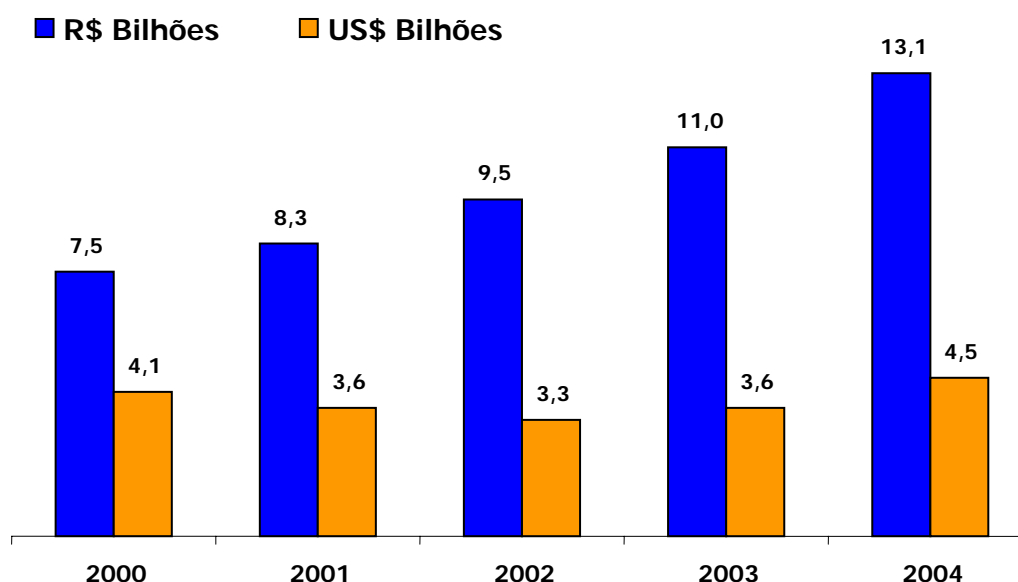


PANORAMA DO SETOR

Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos

EVOLUÇÃO

A Indústria Brasileira de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos apresentou um crescimento médio deflacionado composto de 8,2% nos últimos 5 anos, tendo passado de um faturamento líquido de impostos sobre vendas de R\$ 6,6 bilhões em 1999 para R\$ 13,1 bilhões em 2004. O pequeno crescimento do faturamento em dólares, US\$ 4,5 bilhões em 2004 versus US\$ 4,1 bilhões em 2000, reflete a má desvalorização ocorrida em 1999, em 2001 (principalmente em setembro e outubro) e em 2002 (no segundo semestre), sendo parcialmente compensada pela apreciação do Real em 2004:



Fonte: ABIHPEC

Vários fatores têm contribuído para este excelente crescimento do Setor, dentre os quais destacamos:

- Participação crescente da mulher brasileira no mercado de trabalho;
- A utilização de tecnologia de ponta e o conseqüente aumento da produtividade, favorecendo os preços praticados pelo setor, que tem aumentos menores do que os índices de preços da economia em geral;
- Lançamentos constantes de novos produtos atendendo cada vez mais às necessidades do mercado;
- Aumento da expectativa de vida, o que traz a necessidade de conservar uma impressão de juventude.

CRESCIMENTO DO SETOR vs CRESCIMENTO DA ECONOMIA

O País apresentou índices baixos de crescimento entre 2001 e 2003. O quadro abaixo compara a evolução do Produto Interno Bruto, com a da indústria em geral e com os índices da Indústria de Produtos de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos, demonstrando que nosso setor apresentou, neste período, crescimento bem mais vigoroso que o restante da indústria (8,2% de crescimento médio no setor contra 2,6% do PIB Total e 2,4% da Indústria Geral):

VARIAÇÃO ANUAL – EM PERCENTAGEM			
ANO	PIB	INDÚSTRIA GERAL	SETOR Deflacionado
2000	4,4	4,8	8,8
2001	1,4	-0,3	7,9
2002	1,5	1,5	7,0
2003	0,5	0,1	2,2
2004	5,2	6,2	15,5
Acumulado 2000/2004	13,6	12,7	48,5
Médio Composto 2000/2004	2,6	2,4	8,2

*FONTE: IBGE – Banco Central - ABIHPEC
* Deflator: Índice IPC FIPE Higiene e Beleza*

COMPARATIVO DE ÍNDICES DE PREÇOS

Com exceção de 2003, os produtos do setor apresentaram índices de preços inferiores aos indicadores gerais de preços. Nos últimos cinco anos em dólar, o índice geral de preços ao consumidor apresentou uma queda de 24,1% em produtos de Higiene e de 13,1% em produtos de Beleza, versus um aumento de 14,8% no índice geral de preços e uma redução de 12,0% no índice de preços ao consumidor, indicando o aumento de competitividade da Indústria Brasileira de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos.

VARIAÇÃO ANUAL – EM PERCENTAGEM					
ANO	DESVALORIZAÇÃO CAMBIAL MÉDIA	F G V	F I P E		
		ÍNDICE GERAL DE PREÇOS	ÍNDICE DE PREÇOS AO CONSUMIDOR	ÍNDICE DE PREÇOS HIGIENE	ÍNDICE DE PREÇOS BELEZA
2000	1,40	9,81	4,38	0,17	2,68
2001	26,79	10,40	7,13	3,60	9,03
2002	24,87	26,41	9,92	7,97	9,16
2003	4,40	7,67	8,17	8,84	11,13
2004	- 3,86	12,14	6,57	0,23	2,49
Acumulado 2000/2004	61,14	85,03	41,67	22,24	39,18
Médio Composto 2000/2004	10,01	13,10	7,22	4,10	6,84

FONTE: ABIHPEC, Fundação Getúlio Vargas, Fundação Instituto de Pesquisa Econômicas da Universidade de São Paulo

COMÉRCIO EXTERIOR

Até 1994, o país manteve superávits em sua Balança Comercial entre 10 e 15 bilhões de dólares. Entre 1995 e 1998, com o advento do Plano Real e a utilização do câmbio como âncora principal para a estabilização da moeda, a Balança Comercial Brasileira apresentou déficits entre 3 e 7 bilhões de dólares. A partir de 1999, com a introdução do câmbio flutuante, observou-se forte desvalorização do real e o déficit foi reduzido para 1,2 e 0,7 bilhão de dólares no ano seguinte. Em 2001, o real foi novamente desvalorizado, principalmente devido à crise econômica na Argentina, provocando um superávit de US\$ 2,6 bilhões. Seguiu-se em 2002 outra forte depreciação do Real incrementando o superávit para US\$ 13,1 bilhões, em 2003 o superávit foi de US\$ 24,8 bilhões. Em 2004, apesar da recuperação das importações, novo salto foi verificado no superávit de US\$ 33,7 bilhões.

BALANÇA COMERCIAL BRASILEIRA / US\$ BILHÕES			
ANO	IMPORTAÇÃO	EXPORTAÇÃO	SALDO
2000	55,8	55,1	-0,7
2001	55,6	58,2	2,6
2002	47,2	60,4	13,1
2003	48,2	73,1	24,8
2004	62,8	96,5	33,7

Fonte: SECEX

O quadro abaixo mostra a balança comercial dos produtos de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos nos últimos cinco anos, demonstrando um crescimento acumulado de 97,5% nas exportações entre 2000 e 2004, enquanto que as importações diminuíram 24,1% no mesmo período. O déficit comercial do setor, que atingiu US\$ 163,1 milhões em 1997, foi sendo reduzido nos anos seguintes, atingindo US\$ 8 milhões em 2001 e, a partir de 2002, revertido para resultados superavitários. Em 2004, o superávit atingiu US\$ 175,1 milhões, um crescimento de 87% sobre 2003.

BALANÇA COMERCIAL HIGIENE PESSOAL, PERFUMARIA E COSMÉTICOS					
	IMPORTAÇÕES		EXPORTAÇÕES		SALDO
	US\$ '000	% CRESC	US\$ '000	% CRESC	US\$ '000
2000	220.374	6,8	184.748	10,0	(35.626)
2001	199.533	-9,5	191.510	3,7	(8.022)
2002	152.284	-23,7	202.755	5,9	50.471
2003	150.279	-1,3	243.888	20,3	93.610
2004	156.758	4,3	331.889	36,1	175.130
%Cresc.2000/200		-24,1		97,5	
% Médio		-5,4		14,6	

Fonte: SECEX

Por grupo de produtos, as exportações brasileiras de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos, apresentaram a seguinte composição em 2004:

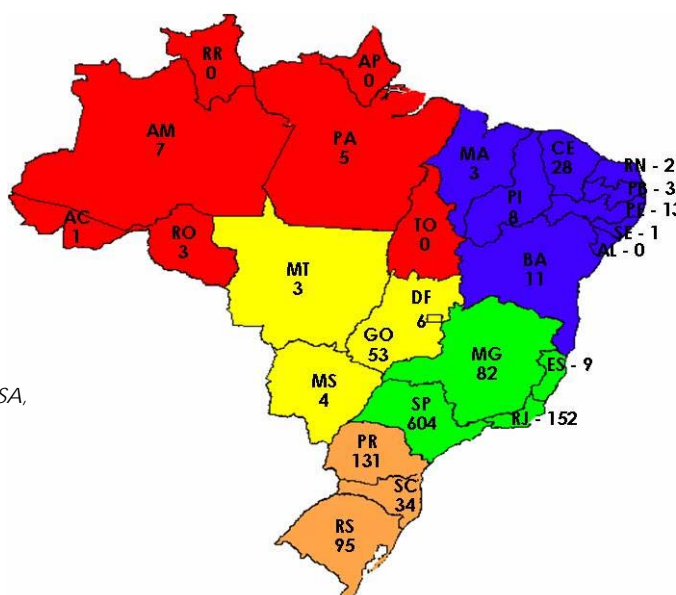
	2004 FOB		
	US\$ Milhões	% Vs.2003	% Vs.2000
Higiene Oral	86,4	34,4	70,2
Cabelo	72,9	32,0	499,3
Descartáveis	28,7	22,8	-22,8
Sabonetes	74,8	41,3	100,1
Demais	69,1	43,7	46,7
Total	331,9	36,1	79,6

A América do Sul tem sido o principal mercado brasileiro para os produtos do Setor, porém, dada a conquista de mercados não tradicionais, a participação das exportações para os países Sul-Americanos vem se reduzindo nos últimos anos. Vale ressaltar que, até 2000, essa participação era superior a 70%.

	2001	2002	2003	2004
Exportações p/ América do Sul (US\$ Milhões)	138,9	102,9	140,4	187,8
Participação sobre Total	72,5%	60,5%	57,6%	56,6%
Quantidade de Países de Destino	99	108	122	132

PERFIL EMPRESARIAL

Existem no Brasil 1.258 empresas atuando no mercado de produtos de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos, sendo que 16 empresas de grande porte, com faturamento líquido de impostos acima dos R\$ 100 milhões, representam 72,4% do faturamento total. As empresas estão distribuídas por região/estado da seguinte forma:



Fonte: ANVISA,

MERCADO BRASILEIRO

Em relação ao mercado mundial de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos, conforme dados do Euromonitor de 2004, o Brasil ocupa a sexta posição. É o terceiro mercado mundial em produtos infantis, para cabelo e desodorantes; o quarto em perfumaria; o sexto em produtos masculinos; o oitavo em higiene oral; o nono em produtos para o banho e cremes e loções para a pele e o décimo em maquiagem.

CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO

Os produtos do setor são distribuídos através de três canais básicos:

- **distribuição tradicional**, incluindo o atacado e as lojas de varejo
- **venda direta**, evolução do conceito de vendas domiciliares
- **franquia**, lojas especializadas e personalizadas.

EMPREGO

Sob o aspecto de emprego, o setor também apresentou resultados importantes, quando comparado com os demais setores. No estado de São Paulo, conforme dados da FIESP, Federação das Indústrias de São Paulo, considerando o índice 100 para o nível de emprego em Junho/94, nosso setor apresentou em dezembro de 2004 índice de 122,08 – o melhor desempenho entre os 47 setores analisados - versus índice de 73,46 para a média geral da indústria paulista.

As oportunidades de trabalho criadas pelo setor, comparadas com o ano de 1994 são:

OPORTUNIDADES DE TRABALHO ('000)				
	1994	2004	CRESCIMENTO	CRESCIMENTO MÉDIO ANUAL
Produção e Administração	30,1	53,7	78,4%	6,0%
Lojas de Franquia	11,0	25,2	129,1%	8,6%
Revendedoras – Vendas Diretas	510,0	1.500,0	194,1%	11,4%
Profissionais de Beleza	579,0	1.133,2	95,7%	6,9%
TOTAL	1.130,1	2.662,1	140,0%	9,1%

Fonte: ABIHPEC, ABEVD, FIESP, ABF e IPEA