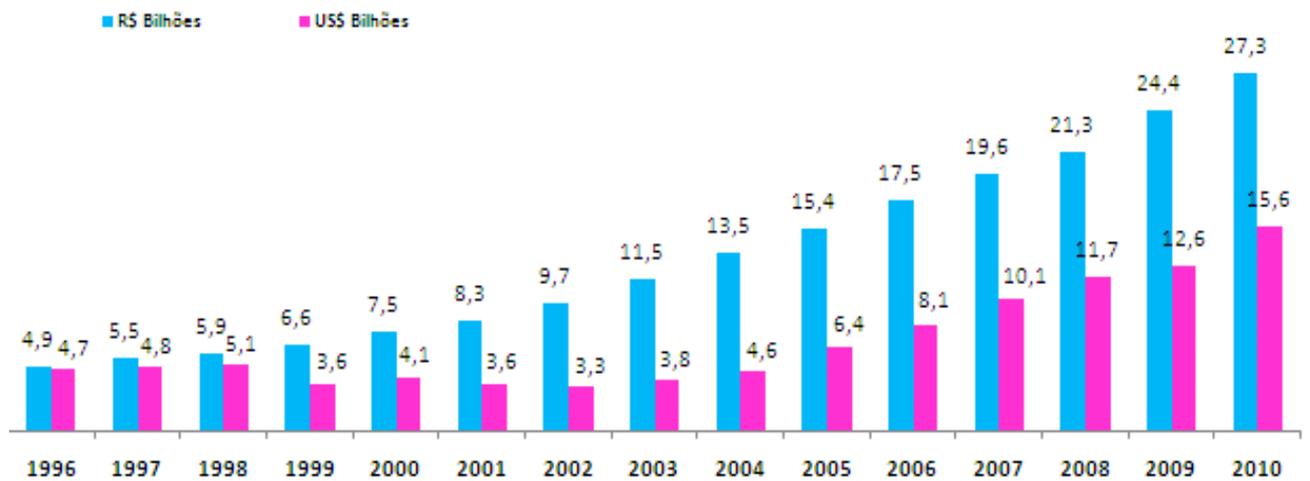


PANORAMA DO SETOR

✓ 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	59,0	48,8	341,3
Médio Composto últimos 15 anos	3,1	2,7	10,4

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.

VARIÇÃO 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	-27,1	34,9	25,5	11,1	14,6
Médio Composto últimos 5 anos	-6,1	6,2	4,6	2,1	2,8

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.

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

BALANÇA COMERCIAL					
HIGIENE PESSOAL, PERFUMARIA E COSMÉTICOS					
	IMPORTAÇÃO		EXPORTAÇÃO		SALDO
ANO	US\$'000	% CRESC	US\$'000	% CRESC	US\$'000
1998	281.198	1,5	141.573	-3,2	-139.625
1999	206.424	-26,6	168.015	18,7	-38.408
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	156.830	4,4	331.889	36,1	175.059
2005	211.658	35,0	407.668	22,8	196.010
2006	294.568	39,2	488.835	19,9	194.268
2007	373.440	26,8	537.497	10,0	164.057
2008	465.794	24,7	647.885	20,5	182.090
2009	456.178	-2,1	587.575	-9,3	131.398
2010	696.487	52,7	693.318	18,0	-3.169
% Cresc. últimos 10 anos	216,0		275,3		
% Médio últimos 10 anos	12,2%		14,1%		

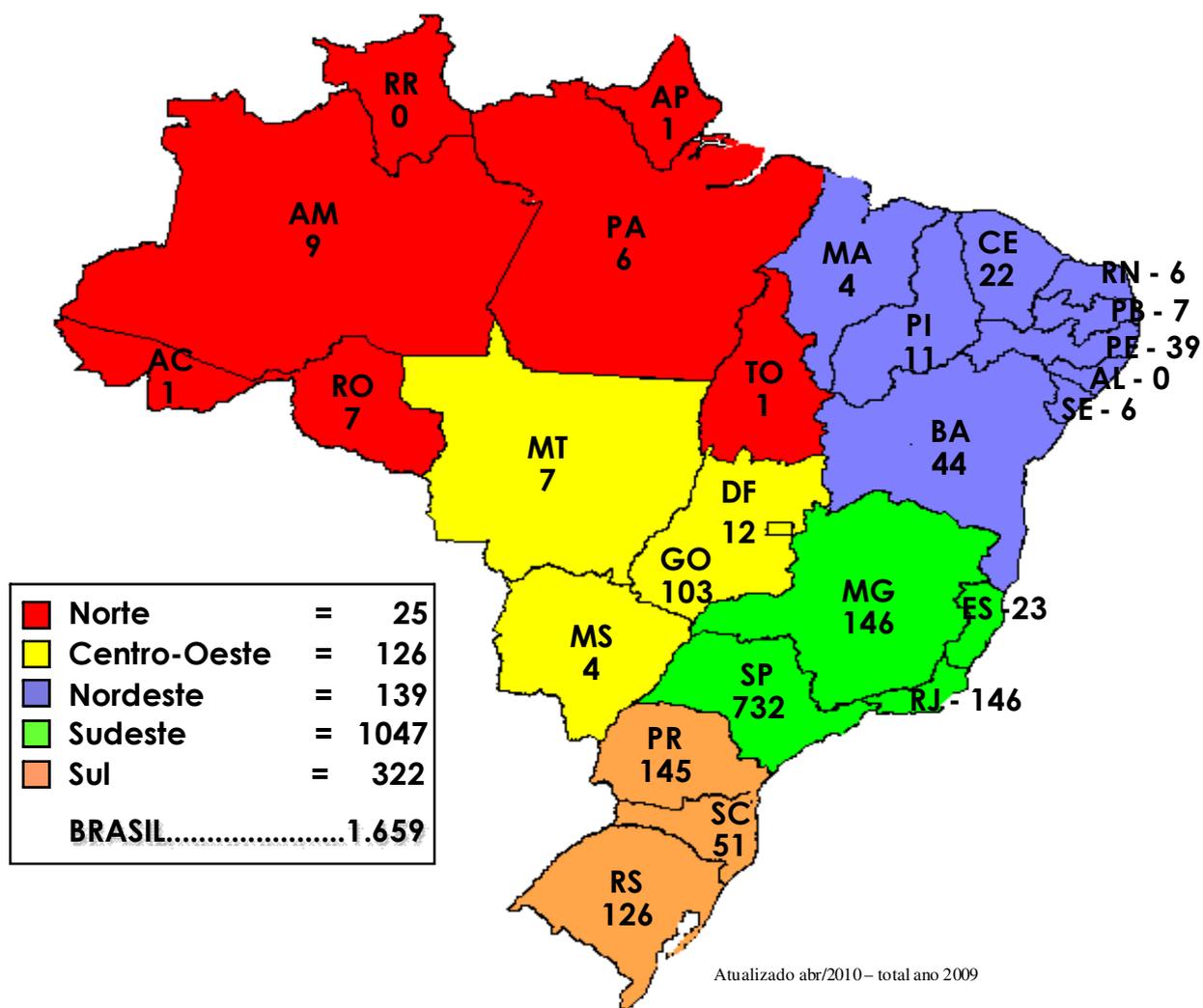
Por grupo de produtos, as exportações brasileiras de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos, apresentaram a seguinte composição em 2010:

		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
	TOTAL	693.318	18,0	275,3

(*) 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
NORTE																	
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.	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.	N.A.	0								
Total	13	12	-7,7	16	33,3	19	18,8	20	5,3	21	5,0	23	9,5	25	8,7	92,3	2
CENTRO-OESTE																	
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
Total	54	62	14,8	66	6,5	76	15,2	88	15,8	98	11,4	111	13,3	126	13,5	133,3	15
NORDESTE																	
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
NORDESTE																	
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.	N.A.	0												
Total	51	55	7,8	69	25,5	92	33,3	117	27,2	132	12,8	145	9,8	139	-4,1	172,5	-6
SUDESTE																	
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
Total	665	750	12,8	847	12,9	903	6,6	970	7,4	1027	5,9	1079	5,1	1047	-3,0	57,4	-32
SUL																	
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
Total	237	244	3,0	260	6,6	277	6,5	299	7,9	318	6,4	336	5,7	322	-4,2	35,9	-14
TOTAL BRASIL																	
BRASIL	1020	1123	10,1	1258	12,0	1367	8,7	1494	9,3	1596	6,8	1694	6,1	1659	-2,1	62,6	-35

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 %
	Mundo	374,3	7,0	
1	Estados Unidos	59,8	1,7	16,0
2	Japão	43,8	6,8	11,7
3	Brasil	37,4	30,1	10,0
4	China	23,6	10,8	6,3
5	Alemanha	17,7	-2,0	4,7
6	França	15,9	-3,8	4,2
7	Reino Unido	15,3	3,4	4,1
8	Rússia	12,5	15,0	3,3
9	Itália	12,0	-4,5	3,2
10	Espanha	10,4	-5,3	2,8
Top Ten		248,3	6,3	66,3

©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
INDÚSTRIA	30,1	68,0	125,9	5,6
FRANQUIA	11,0	34,0	209,1	7,8
CONSULTORA VENDA DIRETA	510,0	2.700,0	429,4	11,8
SALÕES DE BELEZA	579,0	1.480,0	155,6	6,5
TOTAL	1.130,1	4.282,0	278,9	9,3

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