

A ESTABILIDADE DE VENDAS DE FRAGRÂNCIAS NO BRASIL EM TEMPOS DE CRISE ECONÔMICA

XXVIII Encontro de Iniciação à Docência

Rafaela Acacia Goncalves, Eveline Barbosa Silva Carvalho

Introdução:A perfumaria surgiu por volta do ano 176 A.C. no oriente, mais especificamente no Egito. Para homenagear os deuses queimavam os incensos e resinas e esta fumaça que subia aos céus era considerada por eles de sagrada. Foi neste contexto que surgiu a palavra perfume, em latim per fumum, que significa “através da fumaça”. Hoje, a indústria dos perfumes representa uma grande importância na área de produtos pessoais, com mais de 30 mil fragrâncias conceituadas no mercado. Assinado por um estilista, ator ou estrela rock, o perfume tornou-se um acessório indispensável para as pessoas, está acessível a qualquer pessoa e é um dos presentes mais oferecidos no mundo. **Objetivo:**O objetivo desse trabalho é mostrar a estabilidade das vendas dos perfumes no Brasil em períodos de crise econômica no país. **Metodologia:** Serão utilizados relatórios sobre a indústria de fragrância no Brasil elaborados pelo Euromonitor entre os anos de 2016 e 2018. Base de dados utilizada para fundamentar o objetivo do trabalho também foi retirada do Euromonitor tendo como base os mesmos anos dos relatórios. **Resultados:**O Brasil manteve em 2017 a quarta posição no ranking mundial de consumo de produtos de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos (HPPC), esse consumo movimentou U\$32,1 bilhões. Na América Latina, que responde por 14,1% das vendas mundiais de HPPC, o Brasil é líder absoluto na região. Boticário e Natura estão no topo do ranking de fabricantes no Brasil. O mercado de fragrâncias no Brasil possui uma característica de oligopólio concentrado, pois são poucas empresas que detêm a maior parte desse mercado como mostra os dados abaixo. **Conclusão:**De acordo com a analista Juliana Martins, especialista sênior de Beleza e Cuidados Pessoais da Intel, o mercado de perfumes no Brasil é único: a força das vendas das marcas nacionais é muito grande, o que faz com que a categoria garanta as vendas no varejo, apesar da crise econômica brasileira, pois os consumidores se identificam com o produto e se sentem ligados a ele.

Palavras-chave: PERFUME. BRASIL. MERCADO. CRISE.