

INTERVENCIONISMO NA INDUSTRIA DE HIGIENE PESSOAL, PERFUMARIA E COSMÉTICOS

THAIZ BATISTA DA SILVA
INSTITUTO MISES BRASIL

ABSTRACT

The Brazilian market in personal hygiene, perfumery and cosmetics (HPPC) is the fourth largest in the world, representing 7.1% of world consumption. The sector in question moved R \$ 42.6 billion in 2015. With an impressive 2,599 companies operating in the sector, 20 large companies, with net sales of taxes over R \$ 100 million, representing 73.00% of total revenues. Even though it is an electronic number, 2015 was the first year, since 1993, as the measure of actions (increase of IPI and ICMS).

The objective of the article is to analyze the consequences of interventionism in the personal hygiene, perfumery and cosmetics market. A constitutive analysis of related things: 1) presentation of the scenario in which the sector is located, not Brazil and in comparison, with the world 2) the impact of interventionism through) taxes on domestic production b) import tariff 3) export solutions or consequences for the improvement of the sector.

KEY WORDS: Interventionism, mixed economy, taxes, Brazilian market

1. Introdução

O mercado brasileiro é o quarto maior em consumo de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos (HPPC) do mundo, ficando atrás apenas dos EUA, China e Japão, representando 7,1% do consumo mundial.

O setor em questão movimentou R\$42,6 bilhões em 2015¹. Com impressionantes 2.599 empresas atuando no setor, 20 destas são consideradas empresas de grande porte, com faturamento líquido de impostos acima dos R\$100 milhões², representando 73,00% do faturamento total. Mesmo sendo números surpreendentes, 2015 foi o primeiro ano, desde 1993, que o mercado retrai devido à crise econômica brasileira e principalmente as medidas tributárias (aumento do IPI e ICMS).

Mises escreveu em 1929 o livro “Uma crítica ao intervencionismo” e em 1940 o “Intervencionismo, uma análise econômica”, ainda em período de guerra ele advertiu que os sistemas mistos dão origem à instabilidade política e à estagnação econômica e provaram que esse era o caso através de um modelo geral de intervencionismo e uma análise específica do controle de preços, expansão do crédito, subsídios, bem-estar, corporativismo e economia de guerra. Esse sistema misto é conhecido como intervencionismo: um sistema econômico que “procura manter a propriedade privada dos meios de produção”³, o objetivo não é a eliminação da propriedade privada como no socialismo ou no comunismo, mas sim sua limitação a fim de proteger a sociedade dos “males do capitalismo”. Mises esclarece que intervenções governamentais que buscam “preservar e assegurar a propriedade privada não são propriamente intervenções”⁴ assim como a sua abolição “A nacionalização de uma estrada de ferro não é uma intervenção, mas o decreto que manda uma empresa reduzir as taxas de frete além do que ela pretendia é uma intervenção.”⁵ Em resumo “Intervenção é uma norma restritiva imposta por um órgão governamental, que força os donos dos meios de produção e empresários a empregarem estes meios de uma forma diferente da que empregariam”. Nesse artigo recorrerá sobre a capacidade do governo brasileiro controlar a produção e restringe a importação através de imposto e ainda as consequências para a exportação de políticas intervencionistas indiretas.

O objetivo desse artigo é analisar as consequências do intervencionismo no mercado de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos. A análise constituirá das seguintes partes: 1) apresentação do cenário em que o setor se encontra, no Brasil e em comparação com o mundo 2) o impacto do intervencionismo através de a) tributos na produção interna b) tarifa de importação 3) possíveis soluções ou consequências para melhora do setor.

¹ (Associação Brasileira da Indústria de Higiene pessoal, perfumaria e cosméticos, 2016, p. 1)

² (Associação Brasileira da Indústria de Higiene pessoal, perfumaria e cosméticos, 2016, p. 8)

³ (Mises, Uma Crítica ao Intervencionismo, 2010, p. 17)

⁴ (Mises, Uma Crítica ao Intervencionismo, 2010, p. 17)

⁵ (Mises, Uma Crítica ao Intervencionismo, 2010, p. 20)

2. A Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos

Um mercado grande como o brasileiro atrai empresas globais a ofertarem seus produtos aos brasileiros. Enquanto os consumidores se beneficiam com variedades de produtos e preços acessíveis através da competição entre os diversos fornecedores.

Entretanto algumas marcas globais consagradas ainda não são as melhores opções para os consumidores, além do preço elevado, algumas das maiores marcas como Olay, Givenchy, Lancôme são fabricadas em regiões predominantemente fria, alguns dos produtos podem mudar a textura ou ter uma vida útil muito menor do que normalmente têm. Mesmo sendo o quarto maior mercado consumidor, ainda não se pareceu viável para essas grandes marcas internacionais desenvolverem produtos para o clima tropical. Isso porque os produtos importados para o Brasil, chegam com preços elevados e diminuem consideravelmente o número de consumidores que estariam dispostos a comprar.

Sobre as grandes marcas nacionais, a Natura é a que mais se destaca, sendo uma empresa transnacional, está na posição 17º no rank das marcas mais valiosas do mundo no setor em 2017 pela Brand também se destaca como um player importantes, teve um crescimento de 7,6% em 2016 e faturou R\$11,4 bilhões, fechando o ano com 4.063 lojas⁶.

Estes são apenas alguns exemplos, empresas brasileiras são fortes o suficiente para concorrerem com grandes marcas internacionais em território brasileiro e com capacidade de atender o mercado internacional. Ainda assim, uma lógica inversa costuma ocorrer: ao invés de diminuir os impostos e fomentarem o mercado, vêm ocorrendo aumento tarifário nesse setor.

3. Impactos do intervencionismo no setor de HPPC

3.1 Tributação no setor

Em janeiro de 2015, através do decreto 8.393 iniciou a cobrança de IPI também sobre as vendas entre atacadistas e varejista do setor. O custo adicional do produto foi repassado para os consumidores causando a redução do consumo, logo após ocorreu uma elevação no ICMS. Este que ocorreu em 22 estados da federação, em Pernambuco a alíquota de desodorante subiu 47,1%, no Paraná o ICMS do protetor solar teve uma alta de 108,3%, mas o recorde foi do creme dental em Minas Gerais que subiu 125%. Em nível nacional o consumo de creme dental reduziu em 4,6%, mesmo sendo um item de higiene básica⁷

Segundo o presidente da ABIHPEC, João Carlos Basílio, a cada R\$1 milhão investido no setor, R\$600 mil é gerado em arrecadação de impostos. O setor de HPPC é considerado supérfluo pelo tratamento tributários brasileiro, mesmo incluindo produtos de higiene pessoal básica e de saúde essencial como pasta de dente e protetor solar.

⁶ (Sant'Ana, 2017)

⁷ (Media Lab Estadão, 2016)

As consequências dessas mudanças acarretaram uma queda de 9,3%⁸ nas vendas em 2015, depois de um crescente ininterrupto de 23 ano. Toda a cadeia de produção foi afetada, somente em empregos diretos houve uma redução de 3,8 mil de 2014 para 2015⁹.

3.2 Tarifas de importação

Tarifas de importação costumam ser justificadas como forma de proteger o setor nacional. Porém, empresas de cosméticos brasileiras não parecem necessitar de proteção. No Brasil produtos de necessidade primária são menos tributados, enquanto aqueles que são considerados supérfluos – como o setor de beleza, que inclui cosméticos, perfumes e hidratantes – são altamente tributados. Estes produtos são os primeiros a sofrerem aumento.

Cosméticos importados no Brasil são em média 51% mais caro do que os mesmo no país de origem, devido as altas tarifas de impostos. As tarifas de cosméticos importados são absurdamente altas: ICMS 25%, CONFINS 10,30%, PIS 2,20% IPI 22%, Imposto de Importação (indicada pela TEC) 18% e ainda têm o custo de transporte.

Ainda assim, buscando um aumento da arrecadação o governo elevou o Pis/Confins importação para 3,52% e 16,48% respectivamente dos itens de higiene pessoal e perfumaria¹⁰. Todas essas mudanças tributarias acarretam 200 mil demissões no setor, e um aumento de 12% no preço para o consumidor acima da inflação e João Carlos Basilio, presidente da Abihpec afirma “O setor estava entre os três que mais investiam em inovação. Como a venda de produtos de maior valor agregado deverá ficar estagnada, não haverá recursos para ficar investindo”¹¹

A exportação de produtos de higiene pessoal, perfumaria e cosmético também teve uma redução de 13,7% “A recessão econômica e as turbulências no cenário político brasileiro enfrentadas nos últimos anos afetaram não apenas o desempenho da indústria de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos no mercado nacional, como também as exportações do país”, afirma Ricardo Nobrega, gerente de comércio exterior da ABIHPEC¹². A queda foi devida principalmente a instabilidade do real e o custo surreal de logística no Brasil: altas tarifas portuárias, infraestrutura precárias, alto custo burocrático e a grande ineficiência de suporte governamental a quaisquer dificuldades dos exportadores.

4. Conclusão

Todas essas interferências governamentais no setor são medidas restritivas ao setor que prejudicam todos os agentes: os produtores nacionais têm restrições tarifarias, os produtores internacionais têm limitações de entrada, os produtores que exportam têm limitações indiretas causadas por políticas cambiais errôneas e o maior prejudicado de todos: o consumidor. Estes pagam mais caro e perdem em diversidade.

⁸ (Cuidar do Brasil é essencial, 2017)

⁹ (Cuidar do Brasil é essencial, 2017)

¹⁰ (Lei Nº 13.137, de 19 de junho de 2015, 2004, pp. Art. 8º, § 2o)

¹¹ (Oliveira, 2015)

¹² (ABIHPEC, 2017)

Mises também escreveu sobre isso “se tais medidas forem adotadas com pleno conhecimento de seus efeitos; se a autoridade tem plena consciência do que está fazendo e dos resultados que irá obter, só podemos discordar dos seus objetivos, e não dos meios que está empregando para atingi-los.”¹³ O maior problema do intervencionismo brasileiro é que o objetivo de proteger o mercado interno (através do imposto de importação) é mitigado por outra política intervencionista (altos impostos – IPI e ICMS).

A melhor forma de fomentar o mercado: incentivar investimento e inovação, aumentar o emprego, aumentar a demanda através da redução do custo na cadeia de produção e consequentemente do preço final ao consumidor é através de políticas de livre mercado.

BIBLIOGRAFIA

- ABIHPEC. (31 de 08 de 2017). *ABIHPEC demonstra consequências da pesada carga tributária para o setor.* Fonte: Abihpec: <https://abihpec.org.br/2017/08/abihpec-demonstra-consequencias-da-pesada-carga-tributaria-para-o-setor/>
- ABIHPEC. (21 de FEV de 2017). *Mesmo em ano de nova baixa nas exportações, cosméticos brasileiros crescem em quatro países da América Latina.* Fonte: <https://abihpec.org.br/2017/02/mesmo-em-ano-de-nova-baixa-nas-exportacoes-cosmeticos-brasileiros-crescem-em-quatro-paises-da-america-latina/>
- Associação Brasileira da Indústria de Higiene pessoal, perfumaria e cosméticos. (2016). *Panorama do Setor de HPPC.* São Paulo. Fonte: <https://www.abihpec.org.br/novo/wp-content/uploads/2016-PANORAMA-DO-SETOR-PORTUGU%C3%8AS-14jun2016.pdf>
- Cuidar do Brasil é essencial. (11 de jan de 2017). *As lições de um aumento de impostos.* Fonte: <http://patrocinados.estadao.com.br/abihpec/2017/01/11/as-licoes-de-um-aumento-de-impostos/>
- Media Lab Estadão. (2016). *Crise e aumento de impostos reduzem vendas de produtos de higiene pessoal e cosméticos.* Fonte: ABIHPEC: <https://abihpec.org.br/site2016/wp-content/uploads/2017/06/IMPOSTOS-REDUZEM-VENDAS-HPPC-OESP.pdf>
- Mises, L. v. (2010). *Intervencionismo - Uma Análise Econômica.* São Paulo: Instituto Mises Brasil.

¹³ (Mises, Intervencionismo - Uma Análise Econômica, 2010, p. 38)

- Mises, L. v. (2010). *Uma Crítica ao Intervencionismo*. São Paulo: Instituto Mises Brasil.
- Oliveira, A. (30 de Março de 2015). *Varejistas tentam driblar aumento do imposto sobre produtos de beleza*. Fonte: Folha de São Paulo: <http://www1.folha.uol.com.br/mercado/2015/03/1609467-varejistas-tentam-driblar-aumento-do-imposto-sobre-produtos-de-beleza.shtml>
- Planalto. (30 de abril de 2004). Lei Nº 13.137, de 19 de junho de 2015. Fonte: http://www.planalto.gov.br/CCIVIL_03/_Ato2015-2018/2015/Lei/L13137.htm#art1
- Planalto. (28 de jan de 2015). Decreto nº 8.393. Fonte: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2015/decreto/D8393.htm
- Sant'Ana, J. (3 de 05 de 2017). *Grupo Boticário cresce 7,5% e fatura R\$ 11,4 bilhões em 2016*. Fonte: Gazeta do Povo: <http://www.gazetadopovo.com.br/economia/nova-economia/grupo-boticario-cresce-75-e-fatura-r-114-bilhoes-em-2016-7p6h7ccfmjgl5c4bks5uzsuzu>
- Top 50 Cosmetics Brands*. (09 de 2017). Fonte: Brand Finance: http://brandirectory.com/league_tables/table/cosmetics-50-2013