



Fotos: Divulgação

# Marca própria é tendência nas farmácias

O canal farmacêutico tem investido no lançamento de novas linhas de produtos cosméticos e soluções de embalagens para encantar e atrair consumidores

Margaret Hayasaki

A indústria brasileira de cosméticos experimenta uma franca expansão ao democratizar o consumo dos produtos de beleza entre consumidores de todas as classes sociais. Não à toa, o Brasil é hoje o terceiro maior mercado de cosméticos do mundo, atrás apenas dos Estados Unidos e do Japão, respondendo por uma participação de 9,6% do bolo total. Em 2012, o setor, que reúne 2342 empresas, atingiu um faturamento ex-factory de R\$ 34 bilhões, segundo dados da Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (Abihpec).

Os cosméticos também ganham importante papel no canal farmacêutico que tem investido fortemente em marcas próprias, nos últimos anos, visando atrair consumidores e incrementar as vendas. Os aportes no desenvolvimento de novos produtos de higiene e beleza

e o maior ganho de participação dessa categoria em marcas próprias demonstram que este negócio vai continuar prosperando no País.

Uma das pioneiras no negócio de marca própria de higiene e beleza é a rede gaúcha de farmácias Panvel, que em 1989, criou uma linha de fraldas. Hoje, o número de produtos da marca chega a 500 itens alocados em mais de 15 submarcas, além de coleções limitadas, que contemplam desde esfoliantes e esmaltes a maquiagem e deo-colônias. “Atualmente, a marca Panvel representa 20% do faturamento em vendas de produtos de higiene e beleza”, afirma Luiza Plentz, coordenadora de marca própria e programa fidelidade da Panvel. “Em 2013, a expectativa de crescimento é de 22%”.

Buscando soluções para valorizar cada vez mais o produto cosmético de marca própria, a Panvel lançou, em

abril deste ano, uma linha premium de maquiagem em parceria com a estilista Isabela Capeto. “Nossa marca própria é reconhecida pelo grande público e compete com importantes marcas. A Isabela Capeto participou de todas as etapas de elaboração dos produtos e o resultado foi uma coleção de 19 itens, inspirada nas pedras preciosas brasileiras”, explica Luiza. Segundo ela, a ideia de *fashion make up* que alia conceitos de moda à maquiagem também foi bem explorada e tem se tornado uma tendência.

A mineira Farmax começou pequena, com uma farmácia. Hoje, ela se transformou em uma indústria de produtos farmacêuticos e cosméticos. Há mais de 10 anos, a empresa trabalha com marca própria. Atualmente, o seu portfólio possui 10 marcas e mais de 160 produtos de beleza e saúde.

Este ano, a empresa vai lançar 52 novos produtos da linha capilar