

GUIA PRÁTICO DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO

Cosméticos de Base Florestal



COSMÉTICOS
de base florestal de
AMAZÔNIA

© 2018. Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE

Todos os direitos reservados.

A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610/1998).

SEBRAE Pará

Rua Municipalidade, 1461, Reduto Belém
Belém, PA | CEP: 66050-350

Presidente do Conselho Deliberativo | FERNANDO YAMADA

Diretor-superintendente | FABRIZIO GUAGLIANONE

Diretor Técnico | HUGO SUENAGA

Diretor Administrativo e Financeiro | ANDRÉ PONTES

Gestor Estadual | GEORGIANE DE NAZARÉ ARRUDA TITAN

Elaboração:

IEBT - GESTÃO E INOVAÇÃO PARA RESULTADOS

Rua Professor José Vieira de Mendonça, 770, sala 401, Engenho Nogueira, Belo Horizonte, MG | CEP: 31310-260

Diretor Executivo | BRUNO FRANÇA PÁDUA

Diretor de Projetos | PAULO VÍTOR GUERRA

Autoria | ANA MARIA AZEVEDO AMARAL | MATHEUS ALVARENGA MARTINS |
FERNANDO WILLIAN SANTOS | IVO ROCHA PALMEIRA

Projeto Gráfico | GABRIELA JACQUES MENDES

Apresentação



O mercado mundial de cosméticos vem, há pelo menos 10 anos, se interessando cada vez mais pela Região Amazônica, devido às propriedades únicas e diversas que podem ser obtidas pelos insumos da floresta. Óleos fixos, essenciais, manteigas e esfoliantes, provenientes de árvores, arbustos, ervas, cipós, sementes, cascas, entre outros, já estão presentes em produtos cosméticos de marcas como Natura, Aveda e L'Oréal.

Com o objetivo de auxiliar no desenvolvimento da cadeia de produção de cosméticos da região, os SEBRAEs dos estados do norte do Brasil deram início ao Projeto Estruturante de Cosméticos, a partir do qual espera-se elevar o conhecimento sobre os aspectos limitantes da cadeia de cosméticos na Amazônia, possibilitando a tomada de decisão para uma atuação estratégica. Como objetivo principal do projeto tem-se o desenvolvimento de conhecimento normativo, tecnológico e mercadológico quanto às oportunidades de negócios sustentáveis e produtivos para a cadeia de cosméticos de base florestal da Região da Amazônia.

O projeto vai de encontro à missão do SEBRAE, que é promover a competitividade e o desenvolvimento sustentável das micro e pequenas empresas, além de fomentar o empreendedorismo.



SUMÁRIO

▶▶ Apresentação	03
Sobre o Guia	06
O mercado de HPPC	08
Cadeia de valor de HPPC na região amazônica	10
Regulamentação Nacional	12
Tributação do Setor	21
Exportação de produtos HPPC	25
Como agregar valor ao seu produto	30
A cultura da cooperação como vantagem competitiva para empresas	32
O cooperativismo como forma de impulsionar as comunidades extrativistas	34

GUIA PRÁTICO DE PRODUÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO

Sobre o Guia

As empresas produtoras de insumos e produtos acabados de Higiene Pessoal, Perfumes e Cosméticos (HPPC) estão sujeitas a diversas especificidades relacionadas à produção, regulamentação e tributação, bastante específicos quando se trata desse setor da indústria. Quando fala-se dos cosméticos de base florestal, somam-se outros complicadores, relacionados ao uso dos insumos da biodiversidade.

Para ajudar as empresas e produtores de cosméticos da região Norte na busca pelo fortalecimento e desenvolvimento regional, este Guia Prático de Produção e Comercialização foi elaborado.

Este documento não pretende ser uma cartilha, com um passo a passo para a abertura ou crescimento das empresas, mas sim trazer as principais referências para o sucesso dos empreendimentos, com informações primordiais acerca de aspectos legislativos, produtivos e comerciais para a indústria de HPPC local.

O Guia é estruturado da seguinte forma:

01 **O mercado de HPPC:** Panorama geral do mercado, explicitando os números globais e nacionais.

02 **Cadeia de valor de HPPC na região amazônica:** Buscando contextualizar os principais elos de produção e comercialização de cosméticos na região amazônica, o esquema identifica os principais atores e sua atuação no todo.

03 **Regulamentação Nacional:** São levantadas as principais informações a respeito das leis nacionais que regulamentam a indústria, como:

- a) Definições;
- b) Regulamentações e registros necessários;
- c) Boas práticas de fabricação;
- d) Obrigações, proibições, restrições e certificações.

04 **Tributação do Setor:** O Guia lista as principais tributações aplicadas ao setor, apontando para diferentes benefícios fiscais que podem ser oferecidos às empresas atuantes na região Norte.

05 **Exportação de produtos HPPC:** Importantes aspectos relacionados à exportação são apresentados, bem como as principais exigências legislativas dos Estados Unidos e União Europeia.

06 **Como agregar valor ao seu produto:** Dicas de negócios para impulsionar a qualidade e aumentar a competitividade das empresas na região.

07 **A cultura da cooperação como vantagem competitiva para empresas**
Tópicos importantes sobre como as empresas podem trabalhar em conjunto.

08 **O cooperativismo como forma de impulsionar as comunidades extrativistas**
A união faz a força e, pensando nisso, são apresentados tópicos importantes sobre como as comunidades podem trabalhar em conjunto.



01

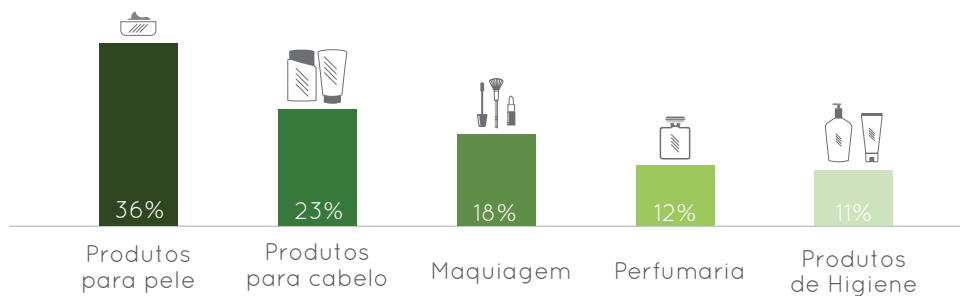
O mercado de HPPC

Ditado pela oferta, o setor de HPPC é fortemente impulsionado pela inovação, qualidade e pelos resultados percebidos pelo consumidor final.

Com um perfil altamente competitivo, as constantes inovações e lançamento de novos produtos contribuíram para que o setor mantivesse um crescimento anual médio de 3,8% entre 2007 e 2016.



Fonte: Inkwood Research (2017)



Fonte: L'Oréal Annual Report 2016.

Em relação ao mercado mundial, o Brasil aparece entre o terceiro e quarto lugar, brigando pela posição com o Japão e perdendo apenas para Estados Unidos e China como maiores mercados de cosméticos.

Com taxas recentes de crescimento entre 5% e 10%, a crise econômica atingiu com menor força o setor de cosméticos no país.

Em um cenário de mudança do perfil do consumidor, nota-se uma preocupação cada vez maior com os potenciais malefícios dos insumos utilizados pela indústria de cosméticos.

Nesse contexto, os produtos naturais se destacam como uma demanda cada vez maior, tanto do consumidor nacional quanto global, que se preocupam com os efeitos que os produtos sintéticos podem causar ao seu próprio corpo e ao meio ambiente.

Por isso, a química utilizada nos cosméticos está evoluindo para reduzir os impactos das substâncias liberadas e o mercado de matérias-primas naturais está sempre oferecendo os melhores ingredientes ativos para cosméticos funcionais, favorecendo também o segmento de insumos.

Em nenhum lugar do mundo existem mais espécies de animais e de plantas do que na Amazônia. A riqueza da flora compreende aproximadamente 30.000 espécies, ou 10% das plantas de todo o planeta!



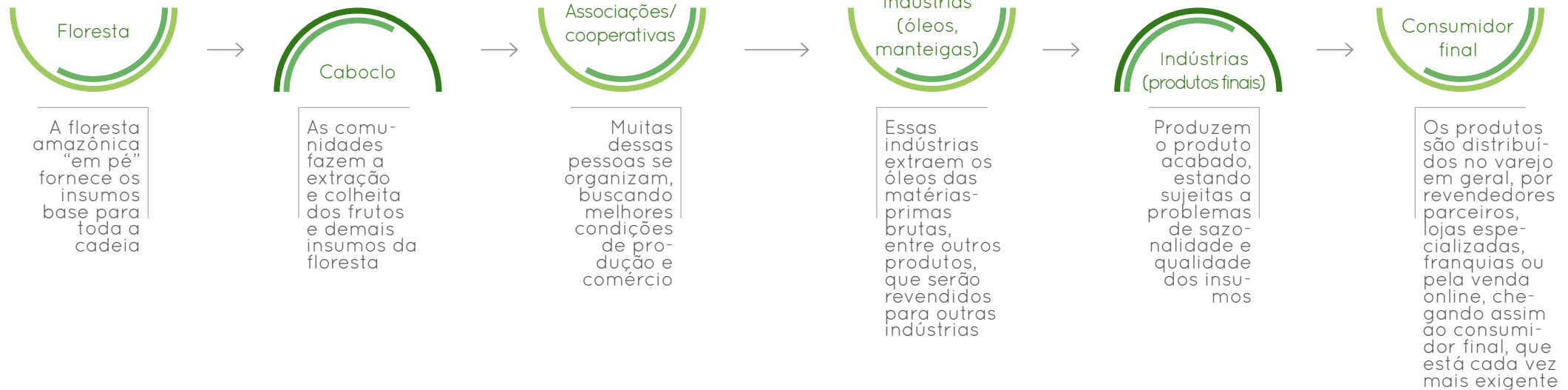


Os governos federal, estadual e municipal regulam tanto aspectos tributários quanto legislativos das empresas de HPPC

GOVERNO

ÓRGÃOS REGULADORES

Outros órgãos, sendo a Anvisa o principal deles, regulamentam as especificações de produção, visando a normatização do setor





03

Regulamentação Nacional

O que são produtos cosméticos?

Definição dada pela RDC 7/2015

“São preparações constituídas por substâncias naturais ou sintéticas, de uso externo nas diversas partes do corpo humano, pele, sistema capilar, unhas, lábios, órgãos genitais externos, dentes e membranas mucosas da cavidade oral, com o objetivo exclusivo ou principal de limpá-los, perfumá-los, alterar sua aparência e ou corrigir odores corporais e ou protegê-los ou mantê-los em bom estado.”

Classificação

Grau 1

São caracterizados por possuírem propriedades básicas ou elementares, cuja comprovação não seja inicialmente necessária e não requeiram informações detalhadas quanto ao seu modo de usar e suas restrições de uso, devido às características intrínsecas do produto.

Grau 2

Possuem indicações específicas, cujas características exigem comprovação de segurança e/ou eficácia, bem como informações e cuidados, modo e restrições de uso.

Na dúvida sobre qual é o grau do seu produto?

A RDC 7/2015 aponta listas indicativas dos produtos de cada grau, que podem ser consultadas em: http://portal.anvisa.gov.br/documents/10181/2867685/RDC_07_2015_.pdf

LEI Nº 6360/76:

Lei que regulamenta os produtos cosméticos acabados. Ela dispõe sobre a vigilância sanitária desses produtos e dá providências

A lei estabelece que somente poderão extrair, produzir, fabricar, transformar, sintetizar, purificar, fracionar, embalar, re-embalar, importar, exportar, armazenar ou expedir os produtos cosméticos, as empresas para tal fim autorizadas pelo Ministério da Saúde e cujos estabelecimentos estejam sido licenciados pelo órgão sanitário das Unidades Federativas onde são localizadas.

Órgãos regulatórios

A Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), realiza, em âmbito nacional, o controle sanitário da produção e consumo dos produtos cosméticos.

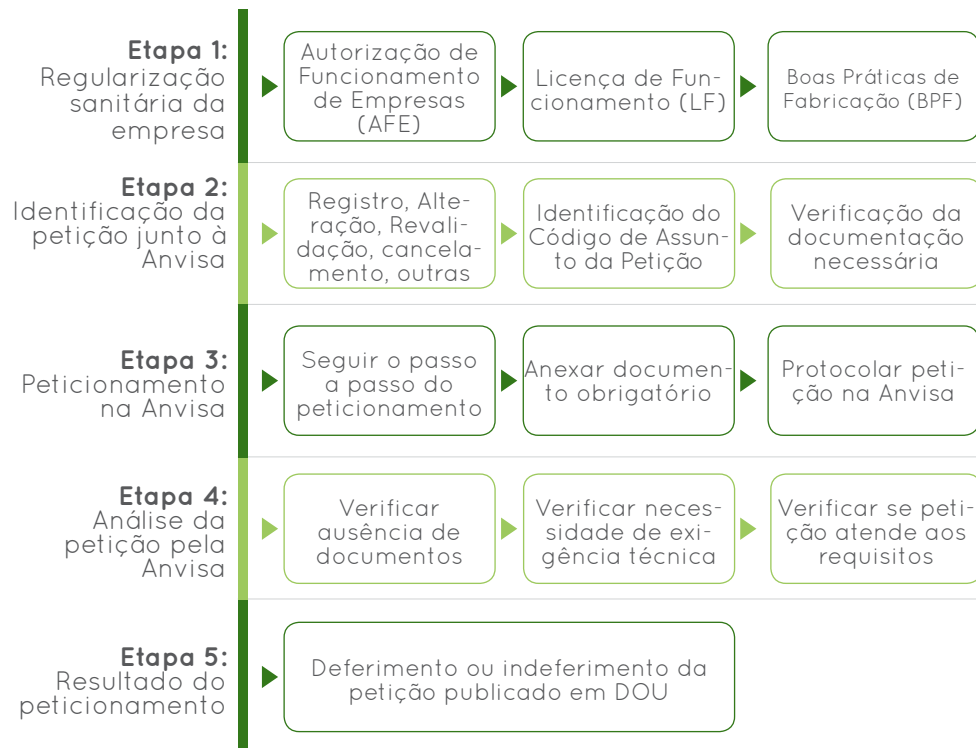
O setor de cosméticos é regulamentado por meio de Portarias, Resoluções da Diretoria Colegiada (RDC), Pareceres Técnicos e Guias que tratam de assuntos mais específicos, como Boas Práticas de Fabricação de Produtos de HPPC, critérios para a rotulagem dos produtos, entre outros.

Em âmbito local, os estados e município têm suas agências de **Vigilância Sanitária (Visa)**, que executam as ações de vigilância sanitária a serem realizadas de acordo com as especificidades de cada região.

3.1

Regularização Sanitária da Empresa

- Passo 1**
A Autorização de Funcionamento de Empresas (AFE) é o primeiro passo para iniciar o trabalho empresarial, sendo obrigatório o parecer técnico da Vigilância Sanitária sobre o estabelecimento que irá exercer a atividade.
- Passo 2**
A empresa precisa adquirir junto à Vigilância Sanitária local (Visa), na qual a empresa está sediada, a Licença de Funcionamento local (LF).
- Passo 3**
Uma vez obtida a LF, a empresa fabricante de cosméticos deverá adequar seus procedimentos de fabricação ao Regulamento de Boas Práticas de Fabricação (BPF).



Regularização de Produtos

Antes da comercialização, os produtos de higiene pessoal, cosméticos e perfumes de Grau 1 e Grau 2 precisam ser regularizados por procedimento eletrônico junto à Anvisa. No entanto, existe uma diferença no tratamento de regularização desses produtos. A Anvisa determinou que os produtos de Grau 2 que constam no Anexo VIII da RDC 7/2015 precisam também passar por um procedimento de Registro. Os demais produtos estão isentos do registro, mas precisam ser submetidos a um procedimento de comunicação prévia à Anvisa.

Documentação necessária para registro de produto nacional:

1. Formulário de petição devidamente preenchido;
2. Comprovante de pagamento, ou de isenção, da Taxa de Fiscalização de Vigilância Sanitária (TFVS);
3. Formulário de Dados Técnicos do produto;
4. Formulário de Dados Complementares do produto;
5. Arte Final da Rotulagem em português com todos os dizeres legíveis;
6. Termo de responsabilidade, assinado pelo Representante Legal e Responsável Técnico, devidamente preenchido com o nome do produto;
7. Dados gerais da empresa/
8. Testes de Eficácia.

Lista de produtos de Grau 2 sujeitos a Registro:

1. Produtos infantis;
2. Protetores solares e bronzeadores;
3. Alisantes capilares;
4. Repelentes de insetos;
5. Géis Antisséptico para mãos.

Pontos importantes:

- A necessidade de submeter produtos inovadores, ainda não regulamentados, ao procedimento de registro será estabelecida em regulamento diferenciado;
- É necessário pagar uma taxa para regularização do produto, até mesmo aqueles isentos de registro

Querendo abrir uma Empresa de Cosméticos?

A Cartilha da ABIHPEC “Como abrir uma Empresa de Produtos de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos: Aspectos Regulatórios” aponta 25 passos para iniciar o processo de abertura de empresas do setor. Ela pode ser acessada pelo link: <http://www.abihpec.org.br/novo/wp-content/uploads/2011/09/CARTILHA-COMO-ABRIR-UMA-EMPRESA-HPPC.pdf>

3.2

Boas Práticas de Fabricação para Produtos de Higiene Pessoal, Perfumes e Cosméticos



Com o objetivo de estabelecer requisitos mínimos necessários a serem cumpridos pelos fabricantes de cosméticos quanto à fabricação, embalagem, armazenamento e controle de qualidade dos produtos cosméticos, a Anvisa, a partir da RDC nº 48/2013, aprovou o Regulamento Técnico de Boas Práticas de Fabricação para Produtos de Higiene Pessoal, Cosméticos e Perfumes.

Esse Regulamento estabelece os procedimentos e as práticas que o fabricante deve aplicar para assegurar que as instalações, métodos, processos, sistemas e controles usados para a fabricação de produtos de higiene pessoal, cosméticos e perfumes sejam adequados de modo a garantir a qualidade desses produtos.

ATENÇÃO!

A inobservância ou desobediência ao disposto nesta Resolução configura infração de natureza sanitária, na forma da Lei nº 6.437/1977, sujeitando o infrator às penalidades previstas nesse diploma legal.

Para ter mais informações do Regulamento, acesse: http://bvsms.saude.gov.br/bvs/saudelegis/anvisa/2013/rdc0048_25_10_2013.pdf

Lista de substâncias

Os produtos cosméticos estão sujeitos a restrições na sua formulação química e substâncias permitidas, conforme estabelecido pela Anvisa.
Resoluções (RDC) sobre o assunto:

nº38/2011 nº3/2012	nº29/2012 nº44/2012	nº15/2013 nº69/2016
-----------------------	------------------------	------------------------

Rotulagem

A Anvisa estabelece critérios para a rotulagem dos produtos cosméticos com o objetivo de determinar quais são as informações que precisam constar nos rótulos do produto. Dentre esses critérios, a rotulagem dos produtos de higiene pessoal, cosméticos e perfumes não deve conter indicações e menções terapêuticas, nem denominações e indicações que induzam a erro, engano ou confusão quanto à sua procedência, origem, composição, finalidade ou segurança.
Resoluções (RDC) sobre o assunto:

nº38/2001 nº13/2003	nº30/2012 nº19/2013	nº15/2015 Portaria nº1.480/1990
------------------------	------------------------	------------------------------------

Cosméticos para crianças

Os cosméticos infantis devem ser registrados junto a Anvisa. Esses produtos são elaborados de acordo com as características da pele da criança, existindo algumas restrições de ingredientes.
Resoluções (RDC) sobre o assunto:

nº3/2012	nº29/2012	nº15/2015
----------	-----------	-----------

Certificações

Algumas certificações, que são adquiridas junto à Anvisa, são necessárias para a produção e comercialização de produtos cosméticos, seja em território nacional ou no exterior, tais como:

- Certificado de Venda Livre (CVL) em Âmbito Nacional
- Certificado para Exportação
- Certificado para Importação
- Certificado de Boas Práticas de Fabricação (BPF)

3.3

Legislação sobre a extração de insumos de base florestal

A atividade de exploração vegetal, como a coleta de sementes e frutos que serão usados como insumos para a indústria de cosméticos de base florestal da região norte é regulamentada no Brasil pela lei 12.727/2012.

Essa lei dispõe sobre a proteção da vegetação nativa. Dentre um dos pontos da lei, há a instrução a respeito da exploração de florestas nativas com ou sem propósito comercial.



Reserva Legal Manejo sustentável da vegetação florestal

Coleta

É livre a coleta de produtos florestais não madeireiros, tais como frutos, cipós, folhas e sementes, mas é preciso observar alguns aspectos, como:

- Períodos de coleta e volumes de acordo com regulamentos específicos;
- Época de maturação dos frutos e sementes;
- Técnicas que não coloquem em risco a sobrevivência de indivíduos e da espécie coletada no caso de coleta de flores, folhas, cascas, óleos, resinas, cipós, bulbos, bambus e raízes.

Manejo

O manejo florestal sustentável da vegetação da Reserva Legal com propósito comercial depende de autorização do órgão competente e deverá atender às seguintes diretrizes e orientações:

- Não descaracterizar a cobertura vegetal e não prejudicar a conservação da vegetação nativa da área;
- Assegurar a manutenção da diversidade das espécies;
- Conduzir o manejo de espécies exóticas com a adoção de medidas que favoreçam a regeneração de espécies nativas.



Exploração Florestal

Para explorar as florestas nativas e formações sucessoras é preciso obter a **aprovação prévia de Plano de Manejo Florestal Sustentável - PMFS**, concedida por um órgão competente do Sistema Nacional do Meio Ambiente (Sisnama). O PMFS deve contemplar técnicas de condução, exploração, reposição florestal e manejo compatíveis com os variados ecossistemas florestais. A aprovação do PMFS confere a licença ambiental necessária para a prática do manejo florestal sustentável, não precisando seguir outras etapas do licenciamento ambiental.

Tanto empresas quanto pessoas físicas só podem utilizar matérias-primas de origem florestal quando essas se originam de:

- Florestas plantadas;
- PMFS de floresta nativa aprovada pelo órgão competente do Sisnama;
- Supressão de vegetação nativa autorizada pelo órgão competente do Sisnama;
- Outras formas de biomassa florestal definidas pelo órgão competente do Sisnama.

Obs: Empresas ou pessoas que utilizam matéria-prima florestal oriunda de supressão de vegetação nativa ou que detenham autorização para supressão de vegetação nativa são obrigadas à reposição florestal. Entretanto, estão isentos dessa obrigação quem utiliza:

- Costaneiras, aparas, cavacos ou outros resíduos provenientes da atividade industrial;
- Matéria-prima florestal oriunda de PMFS, de floresta plantada ou não madeireira.

Em quais casos não é preciso de PMFS?

- Quando segue-se as práticas da coleta e manejo descritos na seção de manejo sustentável da vegetação florestal;
- Quando suprime-se as florestas e formações sucessoras para realizar o uso alternativo do solo;
- Quando há o manejo e a exploração de florestas plantadas localizadas fora das Áreas de Preservação Permanente e de Reserva Legal;
- Quando ocorre exploração florestal não comercial dentro das propriedades rurais ou por populações tradicionais.

As empresas que utilizam grande quantidade de matéria-prima florestal são obrigadas a elaborar e implementar um Plano de Suprimento Sustentável - PSS, a ser submetido à aprovação do órgão competente do Sisnama.

3.4 Novo Marco Legal sobre Acesso ao Patrimônio Genético e ao Conhecimento Tradicional Associado

O que mudou?



▶ **Acesso ao patrimônio genético:**

Para solicitar autorização para explorar a biodiversidade, as organizações nacionais devem fazer um cadastro simplificado pela internet, no sistema SisGen.

▶ **Pagamento pela exploração:**

As empresas deverão pagar de 0,1% a 1% da receita líquida anual obtida com a exploração econômica de produtos criados a partir de material existente na biodiversidade brasileira. O dinheiro é destinado ao Fundo Nacional de Repartição de Benefícios.

▶ **Comunidades tradicionais:**

as comunidades têm direito a participar da tomada de decisões relacionadas à conservação e ao uso sustentável de seus conhecimentos tradicionais. Também é exigido consentimento prévio dessas comunidades para exploração econômica do conhecimento.

▶ **Formas de pagamento:**

Os benefícios obtidos da exploração do conhecimento tradicional podem ser pagos em dinheiro ou em ações “não monetárias”, como investimentos em projetos de conservação, transferência de tecnologias, capacitação de recursos humanos ou uso sustentável da biodiversidade. Microempresas, empresas de pequeno porte, microempreendedores individuais e cooperativas agrícolas estão isentos do pagamento pela exploração econômica do patrimônio genético de espécies encontradas no Brasil.

▶ **Isenção de infrações:**

Sanções aplicadas em razão de biopirataria, seguindo a lei anterior, foram anistiadas a partir da assinatura do Novo Marco Legal.

▶ **Repartição de benefícios:**

Povos indígenas e comunidades tradicionais somente recebem a repartição de benefício quando o seu conhecimento for considerado elemento principal de agregação de valor ao produto.

04 Tributação do Setor

Quando o assunto é tributação, é preciso ficar muito atento para que o seu negócio não saia prejudicado! Os principais tributos que incidem sobre a cadeia produtiva de cosméticos dividem-se entre estaduais e federais.

Estaduais: ICMS, ICMS Substituição Tributária e FECOEP
Federais: IPI, PIS e COFINS, Imposto de Renda (IR) e Contribuição Social sobre o Lucro Líquido (CSLL)

A Tabela a seguir busca fazer uma demonstração do quanto de tributo incide no preço dos produtos cosméticos nos estados da Região Norte em operação interna, sem considerar os incentivos fiscais.

	 Acre	 Amazonas	 Amapá	 Pará	 Rondônia	 Roraima	 Tocantins
IPI (%)	4,12	0,00	4,12	4,12	4,12	4,12	4,12
ICMS (%)	11,88	8,73	4,84	6,63	14,91	13,08	10,56
PIS (%)	1,30	1,30	1,30	1,30	1,30	1,30	1,30
COFINS (%)	6,06	6,06	6,06	6,06	6,06	6,06	6,06
Encargos Sociais (%)	2,82	2,82	2,82	2,82	2,82	2,82	7,04
IR (%)	2,24	2,22	2,28	2,25	2,18	2,10	1,52
CSLL (%)	3,38	3,33	3,48	3,40	3,23	3,04	2,69
Tributo no preço (%)	31,79	24,45	24,89	26,58	34,62	32,51	33,29



Incentivos Fiscais

A Região Norte possui uma política forte de incentivo fiscal, em que foram criadas algumas zonas de desenvolvimento econômico, como as Áreas de Livre Comércio, Zona Franca de Manaus, Zona Franca Verde e Zonas de Exportação. A SUFRAMA é o órgão responsável por conceder os benefícios fiscais relacionados a essas zonas.

- ▶ **Área de Livre Comércio (ALC):** As Áreas de Livre Comércio foram criadas para promover o desenvolvimento das cidades de fronteiras internacionais localizadas na Amazônia Ocidental e em Macapá e Santana. **Os benefícios fiscais oferecidos são semelhantes aos da Zona Franca de Manaus, tais como os incentivos do II, IPI, ICMS e Cofins.** A concessão desse benefício segue a legislação específica.

Localização das ALC: Boa Vista e Bonfim, no estado de Roraima; Guajará-Mirim, no estado de Rondônia; Brasiléia, com extensão a Epiaciolândia e Cruzeiro do Sul, no estado do Acre; Tabatinga, no estado do Amazonas; e Macapá e Santana, no estado do Amapá.

- ▶ **Zona Franca de Manaus (ZFM):** é uma área de livre comércio de importação e de exportação e de incentivos fiscais especiais, estabelecida com a finalidade de promover o desenvolvimento regional da Amazônia Ocidental.

Algumas das isenções fiscais sobre os produtos da cadeia de cosméticos são:

- Isenção do Imposto de Importação na aquisição da mercadoria estrangeira destinada a consumo ou industrialização;
- Isenção do Imposto sobre Produtos Industrializados na venda para o mercado nacional;
- Alíquota diferenciada de PIS e COFINS na venda de mercadoria ao mercado nacional.

IMPORTANTE

Os benefícios da ZFM são concedidos a produtos cosméticos classificados nas posições 33.03 a 33.07 da Tabela de IPI se destinados, exclusivamente, a consumo interno nas Áreas de Livre Comércio ou **quando produzidos com utilização de matérias-primas da fauna e da flora regionais**, seguindo o Processo Produtivo Básico (PPB) para produtos cosméticos.

POSIÇÃO	DESCRIÇÃO
3303	Perfumes e águas-de-colônia
3304	Produtos de beleza ou de maquiagem preparados e preparações para conservação ou cuidados da pele (exceto medicamentos), incluindo as preparações anti-solares e os bronzeadores; preparações para manicuros e pedicuros
3305	Preparações capilares
3306	Preparações para higiene bucal ou dentária, incluindo os pós e cremes para facilitar a aderência de dentaduras; fios utilizados para limpar espaços intendentos (fios dentais), em embalagens individuais para venda e retalho
3307	Preparações para barbear (antes, durante ou após), desodorante (desodorizantes) corporais, preparações para banhos, depilatórios, outros produtos de perfumaria ou de toucador preparados e outras preparações cosméticas, não especificadas nem compreendidas noutras posições; desodorantes (desodorizantes) de ambiente, preparados, mesmo não perfumados, com ou sem propriedade desinfetantes

- ▶ **Zona Franca Verde (ZFV):** A Zona Franca Verde garante a **isenção do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI)**, concedida pelo governo federal, para produtos fabricados nas Áreas de Livre Comércio (ALC) com **preponderância de matéria-prima de origem regional**.

A ZFV engloba as indústrias localizadas nas Áreas de Livre Comércio de Tabatinga (AM), Macapá e Santana (AP), Guajará-Mirim (RO), Brasiléia e Cruzeiro do Sul (AC), Boa Vista (RR) e Bonfim (RR).

As indústrias de Cosméticos de Base Florestal localizadas nas ALC de Boa Vista e de Bonfim podem receber os benefícios da ZFV sem a obrigação de seguir às medidas do PPB, o que torna essas áreas atraentes para a instalação de indústrias desse setor. Nas demais ALC's é exigido que as indústrias de cosméticos adequem a sua produção à PPB do produto para usufruir dos benefícios da ZFV.

O que é Processo Produtivo Básico (PPB)?

Processo Produtivo Básico (PPB) foi definido por meio da Lei n.º 8.387, de 30 de dezembro de 1991, como sendo “o conjunto mínimo de operações, no estabelecimento fabril, que caracteriza a efetiva industrialização de determinado produto”. Ele é utilizado como contrapartida pelo governo para a concessão dos benefícios fiscais da Zona Franca de Manaus, das Áreas de Livre Comércio e para alguns produtos da ZFV. Geralmente, a iniciativa de fixação ou alteração de PPB para um produto específico é da empresa fabricante interessada na produção incentivada. A partir do recebimento da proposta, o governo irá avaliar se será criado o PPB desejado.

Quais são os passos para as indústrias de cosméticos adquirirem os benefícios fiscais das ZFM, ZFV e ALC?

- 01 Empresa deve estar legalizada de acordo com o direito empresarial;
Verificar se existe Processo Produtivo Básico referente ao produto a ser fabricado;
- 02 Se houver PPB do produto a ser produzido, elaborar o projeto técnico-econômico por um economista, classificado quanto ao tipo de investimento (implantação, atualização, diversificação, ampliação) e quanto à categoria (Micro e Pequena Empresa ou demais);
Entregar documentação da empresa sobre: dados de identificação, contrato social, balanço patrimonial ou de abertura, licença ambiental prévia, certidão negativa de débitos a tributos estaduais, certidão de registro de projeto e regularidade;
- 03 Realizar cadastro da empresa junto à SUFRAMA pela plataforma online;
- 04 Após a implantação das instalações industriais da empresa, realizar a solicitação do Laudo de Operação (LO) e iniciar a produção.

Nota: A resolução nº203,12/12/2012 da SUFRAMA dispõe sobre o roteiro obrigatório para a elaboração do projeto técnico-econômico. Além disso, existem consultores credenciados pela SUFRAMA que costumam escrever os projetos técnico-econômicos.

IMPORTANTE

Empresas optantes pelo Simples Nacional não estão incluídas nos benefícios da Zona Franca de Manaus!

A Suframa publicou alguns documentos orientando sobre os incentivos fiscais da região, como:

- Marco Regulatório da Zona Franca de Manaus;
- Cartilha sobre Incentivos Fiscais – Um guia para quem deseja investir na Amazônia Ocidental;
- Zona Franca Verde – Roteiro do Incentivo Fiscal.

Estes podem ser encontrados em <http://site.suframa.gov.br/>

05

Exportação de produtos HPPC

Os atrativos e o exotismo dos produtos derivados da floresta têm grande apelo em diversos países do mundo. Por isso, a exportação pode representar uma grande oportunidade para as empresas da região amazônica.

Alguns aspectos importantes para a exportação de produtos:

- ▶ Para ter a permissão de ser uma exportadora, a empresa precisa estar devidamente regularizada, operando conforme manda a legislação para a sua atividade;
- ▶ É obrigatório o Registro de Habilitação no Ambiente de Registro e Rastreamento da Atuação dos Intervenientes Aduaneiros (RADAR), junto ao Sistema Integrado de Comércio Exterior (SISCOMEX), habilitando representantes para a prática das atividades que se relacionam à exportação;
- ▶ Cada país possui sua própria regulamentação relativa ao setor de cosméticos, portanto, é necessário entender todas as especificações do país de destino;
- ▶ A Anvisa emite o Certificado de Venda Livre (CVL) para os produtos de HPPC, documento que atesta que o produto é livremente comercializado no país de origem.



Principais documentos necessários:

Mercadoria a ser exportada:

- Registro de Exportação realizado no SISCOMEX, que enquadra a exportação;
- Nota Fiscal, que deve estar junto ao produto desde a saída da mercadoria;
- Registro de Operação de Crédito, caso seja feita de maneira financiada;
- Registro de Venda, caso haja negociação em bolsas internacionais;
- ▶ • Despacho Aduaneiro de Exportação, que confirma as informações fornecidas;
- Conhecimento de Embarque, que trata sobre a ciência do embarque;
- Fatura Comercial, que contém todos os dados sobre a exportação e que é utilizado pelo importador;
- Romaneiro, que tem como objetivo facilitar a fiscalização aduaneira no destino;
- Carta de Entrega, a relação de documentos exigidos pelo banco para realizar a operação de exportação.

Em relação ao exportador:

- Inscrição no Registro de Exportadores e Importadores (REI) da SECEX/MDIC;
- Fatura Proforma, que especifica informações sobre o produto;
- ▶ • Carta de crédito para demonstrar interesse do importador na compra;
- Letra de câmbio como representação do título de crédito;
- Contrato de câmbio, que permite a troca de moedas;
- Documentos do Contrato de Exportação.

Dependendo do tipo de mercadoria, outros documentos exigidos são:

- ▶ • Legalização junto ao Consulado;
- Certificado de Origem, responsável por atestar que o produto é oriundo do país exportador;
- Apólice de Seguro.

5.1

Aspectos Regulatórios - EUA

Produtos importados para os EUA têm de cumprir os mesmos requisitos dos produtos nacionais, devendo ser inócuos, não conter ingredientes proibidos, com corantes aprovados e embalagens que forneçam as informações obrigatórias, de forma verdadeira e no idioma inglês.

FDA – Food and Drug Administration (www.fda.gov): é o órgão americano responsável pela regulamentação e fiscalização dos produtos cosméticos.

CFR – Código de Regulamentações Federais (www.ecfr.gov): Lista as leis e regulamentos do governo federal dos EUA. Regulamentos relacionados a cosméticos estão acumulados no Título 21, nas partes 700 a 740, além das partes 73, 74, 81 e 82, que contemplam corantes aplicados aos cosméticos.

Definições:

- ▶ **Cosméticos:** Têm o apelo de limpeza, embelezamento e alteração da aparência.

Ex.: Cremes para a pele, perfumes, maquiagens, esmaltes de unha, cremes dentais, xampus, tintas para os cabelos, desodorantes.

Formas de apelo:

“Maciez e brilho para os cabelos” ou “Pele limpa e sedosa”.

- ▶ **Medicamentos sem prescrição médica (OTC drugs):** Afetam a estrutura ou qualquer função do corpo.

Ex.: Cremes de proteção solar, cremes dentais anticáries, antitranspirantes e xampus anticaspas.

Formas de apelo: “Promove regeneração” ou “Previne a acne”.

Produtos considerados como OTC devem obrigatoriamente ser registrados junto à FDA.



Embalagem e rotulagem

A identificação é considerada incorreta se contém rotulagem falsa ou enganosa, se as menções obrigatórias não estiverem legíveis ou inteligíveis e se o recipiente for elaborado ou preenchido de forma enganosa. Esta é uma das causas mais comuns para rejeição de um produto nos EUA.
 ▶ As principais especificações de rotulagem e embalagem são encontradas no CFR nas seções:

201	700	740
330	701	

Participação em feiras

▶ Amostras podem ser enviadas livremente para exposição em feiras, desde que atendam aos requisitos de rotulagem e segurança, além de não serem consideradas como Adulteradas ou Incorretamente Identificadas pelas autoridades aduaneiras.

Ingredientes

▶ As substâncias de uso restrito ou proibido nos EUA são descritas nas seguintes seções do código 21 do CFR:

700.11	700.15	700.19	700.35
700.13	700.16	700.23	250.250
700.14	700.18	700.27	

Boas Práticas de Fabricação - BPF

▶ Apesar de sua importância, as BPFs não são exigidas para produtos cosméticos. No entanto há exigência para medicamentos ou cosméticos medicamentosos, de acordo com as seções do CFR:

201	211	21
-----	-----	----

Definições:

Cosméticos são definidos como “qualquer substância ou mistura destinada a ser posta em contato com as partes externas do corpo humano 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”. Além disso, “produtos contendo substâncias com intenção de serem ingeridas, inaladas, injetadas ou implantadas no corpo humano não pertencem a área de cosméticos”.

Na União Europeia um produto pode ser regulamentado como cosmético ou produto medicinal, mas não como ambos ao mesmo tempo.

Ingredientes

Os anexos do Regulamento (CE) nº 1223/2009 listam os ingredientes proibidos ou restritos para produtos cosméticos:

- | | |
|---|---|
| ▶ Anexo II - Ingredientes proibidos | Anexo V - Conservantes autorizados |
| ▶ Anexo II - Substâncias com uso restrito | Anexo VI - Filtros para radiações ultravioletas autorizados |
| ▶ Anexo IV - Corantes autorizados | |

Embalagem e rotulagem

O recipiente e a embalagem dos produtos cosméticos devem ostentar as informações necessárias em caracteres indelévels, facilmente legíveis e visíveis.

▶ O Capítulo VI do Regulamento explica quais as informações obrigatórias e como elas devem ser apresentadas. Alguns símbolos são definidos como padrões para determinadas informações, e são apresentados no Anexo VII.

Segurança

▶ Os produtos cosméticos disponibilizados no mercado europeu devem ser seguros para a saúde humana quando usados em condições de utilização normais ou razoavelmente previsíveis, tendo em conta os aspectos definidos no Capítulo II, Artigos 3º e 10º do Regulamento.

Boas Práticas de Fabricação - BPF

▶ É previsto que os cosméticos devem respeitar as Boas Práticas de Fabricação, de acordo com as normas harmonizadas aplicáveis, cujas referências tenham sido publicadas no *Jornal Oficial da União Europeia*.

5.2 Aspectos Regulatórios - União Europeia

O Regulamento (CE) nº 1223/2009 representa a legislação de cosméticos na União Europeia. O documento contempla apenas os produtos cosméticos, excluindo os medicamentos e produtos biocidas. O Regulamento pode ser acessado, inclusive em português, por meio do site: <http://eur-lex.europa.eu>

Como agregar valor ao seu produto

Agregar valor ao produto pode não ser uma tarefa fácil, mas é fundamental para o sucesso e o crescimento das vendas. Isso torna-se ainda mais essencial em um mercado tão competitivo quanto o de HPPC.

Veja a seguir algumas dicas fundamentais para seu negócio:

Público alvo, marketing e distribuição

Entender as características daqueles que irão buscar o que a empresa oferece é fundamental para alinhar o desenvolvimento dos produtos, a forma de linguagem, os canais de comunicação e distribuição. Hoje em dia, as redes sociais e a venda online permitem um atendimento muito mais amplo e personalizado, facilitando a execução das estratégias de marketing e oferecendo um meio prático e de fácil acesso para a transmissão de sua proposta de valor!

Alguns insights:

- É interessante que produtos premium sejam distribuídos em lojas especializadas ou em redes de franquia;
- Linhas para homens devem apresentar aparência mais rústica e masculina nas embalagens;
- Cremes para a classe sênior devem ter fragrâncias leves, com alto poder hidratante.

Atenção às embalagens

A embalagem é o principal elemento de conexão e de comunicação entre o consumidor, o produto e a marca, além de ser um dos principais fatores que impulsionam a venda do produto. A embalagem deve chamar a atenção do consumidor, sendo bonita e condizente com o produto. Além disso, o design agrega valor, na medida em que entende e dialoga com as necessidades e expectativas do consumidor, definindo o posicionamento da marca no mercado.

Sustentabilidade

Vários estudos comprovam que as pessoas estão cada vez mais preocupadas com o futuro do planeta. Demonstrar a sustentabilidade dos produtos e o conceito de “Floresta em Pé” também geram percepções muito positivas.

Cada ingrediente importa

Os ingredientes amazônicos possuem propriedades únicas! Portanto, destacar esses benefícios gera valor perceptível para os consumidores.



Participação em feiras e eventos

Existem vários bons motivos para se participar de feiras e eventos de HPPC:

- Ver e ser visto: estabelecer contatos, encontrar clientes e fornecedores, abrir canais de vendas, firmar parcerias;
- Conhecer novas tendências, entender as movimentações dos concorrentes e do mercado;
- Realizar pesquisas de mercado com o público presente, diretamente interessado no segmento;
- Testar novos produtos, serviços e abordagens;
- Apresentar e expor seus produtos para a mídia, frequentemente presente em feiras de negócio.

Qualidade

Embasamento científico sobre os benefícios dos ingredientes, certificados de Boas Práticas de Fabricação, adoção das normas ISO e a criação de Procedimentos Operacionais Padrão (POPs) são fatores que comprovam a qualidade dos produtos e despertam o interesse e a fidelização dos consumidores.

Capacitação

A nível operacional, a capacitação dos funcionários gera otimização do tempo de produção, redução de custos e de retrabalho, maior qualidade e possibilidade de operação de equipamentos mais modernos. A nível gerencial, permite trazer novas e melhores estratégias e ferramentas para a empresa, mantendo-a atualizada para as demandas do mercado.

Atenção aos prazos

Ser capaz de atender à demanda dentro dos prazos cabíveis pode ser crucial para qualquer negócio. É preciso entender a logística da região e buscar minimizar seus problemas. As empresas podem trabalhar juntas, dividindo custos de transporte e armazenagem de estoque. Terceirizar a entrega também pode ser uma boa opção.

Inovação

A indústria de HPPC é fortemente impactada pelo lançamento constante de novos produtos. Investir em inovação, por meio de parcerias com universidades e outras instituições, pode ajudar as empresas no desenvolvimento de novas formulações e tecnologias.



07

A cultura da cooperação como vantagem competitiva para empresas

“Aprender a trabalhar em conjunto, estabelecendo e mantendo relações de parceria, passa a ser uma nova fronteira para ampliar a competitividade dos pequenos negócios.”

Fonte: Série Empreendimento Coletivos, SEBRAE

Algumas das principais vantagens são:

Compartilhamento de recursos:	▶ As empresas podem compartilhar equipamentos, estruturas e outros bens, somando forças para os investimentos necessários nesse sentido.
Fortalecimento do poder de compra e venda	▶ Empreendedores que trabalham em conjunto ganham escala e, assim, podem ter acesso a melhores condições de negociação.
Investimentos em P,D&I	▶ Uma forma de viabilizar pesquisas tecnológicas e outros avanços similares é dividir o investimento com outras empresas que também tenham interesse nos resultados.
Ganho de qualidade	▶ Com o compartilhamento de estruturas, recursos e conhecimentos, torna-se viável a criação e a oferta de melhores produtos e serviços, inclusive possibilitando adequações no processo produtivo para a obtenção de certificações como ISO, ECOCERT, FAIR TRADE, dentre outros.
Maior acesso a serviços financeiros	▶ A cooperação é uma forma eficaz de facilitar o acesso ao crédito e a outros serviços financeiros, acelerando o desenvolvimento dos pequenos negócios. As cooperativas de crédito são ótimos exemplos de empreendimentos coletivos desse tipo, oferecendo os mesmos produtos e serviços de um banco comum, só que com taxas bem menores, além da distribuição de sobras, entre outras vantagens.

IMPORTANTE

Várias dessas estratégias cooperativas podem ser alcançadas pela formação de **Associações** e também **Centrais de Negócios**, uma entidade de base associativa, formada por empresas ou empreendedores independentes, voltada para a busca de soluções conjuntas de interesse econômico, com foco no mercado em que atuam.

Para se abrir uma Central de Negócios é necessária a seguinte documentação:

1. Aprovação de estatuto e definição das pessoas que formarão a Diretoria;
2. Registro no cartório de registro de pessoas jurídicas;
3. Ata de Fundação impressa em papel timbrado (se houver), transcrita do livro de atas, mas sem a inclusão do Estatuto e sem os erros eventualmente cometidos quando foi manuscrita no livro. Deve ser assinada pelo representante legal da organização;
4. Duas vias do Estatuto na íntegra, impressas com a assinatura do representante legal da associação em todas as páginas;
5. Relação dos fundadores e dos membros da Diretoria eleita com a indicação da nacionalidade, do estado civil e da profissão de cada um;
6. Ofício encaminhado ao cartório solicitando o registro, assinado pelo representante legal da associação, com a apresentação do seu endereço pessoal e do endereço da sede da entidade;
7. Inscrição no Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica (CNPJ), conforme procedimentos da Receita Federal.



08

O cooperativismo como forma de impulsionar as comunidades extrativistas

As cooperativas são sociedades de pessoas (mínimo de 20), com forma e natureza jurídica próprias, que se diferenciam de outros tipos de associações por seu caráter essencialmente econômico. A sua finalidade é colocar os produtos e serviços de seus cooperados no mercado, em condições mais vantajosas do que eles teriam isoladamente.

As cooperativas estão regulamentadas na Constituição Federal, no Novo Código Civil e também por uma lei específica, a 5.764/71.

Vantagens:

O trabalho do cooperado não gera vínculo empregatício e os produtos entregues à cooperativa também não geram tributação. Porém, na hora de vender a mercadoria, há incidência de impostos.

IMPORTANTE

Contudo, a principal vantagem é a organização do trabalho, pelo ganho de escala, que possibilita que indivíduos isolados e com menos condições de enfrentar o mercado possam aumentar sua competitividade, através de:

- Descontos e melhores condições na compra de produtos;
- Maior acesso ao crédito;
- Maior capacidade de investimento;
- Ganho de produção, possibilitando atender às demandas de mercado.

Passos para a constituição de uma cooperativa:

1. A sociedade cooperativa constitui-se por deliberação da Assembleia Geral dos fundadores, constantes da respectiva ata ou por instrumento público;
2. Constituição, com eleição dos Dirigentes. Subscrição e integralização das cotas de capital pelos associados;
3. Encaminhamento dos documentos para análise e registro na Junta Comercial.
 - CNPJ na Receita Federal;
 - Inscrição na Receita Estadual;
 - Inscrição no INSS;
4. Alvará de Licença e Funcionamento na prefeitura municipal;
5. Registro na OCEES;
6. Outros registros para cada atividade econômica;
7. Abertura de conta bancária.

A COOMESOL, de Tocantins, a COOMAC e a COOPEMAFLIMA, do Pará, são exemplos de cooperativas atuantes na região Norte, que vêm há anos gerando renda e melhores condições para seus associados e comunidades em geral.

A série “Empreendimentos Coletivos”, do Sebrae, detalha essas e outras maneiras de como se obter vantagens pela cooperação entre pessoas e empresas. Os documentos podem ser acessados gratuitamente através do link:

www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/serie-empreendimentos-coletivos-cooperar-para-competir,2fa5438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD