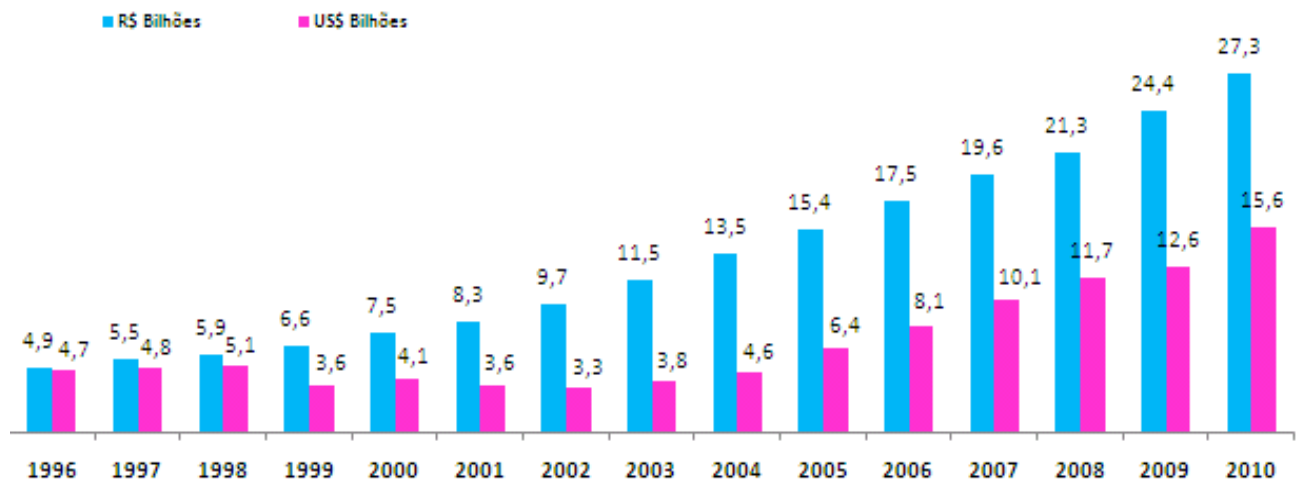


## ***PANORAMA DO SETOR***

✓ Evolução do setor	2
✓ Crescimento do setor x crescimento da economia	3
✓ Comparativo de índices de preços	4
✓ Comércio Exterior	5
✓ Perfil Empresarial	8
✓ Mercado Brasileiro	11
✓ Canais de distribuição	11
✓ Emprego	12

## EVOLUÇÃO

A Indústria Brasileira de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos apresentou um crescimento médio deflacionado composto de 10,5% nos últimos 15 anos, tendo passado de um faturamento "ExFactory", líquido de imposto sobre vendas, de R\$ 4,9 bilhões em 1996 para R\$ 27,3 bilhões em 2010.



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

Nos últimos anos em geral o País apresentou índices baixos de crescimento. 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 o setor apresentou, ao longo dos últimos anos, crescimento bem mais vigoroso que o restante da indústria (10,4% a.a. de crescimento médio no setor contra 3,1% a.a. do PIB Total e 2,7% a.a. da Indústria Geral):

VARIÇÃO ANUAL – EM PORCENTAGEM			
ANO	PIB	INDÚSTRIA GERAL	SETOR Deflacionado
1996	2,7	3,3	17,2
1997	3,3	4,7	13,9
1998	0,2	-1,5	10,2
1999	0,8	-2,2	2,8
2000	4,3	6,6	8,8
2001	1,3	1,6	10,0
2002	2,7	2,7	10,4
2003	1,1	0,1	5,0
2004	5,7	8,3	15,0
2005	3,2	3,1	13,5
2006	4,0	2,8	15,0
2007	6,1	6,0	9,4
2008	5,2	3,1	5,4
2009	-0,6	-7,4	9,8
2010	7,5	10,5	10,7
Acumulado últimos 15 anos	<b>59,0</b>	<b>48,8</b>	<b>341,3</b>
Médio Composto últimos 15 anos	<b>3,1</b>	<b>2,7</b>	<b>10,4</b>

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

## COMPARATIVO DE ÍNDICES DE PREÇOS

Nos últimos 5 anos os preços do setor apresentaram crescimento inferior a inflação e ao índice de preços ao consumidor. Importante destacar os produtos de Higiene Pessoal com índice de preços substancialmente inferior aos demais índices de preços.

VARIAÇÃO ANUAL – EM PORCENTAGEM					
ANO	Desvalorização Cambial Média	FGV	FIPE		
		Índice Geral De Preços	Índice De Preços Ao Consumidor	Índice De Preços Higiene	Índice De Preços Beleza
2006	-9,5	3,8	2,6	-0,8	1,8
2007	-10,9	7,9	4,4	2,0	1,6
2008	-6,0	9,8	6,2	5,9	3,7
2009	6,2	-1,4	3,7	2,1	2,4
2010	-9,4	11,3	6,4	1,5	4,3
Acumulado últimos 5 anos	<b>-27,1</b>	<b>34,9</b>	<b>25,5</b>	<b>11,1</b>	<b>14,6</b>
Médio Composto últimos 5 anos	<b>-6,1</b>	<b>6,2</b>	<b>4,6</b>	<b>2,1</b>	<b>2,8</b>

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 1,3 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\$ 2,7 bilhões. Seguiu-se em 2002 outra forte depreciação do Real incrementando o superávit para US\$ 13,2 bilhões, em 2003 o superávit foi de US\$ 24,9 bilhões. De 2004 a 2006, apesar da valorização do real, o superávit apresentou crescimento, atingindo US\$ 46,5 bilhões em 2006. Em 2010 o superávit foi reduzido para US\$ 20,2 bilhões, refletindo a contínua valorização do real.

<b>BALANÇA COMERCIAL MERCADO TOTAL</b>			
<b>ANO</b>	<b>IMPORTAÇÃO</b>	<b>EXPORTAÇÃO</b>	<b>SALDO</b>
<b>1999</b>	49,3	48,0	-1,3
<b>2000</b>	55,9	55,1	-0,7
<b>2001</b>	55,6	58,3	2,7
<b>2002</b>	47,2	60,4	13,2
<b>2003</b>	48,3	73,2	24,9
<b>2004</b>	62,8	96,7	33,8
<b>2005</b>	73,6	118,5	44,9
<b>2006</b>	91,4	137,8	46,5
<b>2007</b>	120,6	160,6	40,0
<b>2008</b>	173,0	197,9	25,0
<b>2009</b>	127,7	153,0	25,3
<b>2010</b>	181,7	201,9	20,2

Fonte: SECEX

O próximo quadro mostra a balança comercial dos produtos de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos nos últimos dez anos, demonstrando um crescimento acumulado de 275,3% nas exportações entre 2001 e 2010, enquanto que as importações cresceram 216,0% 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 2009, o superávit atingiu US\$ 131 milhões, com queda de 27,8% sobre 2008, refletindo a valorização do real, que resultou em US\$ 3 milhões de déficit em 2010. A perspectiva para 2011 é de um aumento considerável no déficit comercial de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos.

<b>BALANÇA COMERCIAL</b>					
<b>HIGIENE PESSOAL, PERFUMARIA E COSMÉTICOS</b>					
	<b>IMPORTAÇÃO</b>		<b>EXPORTAÇÃO</b>		<b>SALDO</b>
<b>ANO</b>	<b>US\$'000</b>	<b>% CRESC</b>	<b>US\$'000</b>	<b>% CRESC</b>	<b>US\$'000</b>
<b>1998</b>	281.198	1,5	141.573	-3,2	-139.625
<b>1999</b>	206.424	-26,6	168.015	18,7	-38.408
<b>2000</b>	220.374	6,8	184.748	10,0	-35.626
<b>2001</b>	199.533	-9,5	191.510	3,7	-8.022
<b>2002</b>	152.284	-23,7	202.755	5,9	50.471
<b>2003</b>	150.279	-1,3	243.888	20,3	93.610
<b>2004</b>	156.830	4,4	331.889	36,1	175.059
<b>2005</b>	211.658	35,0	407.668	22,8	196.010
<b>2006</b>	294.568	39,2	488.835	19,9	194.268
<b>2007</b>	373.440	26,8	537.497	10,0	164.057
<b>2008</b>	465.794	24,7	647.885	20,5	182.090
<b>2009</b>	456.178	-2,1	587.575	-9,3	131.398
<b>2010</b>	696.487	52,7	693.318	18,0	-3.169
<b>% Cresc. últimos 10 anos</b>	<b>216,0</b>		<b>275,3</b>		
<b>% Médio últimos 10 anos</b>	<b>12,2%</b>		<b>14,1%</b>		

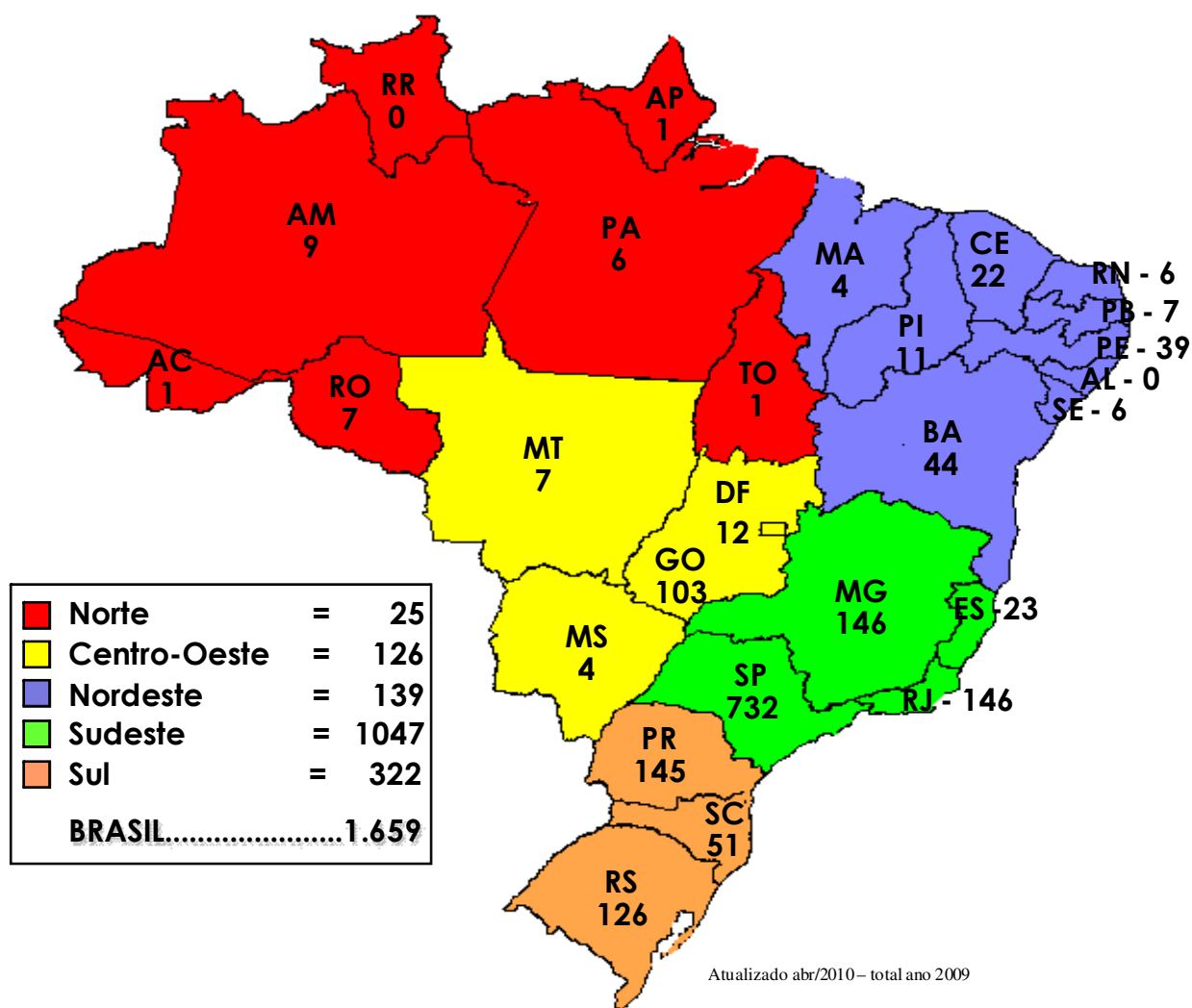
Por grupo de produtos, as exportações brasileiras de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos, apresentaram a seguinte composição em 2010:

		US\$ Milhões	% Vs. 2009	% Vs. 2001
2010 - FOB	Produtos para Cabelos	180.449	11,0	1.383,2
	Higiene Oral	172.540	37,2	239,9
	Sabonetes	123.759	9,0	231,2
	Desodorantes	63.210	32,6	696,6
	Descartáveis (*)	52.085	11,5	40,2
	Demais	101.274	10,9	157,3
	<b>TOTAL</b>	<b>693.318</b>	<b>18,0</b>	<b>275,3</b>

(\*) Inclui fraldas, absorventes higiênicos, papel higiênico e guardanapos, toalhas e lenços de papel

**PERFIL EMPRESARIAL**

Existem no Brasil 1.659 empresas atuando no mercado de produtos de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos, sendo que 20 empresas de grande porte, com faturamento líquido de impostos acima dos R\$ 100 milhões, representam 73,0% do faturamento total. As empresas estão distribuídas por região/estado da seguinte forma:





## FABRICANTES HPPC POR ESTADO / REGIÃO

UF	Ind. 2002	Ind. 2003	Var. % 03/02	Ind. 2004	Var. % 04/03	Ind. 2005	Var. % 05/04	Ind. 2006	Var. % 06/05	Ind. 2007	Var. % 07/06	Ind. 2008	Var. % 08/07	Ind. 2009	Var. % 09/08	Var. % 09/02	Saldo s/2008
<b>NORTE</b>																	
AC	1	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	1	0,0	2	100,0	1	-50,0	0,0	-1
AM	6	5	-16,7	7	40,0	7	0,0	8	14,3	9	12,5	9	0,0	9	0,0	50,0	0
RO	2	2	0,0	3	50,0	4	33,3	4	0,0	4	0,0	5	25,0	7	40,0	250,0	2
PA	4	4	0,0	5	25,0	6	20,0	6	0,0	6	0,0	6	0,0	6	0,0	50,0	0
TO	0	0	N.A.	0	N.A.	0	N.A.	0	N.A.	0	N.A.	0	N.A.	1	N.A.	N.A.	1
AP	0	0	N.A.	0	N.A.	1	N.A.	1	N.A.	1	0,0	1	0,0	1	0,0	N.A.	0
RR	0	0	N.A.	0	N.A.	0	N.A.	0	N.A.	0	N.A.	0	N.A.	0	N.A.	N.A.	0
<b>Total</b>	<b>13</b>	<b>12</b>	<b>-7,7</b>	<b>16</b>	<b>33,3</b>	<b>19</b>	<b>18,8</b>	<b>20</b>	<b>5,3</b>	<b>21</b>	<b>5,0</b>	<b>23</b>	<b>9,5</b>	<b>25</b>	<b>8,7</b>	<b>92,3</b>	<b>2</b>
<b>CENTRO-OESTE</b>																	
MS	4	4	0,0	4	0,0	4	0,0	5	25,0	5	0,0	5	0,0	4	-20,0	0,0	-1
GO	43	50	16,3	53	6,0	63	18,9	72	14,3	80	11,1	91	13,8	103	13,2	139,5	12
DF	5	6	20,0	6	0,0	6	0,0	8	33,3	10	25,0	11	10,0	12	9,1	140,0	1
MT	2	2	0,0	3	50,0	3	0,0	3	0,0	3	0,0	4	33,3	7	75,0	250,0	3
<b>Total</b>	<b>54</b>	<b>62</b>	<b>14,8</b>	<b>66</b>	<b>6,5</b>	<b>76</b>	<b>15,2</b>	<b>88</b>	<b>15,8</b>	<b>98</b>	<b>11,4</b>	<b>111</b>	<b>13,3</b>	<b>126</b>	<b>13,5</b>	<b>133,3</b>	<b>15</b>
<b>NORDESTE</b>																	
MA	2	3	50,0	3	0,0	3	0,0	3	0,0	3	0,0	3	0,0	4	33,3	100,0	1
PI	5	5	0,0	8	60,0	9	12,5	9	0,0	10	11,1	10	0,0	11	10,0	120,0	1
CE	28	29	3,6	28	-3,4	29	3,6	34	17,2	35	2,9	38	8,6	22	-42,1	-21,4	-16
BA	4	5	25,0	11	120,0	21	90,9	27	28,6	36	33,3	42	16,7	44	4,8	1.000,0	2

UF	Ind. 2002	Ind. 2003	Var. % 03/02	Ind. 2004	Var. % 04/03	Ind. 2005	Var. % 05/04	Ind. 2006	Var. % 06/05	Ind. 2007	Var. % 07/06	Ind. 2008	Var. % 08/07	Ind. 2009	Var. % 09/08	Var. % 09/02	Saldo s/2008
<b>NORDESTE</b>																	
RN	2	2	0,0	2	0,0	2	0,0	4	100,0	4	0,0	4	0,0	6	50,0	200,0	2
PB	2	2	0,0	3	50,0	4	33,3	6	50,0	6	0,0	7	16,7	7	0,0	250,0	0
PE	7	8	14,3	13	62,5	22	69,2	29	31,8	33	13,8	36	9,1	39	8,3	457,1	3
SE	1	1	0,0	1	0,0	2	100,0	5	150,0	5	0,0	5	0,0	6	20,0	500,0	1
AL	0	0	N.A.	0	N.A.	0	N.A.	0	N.A.	0	N.A.	0	N.A.	0	N.A.	N.A.	0
<b>Total</b>	<b>51</b>	<b>55</b>	<b>7,8</b>	<b>69</b>	<b>25,5</b>	<b>92</b>	<b>33,3</b>	<b>117</b>	<b>27,2</b>	<b>132</b>	<b>12,8</b>	<b>145</b>	<b>9,8</b>	<b>139</b>	<b>-4,1</b>	<b>172,5</b>	<b>-6</b>
<b>SUDESTE</b>																	
MG	57	67	17,5	82	22,4	92	12,2	102	10,9	119	16,7	131	10,1	146	11,5	156,1	15
ES	8	9	12,5	9	0,0	11	22,2	13	18,2	15	15,4	17	13,3	23	35,3	187,5	6
RJ	140	144	2,9	152	5,6	157	3,3	166	5,7	171	3,0	173	1,2	146	-15,6	4,3	-27
SP	460	530	15,2	604	14,0	643	6,5	689	7,2	722	4,8	758	5,0	732	-3,4	59,1	-26
<b>Total</b>	<b>665</b>	<b>750</b>	<b>12,8</b>	<b>847</b>	<b>12,9</b>	<b>903</b>	<b>6,6</b>	<b>970</b>	<b>7,4</b>	<b>1027</b>	<b>5,9</b>	<b>1079</b>	<b>5,1</b>	<b>1047</b>	<b>-3,0</b>	<b>57,4</b>	<b>-32</b>
<b>SUL</b>																	
PR	118	123	4,2	131	6,5	137	4,6	148	8,0	156	5,4	164	5,1	145	-11,6	22,9	-19
SC	22	25	13,6	34	36,0	35	2,9	41	17,1	44	7,3	46	4,5	51	10,9	131,8	5
RS	97	96	-1,0	95	-1,0	105	10,5	110	4,8	118	7,3	126	6,8	126	0,0	29,9	0
<b>Total</b>	<b>237</b>	<b>244</b>	<b>3,0</b>	<b>260</b>	<b>6,6</b>	<b>277</b>	<b>6,5</b>	<b>299</b>	<b>7,9</b>	<b>318</b>	<b>6,4</b>	<b>336</b>	<b>5,7</b>	<b>322</b>	<b>-4,2</b>	<b>35,9</b>	<b>-14</b>
<b>TOTAL BRASIL</b>																	
<b>BRASIL</b>	<b>1020</b>	<b>1123</b>	<b>10,1</b>	<b>1258</b>	<b>12,0</b>	<b>1367</b>	<b>8,7</b>	<b>1494</b>	<b>9,3</b>	<b>1596</b>	<b>6,8</b>	<b>1694</b>	<b>6,1</b>	<b>1659</b>	<b>-2,1</b>	<b>62,6</b>	<b>-35</b>

## MERCADO BRASILEIRO

Em relação ao mercado mundial de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos, conforme dados do Euromonitor de 2010, o Brasil ocupa a terceira posição. É o primeiro mercado em desodorante, produtos infantis e perfumaria; segundo mercado em produtos para higiene oral, proteção solar, masculinos, cabelos e banho; terceiro em produtos cosmético cores; quarto em pele e quinto em depilatórios.

	Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos	2010 US\$ Bilhões (preço ao consumidor)	Crescimento %	Participação %
	<b>Mundo</b>	<b>374,3</b>	<b>7,0</b>	
1	<b>Estados Unidos</b>	<b>59,8</b>	1,7	16,0
2	<b>Japão</b>	<b>43,8</b>	6,8	11,7
3	<b>Brasil</b>	<b>37,4</b>	<b>30,1</b>	<b>10,0</b>
4	<b>China</b>	<b>23,6</b>	10,8	6,3
5	<b>Alemanha</b>	<b>17,7</b>	-2,0	4,7
6	<b>França</b>	<b>15,9</b>	-3,8	4,2
7	<b>Reino Unido</b>	<b>15,3</b>	3,4	4,1
8	<b>Rússia</b>	<b>12,5</b>	15,0	3,3
9	<b>Itália</b>	<b>12,0</b>	-4,5	3,2
10	<b>Espanha</b>	<b>10,4</b>	-5,3	2,8
<b>Top Ten</b>		<b>248,3</b>	<b>6,3</b>	<b>66,3</b>

©2011 Euromonitor International

## 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 o crescimento do emprego no país.

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

OPORTUNIDADES DE TRABALHO ('000)				
	1994	2010	% CRESC. 16 ANOS	% CRESC. MÉDIO 2010/1994
<b>INDÚSTRIA</b>	30,1	68,0	125,9	5,6
<b>FRANQUIA</b>	11,0	34,0	209,1	7,8
<b>CONSULTORA VENDA DIRETA</b>	510,0	2.700,0	429,4	11,8
<b>SALÕES DE BELEZA</b>	579,0	1.480,0	155,6	6,5
<b>TOTAL</b>	1.130,1	4.282,0	278,9	9,3

Fonte: ABIHPEC, ABEVD, FIESP, ABF, IBGE e FEC-Fundação Euclides da Cunha.