

RELATÓRIO DE INTELIGÊNCIA

FEVEREIRO/2018



Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos de Base Florestal

O MERCADO DE HPPC NO BRASIL E NO MUNDO

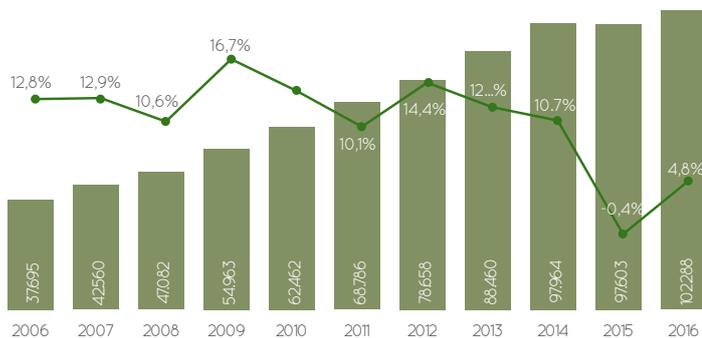
PREMIUM, VERDE E SUSTENTÁVEL

Megatendências de consumo tem alterado os rumos do mercado de cosméticos no mundo

As decisões de compra são cada vez mais motivadas pela busca de um vida saudável e do consumo “verde”, onde o “natural” engloba produtos com eco-credenciais, fontes sustentáveis e rótulos limpos. À medida que os consumidores procuram “experiências” em relação a “bens”, o consumo é menor e mais “premium”, pois esses consumidores acreditam que estes produtos atendem melhor às suas necessidades e prioridades.

UM DOS MAIORES MERCADOS DO MUNDO, O CENÁRIO BRASILEIRO CONTINUA AQUECIDO PARA ESTE SETOR!

*Evolução do Mercado Consumidor Brasileiro
Valores em R\$ Milhões*



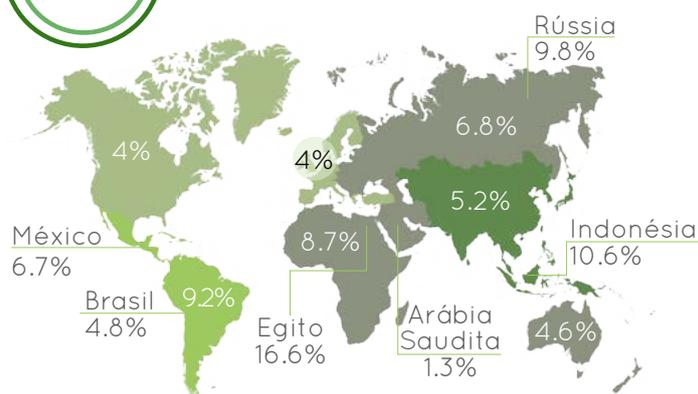
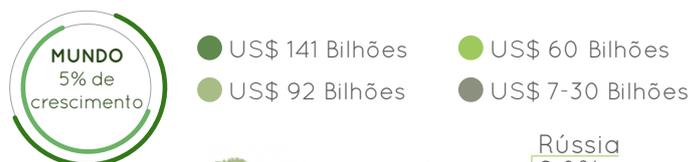
No país, os principais fatores que contribuíram para a tendência de crescimento que vinha se firmando continuam fortes

- aumento da renda disponível
- maior expectativa de vida
- lançamentos constantes de novos produtos para as demandas do mercado
- melhores preços pela aplicação de tecnologias e aumento de produtividade
- incorporação do público masculino na cultura do bem-estar e saúde

MAIORES CONSUMIDORES DE COSMÉTICOS (EM BILHÕES DE DÓLARES)



Taxas de crescimento do mercado mundial (2016)



PERFIL INDUSTRIAL

COMPETITIVIDADE, INOVAÇÃO E QUALIDADE

Em um setor ditado pela demanda, crescimento e liderança são impulsionados pela inovação, lançamento de novos produtos e pelos resultados percebidos pelo consumidor final.

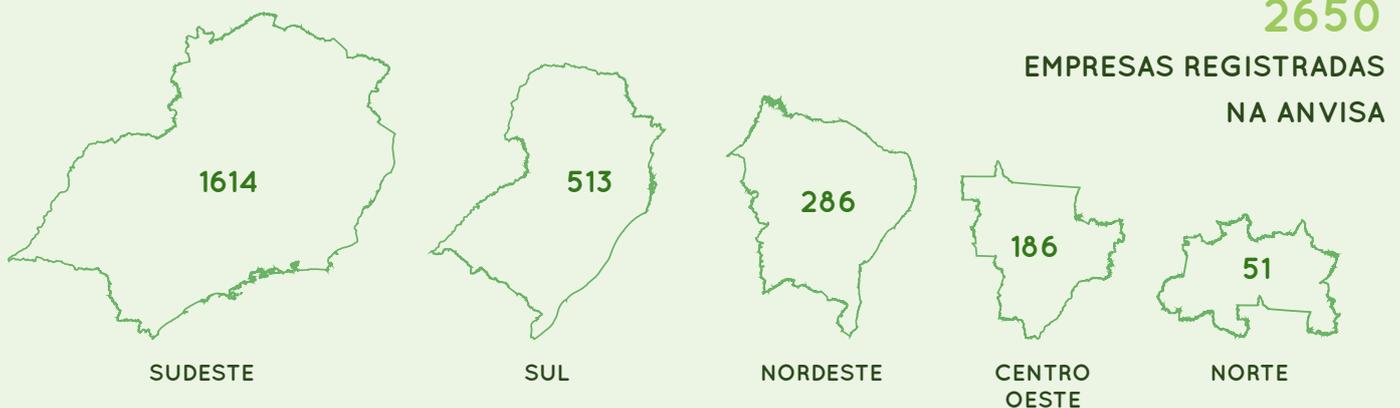
O lançamento de novos produtos, um dos principais motores dessa indústria, a expansão das marcas e os acordos e parcerias são as principais estratégias de crescimento adotadas pelas empresas do setor.

Principais empresas mundiais em faturamento (em US\$ bilhões)



As gigantes corporativas do setor englobam diferentes marcas, conferindo ganhos de escala e acesso a mercados diversos.

Mercado altamente atrativo, todas as grande empresas do setor atuam no Brasil.



20 grandes empresas

Alta concentração de pequenas e médias empresas

Fontes: L'Oréal Paris. Annual Report 2016 | ABIHPEC. *Panorama do Setor 2017*.

INOVAÇÃO

A necessidade de inovar está na estratégia das empresas de cosméticos brasileiras



Fontes: ABIHPEC. *ABIHPEC é apoiadora oficial da in-cosmetics Latin America 2017*. 2017 | ABIHPEC. *Panorama do Setor de HPPC 2016*. 2016. | Pwc. *Ranking Valor Inovação Brasil 2017*. 2017 | PRnewswire. *Thomson Reuters 2016 State of Innovation Study Finds Double-Digit Increases in Global Innovation*. 2016.

AS TENDÊNCIAS DO MERCADO

Nesse mercado competitivo, o lançamento de novos produtos é pautado por tendências de consumo e acompanhamento contínuo das preferências dos consumidores.

A sustentabilidade, consciência socioambiental, conectividade, representatividade e diversidade que tem alterado aos padrões de consumo e demandas dos consumidores tem impacto cada vez mais esse setor.

MACROTENDÊNCIAS



NATURAL E SUSTENTÁVEL

Produtos que não agridem a natureza e possuem menos efeitos colaterais aos consumidores estão cada vez mais valorizados.

A sensibilidade às questões ecológicas apresentou-se em primeiro lugar como um pequeno mercado de nichos, evoluindo gradualmente para mais e mais segmentos.

Hoje, o slogan verde atravessa todos os cosméticos e também é amplamente utilizado por grandes marcas.



A ERA DO ONLINE

A internet conecta e permite a comunicação entre empresas e clientes. Ao mesmo tempo em que crescem as vendas online, cresce também o papel das redes sociais no marketing e divulgação dos produtos.



ATENÇÃO ÀS EMBALAGENS

Das cores vibrantes ao minimalismo, tipografia customizada e novos recortes, as embalagens ganham cada vez mais destaque na comunicação da marca com o cliente. Materiais ecológicos, novas tecnologias e praticidade são os fatores chave.



DIVERSIDADE E PERSONALIZAÇÃO

A beleza não tem mais rótulos e não é mais ditada pelas marcas. Os consumidores querem sentir que os produtos foram pensados para suas próprias características e querem cada vez mais uma experiência customizada de compra. A valorização aos diferentes tons de pele, tipos de corpo e cabelo é cada vez maior, gerando boas oportunidades de mercado para empresas dispostas a observar os diferentes anseios de seu público consumidor.

NOVOS NICHOS DE MERCADO



BELEZA MASCULINA

os homens estão cada vez mais cuidadosos com sua aparência, e o mercado cresce a cada ano. **16% de aumento nas vendas em 5 anos**

mesmo com a crise enfrentada nos últimos anos, produtos de alto valor aquisitivo continuaram com alto crescimento. **Crescimento de 9,1% em 2016, contra 4,4% das marcas populares de beleza**



PRODUTOS PREMIUM



CUIDADOS INFANTIS

um mercado ainda pouco explorado, com grande potencial de crescimento **52% de crescimento no valor de vendas em 5 anos**

a faixa de pessoas acima dos 60 anos só cresce no Brasil, e suas demandas ainda não são completamente atendidas. **60% das mulheres acima de 55 anos buscam por cosméticos adequados à sua faixa etária**, mas nem sempre os encontram



MERCADO SÊNIOR



GESTANTE

também ainda pouco explorado, este mercado possui exigências específicas, mas também grande potencial. **Lançamentos nesse setor: 68,7% do total de produtos em 2016, contra 35,2% no ano anterior**

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.

Os consumidores têm se tornado cada vez mais conscientes sobre o uso de cosméticos em suas rotinas diárias, estando cada vez mais associados ao estilo e personalidade.

Cresce também a preocupação com a eficácia e segurança desses produtos, bem como percepções dos potenciais malefícios dos ingredientes utilizados pela indústria, refletindo em uma mudança de preferência para os produtos de beleza naturais e orgânicos.



Em busca de produtos inovadores, a bioprospecção de novas moléculas e princípios ativos de componentes da biodiversidade brasileira é uma atividade promissora, alcançando o interesse das empresas e centros de pesquisa em busca de benefícios econômicos e sociais

O consumidor acredita que, muitas vezes, os produtos químicos são vistos como uma fonte de problemas para o organismo, consequentemente, essas percepções deram origem à demanda por ingredientes naturais e aditivos na produção de cosméticos.

A REGIÃO NORTE

E O POTENCIAL DOS COSMÉTICOS DE BASE FLORESTAL DA AMAZÔNIA

Com uma demanda cada vez maior por produtos naturais, e grande potencial dos insumos da biodiversidade Amazônica, o momento é ideal para uma maior inserção da região na valiosa cadeia de produtos cosméticos.

A região já se insere na cadeia de valor desses produtos, em sua grande parte como fornecedores de insumos como óleos, extratos e manteigas, possuindo também algumas empresas de produtos finais.

A instalação de grandes players do setor, como a Natura, reafirma o potencial da região como fonte de matéria-prima natural e mesmo produtos acabados de maior valor agregado.

Mesmo com o grande potencial da região amazônica, apenas 2% das empresas de HPPC registradas no país encontram-se na região Norte

Para o setor cosmético, a biodiversidade amazônica deixa de ter um apelo exótico para se tornar base fundamental no desenvolvimento do segmento de cosméticos naturais, cuja demanda crescente fomenta a estruturação de uma cadeia de fornecimento de insumos robusta, capaz de responder as necessidades dessa indústria.

Fonte: Inkwood Research. *Beauty and personal care products market*, 2017. Statista. *Natural and organic beauty Market worldwide*, 2017. Borgo, E.M. S. Consumo consciente e sustentabilidade no setor de cosméticos: análise reflexiva.

¹ Taxa de crescimento anual composta: índice que representa a taxa de retorno de um investimento em um determinado período de tempo. Vale ressaltar que ela não representa a taxa de retorno real, mas sim um número fictício que descreve a taxa à qual um investimento teria crescido se a taxa fosse constante.



A CADEIA DE VALOR



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
ORGANIZAÇÃO NÃO GOVERNAMENTAIS
CENTROS DE PESQUISA E INSTITUIÇÕES DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA



O desenvolvimento das comunidades regionais com vistas ao atendimento da demanda do setor de cosméticos representa uma grande oportunidade de mercado

Padronização, qualidade e produtividade são as palavras de ordem



As instituições de pesquisa e tecnologia da região são fortes parceiros no desenvolvimento da cadeia, podendo impulsionar:

- **a prospecção de novos ativos** a partir dos insumos da biodiversidade
- **comprovação dos benefícios** desses insumos, associados ao conhecimento tradicional
- **desenvolvimento de tecnologia e novos produtos**, para o campo e para as empresas



A busca por produtos mais naturais, produzidos por empresas sustentáveis é cada vez maior! A indústria regional tem a sustentabilidade em suas raízes e deve se aproveitar ainda mais dessa crescente demanda!

MAPEAMENTO DAS EMPRESAS



MERCADO

Local **90%** | Nacional **80%** | Internacional **25%**



CANAIS DE VENDA

Varejo **91,67%** | Revendedores **58,33%**
Franquias **0,00%** | Representantes comerciais regionais **50,00%** | Canais online **50%**



IMPORTÂNCIA DOS ATRIBUTOS PARA A VENDA

Produto Natural **54,55%** | Insumos da biodiversidade da Amazônia **75,00%** | Produto Orgânico **40,00%**



FORNECEDOR DE INSUMOS DA BIODIVERSIDADE

Comunidades extrativistas **41,67%** | Produtores rurais **41,67%** | Indústria de óleos e manteigas **50,00%**

Cosméticos de base florestal da região norte – indústria de insumos e produtos acabados



FORNECEDOR DE OUTROS INSUMOS

Indústria local **25,00%** | Indústria fora da região Norte **66,67%** | Mercado externo **25,00%**



FORNECEDOR DE EMBALAGENS E RÓTULOS

Produção própria **25,00%** | Indústria local **33,33%**
Indústria fora da região Norte **66,67%** | Mercado externo **8,33%**



UTILIZAÇÃO DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO ONLINE

Website **41,66%** | Redes sociais **75,00%**

Os dados se referem ao mapeamento realizado por meio do estudo de mercado do setor de cosméticos de base florestal da Amazônia, sendo apresentados aqui seus resultados parciais.

ABORDAGEM PARA A INDÚSTRIA COSMÉTICA DE BASE FLORESTAL DA REGIÃO NORTE

Um dos grandes desafios econômicos da região norte é agregar maior valor aos insumos oriundos da Amazônia

QUALIDADE E CERTIFICAÇÃO



A extração da matéria-prima deve estar baseada em processos padronizados, elevando a produtividade e qualidade dos produtos. A agregação de valor para esse elo passa pelo atendimento pleno das demandas da indústria, pautada nesses fatores.

O embasamento científico sobre os benefícios dos insumos regionais é uma necessidade da cadeia e importante forma de agregar valor aos insumos e produtos finais. A aproximação entre o meio científico e industrial é primordial, e modelo de inovação aberta devem ser incentivados.



A qualidade dos insumos é primordial para garantia da qualidade do produto final, e deve ser busca incessante da indústria que quer alavancar seu mercado. Certificados de Boas Práticas de Fabricação, adoção das normas ISO e a criação de Procedimentos Operacionais Padrão (POPs) por parte da indústria são fatores que comprovam a qualidade dos produtos e despertam o interesse e a fidelização dos consumidores.

INOVAÇÃO

O acompanhamento das tendências do setor e atenção às necessidades do seu público-alvo permitem o desenvolvimento de produtos cada vez mais adequados e com bom potencial de mercado. O desenvolvimento de parcerias e modelos de inovação aberta são alternativas para a indústria com foco em inovação.



Estratégias para aumentar a penetração dos produtos finais nos mercados nacional e internacional devem ser o foco das indústrias e agentes de fomento do setor

CRESCIMENTO E COMERCIALIZAÇÃO



A segmentação do mercado e entendimento de qual público se quer atingir é essencial para o desenvolvimento de uma proposta de valor condizente e do estabelecimento de estratégias de comercialização e crescimento. 'Qual público quero atingir?', 'Quais tipos de produtos quero oferecer a esse público?' são perguntas que precisam estar bem respondidas pelas empresas.

A internet e as redes sociais permitem acessar de forma simples e barata um público muito mais amplo, e devem ser mais utilizados para promoção dos produtos regionais. Esses canais facilitam a execução das estratégias de marketing e oferecem um meio prático e de fácil acesso para a transmissão da proposta de valor e personalização da comunicação com o cliente. Um olhar profissional para esses canais de comunicação é importante para efetividade de seu uso.



A participação em feiras e eventos é uma ótima forma de ver e ser visto, acompanhar o mercado, e promover marca e produtos, devendo ser incentivada.

DESIGN E EMBALAGEM



A embalagem é um importante elemento de conexão e de comunicação entre o consumidor, o produto e a marca, impulsionando a venda do produto. Em um mercado ligado à beleza e estética, a embalagem deve chamar a atenção do consumidor, sendo bonita e condizente com o produto e seu público-alvo.

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.

Buscar por profissionais especializados é importante para se garantir a qualidade dos resultados alcançados.

CAPACITAÇÃO

O entendimento e capacidade de implementação de conceitos da área de negócios pelos diferentes elos de uma cadeia produtiva é essencial para propiciar seu desenvolvimento.

O acesso a profissionais especializados em diferentes aspectos do negócio, seja vendas, marketing, design de produto, produção ou logística também é premente para o sucesso dos empreendimentos.



POLÍTICAS PÚBLICAS



O olhar dos governos locais para as cadeias da biodiversidade é cada vez maior, sendo importante observar o alinhamento entre as demandas do setor de cosméticos de base florestal e as políticas propostas, permitindo dar as bases para alavancar essa cadeia.

Os diferentes incentivos fiscais vigentes na região são relevantes para o fomento ao desenvolvimento da base industrial do setor, mas ainda incipiente quando se trata de pequenos empreendimentos.

SENSIBILIZAÇÃO



A manutenção da floresta em pé é uma demanda global e deve ser pensada em conjunto à geração de negócios sustentáveis por meio da exploração de sua biodiversidade. É premente a sensibilização das comunidades quanto a necessidade de preservação, o olhar da indústria sobre os diferentes aspectos da sustentabilidade e a demonstração dos benefícios socioeconômicos diretos que podem ser gerados.

FIQUE ATENTO

A crescente demanda por produtos mais naturais impacta todos os nichos de consumidores do setor de cosméticos



RELATÓRIO DE INTELIGÊNCIA DE MERCADO

Setor de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos

O Mercado de Cosméticos de Base Florestal

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

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

