (€) das empresas | Volume de negócios (€) das empresas |
| 2015 | 108 | 72 042 274 | 91 850 537 |
| 2016 | 117 | 58 930 646 | 63 872 549 |
| 2017 | 126 | 69 030 573 | 72 514 997 |
| 2018 | 133 | 68 328 176 | 71 757 773 |
| 2019 | 145 | 83 081 740 | 87 995 347 |

Fonte: SECOM, com dados do INE

Observa-se um crescimento de 34% no número de empresas no período analisado, passando de 108 empresas em 2015 para 145 em 2019. A produção das empresas também apresentou um crescimento de 15% no período, após uma queda de 18% em 2016 seguida de manutenção dos valores e recuperação em 2019. No que tange ao volume de negócios, houve acentuada diminuição entre 2015 e 2016 (30%), com crescimento de 13,5% no ano seguinte, acompanhado

⁷ <https://www.marktest.com/wap/a/n/id-2689.aspx>

⁸ <https://abihpec.org.br/publicacao/caderno-de-tendencias-2019-2020/>

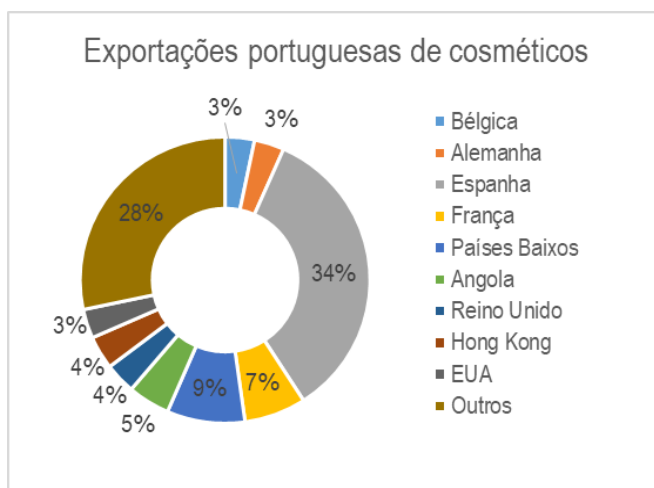
⁹ Equivalente, em Portugal, ao CAE 20420

¹⁰ Dados de 2020 ainda não disponíveis.

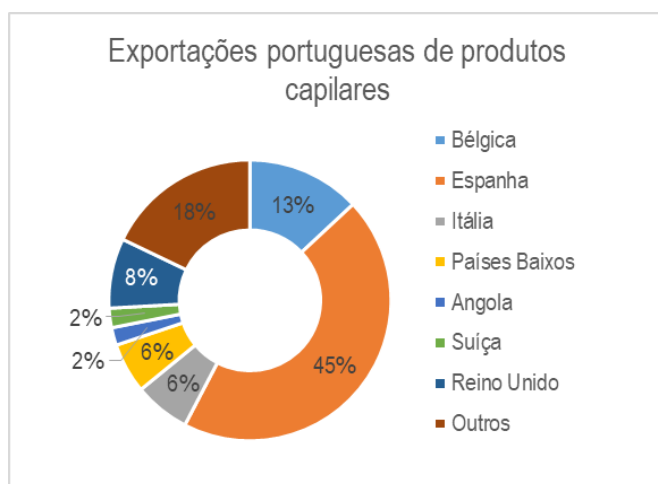
de uma ligeira oscilação em 2018 e sólida melhora em 2019, o que representa uma variação negativa de 4% no período.

Relativamente às exportações de produtos de cosmética e higiene pessoal, no ano de 2020 Portugal atingiu a cifra de € 129,6 milhões, o que corresponde a um aumento de 1% em relação a 2019 (€ 128,3 milhões). Os produtos mais exportados por Portugal foram as maquiagens, talcos, cremes e bronzeadores (37,6%), sendo os demais produtos distribuídos em proporções muito semelhantes: desodorantes e outros produtos de perfumaria (21,6%), produtos para cabelos (20,6%) e fragrâncias (20,2%).

Do total exportado em 2020, 66% foi destinado a países da União Europeia (UE)¹¹, especialmente Espanha (mais da metade do valor exportado para o bloco europeu e 34% do total), Países Baixos (9%) e França (7%). No que concerne aos produtos exportados para países extracomunitários (34% do total), nota-se uma grande importância dos países lusófonos que, juntos, corresponderam a cerca de 24% do total exportado extra UE em 2020, sendo Angola responsável por 14% deste volume, ou 5% do total das exportações. Hong Kong, Reino Unido¹² e Estados Unidos também são representativos no contexto das exportações portuguesas de cosméticos. O Brasil representou, em 2020, apenas 1% do total exportado para países não pertencentes à União Europeia.



Fonte: SECOM, com dados do INE



Fonte: SECOM, com dados do INE

Ao analisarmos exclusivamente os produtos para cabelo, foco deste estudo, observamos que os produtos mais exportados foram: outras preparações capilares (NCM 3305.90), xampus (NCM 3305.10), preparações para ondulação ou alisamento (NCM 3305.20) e laquê (NCM 3305.30). Os principais destinos das exportações portuguesas de produtos capilares estão representados no gráfico.

¹¹ Consideraram-se para as estatísticas os 27 países integrantes da União Europeia, incluindo os países que não adotaram o euro como moeda oficial.

¹² O Reino Unido é considerado neste estudo como não integrante da União Europeia devido à sua saída do bloco em 31 de janeiro de 2020, tendo sido tratado separadamente nas estatísticas.

No ano de 2020, do total de produtos capilares exportados por Portugal (€26,7 milhões), 76% tiveram como destino países intracomunitários, com destaque para a Espanha, Bélgica, Itália e Países Baixos. Já em relação ao volume de produtos capilares exportados para países extracomunitários, foram relevantes os seguintes países: Reino Unido, seguido da Suíça e Angola.

Exportações Brasileiras de Produtos Capilares

Por sua vez, o Brasil exportou, em 2020, aproximadamente US\$ 293 milhões em produtos cosméticos, sendo que, desses, quase US\$ 125 milhões (43%) estão compreendidos na categoria dos produtos capilares. O gráfico abaixo mostra a evolução das exportações brasileiras de cosméticos entre 2015 e 2020, de acordo com a categoria de produto.



Fonte: SECOM, com dados do Ministério da Economia do Brasil

Como se pode observar pelos dados expostos, 2018 foi o ano com o maior valor de exportações de cosméticos no período analisado, atingindo a marca de US\$ 306,27 milhões. Em 2019 houve uma queda de 1,9%, seguida de uma nova diminuição de 2,6% em 2020 face a 2019. No entanto, é possível que o resultado de 2020 esteja relacionado à pandemia mundial, que causou impactos em diversos setores, bem como na logística global de distribuição de produtos e mercadorias.

A Argentina é o principal destino dos cosméticos brasileiros, sendo responsável por 21% do total exportado em 2020. Os países sul-americanos são, ainda, os principais parceiros comerciais para estes produtos. Dos dez maiores importadores de cosméticos brasileiros, seis são países vizinhos (Argentina, Chile, Colômbia, Peru, Bolívia e Paraguai), totalizando 54% do valor exportado no último ano. Em relação aos países europeus, merecem destaque Portugal, Países Baixos e Alemanha, que figuraram entre os maiores importadores de cosméticos brasileiros em 2020.

A seguir, o quadro exibe as exportações brasileiras de cosméticos nos anos 2019 e 2020, destacando os quinze principais mercados importadores. Apesar do desempenho predominantemente negativo em 2020, ressalta-se o elevado crescimento das exportações brasileiras de cosméticos para os Países Baixos, com crescimento de mais de 200% entre 2019 e 2020.

| Exportações brasileiras de cosméticos (em milhões US\$) | | | | |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|
| País | 2020 | 2019 | Var (%) | Part (%) 2020 |
| Argentina | 62,23 | 62,83 | -1,0% | 21,3% |
| México | 39,11 | 36,18 | 8,1% | 13,4% |
| Chile | 33,50 | 25,82 | 29,8% | 11,4% |
| Colômbia | 33,05 | 40,48 | -18,3% | 11,3% |
| Peru | 17,10 | 21,81 | -21,6% | 5,8% |
| Estados Unidos | 15,47 | 14,89 | 3,9% | 5,3% |
| Portugal | 7,41 | 10,07 | -26,4% | 2,5% |
| Países Baixos | 6,45 | 1,88 | 242,3% | 2,2% |
| Bolívia | 6,31 | 8,66 | -27,1% | 2,2% |
| Paraguai | 5,90 | 5,52 | 6,8% | 2,0% |
| Emirados Árabes Unidos | 5,35 | 6,80 | -21,3% | 1,8% |
| Equador | 5,14 | 6,50 | -20,9% | 1,8% |
| Arábia Saudita | 4,32 | 5,29 | -18,4% | 1,5% |
| Alemanha | 3,86 | 4,34 | -11,1% | 1,3% |
| Uruguai | 3,43 | 3,44 | -0,1% | 1,2% |
| Subtotal (15 países) | 248,65 | 254,51 | -2,3% | 84,9% |
| Total | 292,74 | 300,47 | -2,6% | 100,0% |

Fonte: SECOM, com dados do Ministério da Economia do Brasil

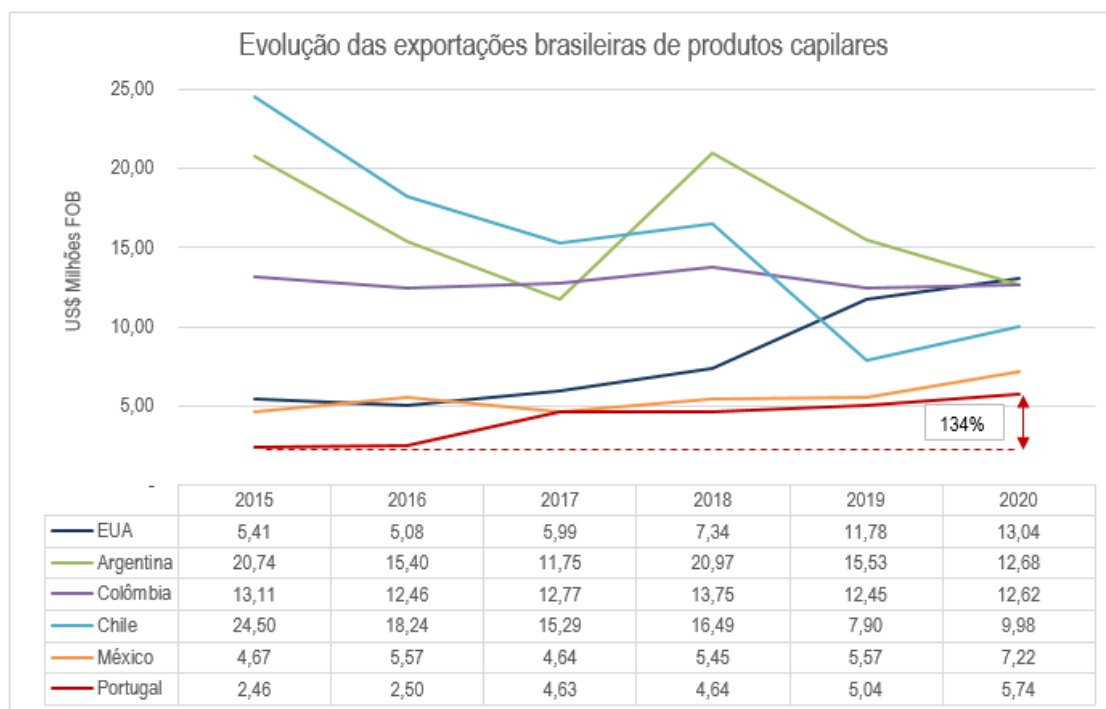
No que tange aos produtos para cabelo, historicamente, a categoria outras preparações capilares possui destaque nas exportações brasileiras, seguida dos xampus e das preparações para ondulação ou alisamento. Os laquês para cabelo possuem participação residual (menos de 0,1%). O gráfico a seguir apresenta a evolução das exportações brasileiras de produtos capilares, de acordo com o tipo de produto.



Fonte: SECOM, com dados do Ministério da Economia do Brasil

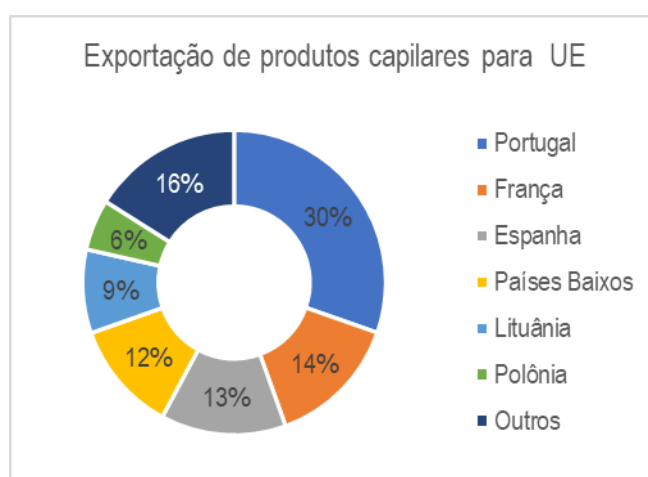
Em referência aos maiores importadores de produtos capilares oriundos do Brasil, os Estados Unidos assumiram, em 2020, a primeira posição. Portugal, por sua vez, foi o sexto maior importador dessa categoria de cosméticos, configurando destino para cerca de 5% do total exportado pelo Brasil.

Entre 2015 e 2020, observamos uma perda de participação de Argentina e Chile, com redução nas importações de produtos capilares do Brasil da ordem de 39% e 59%, respectivamente. Em sentido inverso, observa-se crescimento significativo das exportações para os Estados Unidos (141%), Portugal (134%) e México (55%), conforme gráfico abaixo.



Fonte: SECOM, com dados do Ministério da Economia do Brasil

A União Europeia tem representado participação crescente das exportações brasileiras de produtos capilares, com crescimento consistente nos últimos seis anos. Em termos de valor, de 2015 a 2020, as exportações para os países do bloco cresceram 144%. Portugal figura como o principal comprador, na União Europeia, dos produtos capilares brasileiros, o que contribui para a consolidação do país como um mercado relevante para o setor de cosméticos e principal porta de entrada



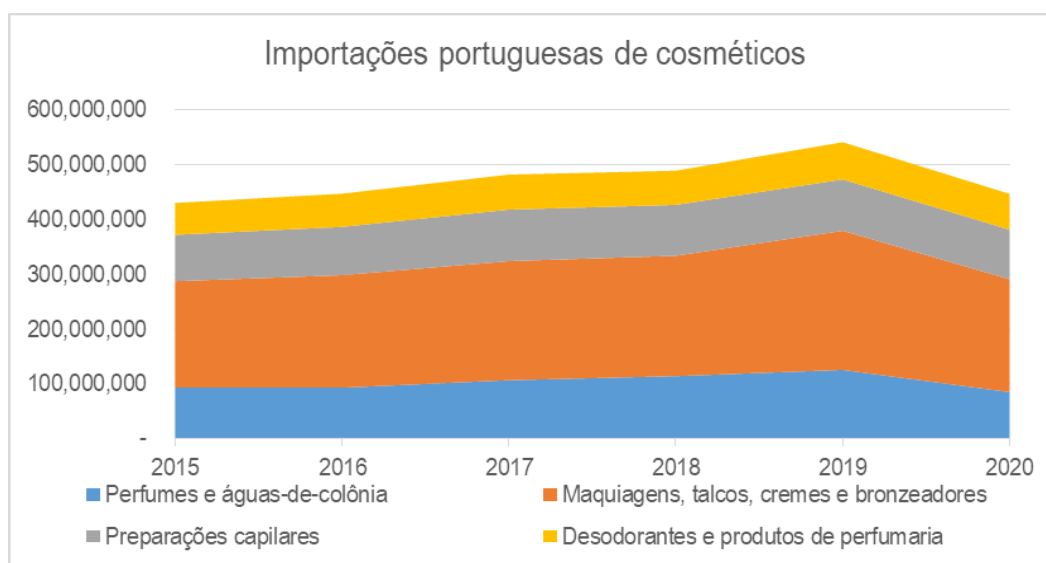
Fonte: SECOM, com dados do Ministério da Economia do Brasil

para os produtos brasileiros na Europa. No ano de 2020, o país importou cerca de US\$ 5,74 milhões em produtos capilares do Brasil, números superiores ao importado pela França (US\$ 2,68 milhões) e Espanha (US\$ 2,53 milhões).

Importações Portuguesas de Produtos Capilares

As importações de cosméticos em Portugal cresceram aproximadamente 4% no período compreendido entre 2015 e 2020, atingindo o valor máximo de quase € 542 milhões em 2019, o que significou um aumento de mais de 10% em relação a 2018. Entretanto, em 2020, registrou-se um decréscimo de 17,5% nas importações, o que, possivelmente, foi um resultado da situação pandêmica mundial. Os produtos mais importados em 2020 foram as maquiagens, talcos, cremes e bronzeadores; os produtos para cabelo; as fragrâncias e os desodorantes e produtos de perfumaria, sendo que as proporções de cada categoria se mantiveram relativamente estáveis no intervalo analisado.

O gráfico a seguir apresenta o volume das importações portuguesas de cosméticos (em euros) entre 2015 e 2020, de acordo com as categorias abrangidas neste estudo.



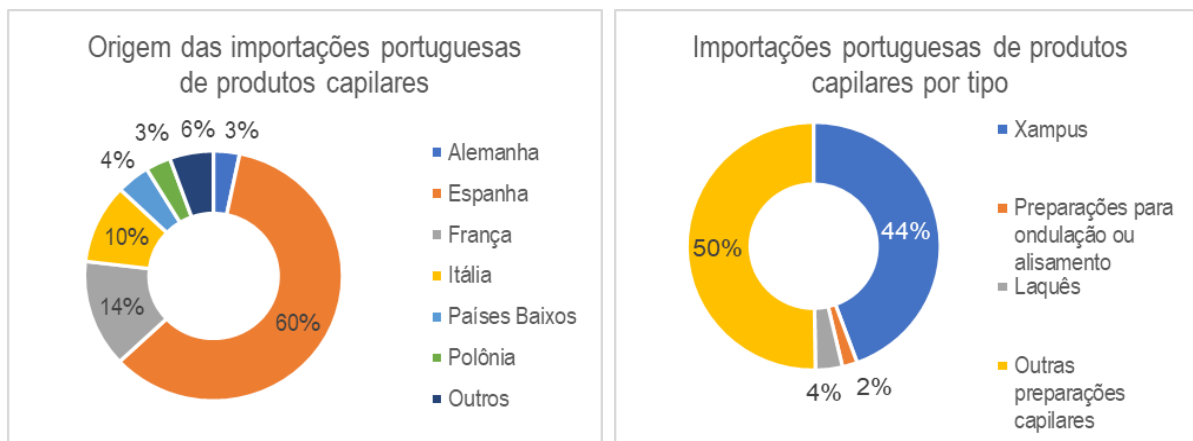
Fonte: SECOM, com dados do INE

No que respeita à origem das importações, essas são provenientes quase que exclusivamente de países da União Europeia. No ano de 2020, aproximadamente 96% do total importado¹³ teve como origem países intracomunitários, em especial Espanha (54%) e França (18%). Dos remanescentes 4% oriundos de fora da União Europeia, 81% vieram do Reino Unido, 4% dos Estados Unidos, 2% do Brasil e 2% da China.

No tocante aos produtos para cabelo, os países intracomunitários são também os principais fornecedores portugueses, responsáveis por 97% do total importado. Os principais países que, em 2020, exportaram produtos capilares para Portugal foram: Espanha (60%), França (14%) e Itália (10%), além dos outros representados no gráfico a seguir.

Em relação aos tipos de produtos para cabelo importados, em 2020, as categorias "Outras preparações capilares" e "xampus" representam cerca de 96% do total, sendo os outros 4% divididos entre preparações para ondulação ou alisamento e laquês.

¹³ Devido a diferenças estatísticas entre os dados do Ministério da Economia do Brasil e do Instituto Nacional de Estatística (Portugal), pode haver divergências entre os dados. Priorizou-se a utilização dos dados do governo brasileiro, por isso os valores de importações em Portugal são apenas referenciais. Evidencia-se, ainda, que as estatísticas brasileiras são divulgadas em US\$ FOB, ao passo que as portuguesas estão em Euros.



Fonte: SECOM, com dados do INE

Canais de distribuição

Os produtos cosméticos e, em especial, os produtos capilares podem ser distribuídos no mercado português por meio de diferentes canais, sendo os principais:

- Grandes distribuidores
- Supermercados
- Lojas especializadas
- Farmácias e parafarmácias¹⁴
- Catálogo (por exemplo, vendedores “porta a porta”)
- Canais digitais
- Salões de cabeleireiros

Relativamente aos produtos para cabelo provenientes do Brasil, nota-se que são principalmente encontrados em lojas físicas especializadas e em canais digitais. A presença destes produtos brasileiros em redes de supermercado, grandes distribuidores e (para)farmácias não é tão expressiva, o que pode representar, por exemplo, dificuldades de inserção nestes canais ou estratégia de posicionamento das marcas. Os salões de cabeleireiro podem ainda ser mencionados como importantes veículos de escoamento dos produtos, utilizando-os diretamente ou mediante a venda aos consumidores.

Conforme já citado neste estudo, os canais digitais têm tido grande crescimento em volume de vendas e penetração no mercado, especialmente em decorrência de restrições à mobilidade implementadas em Portugal em períodos de 2020 e 2021. É possível encontrar uma ampla gama de marcas brasileiras em lojas online, com a vantagem de serem entregues em todo o país (continente e ilhas) em poucos dias. Na esfera digital, destaca-se também o papel das redes sociais e influenciadores digitais na divulgação e publicidade das marcas, através de grupos de discussão e vídeos tutoriais sobre os produtos.

¹⁴ Estabelecimentos comerciais especializados em produtos farmacêuticos de venda livre, ou seja, não sujeitos a receita médica, além de outros artigos de saúde, cosmética e higiene.

Abaixo, listamos algumas empresas que estão registradas como importadoras de produtos capilares em Portugal¹⁵:

- **Armazém Senhorinha**
Rua da Portela, 477 - 4610-429 Lagares – Felgueiras – Portugal
Telefone: +351 255 313 501
E-mail: geral@armazenssenhorinha.com
Site: www.armazenssenhorinha.com
- **Banho de Brilho**
Estrada de Benfica, 627A - 1500-087 Lisboa – Portugal
Telefone: +351 214 062 427
E-mail: info@banhodebrilho.pt
Site: www.banhodebrilho.pt
- **Cosmética do Norte**
Rua Santa Tereza, 2 – 4050-537 Porto – Portugal
Telefone: +351 223 320 394
E-mail: cosmeticadonorte@cosmeticadonorte.pt
Site: www.cosmeticadonorte.pt
- **Essence**
Rua do Professor, 91 – 4730-029 Barbudo
Telefone: +351 932 922 840
E-mail: essence.geral@gmail.com
Site: www.essence.pt
- **Kamera**
Rampa Piornais, Bloco IV R/C AO, Edifício Horizonte – 9000-682 Funchal – Portugal
Telefone: +351 962 828 722
E-mail: geral@kameracosmeticos.com
Site: www.kameracosmeticos.com
- **Nails – XL**
Rua Maria José Cardo, 10 2º Dto, Urb. Quinta do Porto Pinheiro – 2675-659 Odivelas– Portugal
Telefone: +351 917 974 281
E-mail: nails-xl@hotmail.com
Site: www.nails-xl.com
- **Pimenta Cosméticos**
Av. Manuel da Fonseca, 71 6º Dto. – 2840-143 Arrentela – Seixal – Portugal
Telefone: +351 211 530 458
E-mail: pimentacosmeticoscontabilidade@gmail.com
Site: www.pimentacosmeticos.pt

¹⁵ A lista de empresas foi elaborada mediante pesquisas online e em bases de dados. A Embaixada do Brasil não se responsabiliza pela conduta das empresas listadas.

- **Pluricosmética**
 Av. Menéres, 798 – 4450-190 Matosinhos – Portugal
 Telefone: +351 223 753 749
 E-mail: marketing@pluricosmetica.com
 Site: www.pluricosmetica.com
- **Butterfly Secret**
 Rua Columela 13/15 r/c – 5100-131 Lamego – Portugal
 Telefone: +351 254 619 487
 E-mail: info.butterflysecret@sapo.pt
 Site: www.butterflysecret.pt/
- **Diamantino Viegas**
 Horta dos Babelos, Lote 3 – 2685-000 Santa Iria da Azoia – Portugal
 Telefone: +351 219 533 850
 E-mail: yakub@dviagas.pt
 Site: www.dviagas.pt/
- **Brasil Cosméticos**
 Rua António Andrade, n.º1157 L2 – 2820-287 Charneca da Caparica – Almada – Portugal
 Telefone: +351 920 510 181
 E-mail: geral@brasilcosmeticos.pt
 Site: brasilcosmeticos.pt/
- **Onlifarma - Health & Beauty (Loja do Shampoo)**
 Rua Agnelo Prazeres n.º 101 – 3770-059 Oiã – Portugal
 Telefone: +351 234 726 433
 E-mail: geral@lojashampoo.pt
 Site: www.lojashampoo.pt/
- **Fenícia**
 Rua de Moçambique 83D – 2685-356 Prior Velho – Portugal
 Telefone: +351 219 410 814
 E-mail: wecare@fenicia.pt
 Site: fenicia.pt/
- **Beleza Low Cost**
 Rua Pedro de Freitas Branco, 10 – 2745-838 Queluz – Portugal
 Telefone: +351 211 972 470
 E-mail: geral@belezalowcost.pt
 Site: belezalowcost.pt/
- **Ana Sofia Cabeleireiros (Shampoo.pt)**
 Rua de Pedro Costa, 1213 – 2820-186 Almada – Portugal
 Telefone: +351 936 196 332
 E-mail: apoio@shampoo.pt
 Site: www.shampoo.pt/

Acesso ao Mercado – Tarifas e Medidas Não Tarifárias

Em relação aos impostos e medidas não tarifárias aplicadas à exportação de produtos capilares, foram analisados 4 códigos da NCM¹⁶ desagregados a 6 dígitos. As exportações para países da União Europeia estão sujeitas ao pagamento de direitos aduaneiros, na forma de imposto de importação. Além das tarifas, os cosméticos importados estão sujeitos, como a generalidade dos produtos em circulação na União Europeia, ao Imposto sobre Valor Agregado (IVA)¹⁷, cuja taxa dependerá do país em que a venda é realizada.

Em termos tarifários, **a exportação de produtos capilares para a UE está isenta de tarifa**, sendo apenas aplicado o Imposto sobre Valor Agregado, que no caso do mercado português será de 23% sobre o valor base do produto.

No que diz respeito a medidas não tarifárias, existem diversos aspectos que o exportador deverá considerar de forma a cumprir os requisitos necessários à comercialização do produto no mercado português. Apresentamos, a seguir, as informações consideradas mais relevantes ao público brasileiro. Por seu caráter não exaustivo e diante das constantes atualizações na legislação europeia aplicável, recomenda-se ao importador que consulte periodicamente as fontes de informação oficiais da União Europeia sobre o setor de cosméticos.

A conformidade de legislação na UE é baseada no Regulamento de Produtos Cosméticos EC 1223/2009 e todos os produtos desta categoria devem cumprir com os requisitos desta normativa europeia que visa a estabelecer um mercado interno de produtos cosméticos que assegure elevado nível de proteção à saúde humana.

A normativa europeia define como *produto cosmético* “qualquer substância ou mistura destinada a ser posta em contato com as partes externas do corpo humano (epiderme, sistema piloso e capilar, unhas, lábios e órgãos genitais externos) ou com os dentes e as mucosas bucais, tendo em vista, exclusiva ou principalmente, limpá-los, perfumá-los, modificar-lhes o aspecto, protegê-los, mantê-los em bom estado ou corrigir os odores corporais”, não sendo considerados como produtos cosméticos “as substâncias ou misturas que se destinem a ser ingeridas, inaladas, injetadas ou implantadas no corpo humano”¹⁸.

No que respeita à **segurança e responsabilidade**, o Regulamento de Produtos Cosméticos EC 1223/2009 designa o seguinte:

- **Pessoa responsável**

Cada produto cosmético importado para a UE necessita da designação de uma “pessoa responsável”, seja física ou jurídica, que garanta o cumprimento das obrigações constantes do

¹⁶ 3305 – Produtos Capilares:

- 3305.10 – Xampus,
- 3305.20 – Preparações para ondulação ou alisamentos permanentes,
- 3305.30 – Laquês,
- 3305.90 – Outros (que incluem brilhantinas, óleos, cremes/pomadas, fixadores, tinturas e descolorantes e cremes para enxaguar).

¹⁷ IVA ou Imposto sobre Valor Acrescentado, na nomenclatura portuguesa, é um imposto geral sobre o consumo, incidindo sobre as transmissões de bens, as prestações de serviços, as aquisições intracomunitárias e as importações.

¹⁸ Regulamento EC 1223/2009

Regulamento de Produtos Cosméticos EC 1223/2009. O importador dos produtos cosméticos é a pessoa responsável pelo produto que coloca no mercado, ainda assim, poderá mandar por escrito uma pessoa estabelecida em país da UE para atuar como pessoa responsável. Destaca-se que o distribuidor é a pessoa responsável, sempre que colocar um produto cosmético na UE em seu nome ou com a sua marca ou sempre que modifique um produto já colocado no mercado e que essa alteração possa afetar a conformidade dos requisitos exigidos.

A pessoa responsável tem a obrigação de assegurar o cumprimento das normas relativas à segurança dos produtos, boas práticas de fabrico, avaliação de segurança, arquivo de informações sobre produto, amostragem e análises, notificações, restrições aplicadas a substâncias, ensaios em animais, rotulagem, acesso público às informações e comunicação de efeitos indesejáveis.

Tem ainda a obrigação de retirada ou recolha do produto caso o mesmo não esteja em conformidade com a normativa relevante e tomar as medidas necessárias para que o produto cosmético cumpra os requisitos exigidos. Caso o produto apresente risco para a saúde humana, a pessoa responsável deve informar imediatamente as autoridades nacionais competentes dos estados membros¹⁹ e facultar a informação relevante sobre a não conformidade e medidas corretivas adotadas.

A pessoa responsável tem o dever de cooperar com as autoridades nacionais competentes devendo disponibilizar todas as informações solicitadas que visem a demonstração da conformidade de aspectos específicos do produto.

- **Distribuidor²⁰**

O distribuidor é obrigado a atuar com a devida diligência para o cumprimento dos requisitos aplicados aos produtos cosméticos, devendo certificar-se, antes da colocação no mercado, que a rotulagem menciona todas as informações exigidas, os requisitos linguísticos são cumpridos e a data de durabilidade mínima do produto não está ultrapassada. Caso reconheçam que algum dos requisitos não está conforme, não poderão colocar o produto no mercado até garantirem que todas as exigências estejam cumpridas. Caso o produto apresente risco para a saúde humana, deverão informar de imediato a pessoa responsável, bem como as autoridades nacionais competentes, facultando sempre toda a informação que lhe for exigida por estas entidades.

Com o objetivo de assegurar a proteção à saúde humana, a normativa europeia para produtos cosméticos estabelece a necessidade da realização de **avaliação de segurança** e de elaboração de **arquivo de informações sobre o produto²¹**, bem como estabelece procedimentos de atuação para os produtos cujas **notificações** são consideradas necessárias.

¹⁹ Cada país da União Europeia é responsável pela vigilância dos cosméticos no seu mercado. O INFARMED - Autoridade Nacional do Medicamento e Produtos de Saúde, I.P. é a entidade portuguesa responsável pela regulamentação e supervisão do mercado português de produtos cosméticos garantindo os mais elevados padrões de proteção da saúde pública.

²⁰ "Distribuidor" é definido como uma pessoa física ou jurídica que faça parte do circuito comercial, distinta do fabricante ou do importador, que disponibilize um produto cosmético no mercado comunitário.

²¹ Na União Europeia este arquivo é designado de "Ficheiro de Informações de Produto" ou "Product Information File".

- **Avaliação da segurança**

Antes colocar produtos cosméticos no mercado europeu, a pessoa responsável deve certificar-se de que os produtos foram submetidos a uma avaliação de segurança com base nas exigências europeias e que serão compiladas num relatório de segurança do produto cosmético²². No referido relatório devem constar os seguintes elementos:

Parte A – Informação sobre a segurança do produto Cosmético

1. Composição qualitativa e quantitativa do produto cosmético;
2. Características físico-químicas e estabilidade do produto cosmético;
3. Qualidade microbiológica;
4. Impurezas, vestígios, informações sobre o material da embalagem;
5. Utilização normal e razoavelmente previsível;
6. Exposição do produto cosmético;
7. Exposição às substâncias;
8. Perfil toxicológico das substâncias;
9. Efeitos indesejáveis e efeitos indesejáveis graves;
10. Informação sobre o produto cosmético.

Parte B – Avaliação da segurança do produto cosmético²³

1. Conclusão da avaliação;
2. Advertências e instruções de utilização a inscrever no rótulo;
3. Fundamentação;
4. Credenciais do avaliador e aprovação da parte B.

Após a colocação dos produtos no mercado, a pessoa responsável deverá garantir que o relatório se mantém atualizado.

- **Arquivo de informações sobre o produto**

Este arquivo deve ser criado, pela pessoa responsável, quando da colocação do produto no mercado e ser conservado durante 10 anos a contar da data em que o último lote do cosmético tenha sido introduzido no mercado. Este arquivo de informações do produto deve conter os seguintes dados que deverão ser atualizados sempre que necessário²⁴:

Descrição do produto cosmético que permita estabelecer uma associação clara entre o arquivo de informações e o produto cosmético a que diz respeito;

- a) Relatório de segurança do produto cosmético, referido anteriormente;

²² Para informações complementares sobre o “Relatório de Segurança do Produto Cosmético” deverá consultar o Anexo I do Regulamento de Produtos Cosméticos EC 1223/2009.

²³ A Parte B do relatório deverá ser realizada por pessoa que possua diploma ou outra prova formal de habilitações adquiridas com a conclusão de um curso universitário teórico e prático em farmácia, toxicologia, medicina ou disciplina semelhante, ou de um curso reconhecido como equivalente por um estado membro da UE.

²⁴ Para informações adicionais sobre o ficheiro de informações adicionais do produto poderá consultar o artigo 11.º do Regulamento de Produtos Cosméticos EC 1223/2009.

- b) Descrição do processo de fabricação do produto e uma declaração de conformidade de boas práticas de produção;
- c) Sempre que a natureza ou o efeito do produto cosmético justifiquem deverão ser incluídas provas dos efeitos alegados para o produto;
- d) Dados relativos a ensaios em animais realizado por qualquer um dos intervenientes no produto.

A pessoa responsável deve garantir que este arquivo esteja facilmente acessível, em formato eletrônico ou outro, à autoridade competente do estado membro onde o arquivo se encontra, no endereço indicado no rótulo do produto. As informações devem estar disponíveis numa língua facilmente compreensível para as autoridades do país.

- **Notificações**

Antes da colocação do produto cosmético no mercado, a pessoa responsável deve comunicar à Comissão Europeia, por via eletrônica, diversas informações das quais destacamos²⁵:

- 1) Categoria a que pertence o produto cosmético e a sua designação ou designações, que permitam a sua identificação específica;
- 2) O nome e endereço da pessoa responsável onde o arquivo de informações se encontra disponível;
- 3) O país de origem em caso de importação do produto;
- 4) O estado membro em que se prevê a colocação do produto cosmético no mercado;
- 5) Indicação da presença de diversas substâncias como nanomateriais, cancerígenas, mutagênicas ou tóxicas para a reprodução;
- 6) A formulação-quadro que permita a prestação de um tratamento médico rápido e adequado em caso de necessidade.

Ao introduzir o produto cosmético no mercado, a pessoa responsável deve notificar a Comissão Europeia da rotulagem original e facultar uma fotografia da embalagem correspondente.

Ressalta-se que um distribuidor que coloque num estado membro um produto cosmético já colocado no mercado de outro estado membro e que traduza, por sua iniciativa, elementos constantes na rotulagem também deve transmitir à Comissão Europeia a maioria das informações descritas previamente.

Outro aspecto relevante para a regulamentação dos produtos cosméticos tem por base as **restrições aplicáveis a determinadas substâncias**. Estas restrições são aplicadas de forma a garantir que os produtos cumprem todos os requisitos para a saúde humana. Existem duas listas, uma de substâncias proibidas (anexo II – Regulamento EC1223/2009) e outra de substâncias sujeitas a restrições (anexo III), bem como os corantes (Anexo IV) e os

²⁵ Para consultar a lista completa de informação a notificar deverá consultar o artigo 13.º do Regulamento de Produtos Cosméticos EC 1223/2009.

conservantes (anexo V) que os fabricantes deverão analisar para avaliar se o seu produto cumpre com os requisitos solicitados relativamente a estas substâncias.

Os produtos objeto deste estudo, designadamente os produtos de coloração capilar, não podem conter corantes destinados à coloração do sistema capilar para além dos enumerados no anexo IV, nem corantes designados no anexo que não sejam utilizados de acordo com as normas definidas no documento. Importa ainda atentar às substâncias classificadas como CMR (cancerígenas, mutagênicas ou reprotóxico, tóxico para a reprodução) que merecem especial atenção por parte da Comissão e entidades competentes dado o seu potencial efeito para a saúde humana.

Relativamente aos nanomateriais²⁶, os produtos que contenham esta substância carecem de notificações específicas junto à Comissão. O fabricante deverá evitar a presença de nanomateriais nos seus produtos, aplicando-se, como regra geral, o artigo 17.º sobre vestígios de substâncias proibidas, que considera que é “permitida a presença não deliberada de uma pequena quantidade de uma substância proibida, resultante de impurezas de ingredientes naturais ou sintéticos, do processo de fabrico, do armazenamento ou da migração a partir da embalagem, que seja tecnicamente inevitável recorrendo a boas práticas de fabrico”.

A União Europeia destaca ainda a importância dos ensaios realizados aos produtos, sendo que os **ensaios em animais** merecem um papel de destaque. Assim, está proibida a colocação de produtos cosméticos no mercado europeu cujo objeto de ensaios em animais não cumpra a utilização de métodos aprovados e validados ao nível da UE para este tipo de ensaios.

Outro fator a ter em consideração na colocação de produtos cosméticos no mercado europeu está relacionado com a **rotulagem**. Os produtos só podem ser introduzidos no mercado se o seu recipiente e a sua embalagem tiverem caracteres indelévels, facilmente visíveis e legíveis, com as seguintes informações²⁷:

- O nome ou a empresa e o endereço da pessoa responsável;
- O país de origem do produto cosmético, em caso de exportação para a UE;
- O conteúdo nominal no momento do acondicionamento, indicado em peso ou em volume; O número de lote de fabricação ou a referência que permita identificar o produto cosmético;
- A função do produto cosmético, salvo se essa decorrer claramente da respectiva apresentação;
- Lista de ingredientes, que deve ser estabelecida por ordem decrescente do peso dos ingredientes no momento da sua incorporação no produto cosmético, e os ingredientes contidos sob a forma de nanomateriais devem ser claramente indicados;
- Data de durabilidade mínima, ou seja, a data até à qual o produto cosmético, armazenado em condições adequadas, mantém a sua função inicial:
 - Esta data será precedida do símbolo abaixo ou, em sua substituição, da expressão “A utilizar de preferência antes do fim de...”,

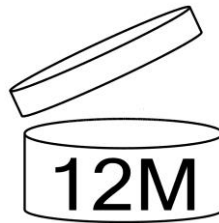
²⁶ Para informações adicionais sobre nanomateriais poderá consultar o artigo 16.º do Regulamento de Produtos Cosméticos EC 1223/2009.

²⁷ As informações sobre rotulagem estão enumeradas no artigo 19.º do Regulamento de Produtos Cosméticos EC 1223/2009.



Símbolo de data de durabilidade mínima

- A data deve ser claramente mencionada e ser composta pelo mês e o ano, ou pelo dia, o mês e o ano, nesta ordem,
- Estão isentos dessa obrigação os produtos cuja data de durabilidade mínima exceda os 30 meses, devendo-se, neste caso, apenas indicar o período durante o qual o produto cosmético é seguro após abertura;
- A data de validade também pode ser expressa em “validade a partir da abertura” (*period after opening*). A validade deve ser expressa em meses e utilizando o símbolo abaixo:



*Símbolo de data de validade a partir da abertura
(Exemplo de validade de 12 meses)*

A **fiscalização e controle** dos produtos cosméticos no mercado europeu é da responsabilidade dos estados membros, que devem realizar verificações adequadas aos produtos e aos operadores económicos, bem como fiscalizar o respeito aos princípios de fabricação. Em Portugal, essa responsabilidade fica primordialmente a cargo da Autoridade Nacional do Medicamento e Produtos de Saúde, I.P. (INFARMED), cuja atividade está sob a tutela do Ministério da Saúde português

Conclusão

O mercado português representa parcela importante das exportações brasileiras de produtos cosméticos, especialmente de produtos para cabelo. No ano de 2020, o país foi o principal destino na União Europeia para os cosméticos brasileiros. Há, no entanto, considerável potencial de crescimento. Os produtos capilares brasileiros gozam de boa reputação no mercado português e podem ser encontrados com relativa facilidade em lojas especializadas e online, mas poderiam também se beneficiar da sua distribuição em outros canais, como, por exemplo, em supermercados e farmácias.

Como ocorrido em outros setores, o consumo de produtos cosméticos sofreu com os impactos causados pela pandemia em 2020 e 2021, que interrompeu o ciclo de crescimento dos anos

anteriores. Como descrito, os canais digitais têm grande importância como instrumentos de venda e promoção de produtos cosméticos em Portugal.

Portugal tem o potencial de se consolidar como importante porta de entrada para os produtos cosméticos brasileiros para o mercado comunitário. Os produtos capilares brasileiros, em especial, estão bem posicionados para competir no mercado local, sobretudo considerando-se a isenção tarifária existente para exportação dessa gama de produtos para a União Europeia.

Por último, reitera-se que o exportador brasileiro deve consultar periodicamente a normativa europeia sobre o setor de cosméticos, de modo a assegurar-se de que o produto exportado cumpra com os requisitos sanitários e de outra natureza necessários para a comercialização local.

O SECOM da Embaixada do Brasil em Lisboa está à disposição das empresas brasileiras interessadas para facilitar contatos, em caso de necessidade, e para fornecer mais detalhes sobre o efetivo funcionamento do mercado doméstico destes produtos.

Estudo realizado pela equipe do SECOM da Embaixada do Brasil em Lisboa. Comentários, sugestões e pedidos de correção podem ser enviados para o e-mail secom.lisboa@itamaraty.gov.br

Fontes:

Regulamento EC 1223/2009 sobre Produtos Cosméticos:

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32009R1223&from=EN>

Site da União Europeia com legislação relevante sobre Produtos Cosméticos:

https://ec.europa.eu/growth/sectors/cosmetics/legislation_pt

Site da União Europeia sobre Setor Cosméticos:

https://ec.europa.eu/growth/sectors/cosmetics_pt

EMBAIXADA DO
BRASIL
LISBOA