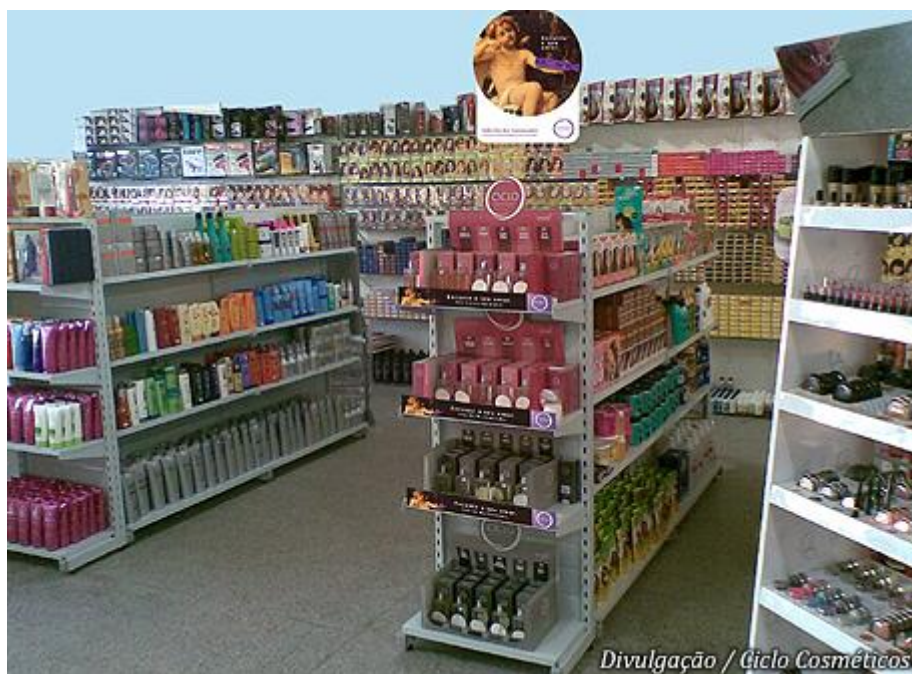


Cresce o número de produtos de higiene e beleza vendidos em farmácias



A catarinense Ciclo Cosméticos aposta neste segmento para atingir o seu público alvo, a classe C.

De acordo com o Instituto Euromonitor, o Brasil registrou a maior taxa de crescimento de vendas de itens de higiene e beleza no varejo farmacêutico, entre os cinco países líderes nesse segmento, 30%, um aumento de US\$ 9 bilhões nos negócios do setor. Entre março de 2010 e abril de 2011, o setor movimentou US\$ 37,7 bilhões, segundo a IMS Health, consultoria norte-americana especializada na área farmacêutica. Os números não param de aumentar. A estimativa é que cresça em torno de 10% e feche 2011 com faturamento total de R\$ 41 bilhões.

A classe C se destaca entre os maiores consumidores de higiene e beleza no canal farma. De acordo com Luane Lohn, presidente da indústria catarinense Ciclo Cosméticos, o aumento das vendas em farmácias está diretamente relacionado ao aumento do consumo da classe C e também ao maior espaço disponibilizado para estas categorias. “Depois que a ANVISA aprovou a resolução 44, que proíbe a venda de medicamentos fora do balcão de atendimento, os farmacistas tiveram que buscar produtos alternativos para preencher este espaço até então ocupado pelos medicamentos, e nós do ramo conseguimos mais um importante ponto de venda”, destaca a empresária.

Hoje, 60% do total das vendas da Ciclo Cosméticos estão no canal farma. “As farmácias estão buscando se diversificar cada vez mais e a perfumaria é a categoria principal para esta diversificação, justamente por também estar relacionada à saúde”, diz Luane Lohn.

Ciclo Cosméticos- Localizada no município de Palhoça, na Grande Florianópolis, a Ciclo Cosméticos atua no segmento varejista e possui uma forte presença de mercado, atendendo mais de três mil clientes de norte à sul do Brasil, entre perfumarias, lojas de cosméticos, farmácias, salões de beleza, supermercados, lojas de confecções e variedades.

A Ciclo Cosméticos é composta por produtos de qualidade, tendo como ponto forte não só a aparência dos itens, mas principalmente a fixação das fragrâncias na pele, tanto das deo colônias, como dos hidratantes corporais.

Nove linhas, seis perfumes e 50 contratipos de perfumes fazem parte do mix de produtos da Ciclo Cosméticos. Mesmo tendo foco na classe C, a marca possui aceitação entre homens e mulheres de faixa etária e classes sociais diferentes e fazem com que a Ciclo conquiste, cada vez mais, o seu espaço nas gôndolas e também na casa dos consumidores.