

# BOLETIM



higiene pessoal, perfumes e cosméticos

*O mercado de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos - HPPC vem ano a ano se consolidando como um dos setores que mais cresce em todo o mundo.*

## CRESCIMENTO DO MERCADO GLOBAL NOS ÚLTIMOS 10 ANOS



Fonte: *L'Oréal. Annual Report 2016. Cosmetics Market. The world of beauty in 2016.*

Com um crescimento médio global de aproximadamente 3,8% ao ano, o setor apresentou um baixo crescimento durante a crise mundial, de 2008 e 2009, recuperando o fôlego a partir de 2010.

## MAIORES CONSUMIDORES DE COSMÉTICOS (EM BILHÕES DE DÓLARES)

84,8  
Estados Unidos



50,2  
China



37,1  
Japão

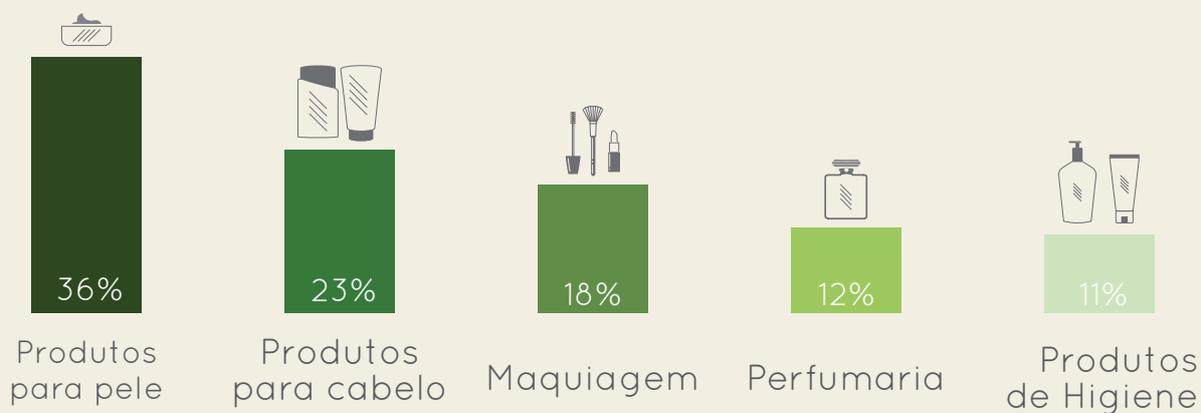


29,3  
Brasil



Fonte: *Cosmetics Europe. Global Market for Cosmetics Products. 2015.*

Com o desafio de serem cada vez mais dinâmicas, as empresas investem muito em inovação e tecnologia, com intenso desenvolvimento de novos produtos.



Fonte: *L'Oreal. Annual Report 2016. Cosmetics Market. The world of beauty in 2016.*

## BRASIL É O 4º MAIOR MERCADO CONSUMIDOR DO MUNDO

Segundo a ABIHPEC, a participação crescente da mulher no mercado de trabalho, maior expectativa de vida, lançamentos constantes de novos produtos para as demandas do mercado, melhores preços devido a aplicação e tecnologias que melhoraram a produtividade e a incorporação do público masculino na cultura do bem-estar e saúde prometem continuar como fortes impulsionadores do mercado de cosméticos no Brasil.

*Enquanto o mundo apresentava um crescimento médio de 3,8%, o mercado brasileiro cresceu na média 10,5% ao ano entre 2006 e 2016.*



É O 1º SETOR INDUSTRIAL QUE MAIS INVESTE EM PUBLICIDADE



O SETOR GERA QUASE 6 MILHÕES DE EMPREGOS NO PAÍS (DIRETOS E INDIRETOS)



É O 2º SETOR INDUSTRIAL QUE MAIS INVESTE EM INOVAÇÃO

## PERFIL DE CONSUMO DO BRASILEIRO:

Produtos de massa

91%

Produtos de premium

9%

# 2650 EMPRESAS DE HPPC NO BRASIL, COM REGISTRO NA ANVISA:

Sudeste (1614) | Sul (513) | Nordeste (286) | Centro Oeste (186) | Norte (51)

## Polo Industrial de Manaus, AM

Com R\$ 11 bilhões em 2016, o setor químico foi responsável por 15,57% do faturamento do PIM, atrás de eletrônicos e bens de informática

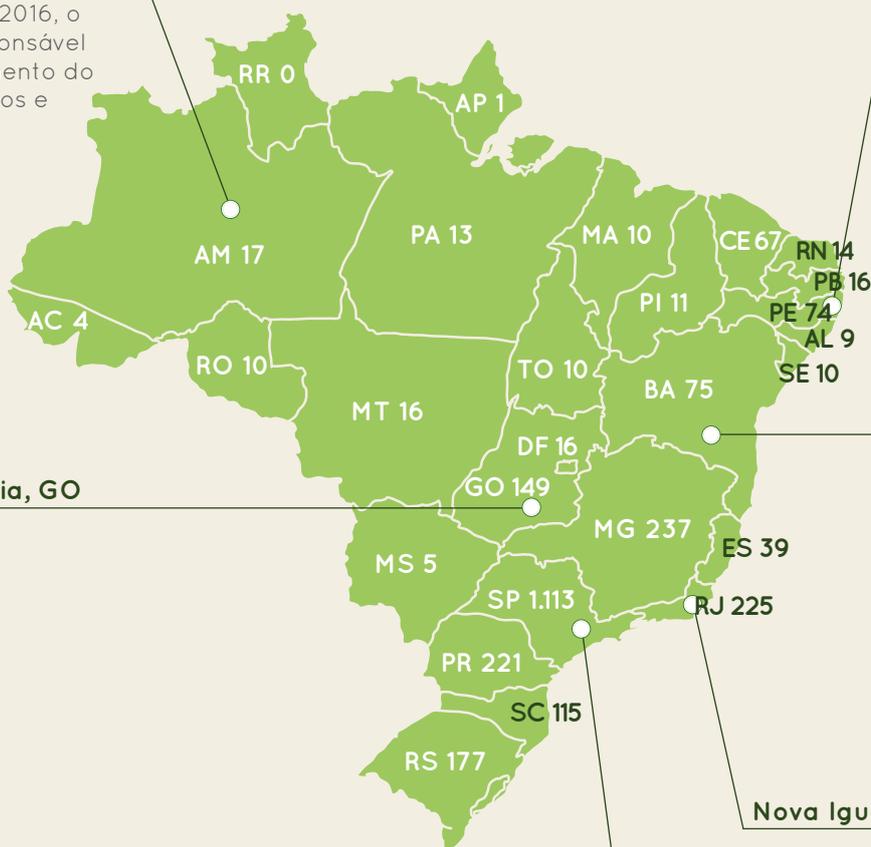
## Polo Farmoquímico de Goiana, PE

## Polo Petroquímico de Camaçari, BA

## Aparecida de Goiânia, GO

## Nova Iguaçu, RJ

## Diadema, SP



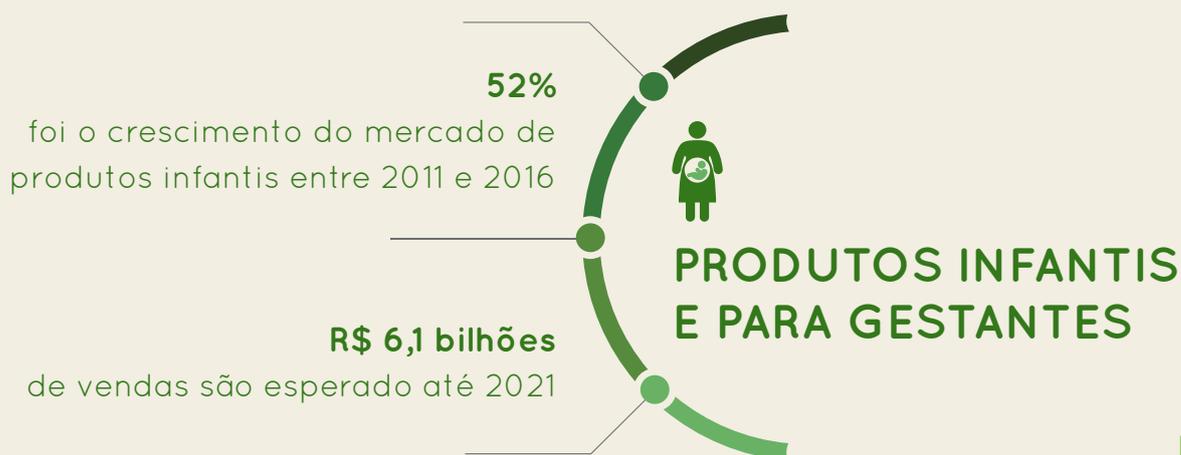
## EMPRESAS DE HPPC POR ESTADOS E SEUS PRINCIPAIS POLOS PRODUTIVOS

# PRINCIPAIS TENDÊNCIAS DO SETOR



## Os homens estão cada vez mais cuidadosos com sua aparência.

Porém, muitos produtos de HPPC ainda são associados à feminilidade, e a indústria precisa quebrar certos paradigmas, sendo necessário cuidado ao se comunicar com o público masculino. Alguns termos como “beleza” e “estética”, por exemplo, podem ser substituídos por “cuidados com o corpo”, que sugiram algo mais masculino.



Marcas licenciadas, como Barbie, Bob Esponja e Snoopy são fatores que influenciam consideravelmente o crescimento desse nicho de mercado. O mercado global de cosméticos para gestantes também está em constante expansão, com destaque para os novos produtos.

**19%** é quanto os shampoos para consumidores afro-americanos representam do mercado

**13%** de crescimento das vendas desses produtos, entre 2015 e 2017

**36,6%** de queda nos produtos para alisamento, entre 2012 e 2017



## VALORIZAÇÃO DA DIVERSIDADE

### Outra macrotendência do mercado de cosméticos destaca a personalização dos produtos.

Cada vez mais os consumidores querem sentir que estão comprando artigos pensados exclusivamente para eles. As empresas vêm apostando na diversidade de seus consumidores, ampliando o leque de opções para diferentes tipos de pele, cabelo e corpo, especialmente para mulheres negras. Grandes marcas de maquiagem e skin care como NARS Cosmetics, Natura, O Boticário e Make B. ampliaram suas cores e tons de bases, e a valorização dos cabelos naturais está cada vez mais em alta.

## PRODUTOS ORGÂNICOS

Enquanto em 2016 o mercado de produtos de beleza orgânicos e naturais somou **US\$ 11,06 bilhões** foram movimentados pelo mercado de produtos de beleza orgânicos e naturais

**US\$ 21,78 bilhões** é o mercado esperados para esses produtos até 2024

Há uma crescente busca por produtos naturais e/ou orgânicos, que sejam suaves e seguros para a pele, o que pode significar boas oportunidades para o uso de ingredientes da biodiversidade da região amazônica.

Os produtos orgânicos também têm forte apelo na formulação de produtos. A pele dos bebês chega a ser cinco vezes mais fina que a de um adulto e isso significa que a absorção das substâncias aplicadas externamente acontece de forma mais rápida. Além disso, alguns ingredientes químicos são potencialmente prejudiciais para a saúde do feto e da mulher, de acordo com o órgão regulador americano FDA.



Mercado em franca expansão, também refletido pelo apelo da diversidade, a categorização dos produtos para o público sênior não deve ser baseada apenas na faixa etária, mas nas necessidades individuais de cada pessoa. O rosto e o cabelo são as partes do corpo com as quais elas mais se preocupam sendo linhas de expressão, rugas, fios brancos e a queda de cabelo as maiores preocupações. Além desses, o acúmulo de gordura localizada, a flacidez, varizes e veias são também problemas apontados. Produtos como batom, lápis, corretivo, BB cream, hidratante para o rosto, protetor solar e tônico facial foram apontados como indispensáveis para as mulheres seniores.



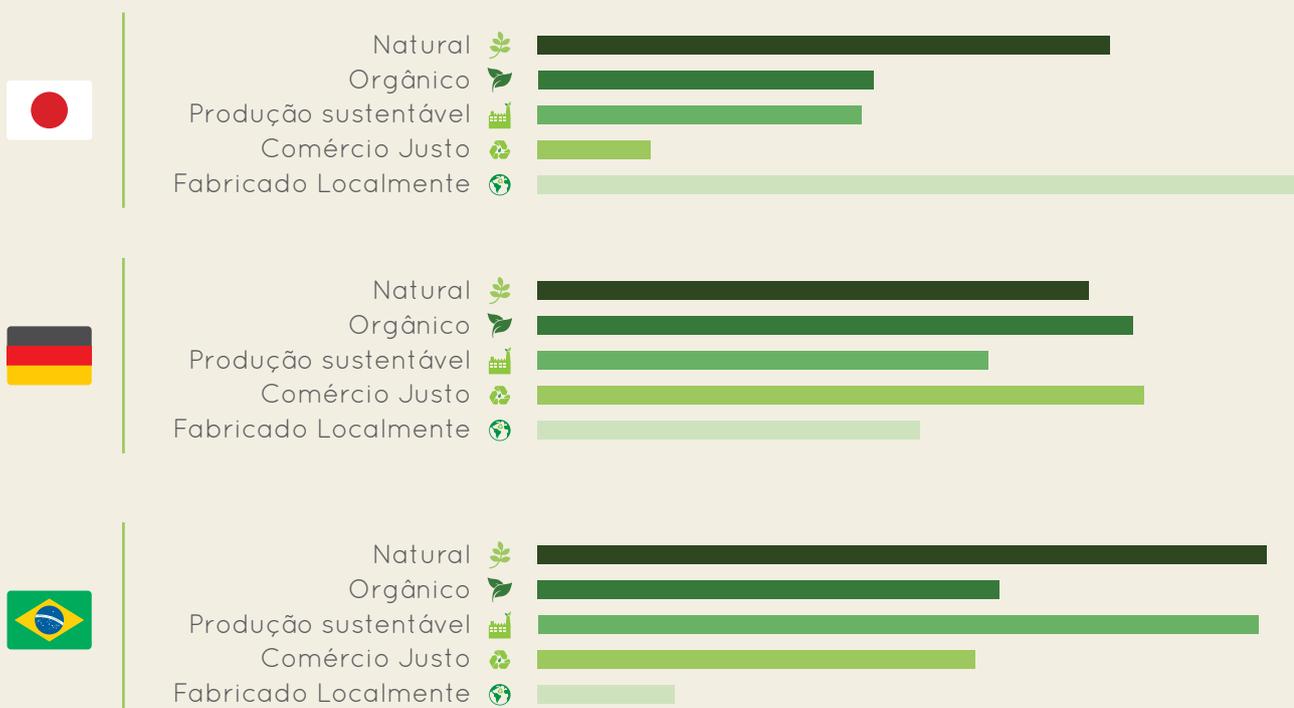
Apesar da crise enfrentada pelo país nos últimos anos, o setor de cosméticos premium manteve-se em alto crescimento. Estudos apontam que a classe C acredita menos na recuperação do cenário econômico, o que leva a uma redução em seus gastos com estética.

*Fontes:*  
 Martins, R. Crise econômica não impede crescimento de cosméticos premium no Brasil. 2017. | Beleza na Melhor Idade. 2017.  
 Veloso, A. Busca por cosméticos naturais revela potencial do mercado para gestantes. 2017. | Veloso, A. Vendas de produtos infantis de higiene pessoal devem ultrapassar R\$ 6 bilhões em 2021. 2017.

Uma mudança de preferência para os produtos de beleza naturais e orgânicos, tem contribuído para o crescimento do mercado de cosméticos. Essa crescente demanda por produtos de beleza naturais, fitoterápicos e orgânicos cria oportunidades potenciais para os fabricantes inovarem e desenvolver novos produtos de acordo com as preferências dos consumidores (essa frase deve ser mais destacada). Destaca-se que o uso de produtos cosméticos à base de plantas minimiza as chances de possíveis efeitos colaterais do produto, o que aumenta a propensão de uso desses cosméticos entre a população, conseqüentemente impactando no crescimento do volume de vendas.

**Em busca de produtos inovadores, a bioprospecção de novas moléculas e princípios ativos de componentes da biodiversidade brasileira é uma atividade promissora.**

## IMPORTÂNCIA DOS ATRIBUTOS VERDES NOS PRODUTOS COSMÉTICOS



Fonte: [Colombini, M. New trend in natural cosmetics. Kosmetica World. 2016.](#)

Nota: O comércio justo (do inglês Fair Trade), também conhecido como Comércio Ético e Solidário, é um movimento internacional que procura gerar benefício a quem realmente produz. Trata-se de uma relação aberta entre produtores e consumidores que garante a divisão equilibrada dos ganhos, buscando o estabelecimento de preços justos, bem como de padrões sociais e ambientais equilibrados nas cadeias produtivas.

## DIFERENCIAIS DA REGIÃO AMAZÔNICA

**A crescente demanda por produtos naturais e sustentáveis, a exclusividade de ingredientes retirados de plantas nativas e o olhar exótico para a floresta são altamente agregadores de valor para a região amazônica.**

## OS PRINCIPAIS INGREDIENTES AMAZÔNICOS

### COPAÍBA



Usado como componente de perfumes, sabonetes e hidratantes, com propriedades anti-bacterianas, emolientes e anti-inflamatórias.

### ANDIROBA



Seu óleo é rico em limonóides e terpenos, o que restaura a pele e equilibra seus mecanismos de defesa. Também ajuda na diminuição do inchaço.

### PRACAXI



Seu óleo tem propriedades emolientes e tem sido usado para produtos de cabelo. Também tem sido usado como tratamento para estrias.

### BURITI



Rico em antioxidantes como o betacaroteno, seu óleo é um filtro solar natural que combate o ressecamento da pele, além de ser anti-alérgico.

### AÇAÍ



Seu óleo é rico em fitoesteróis e compostos energéticos, que revitalizam a pele, deixando-a com aspecto saudável e macio.

### CUPUAÇU



A poder de absorção de água e favorece o equilíbrio hídrico, combatendo o ressecamento da pele e cabelos.

### CASTANHA-DO-BRASIL



Alto poder hidratante e fonte de vitamina E. Usados em hidratantes, sabonetes, shampoos, condicionadores.

### MARACUJÁ



Alta concentração de ácidos graxos, utilizado para hidratação da pele, além de seu perfume delicado e refrescante.

### UCUUBA



A manteiga extraída da semente tem alto poder hidratante e reparador. Usada em sabonetes e cremes hidratantes.

### CUMARU



Suas sementes exalam um perfume único, rico em notas quentes.

### MURUMURU



Sua manteiga tem alto poder hidratante. Utilizada em produtos para cabelo.

### BABAÇU



A manteiga extraída da semente tem alto poder hidratante e reparador. Usada em sabonetes e cremes hidratantes.



**A busca por produtos mais naturais, produzido por empresas certificadas, com processos produtivos transparentes e éticos será cada vez maior.**

Esse cenário apresenta oportunidades para o desenvolvimento de toda a cadeia de cosméticos da região Norte, de forma sustentável e gerando renda e melhoria da qualidade de vida de suas populações.

Esse segmento é marcado por uma cadeia de valor singular, que deve funcionar em plena harmonia com a floresta, apresentada abaixo.



## FLORESTA

Em nenhum lugar do mundo existem mais espécie de animais e de plantas do que na Amazônia!



## CABOCLO

As comunidades extrativistas e pequenos produtores rurais são os responsáveis pela extração e colheita dos frutos nativos da região



## ASSOCIAÇÕES E COOPERATIVAS

Em nenhum lugar do mundo existem mais espécie de animais e de plantas do que na Amazônia!



## INDÚSTRIA

A organização desses indivíduos em cooperativas e associações tem sido um caminho encontrado para uma melhor organização da atividade



## MUNDO

### INFLUENCIADORES

#### GOVERNO E SEUS AGENTES ÓRGÃOS REGULAMENTADORES ÓRGANIZAÇÃO NÃO GOVERNAMENTAIS CENTROS DE PESQUISA E INSTITUIÇÕES DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA

As comunidades tradicionais conseguem há gerações conciliar a conservação de seus territórios e florestas com a coleta dos recursos naturais da floresta, que são repassados de pais para filhos. Isso constitui a base para a manutenção dos meios de vida e cultura dessas populações.

Estabelecer um comércio ético para esses produtos é essencial para a preservação da biodiversidade, conservação dos territórios e florestas e geração direta de benefícios econômicos e sociais. Essa diretriz já tem sido praticada por algumas empresas, por meio da aproximação e a negociação direta com as comunidades, muitas vezes balanceada pela presença de instituições da sociedade civil nos processos de negociação, gerando acordos construídos coletivamente, que incluem o estabelecimento de preço justo e de requisitos como prazos, volumes, qualidade e processamento que respeitem o modo de vida tradicional.

# CASOS DE SUCESSO

## Um Negócio Sustentável

### O caso da Natura e as cooperativas da região Amazônica

Até meados da década de 90, a paisagem da zona rural de Abaetetuba, no nordeste do Pará, era tomada por pastagens degradadas, resultado das queimadas entre as safras de cana-de-açúcar e outras lavouras de ciclo curto. Nos últimos cinco anos, esse cenário mudou: nenhum foco de incêndio foi registrado na região. O fortalecimento da demanda por óleos e manteigas extraídos dos frutos e das sementes das árvores das espécies como a andiroba, o murumuru e a ucuuba, tornaram o desmatamento um mau negócio na última década. Para os produtores locais, essas espécies passaram a ter um valor de mercado inédito. Para ganhar dinheiro, foi preciso conservar o que estava de pé.

Boa parte da matéria-prima extraída na região vai para as linhas de produção da fabricante de cosméticos Natura, que é fornecida por centenas de famílias de fruticultores de Abaetetuba desde 2006. “Entrar nesse mercado nos deu mais segurança financeira e profissionalizou nossa gestão”, afirma Raimundo Brito, presidente da Coperfruta, cooperativa parceira da Natura no Pará.



Dentre seus investimentos na Amazônia, a Natura ampliou a capacidade produtiva das comunidades, expandiu suas pesquisas sobre a biodiversidade local, financiou a reforma de escolas rurais, a compra das matérias-primas e a construção de uma fábrica no Pará, a primeira fora de São Paulo.

*“Percebemos que era preciso ter um canal direto com essas pessoas para entender melhor a floresta, profissionalizar as cadeias produtivas e ter impacto social positivo”, afirma João Paulo Ferreira, presidente da Natura.*

**AS INDÚSTRIAS REGIONAIS TAMBÉM TEM SE DESTACADO NESSE MERCADO. COM O USO SUSTENTÁVEL DA BIODIVERSIDADE DA REGIÃO, ESSAS EMPRESAS TEM SE DESTACADO INCLUSIVE O MERCADO INTERNACIONAL.**

### **Uso Sustentável da Biodiversidade - Caso Chamma da Amazônia**

O potencial da biodiversidade amazônica é enorme, com mais de 120 espécies da flora com aplicação imediata na produção de cosméticos. 73 anos atrás, Oscar Chamma, apaixonado por química e pela Amazônia, já havia compreendido o valor dos insumos da região. Com a fundação da Chamma da Amazônia, ele produzia produtos na área cosmética utilizando a matéria prima local.

Como um traço da sua filosofia, a Chamma da Amazônia entende que o seu crescimento depende do uso sustentável da biodiversidade amazônica. Por isso, ela buscou a qualidade terapêutica de seus produtos por meio da utilização de insumos naturais renováveis, da adoção de tecnologia de produção mais limpa, da parceria com comunidades ribeirinhas na produção de suas embalagens, entre outras práticas.

*“A Amazônia é assim: Cada erva, cada fruto, cada flor traz uma história, uma lenda, um mistério, um poder, e é inegável que, verdadeiros ou não, alimentam a esperança e a imaginação das pessoas que em sintonia com a natureza, desfrutam suas energias.”*

(Chamma da Amazônia)

### **Pharmakos D’Amazônia - Da Incubação ao Mercado Exterior**

Com DNA 100% amazônico, A Pharmakos D’Amazônia é fabricante de phytocosméticos feitos a partir de extrato e essências naturais da região. Fundada no Centro de Incubação e Desenvolvimento Empresarial (CIDE) em Manaus em 2001, ela abraçou a Inovação desde o seu nascimento. Em parceria com a FAPEAM, a Pharmakos desenvolveu um projeto de cultivo orgânico de plantas medicinais amazônicas certificadas, que foi fundamental para atender a sua demanda fabril de matéria-prima. 7 vezes vencedora do prêmio FINEP de Inovação, a Pharmakos enxerga um mercado além do Brasil, abrindo as portas para o exterior: ela está atualmente em processo de abertura para os mercados dos Estados Unidos e de Portugal.

# QUALIDADE, INOVAÇÃO E ATENDIMENTO ÀS NECESSIDADES DO CONSUMIDOR FINAL

Esse são os principais direcionadores do mercado de cosméticos. Em um setor ditado pela oferta, é importante estar atento à estes quesitos e como impactam o negócio das empresas.

## PONTOS A SEREM OBSERVADOS PELOS EMPREENDEDORES:

### LOGÍSTICA

Ser capaz de atender à demanda dentro dos prazos cabíveis pode ser crucial para qualquer negócio. Sabe-se que as grandes dimensões da região Norte, associado a uma malha viária de baixa densidade representa um grande gargalo para as empresas ali instaladas. Logo, é preciso entender a logística da região e buscar formas de minimizar seu impacto no negócio.

### INSUMOS DE QUALIDADE

A qualidade do cosmético de base florestal está diretamente ligada à qualidade dos insumos utilizados em sua produção. Buscar bons fornecedores e estabelecer uma relação de confiança com esse elo é essencial para garantir a qualidade no suprimento destes insumos. Do ponto de vista do fornecedor, a padronização das práticas de colheita e extração é crucial para o atendimento dessa demanda.

### GARANTIA DA EFICÁCIA DOS PRODUTOS

Para o consumidor, a percepção da efetividade do produto é essencial para sua fidelização. Não basta destacar os benefícios, mas prova-los por meio de estudos comprobatórios. Associar-se a instituições de ciência e tecnologia pode ser uma caminho a ser seguido.

### DESENVOLVIMENTO DE NOVOS PRODUTOS

A indústria de cosméticos é movida pelo desenvolvimento de novos produtos e lançamentos constante. Manter pessoas dedicadas a inovação ou se associar a instituições que podem oferecer esse suporte é essencial para as empresas que desejam se manter no mercado.

## SEGMENTAÇÃO DO PÚBLICO-ALVO

Em qualquer negócio, entender para quem se vende é essencial para o estabelecimento de estratégias de mercado corretas. Em um setor com tantas possibilidades de atuação essa segmentação é ainda mais importante, impactando nos meios de comunicação utilizados, design das embalagens e rótulos, tipos de produtos, preço, entre outros aspectos do negócio.

## CANAIS DE COMUNICAÇÃO

Hoje em dia, saber como se comunicar com seu público-alvo é essencial. Com as redes sociais e demais canais online, os meios de comunicação estão cada vez mais acessíveis. É preciso saber utilizar essas redes em benefício do seu negócio, que são bons parceiros na divulgação e promoção de sua marca e conceito.

## DESIGN

Em em setor diretamente ligado à beleza e bem-estar, o apelo estético do produto é essencial para transmissão da proposta de valor do negócio. O design das embalagens e rótulos devem ser pensados com cuidado, de acordo com o público-alvo escolhido e a praticidade do produto não deve ser deixada de lado. Inovação e criatividade são palavras-chave aqui!

## CERTIFICAÇÃO

Em um mercado cada vez mais exigente e em busca de qualidade, a certificação de produtos e processos é de extrema importância. Identifique quais delas melhor se encaixam a sua empresa (se ISO ou Fair Trade, por exemplo) e desenvolva estratégias para a certificação de seu negócio no curto ou médio prazo.

## SUSTENTABILIDADE

Os consumidores estão cada vez mais ligados as questões de sustentabilidade, cobrando um comportamento condizente de suas marcas favoritas. Esse aspecto é ainda mais importante quando se trata de produtos de base florestal. É preciso que as marcas tragam consigo o apelo de preservação da floresta e comércio sustentável!

## CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO

Os meios de distribuição devem estar alinhados ao público que se deseja atingir. Produtos de massa combinam bem com o varejo, enquanto franquias e lojas especialidades permitem uma maior personalização e proximidade ao público-alvo. Os canais online também crescem cada vez mais, sendo importante identificar quais oportunidades oferecem para seu negócio.

# FIQUE DE OLHO!

## PRINCIPAIS FEIRAS E EVENTOS DE 2018

A participação em feiras é muito interessante para o envolvimento com o setor, conhecimento das tendências, networking e apresentação de seu produto. Busque aquelas que fazem mais sentido para sua empresa e organize sua participação na próxima edição!

### 76TH ANNUAL MEETING – AMERICAN ACADEMY OF DERMATOLOGY



16 a 20 Fevereiro 2018



San Diego, Estados Unidos

**Informações:** [www.aad.org/meetings/annual-meeting](http://www.aad.org/meetings/annual-meeting)

Evento que apresenta o que há de mais novo no campo da dermatologia, proporcionando contato com os principais nomes e referências da área, por meio de palestras e discussões sobre os mais recentes tratamentos disponíveis para doenças da pele.

### COSMOPROF WORLDWIDE BOLOGNA



15 a 19 de Março 2018



Bolonha, Itália

**Informações:** [www.cosmoprof.com/](http://www.cosmoprof.com/)

É uma feira anual especializada nos setores de Perfumaria e Cosmética, Penteados, Beleza e Embalagem. Apresenta oportunidades de treinamento, avaliações comparativas e entretenimento, atraindo consultores líderes internacionais.

### FCE COSMETIQUE



22 a 24 Maio 2018



São Paulo, Brasil

**Informações:** [www.fcecosmetique.com.br/pt](http://www.fcecosmetique.com.br/pt)

Com o objetivo de atender o conjunto de etapas (fabricação, fornecimento e distribuição de produtos e serviços) do setor cosmético, a feira atinge o público de profissionais ligados às indústrias cosméticas, aos fornecedores, distribuidores e revendas do País. Nela se encontram expositores de matérias-primas, embalagens, máquinas e equipamentos, serviços, acessórios e nanotecnologia.

## NATURAL TECH



06 a 09 Junho 2018



São Paulo

**Informações:** [www.naturaltech.com.br/2018/](http://www.naturaltech.com.br/2018/)

Segmentado em três grandes áreas (alimentação, saúde e beleza), o evento é uma experiência imperdível para profissionais do setor, que poderão conhecer de perto os últimos lançamentos destes produtos especiais, falar diretamente com canais de distribuição desta indústria e fazer contatos comerciais.

## BEAUTY FAIR – FEIRA INTERNACIONAL DE BELEZA PROFISSIONAL



08 a 11 Setembro 2018



São Paulo

**Informações:** [www.beautyfair.com.br/sobre-a-feira/](http://www.beautyfair.com.br/sobre-a-feira/)

Uma das principais feiras de beleza profissional nas Américas. Destaca-se por atender toda cadeia produtiva do segmento de beleza: expõe lançamentos de produtos, equipamentos e serviços para os setores de cabelos, estética, manicure, maquiagem, podologia, massoterapia e varejo de beleza.

## IN-COSMETICS LATIN AMERICA



19 a 20 Setembro 2018



São Paulo

**Informações:** [www.latinamerica.in-cosmetics.com/pt-br/](http://www.latinamerica.in-cosmetics.com/pt-br/)

É uma feira dedicada às matérias-primas cosméticas, permitindo o encontro de formuladores locais e profissionais de P&D com fornecedores nacionais e internacionais.

### BOLETIM

Setor de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos

**Realizado por:** Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas do Pará – SEBRAE-PA

**Elaborado por:** IEBT – Gestão e Inovação para Resultados / Fevereiro/2018

