

ESTUDO DE MERCADO DA CADEIA  
PRODUTIVA DE COSMÉTICOS DE BASE  
FLORESTAL DA REGIÃO AMAZÔNICA E  
IDENTIFICAÇÃO DE OPORTUNIDADES  
DE NEGÓCIO PARA INSUMOS E  
PRODUTOS ACABADOS

# O PROJETO ESTRUTURANTE

O Projeto Estruturante de Cosméticos é uma iniciativa dos SEBRAE's da Região Norte do país, com o objetivo de organizar a base da cadeia produtiva na região, de modo a planejar e projetar crescimento no mercado de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos – HPPC.

O objetivo era o de elevar o conhecimento sobre os aspectos limitantes da cadeia de cosméticos na Amazônia, possibilitando a tomada de decisão para uma atuação estratégica.

Dentro do Projeto Estruturante foi então desenvolvido o “**Estudo de Mercado da Cadeia Produtiva de Cosméticos de Base Florestal da Região Amazônica e Identificação de Oportunidades de Negócio para Insumos e Produtos Acabados**”, visando levantar os entraves e gargalos da produção de insumos e produtos acabados, além de oportunidades de negócios para o segmento de cosméticos de base florestal da Região Amazônica.

# A REGIÃO AMAZÔNICA

A Amazônia estende-se por 6,5 milhões de quilômetros quadrados, por nove países da América do Sul, sendo que o Brasil fica com sua maior parte, cerca de 63% do total. Abriga o sistema fluvial mais extenso e de maior massa líquida da Terra, sendo coberta pela maior floresta pluvial tropical.

- O Amazonas é, por larga margem, o rio de maior massa líquida do mundo;
- A região corresponde a 1/20 da superfície da Terra, e a 2/5 da América do Sul;
- Possui 1/5 da disponibilidade mundial de água doce;
- Abriga cerca de 30.000 espécies de plantas, 10% de todo o planeta, com mais de 5.000 espécies de árvores;
- Corresponde a 58% do território brasileiro;
- Tem uma densidade de 2 habitantes por km<sup>2</sup>;
- Compreende os Estados do Amazonas, Amapá, Acre, Pará, Rondônia, Roraima, o Oeste do Maranhão, Tocantins e Mato Grosso, conhecida como Amazônia Legal.

Bioma, Amazônia Legal e Limite Panamazônia  
Fonte: Greenpeace Brasil, 2017.



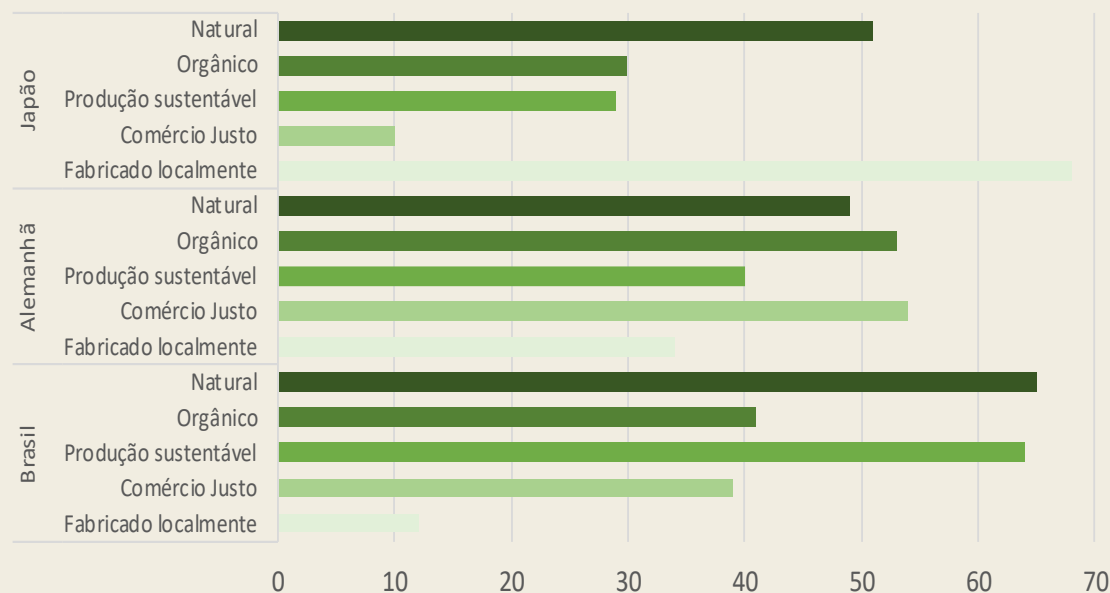
# NEGÓCIO SUSTENTÁVEL E A BIODIVERSIDADE AMAZÔNICA

A crescente demanda por produtos naturais desenvolvidos em bases sustentáveis tem promovido novas oportunidades de negócios na Amazônia brasileira. Nesse contexto, a concepção de políticas públicas para a região, bem como a atuação das entidades que apoiam o desenvolvimento industrial e o empreendedorismo devem ser pautadas neste novo panorama.

Se antes considerado um mercado de nicho, a sensibilidade às questões ecológicas atinge cada vez mais segmentos

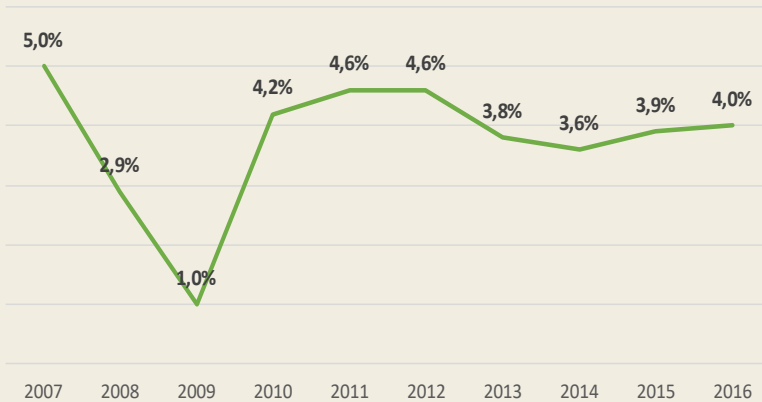
Segundo a *Euromonitor International*, consumidores no Brasil, Alemanha e Japão estão dispostos a pagar mais por determinados “atributos verdes” quando se trata da compra de produtos cosméticos, conforme apresentado no gráfico.

Importância dos atributos verdes para os consumidores

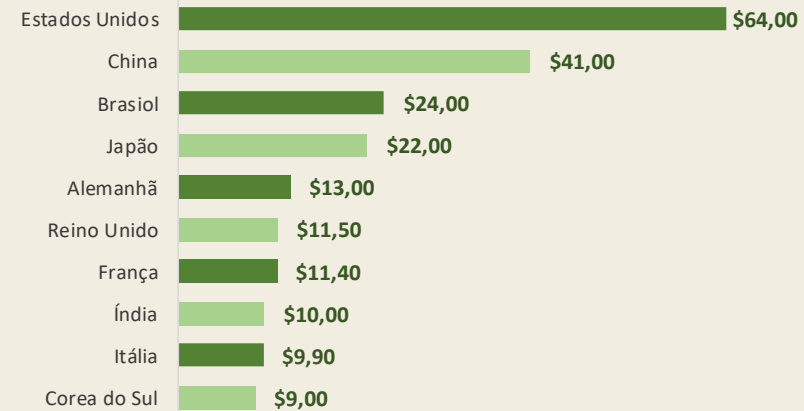


# O MERCADO DE HPPC NO MUNDO

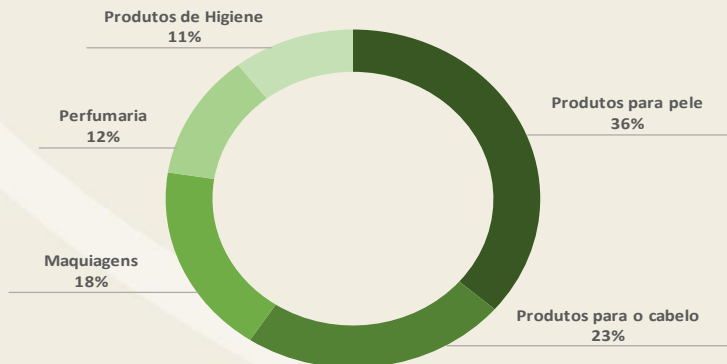
## Crescimento anual



## Distribuição do mercado por país



## Segmentação do setor



## Principais players

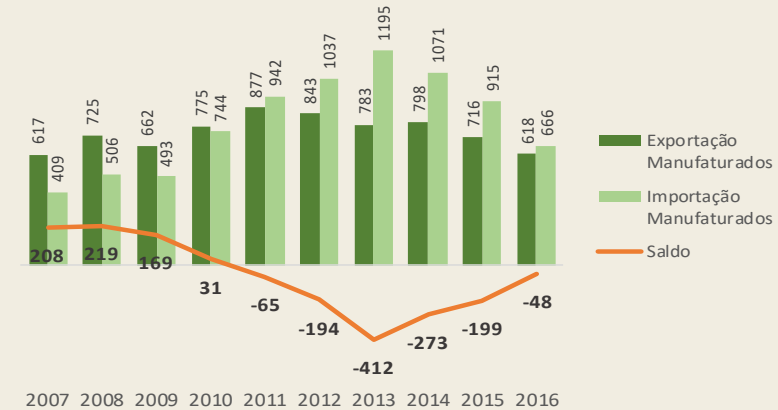
#	Companhia	Faturamento em 2016
1	L'Oréal	US\$ 28,02 bi
2	Unilever	US\$ 20,47 bi
3	Procter & Gamble	US\$ 17,60 bi
4	Estée Lauder	US\$ 11,1 bi
5	Shiseido	US\$ 7,11 bi

# O MERCADO DE HPPC NO BRASIL

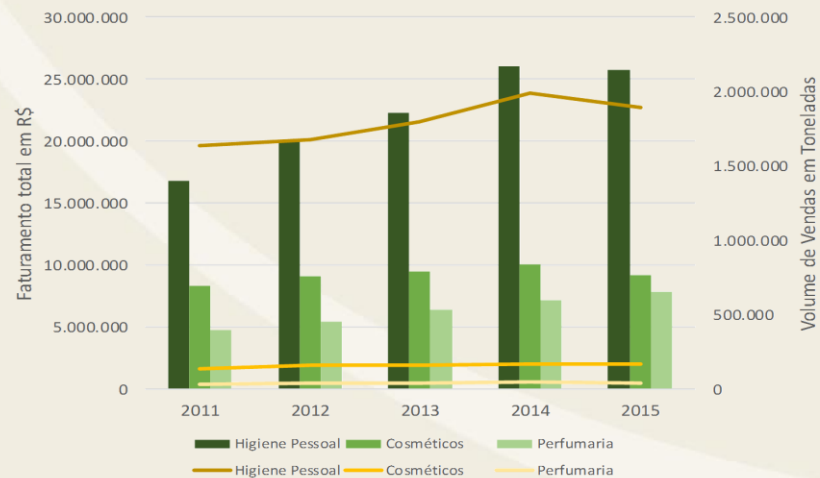
## Evolução do mercado brasileiro



## Balança comercial brasileira no setor



## Segmentação do mercado



## Variação anual *Comparação com a indústria geral*

ANO	VARIÇÃO ANUAL (%)		
	PIB	INDÚSTRIA GERAL	SETOR DEFLACIONADO
2007	6,1	6	9,4
2008	5,2	3,1	5,5
2009	-0,3	-7,4	9,6
2010	7,5	10,5	10,5
2011	2,7	0,4	6,3
2012	0,9	-2,5	8,8
2013	2,3	1,2	5,3
2014	0,1	-1,2	7
2015	-3,8	-8,3	-9,3
2016	-3,6	-6,6	-6,3
<b>Média Composta - últimos 10 anos</b>	<b>1,6</b>	<b>-0,6</b>	<b>4,5</b>

# O MERCADO DE HPPC NO BRASIL

## 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

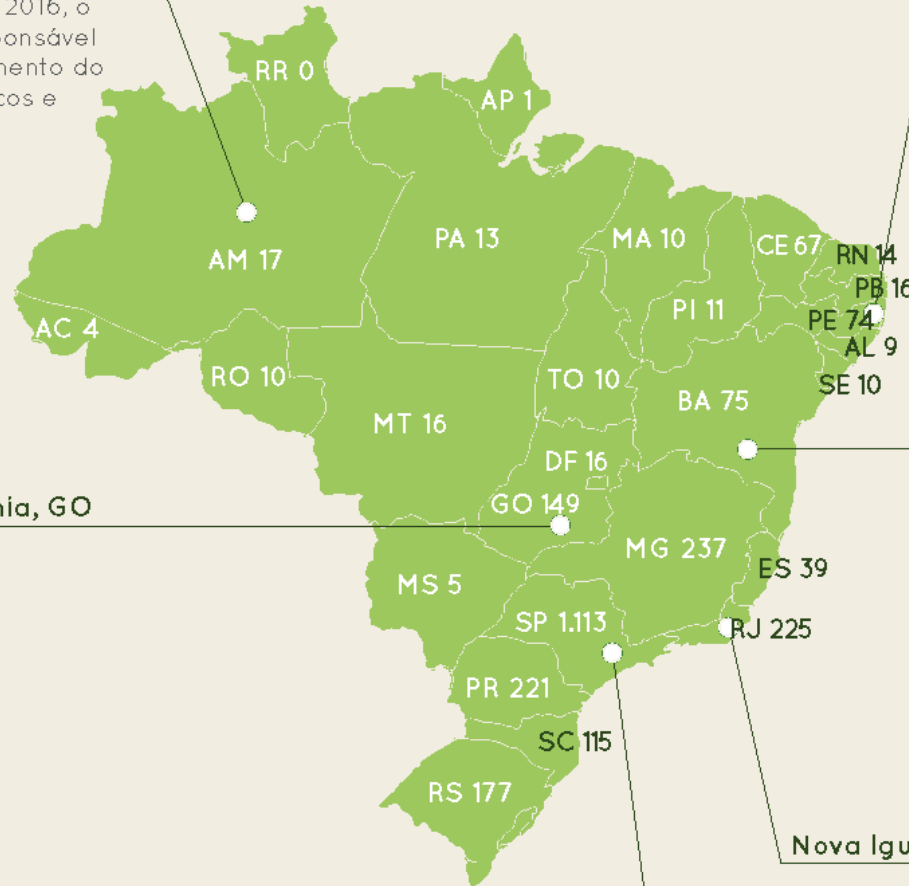
## Polo Farmoquímico de Goiana, PE

## Polo Petroquímico de Camaçari, BA

## Aparecida de Goiânia, GO

## Nova Iguaçu, RJ

## Diadema, SP



Distribuição das empresas e principais polos de HPPC no Brasil



# TENDÊNCIAS DE CONSUMO

## MACROTENDÊNCIAS

- **Natural e Sustentável:** Produtos que não agredem a natureza e possuem menos efeitos colaterais aos consumidores estão cada vez mais valorizados
- **A Era do Online:** A internet conecta e permite a comunicação entre empresas e clientes
- **Diversidade e Personalização:** Os consumidores querem sentir que os produtos foram pensados para suas próprias características
- **Atenção às Embalagens:** Materiais ecológicos, novas tecnologias e praticidade são os fatores chave.

## NOVOS NICHOS DE MERCADO

- **Beleza masculina:** os homens estão cada vez mais cuidadosos com sua aparência, e o mercado cresce a cada ano.
- **Cuidados infantis:** um mercado ainda pouco explorado, com grande potencial de crescimento.
- **Gestantes:** também ainda pouco explorado, este mercado possui exigências específicas, mas também grande potencial.
- **Mercado sênior:** a faixa de pessoas acima dos 60 anos só cresce no Brasil, e suas demandas ainda não são completamente atendidas.
- **Produtos premium:** mesmo com a crise enfrentada nos últimos anos, produtos de alto valor aquisitivo continuaram com alto crescimento.



# PESQUISA, DESENVOLVIMENTO E INOVAÇÃO

A indústria de HPPC é fortemente impactada pelo lançamento de novos produtos. As maiores empresas possuem grande estrutura voltada para a inovação, sendo esse um dos setores que mais investem em P&D.

Nos últimos 10 anos, os investimentos em P&D pelas empresas do setor apresentaram uma curva crescente no Brasil

2005 → R\$ 1,7 milhão  
2015 → R\$ 10,9 milhões  
CRESCIMENTO: 540%

(ABIHPEC, 2016)

A parceria entre empresas e universidades é uma das principais fontes para a inovação, e as universidades brasileiras são destaque no segmento de HPPC.

No ranking State of Innovation 2016, a USP (1º lugar) e a Unicamp (8º lugar) se destacaram entre as instituições científicas mais produtivas na pesquisa relacionada a cosméticos no mundo, em meio a instituições como Harvard (6º lugar) e a FDA (2º lugar)

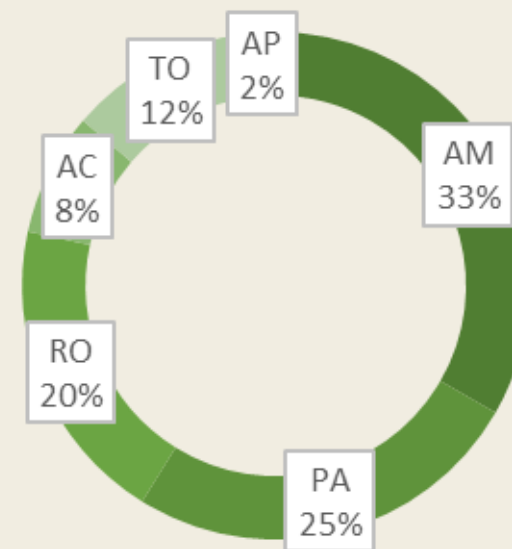
Fonte: Thomson Reuters Web of Science (2016 apud Leão, 2016)

## O MERCADO DE HPPC NA REGIÃO NORTE

A biodiversidade amazonense e o uso de seus ativos e insumos na cadeia de cosméticos conferem à região Norte um grande potencial para o setor.

Mesmo assim, a região representa menos de **2%** do universo de empresas de HPPC no país registradas na Anvisa, o equivalente a 51 estabelecimentos (ABIHPEC, 2017), variando de pequenos empreendimentos a grandes empresas de atuação global.

Divisão dos estabelecimentos do setor de HPPC por estado da região Norte



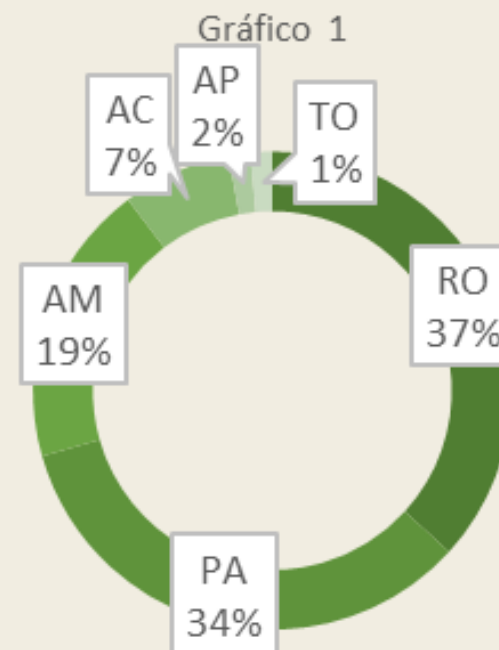
# O MERCADO DE HPPC NA REGIÃO NORTE

## EXTRATIVISMO

A sustentação de toda a cadeia é fortemente relacionada à capacidade de entrega dos fornecedores.

Os fornecedores de insumos naturais da região se dividem entre produtores rurais, os “caboclos”, e as comunidades extrativistas.

Divisão das reservas extrativistas por estado da região Norte



# CADEIA DE VALOR DE COSMÉTICOS DA REGIÃO NORTE

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



A floresta amazônica "em pé" fornece os insumos base para toda a cadeia



As comunidades fazem a extração e colheita dos frutos e demais insumos da floresta



Muitas dessas pessoas se organizam, buscando melhores condições de produção e comércio



Essas indústrias extraem os óleos das matérias-primas brutas, entre outros produtos, que serão revendidos para outras indústrias



Produzem o produto acabado, estando sujeitas a problemas de sazonalidade e qualidade dos insumos

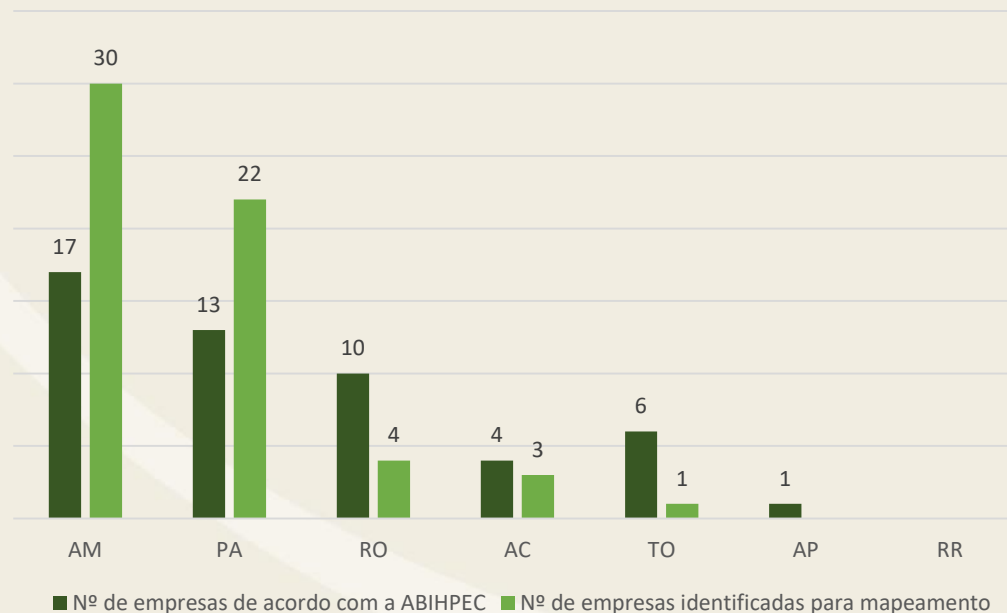


Os produtos são distribuídos no varejo em geral, por revendedores parceiros, lojas especializadas, franquias ou pela venda online, chegando assim ao consumidor final, que está cada vez mais exigente

# MAPEAMENTO DAS EMPRESAS DA REGIÃO

Dimensões do questionário:

- Informações gerais;
- Portfólio de produtos e vendas;
- Logística e Distribuição;
- Inovação;
- Estrutura física e organizacional;
- Investimentos;
- Regulamentação;
- Aspectos competitivos do setor de cosméticos da Região Norte.



60 estabelecimentos identificados  
33 empresas contatadas  
18 respostas  
15 respostas efetivas

# ALGUNS RESULTADOS



## 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%**



## 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.*

# ANÁLISE E CONSIDERAÇÕES

Principais problemas e dificuldades enfrentados:

- Foco na qualidade dos insumos e produtos acabados;
- Capacitação das comunidades extrativistas;
- Capacitação das empresas de produtos finais;
- Melhor estruturação dos planos de negócios;
- Problemas de logística, questões legais e normativas do setor.

Maioria das indústrias concentradas no Amazonas e Pará.

Outros estados mais voltados à cadeia de fornecimento de matérias-primas naturais.

Necessidade de uma estrutura organizada que garanta o fornecimento dos insumos naturais, com foco na sustentabilidade e na “floresta em pé”.

Necessidade de se agregar valor nas diferentes atividades, da extração de materiais à produção final do produto e sua comercialização.

Necessidade de profissionalização e padronização das atividades, bem como por incentivos que permitam alavancar a cadeia regional.



# UMA VISÃO SOBRE A CADEIA DE VALOR DO SETOR

## COMUNIDADES

**FOCO:** desenvolvimento e estruturação das atividades de plantio, colheita e extração dos insumos.

### NECESSIDADES:

- Estabelecer uma comercialização que preze pela aproximação e a negociação direta das indústrias com as comunidades;
- Minimizar a necessidade de um atravessador;
- Estabelecer uma política de preço justo;
- Definir com antecedência requisitos como prazos, volumes, qualidade e processamento para possibilitar o planejamento da produção
- Formação de lideranças
- Demonstração dos benefícios financeiros e sociais possibilitados pela estruturação da atividade comercial e a capacitação dos indivíduos.

## INDÚSTRIA REGIONAL

**FOCO:** percepção de qualidade, expansão comercial e maior penetração dos produtos

### NECESSIDADES:

- Aumentar a capacidade comercial das companhias;
- Melhorar as estratégias de comercialização e posicionamento de marca;
- Aumentar a percepção de qualidade associada aos produtos finais regionais
- Adequar a apresentação dos produtos (embalagens, design e rotulagem, ao público-alvo desejado

# UMA VISÃO SOBRE A CADEIA DE VALOR DO SETOR

O compartilhamento de conhecimento entre os elos, a troca de experiências, bem como o envolvimento nas discussões que envolvem o setor, seja a nível de tendências, seja na busca de melhorias estruturais é relevante e só tende a agregar ao desenvolvimento do setor, promovendo o estabelecimento de um relacionamento de ganha-ganha entre os envolvidos e o sentimento de pertencimento a uma cadeia que deve funcionar em perfeita harmonia com a natureza, propiciando benefícios econômicos e sociais a toda região.

# AÇÕES ESTRUTURANTES

## 68 ações propostas em 4 temas:

**Recursos humanos:** desenvolvimento do capital intelectual e humano dos agentes do setor, por meio de ações de capacitação, sensibilização, entre outros.

**Mercado e produto:** ampliação dos mercados de atuação e maior penetração dos produtos das empresas do setor nesses mercados.

**Tecnologia e inovação:** desenvolvimento do setor em suas bases científicas, ampliação do acesso a novas tecnologias, modernização e ampliação do potencial inovador do setor.

**Exigências regulatórias e legais:** normatização do setor e sua adequação às regulamentações e exigências legais vigentes.

# AÇÕES ESTRUTURANTES

## 68 ações propostas em 4 temas:

**Recursos humanos:** desenvolvimento do capital intelectual e humano dos agentes do setor, por meio de ações de capacitação, sensibilização, entre outros.

**Mercado e produto:** ampliação dos mercados de atuação e maior penetração dos produtos das empresas do setor nesses mercados.

**Tecnologia e inovação:** desenvolvimento do setor em suas bases científicas, ampliação do acesso a novas tecnologias, modernização e ampliação do potencial inovador do setor.

**Exigências regulatórias e legais:** normatização do setor e sua adequação às regulamentações e exigências legais vigentes.

## 2 públicos-alvo:

CABOCLO  
COMUNIDADES EXTRATIVISTA  
ASSOCIAÇÕES  
COOPERATIVAS

IND. COSMÉTICA  
IND. DE ÓLEOS E MANTEIGAS

OBRIGADO

