

Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos





Associação Brasileira da Indústria de
Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos

Missão: Apoiar, desenvolver, estimular e
criar ações e instrumentos que
contribuam para o progresso do
segmento de HPPC.

Principais Áreas de Atuação: Administrativa/Financeira, Jurídica,
Técnica e Regulatória, Trabalhista, Tributária,
Comunicação&Marketing, Inteligência de Mercado,
Tecnologia e Inovação, Meio Ambiente, Negócios
Internacionais, Núcleos Regionais.

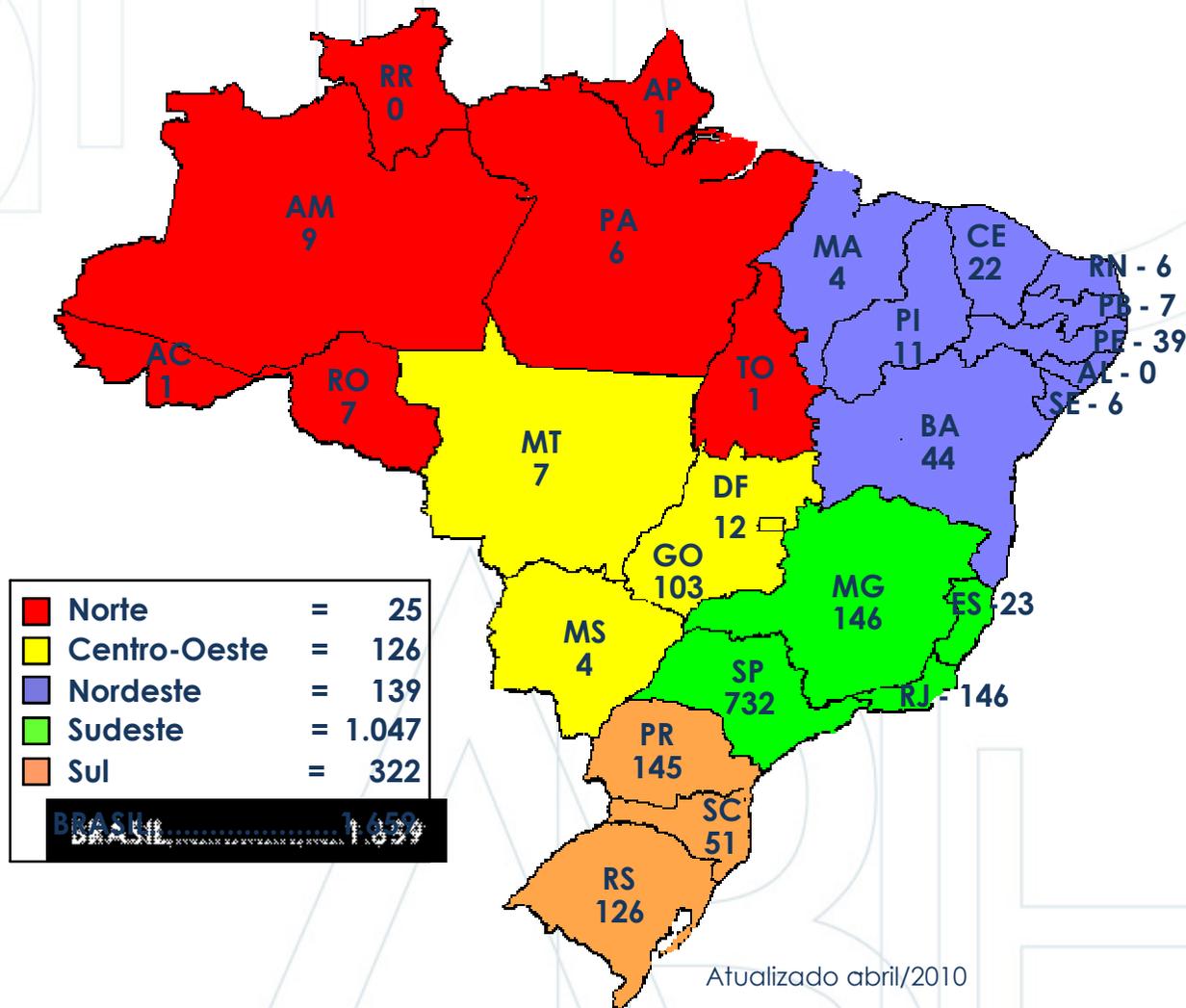


www.abihpec.org.br

Sede: São Paulo
32 colaboradores
além das consultorias externas
cerca de 300 empresas associadas

Empresas do Setor de HPPC

por Região/Estado



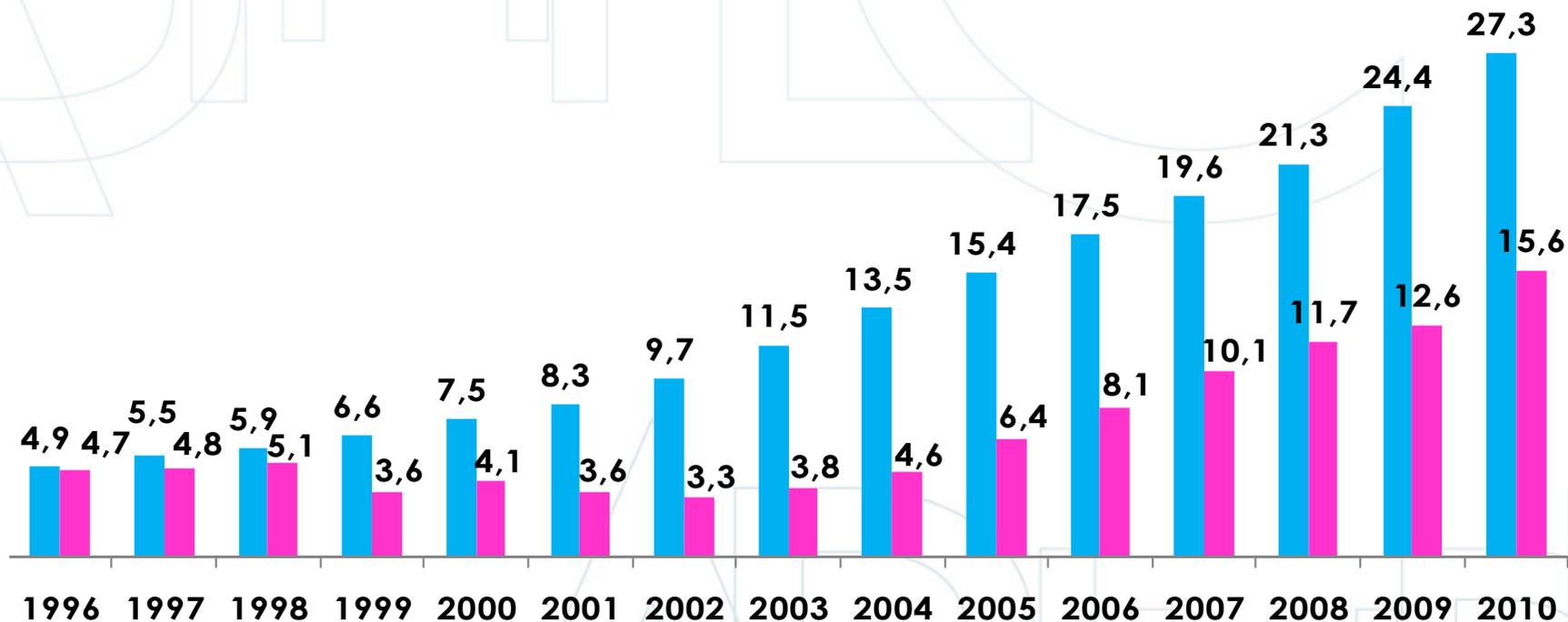
Dados de Mercado



Vendas

Preço de Saída da Indústria - sem impostos

■ R\$ Bilhões ■ US\$ Bilhões



Fonte: ABIHPEC

Consumo no varejo de USD 37,4 bilhões em 2010



Fonte Euromonitor

Consumo Interno Brasil

Participação no Faturamento - 2010

Higiene Pessoal – 56%

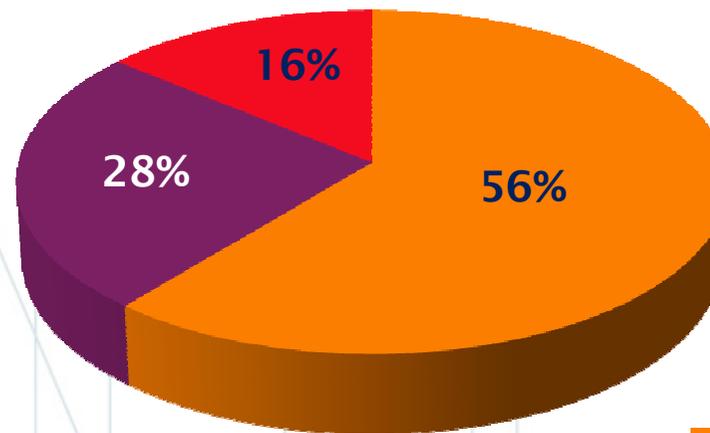
- Sabonetes
- Higiene Oral
- Desodorantes
- Talcos
- Higiene Capilar
- Produtos para Barbear
- Fraldas Descartáveis
- Absorventes Higiênicos

Cosméticos – 28%

- Coloração de Cabelos
- Fixadores e Modeladores
- Maquiagem
- Protetores Solares
- Depilatórios
- Cremes e Loções para Pele

Perfumaria – 16%

- Águas de Colônia
- Perfumes
- Produtos Pós-Barba

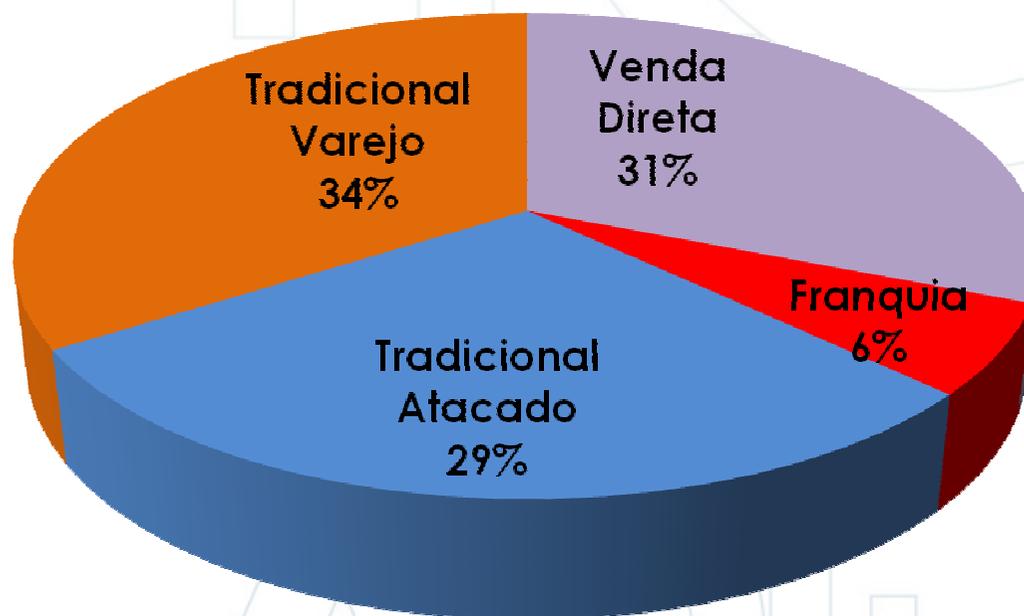


- Higiene Pessoal
- Cosméticos
- Perfumaria



Canais de Distribuição

Participação no Faturamento - 2010



Fonte: Painel de Dados de Mercado ABIHPEC

Mercado Mundial



BRICS

Projeção 2015

Consumo de HPPC

BRASIL - US\$ 50,5 bilhões

China - US\$ 33,7 bilhões

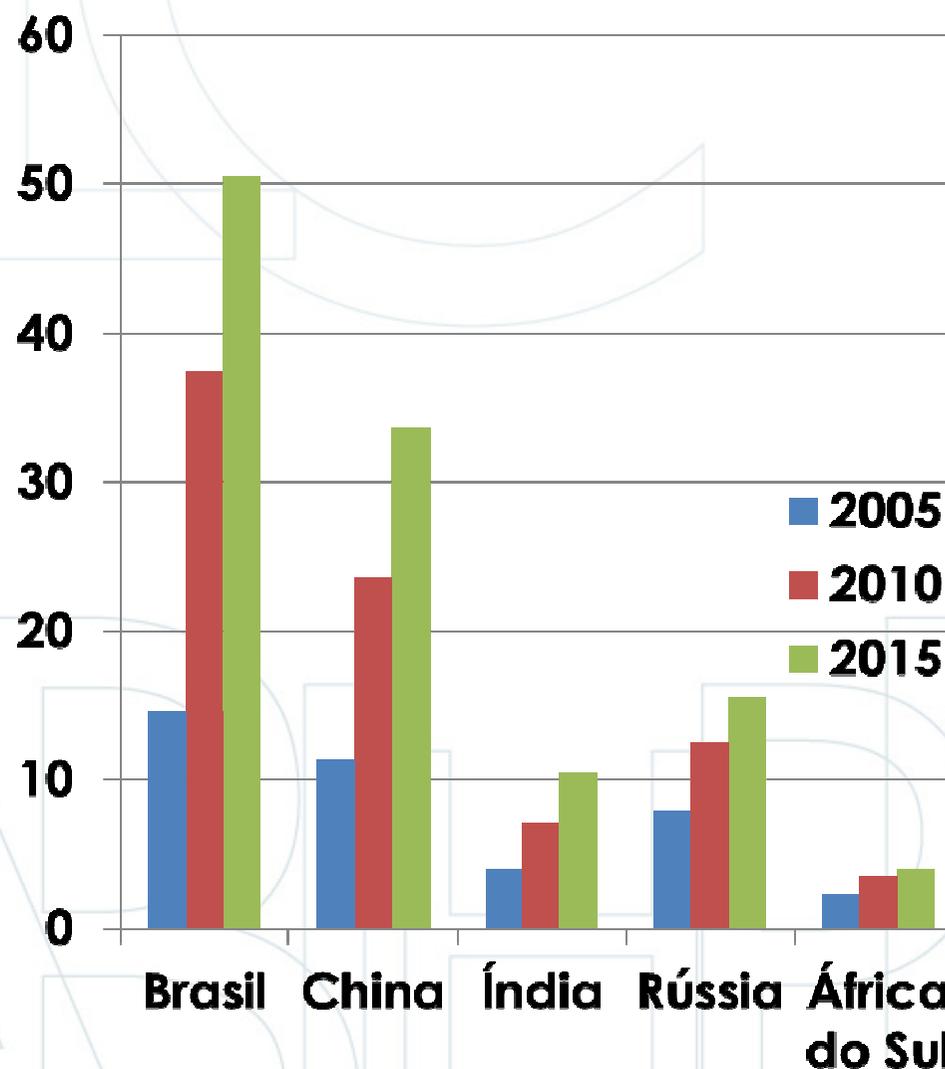
Consumo per capita

BRASIL - US\$ 249,00

ou 4x a média mundial > US\$ 60,4

China - US\$ 24,80

mantendo o patamar de 10% do consumo per capita brasileiro



Mercado Mundial

Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos		2009 US\$ Bilhões (preço ao consumidor)	2010 US\$ Bilhões (preço ao consumidor)	Crescimento %	Participação %
Mundo		349,7	374,3	7,0	
1	Estados Unidos	58,8	59,8	1,7	16,0
2	Japão	41,0	43,8	6,8	11,7
3	Brasil	28,8	37,4	30,1	10,0
4	China	21,3	23,6	10,8	6,3
5	Alemanha	18,0	17,7	-2,0	4,7
6	França	16,5	15,9	-3,8	4,2
7	Reino Unido	14,7	15,3	3,4	4,1
8	Rússia	10,9	12,5	15,0	3,3
9	Itália	12,6	12,0	-4,5	3,2
10	Espanha	10,9	10,4	-5,3	2,8
Top Ten		233,5	248,3	6,3	66,3

©2011 Euromonitor International



www.abihpec.org.br

Mercado Mundial

Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos		2009 US\$ Bilhões (preço ao consumidor)	2010 US\$ Bilhões (preço ao consumidor)	Crescimento %	Participação %
MUNDO		349,70	374,34	7,0	
América Latina		53,77	64,09	19,2	17,12
1	Brasil	28,76	37,42	30,1	10,00
2	México	7,58	8,61	13,6	2,30
3	Venezuela	5,10	4,10	-19,7	1,09
4	Argentina	3,01	3,43	14,0	0,92
5	Colômbia	2,91	3,38	16,3	0,90
6	Chile	1,78	2,06	15,5	0,55
7	Peru	1,50	1,70	13,1	0,45
8	Equador	0,74	0,82	10,2	0,22
9	Republica Dominicana	0,47	0,48	2,4	0,13
10	Guatemala	0,40	0,43	8,7	0,12
Top Ten		52,25	62,42	19,5	16,68



Mercado Mundial

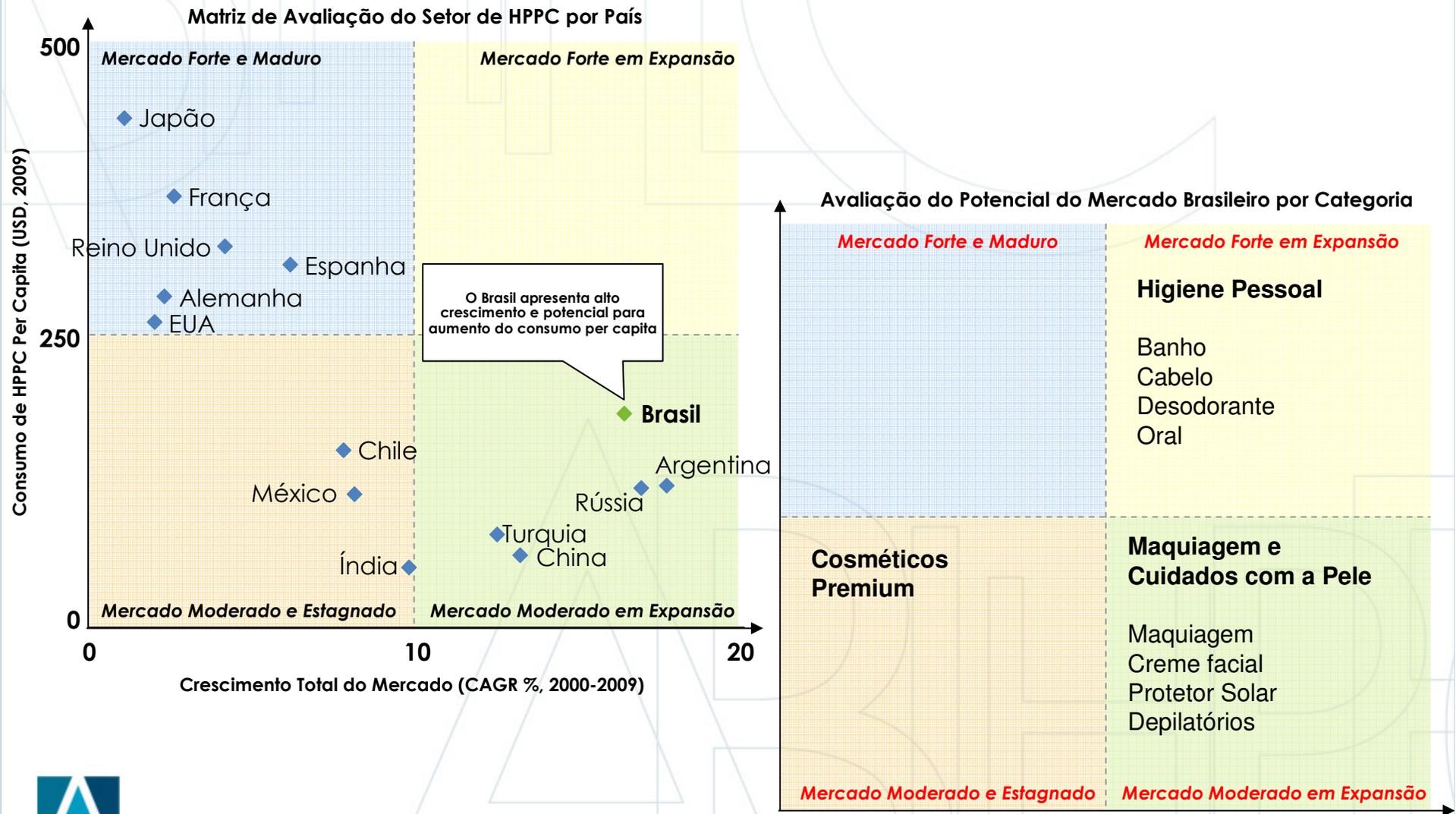
2010

Categorias	2008	2009	Ranking	Partic. %	2010	
					Mundo US\$ Bilhões (preço ao consumidor)	Brasil US\$ Bilhões (preço ao consumidor)
Desodorante	1º	1º	1º	20,2	17,683	3,564
Infantil	2º	2º	1º	17,9	7,409	1,327
Perfumaria	2º	2º	1º	15,6	38,53	6,03
Higiene Oral	2º	2º	2º	9,5	35,00	3,32
Proteção Solar	2º	2º	2º	13,4	8,139	1,088
Produtos Masculinos	2º	2º	2º	11,3	29,01	3,28
Produtos para Cabelos	2º	3º	2º	11,09	66,15	7,89
Banho	2º	2º	2º	10,6	32,81	3,47
Maquiagem	4º	3º	3º	7,1	45,83	3,26
Produtos para Pele	6º	6º	4º	5,5	87,13	4,77
Depilatórios	8º	8º	5º	4,7	4,140	0,193

Fonte: Euromonitor 2009



Potencial de crescimento



Fonte: Euromonitor; Análises Booz & Company

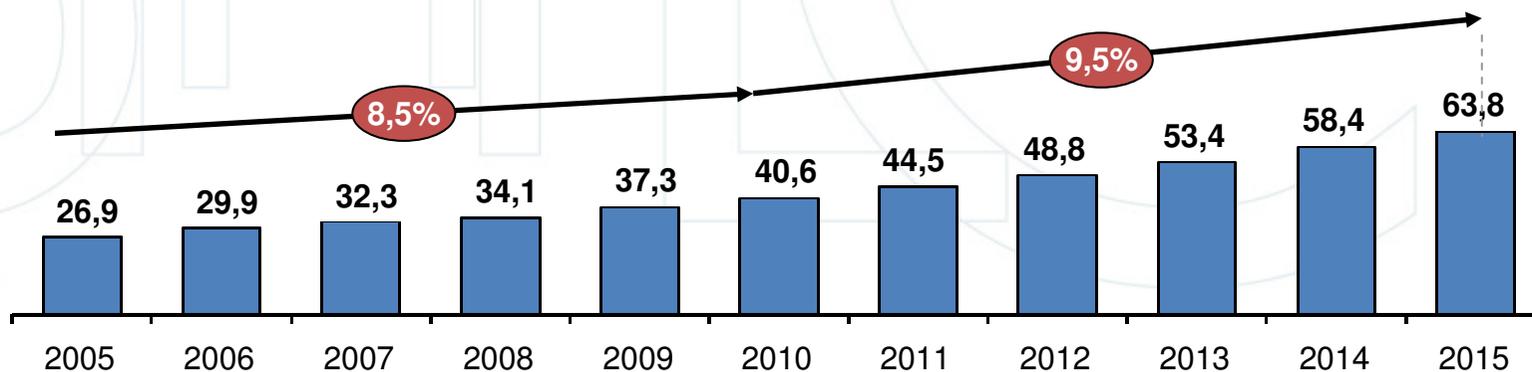
Brasil



Potencial de crescimento

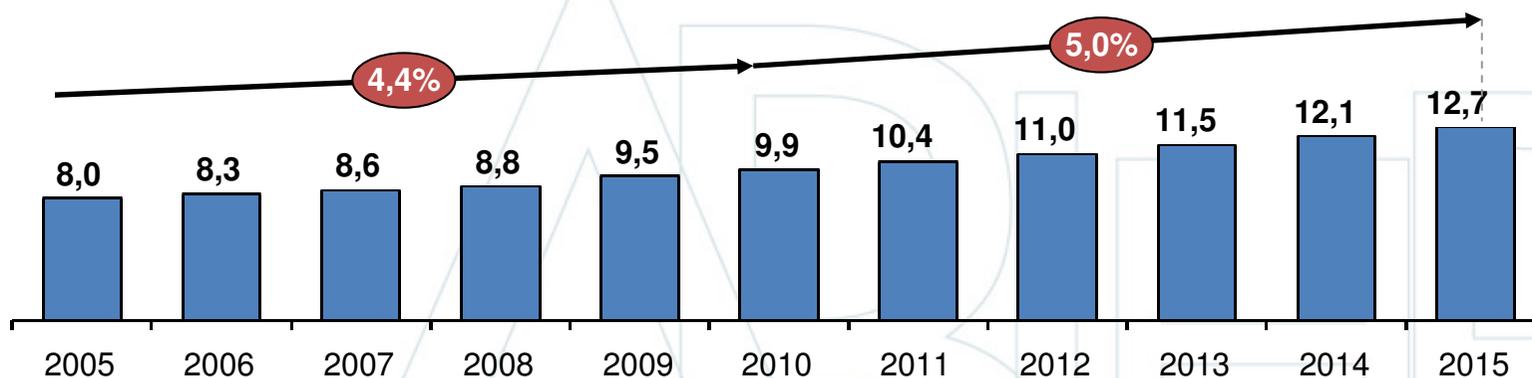
Evolução de Mercado em Valor Real

Preço Consumidor Final - R\$ Bi



Evolução de Mercado em Volume

Unidades Bi



Fonte: Painel de Dados de Mercado ABIHPEC

Brasil

Membro Participante ISO/TC 217

Em 1º de agosto de 2011 foi oficializada a entrada definitiva do Brasil como *P-Member* (Membro Participante) do comitê da ISO/TC 217, grupo mundial de regulamentação global dos produtos de HPPC

➤ **34º País a integrar-se como membro participante da ISO/TC 217** (Organização Internacional de Normatizações)

➤ **Direito de manifestar-se ativamente sobre a regulamentação do setor, por meio do Comitê Brasileiro - CB 57 da ABNT**

Temas:

Metodologias de Análises Microbiológicas, Embalagens/Rotulagens, Métodos Analíticos (segurança/eficácia), Definição dos Critérios para produtos orgânicos, Boas Práticas de Fabricação e Controle, Produtos Cosméticos para Proteção Solar e Nanomateriais



Parceria com Órgãos e Iniciativas Governamentais

ANVISA

Participação ativa nas reuniões dos Núcleos Regionais

Atuação parceira na regularização de empresas

**Participação ativa no Comitê Brasileiro - CB 57 da ABNT
(Associação Brasileira de Normas Técnicas), sediado e
coordenado pela ABIHPEC**



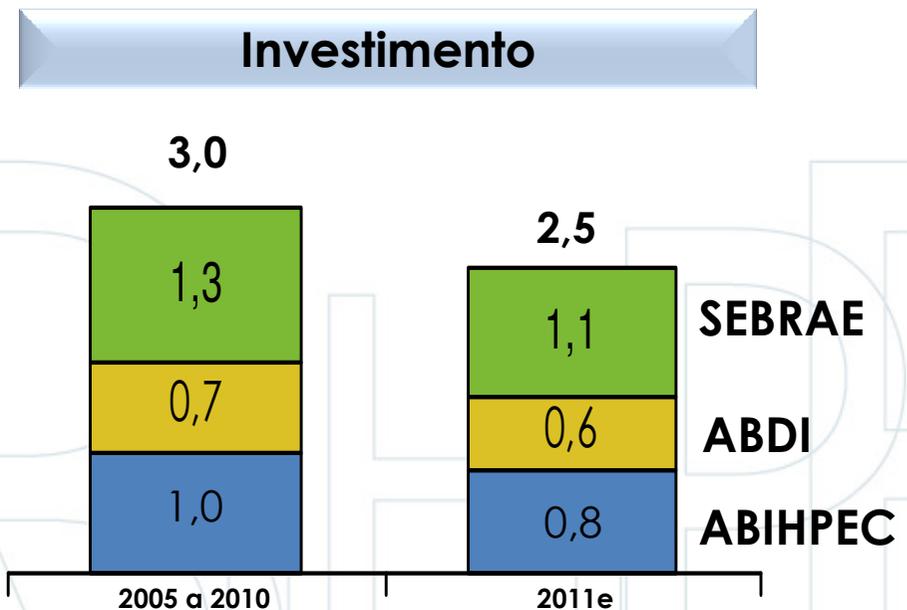
Parceria com Órgãos e Iniciativas Governamentais

Programa de Desenvolvimento Setorial
SEBRAE, ABIHPEC, ABDI, ANVISA e VISA locais

Fortalecer micros, pequenas e médias empresas



- **REGULARIZAÇÃO:** empresas regularizadas junto a ANVISA (ex: Bahia – de 3 a 45 em menos de 8 anos)
- **CAPACITAÇÃO:** mais de 250 empresas participantes de seminários e cursos (ex: capacitação tributária)
- **CONHECIMENTO:** cartilhas e newsletters (ex: Como Abrir uma Empresa de HPPC, assuntos regulatórios)
- **INFORMAÇÃO:** materiais e vídeo (ex: Coleta Seletiva de Resíduos Sólidos)
- **TECNOLOGIA:** eventos específico na área de inovação e tecnologia (ex: Seminário de Nanotecnologia)



Fonte: ABIHPEC; Análises Booz & Company

Parceria com Órgãos e Iniciativas Governamentais

Projeto Setorial Integrado de Exportação ABIHPEC e Apex-Brasil

Promover exportações, contribuindo para a internacionalização de empresas brasileiras

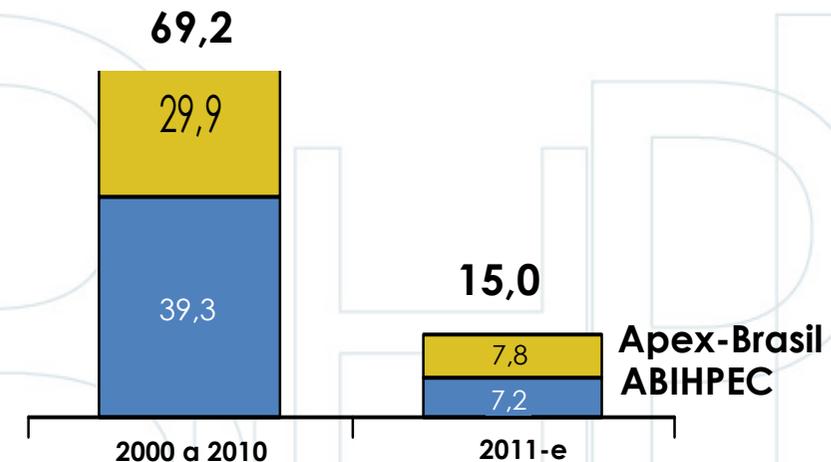


- Mais de US\$ 105 milhões em exportações FOB pelas 26 empresas participantes do projeto em 2010
- Estudos de Mercado (ex: Prospecção de Mercados, priorização de mercados)
- Ações de entrada e consolidação de mercado (ex: Road Show, Feiras, Promoções PDV, Branding)
- Preparação das empresas para o mercado internacional (ex: metodologia de segmentação, rodada de checagem de adequação de produto)



Fonte: ABIHPEC; Análises Booz & Company

Investimento



Projetos Específicos

Coleta Seletiva

DÊ A MÃO PARA O FUTURO



Ajude a gerar trabalho e renda



Instituto de Tecnologia e Estudos de HPPC



beautycare
BRAZIL

PDS – HPPC

Projeto de Desenvolvimento Setorial



Contribuições para o País



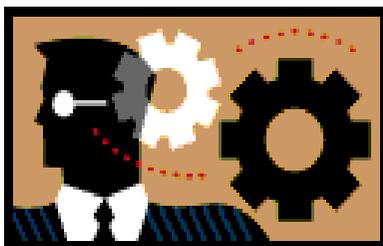
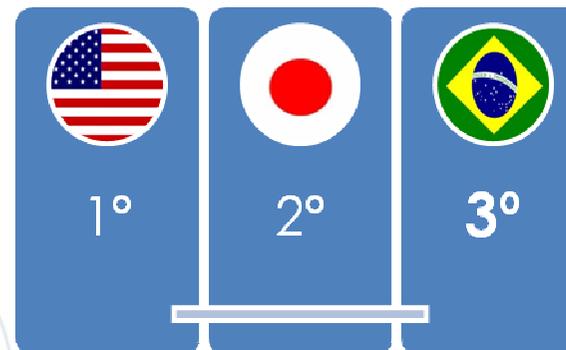
Produção e Consumo

Impulsionador ativo do crescimento do Brasil

Crescimento médio
anual deflacionado
10,5%



Mercado Consumidor no Mundo



1.659 empresas atuando no mercado de HPPC

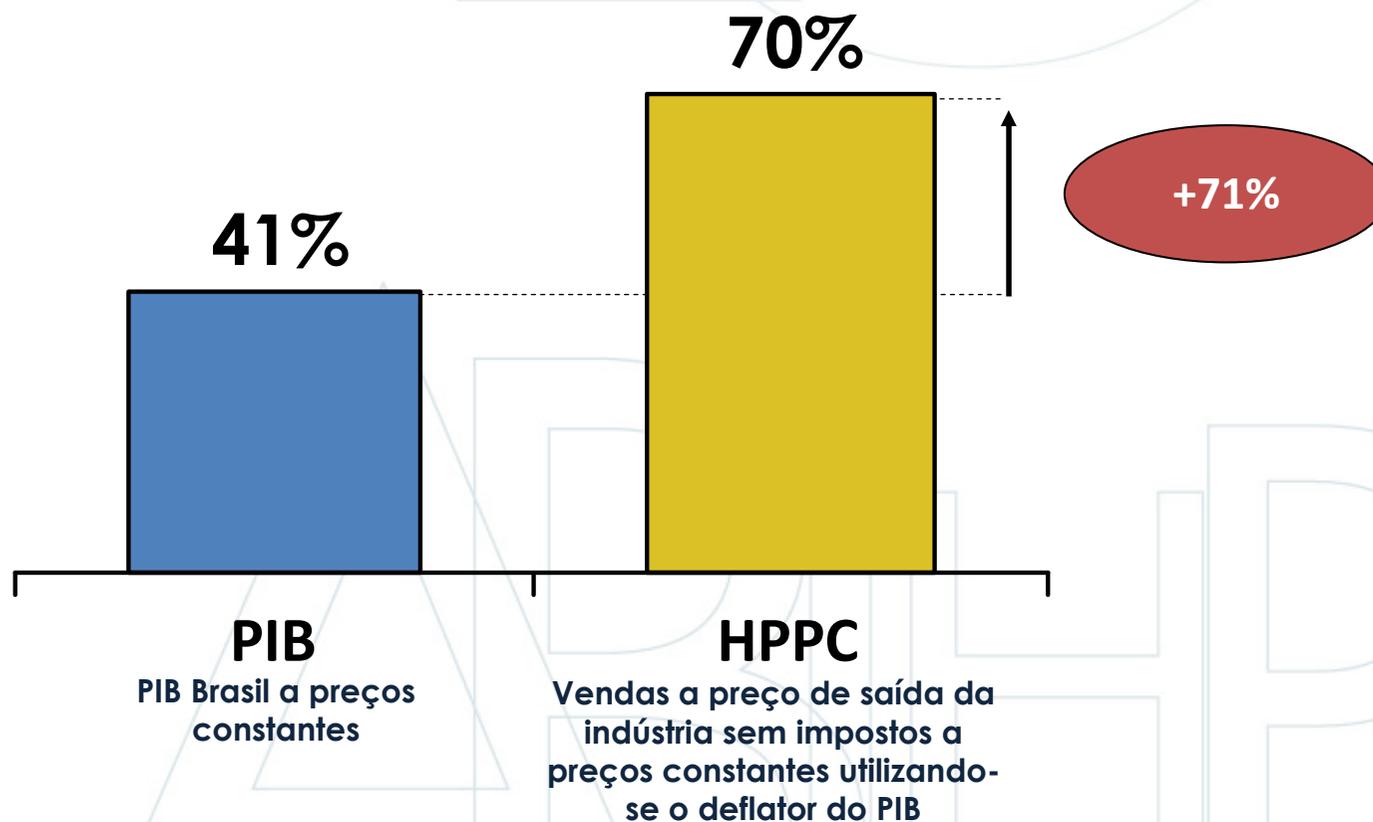
4,4 milhões de empregos no setor, crescimento
acumulado de mais de 222% desde 1994



PIB

Contribuição relevante para o crescimento e estabilidade econômica do país

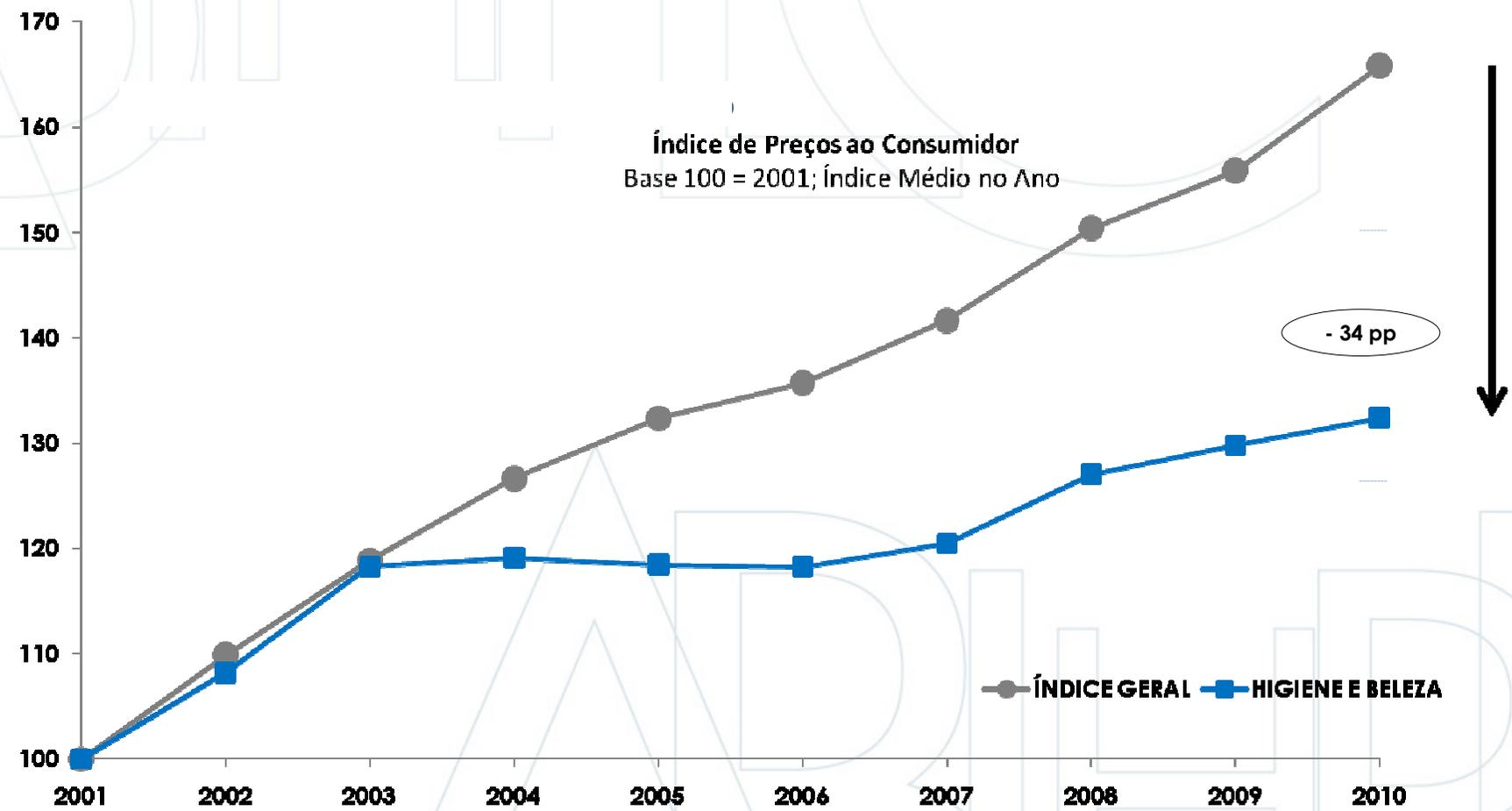
Crescimento real 2001 - 2010



Fonte: Painel ABIHPEC, ibge, Banco Central do Brasil, Fipe, Análises Booz&Co

Inflação

Participação Efetiva no Controle Inflacionário



Fonte: Painel ABIHPEC, ibge, Banco Central do Brasil, Fipe, Análises Booz&Co

Investimentos do setor

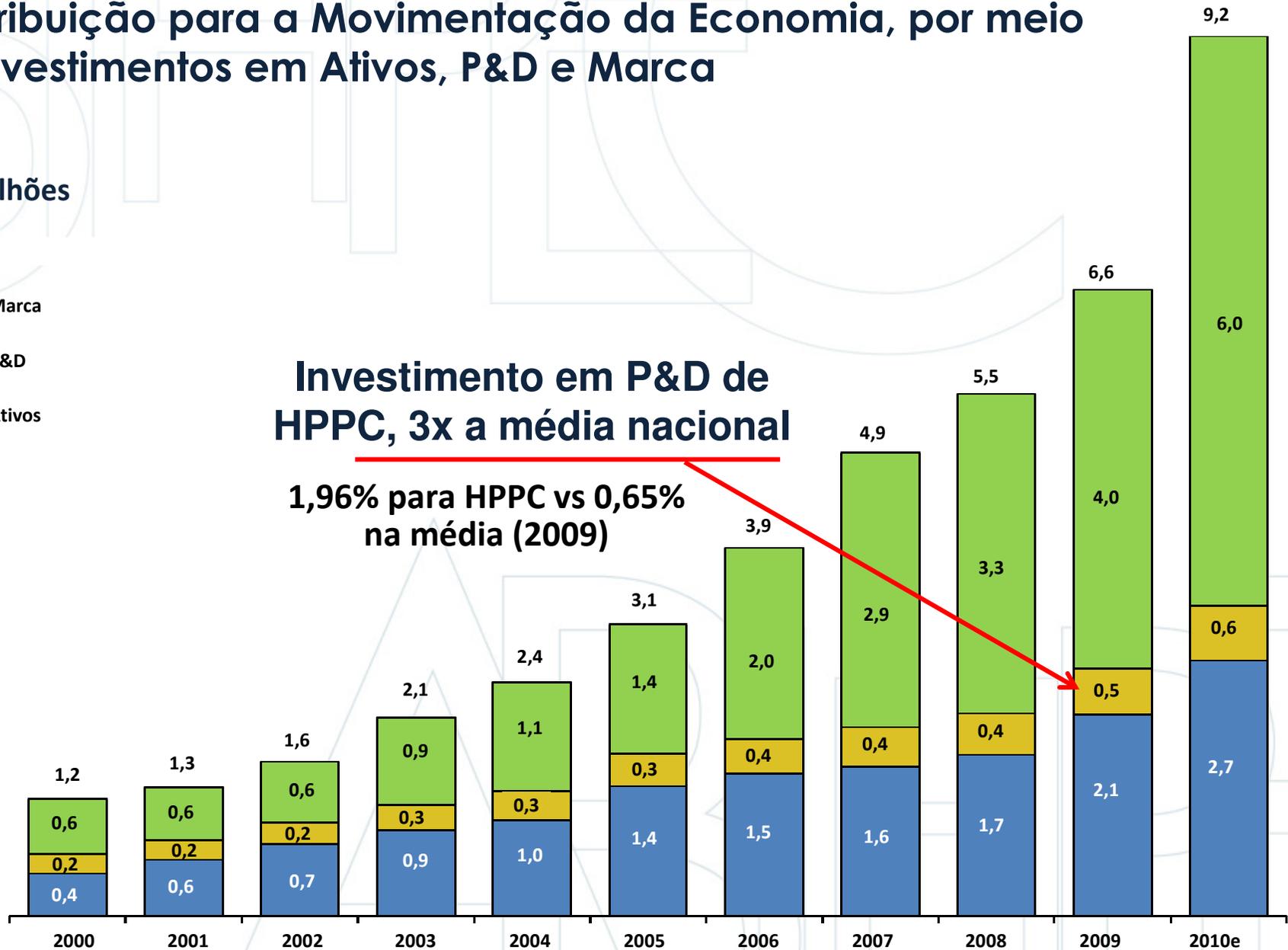
Contribuição para a Movimentação da Economia, por meio de Investimentos em Ativos, P&D e Marca

R\$ Bilhões



Investimento em P&D de HPPC, 3x a média nacional

1,96% para HPPC vs 0,65% na média (2009)

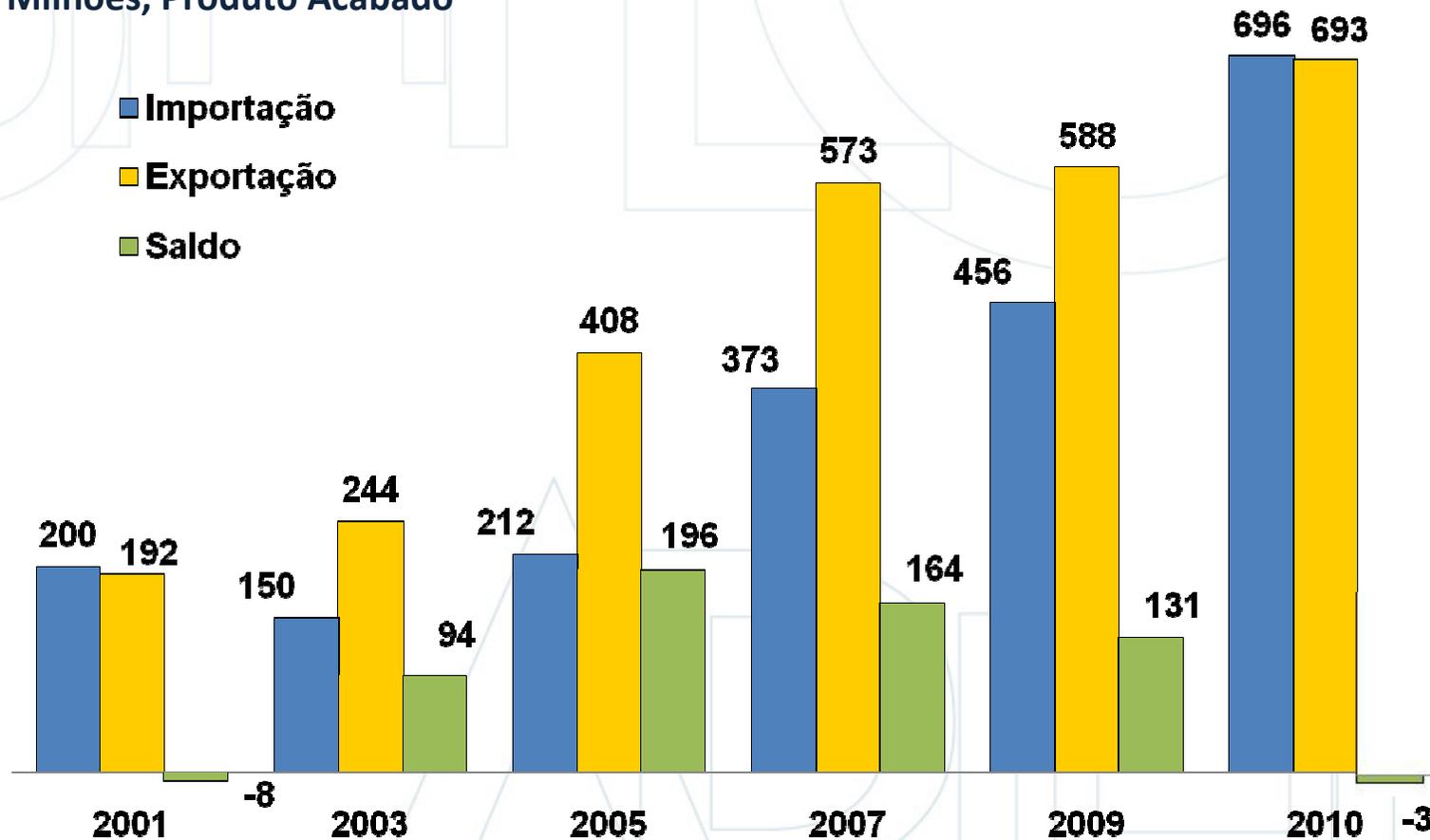


Fonte: Empresas do setor de HPPC, ABIHPEC, IBOPE Monitor

Balança Comercial

Exportações e Importações de HPPC

USD Milhões, Produto Acabado



Fonte: MDIC, Sistema Aliceweb

Arrecadação de Tributos da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos

MUNICIPAIS, ESTADUAIS E FEDERAIS

2010

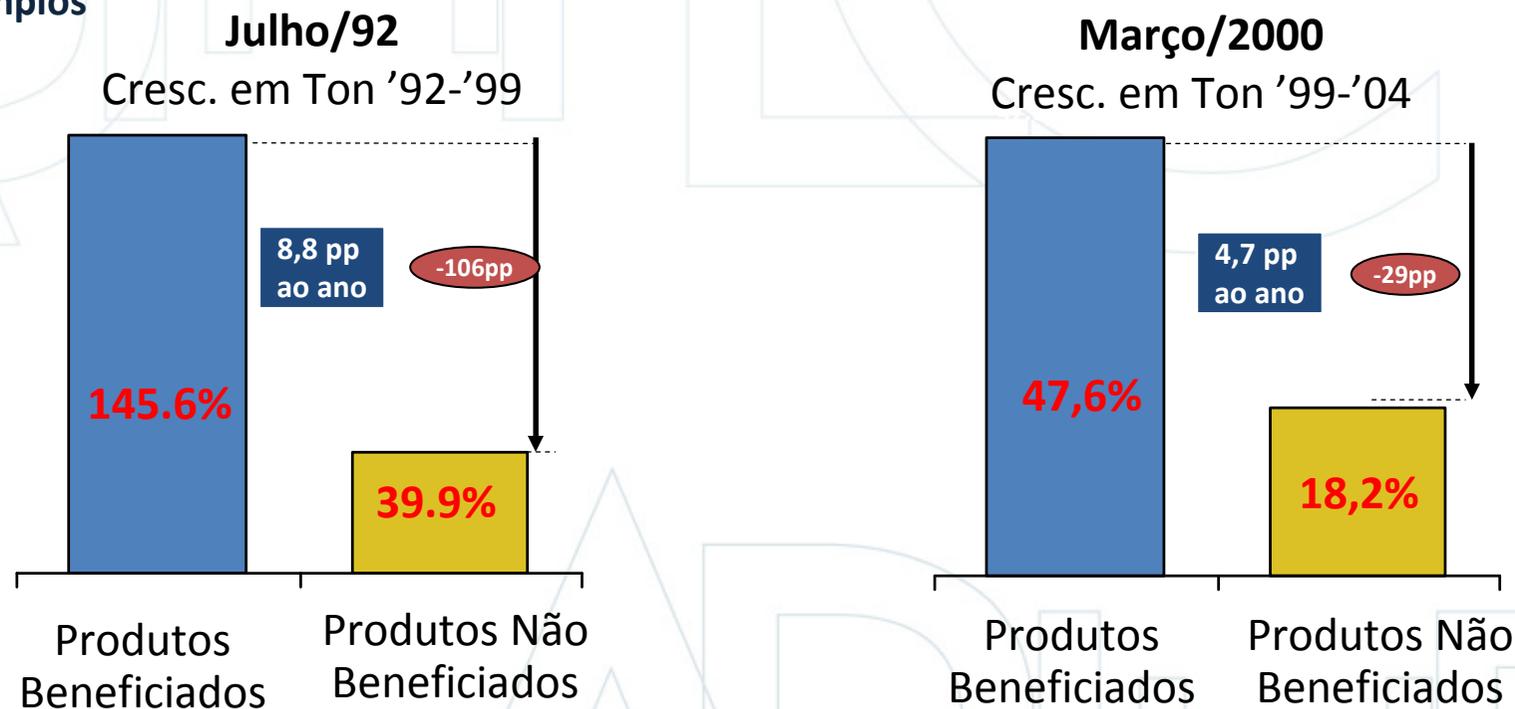
25 BILHÕES DE REAIS



Tributos

Comparativo de Efeitos de Reduções de IPI Contribuindo para arrecadação de impostos

Exemplos



Creme para a pele	315%	Sabonetes	29%
Perfume	123%	Desodorante	31%
Condicionador	280%	Xampú	65%

Creme para pele	26%	Sabonete	21%
Maquiagem-olhos	118%	Desodorante	28%
Maquiagem-boca	57%	Condicionador	26%



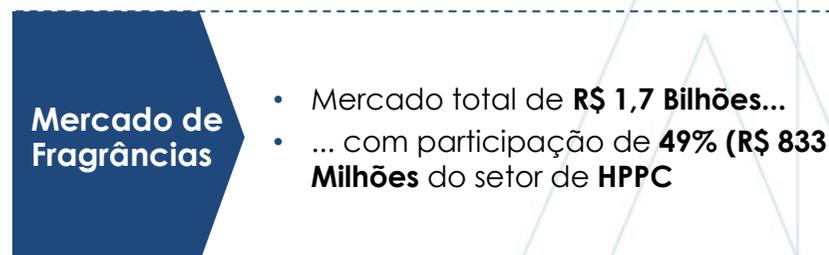
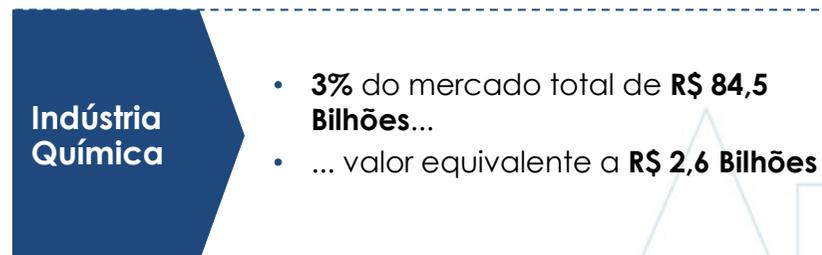
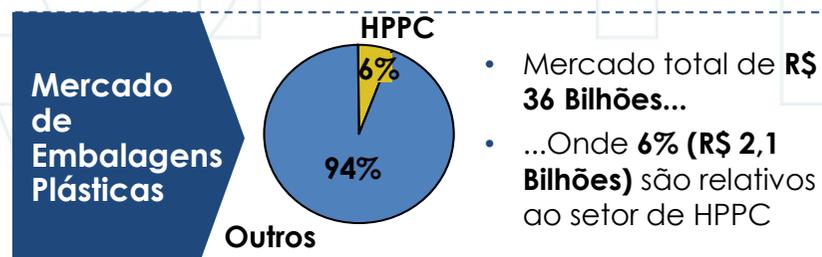
Fonte: ABIHPEC; Análises Booz & Company

Participação em outros setores da economia

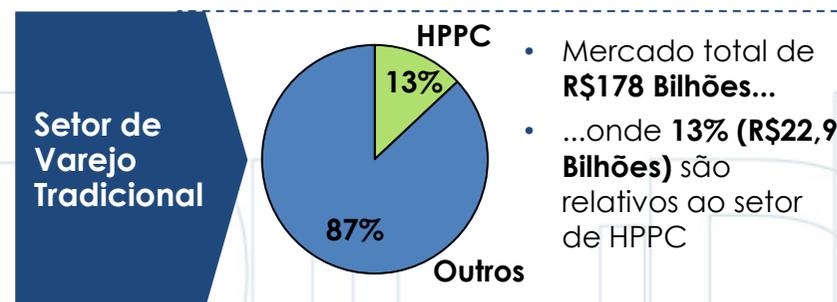
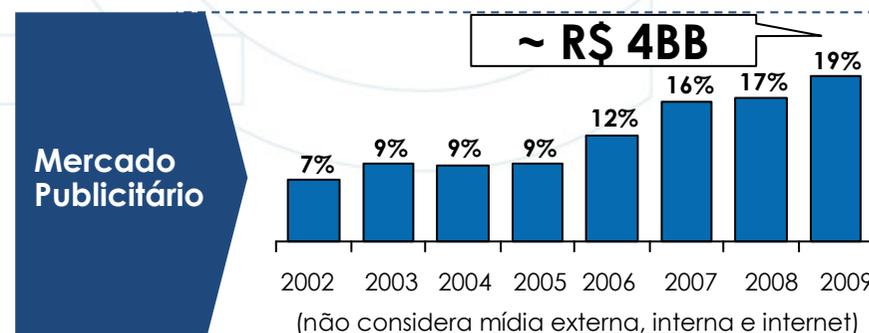
Impactando de forma positiva todos os elos da cadeia de valor

Exemplos - Valores 2009

“Up Stream”



“Down Stream”



Transportadoras



Trabalho e Renda

Importância do Setor de HPPC na Geração de Trabalho e Renda

2010

Mais cerca de 75 mil empregos no Varejo Tradicional

Crescimento
9,3% a.a.
1994 a 2010

	Oportunidades de Trabalho (mil)	Renda do Trabalho (R\$ milhões)	Empreendedorismo (estabelecimentos/empresas)
Lojas de Franquia	34	334	5.579
Perfumarias	81	1.320	11.100
Indústria HPPC	68	1.128	1.659
Profissionais de Beleza	1.480	10.926	91.500
Revendedoras Venda Direta	2.700	3.332	—
	4.363	17.040	109.838



Fonte: ABIHPEC, ABEVD, FIESP, ABF, IBGE, FEC-Fundação Euclides da Cunha, RAIS - Ministério do Trabalho e Emprego, ABRAS; Abrafarma; Tendências Nielsen; Análises Booz & Company

Emprego

Importante Gerador de Oportunidades de Trabalho

(Base 100 = Ano 2003)

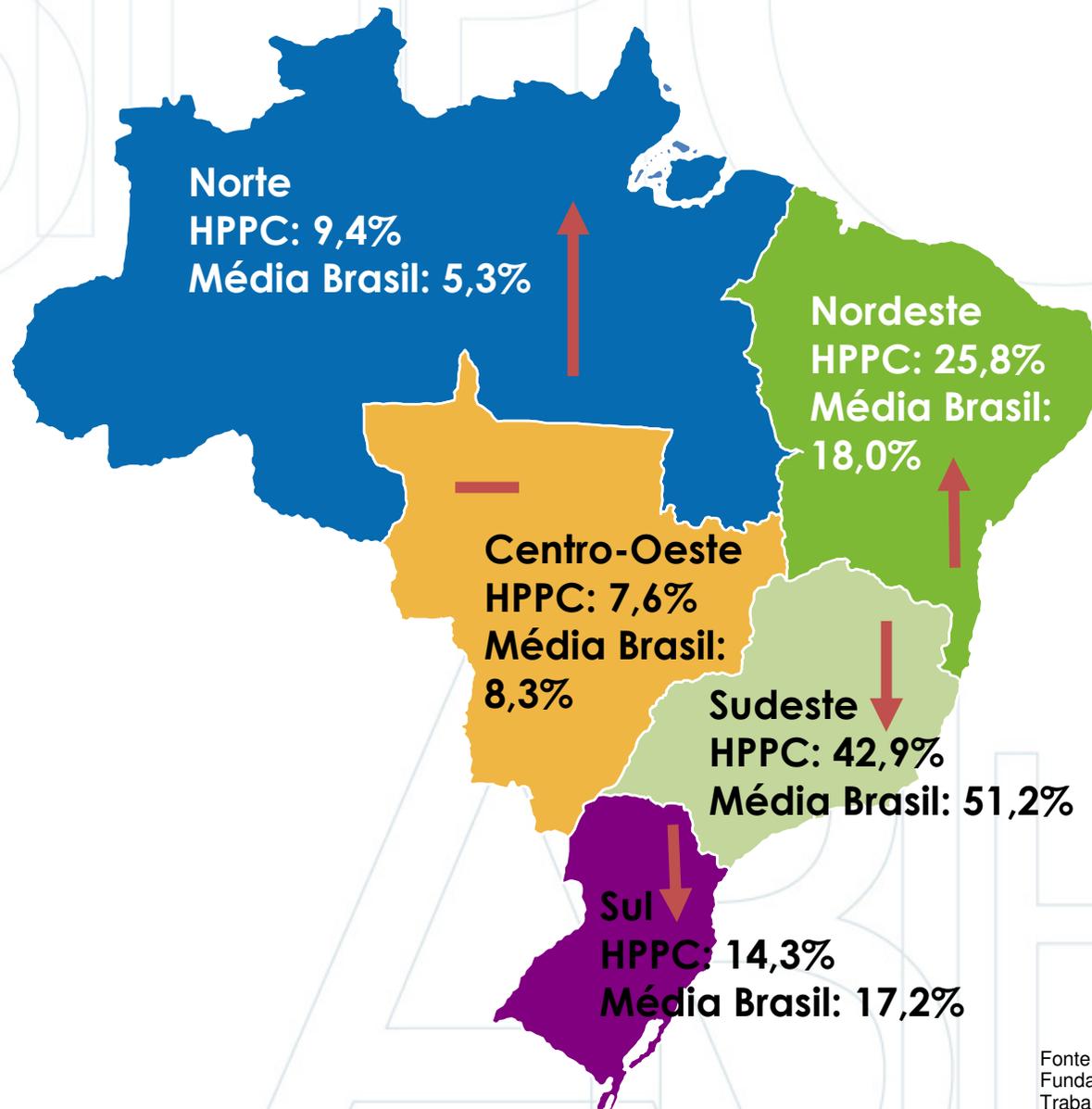


Fonte: ABIHPEC, ABEVD, FIESP, ABF, IBGE, FEC-Fundação Euclides da Cunha, RAIS - Ministério do Trabalho e Emprego, ABRAS; Abrafarma; Tendências Nielsen; Análises Booz & Company

Emprego

Oportunidades de Trabalho no setor - por região

2010

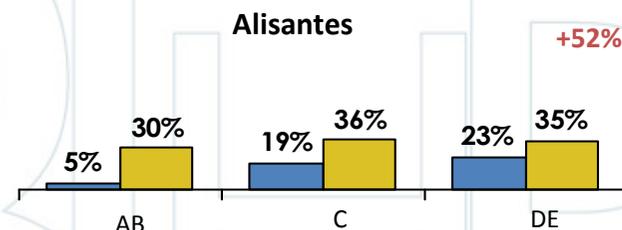
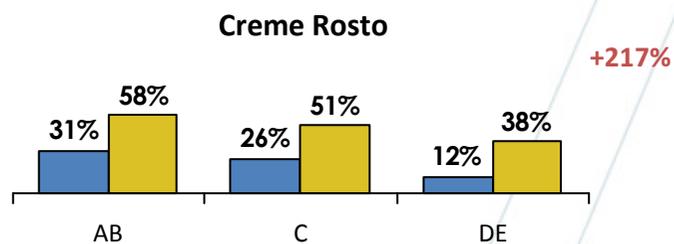
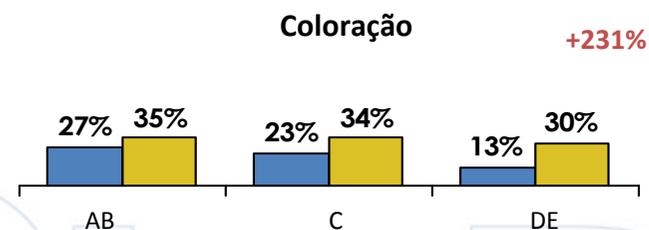
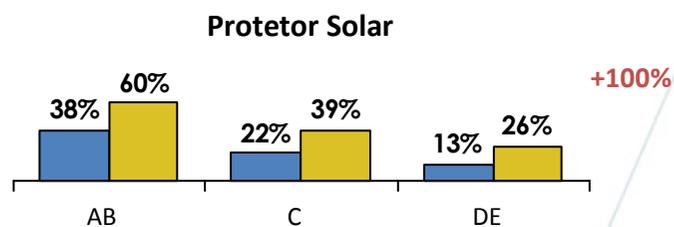
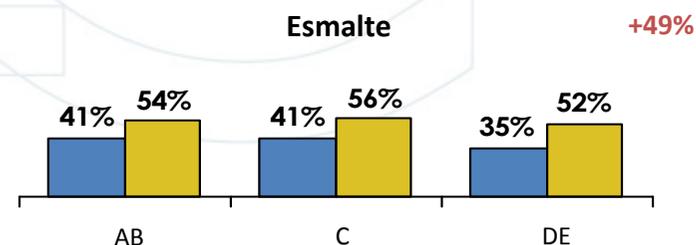
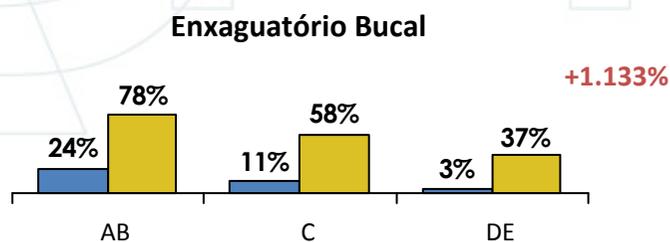


Fonte: ABIHPEC, ABEVD, FIESP, ABF, IBGE, FEC-Fundação Euclides da Cunha, RAIS - Ministério do Trabalho e Emprego, Análises Booz & Company

Consumo por classe social

Acesso a Produtos de Saúde e Bem-Estar para Classes Sociais menos Favorecidas

Evolução da Penetração das Categorias na Pop. Brasileira por Classe Social - 2004 a 2009



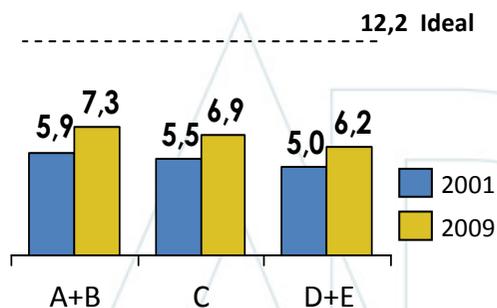
Saúde e Bem-Estar

Importância dos Produtos de HPPC para Evolução da Saúde e Bem Estar

- Autoestima
- Sensação de limpeza e higiene
- Boa aparência
- Recompensa salarial entre 5% e 10%



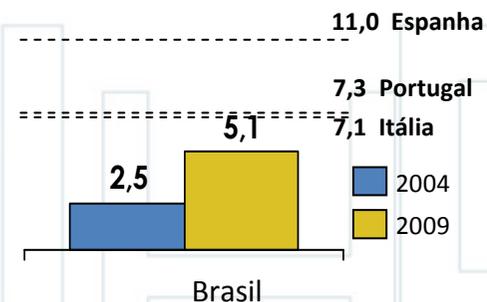
Produtos de Higiene Oral



Protetor Solar

Evolução do Consumo de Protetor Solar

US\$ PPP per Capita por Ano
Valores Correntes em Preços de Consumidor Final



Fonte: Kantar Worldpanel (Latin Panel); Organização Mundial de Saúde; Associação Brasileira de Odontologia; Revista Saúde! Junho de 2008; World View; Euromonitor; Dermatologistas; Lit Search; Análises Booz & Company

Inserção da mulher no mercado de trabalho de HPPC

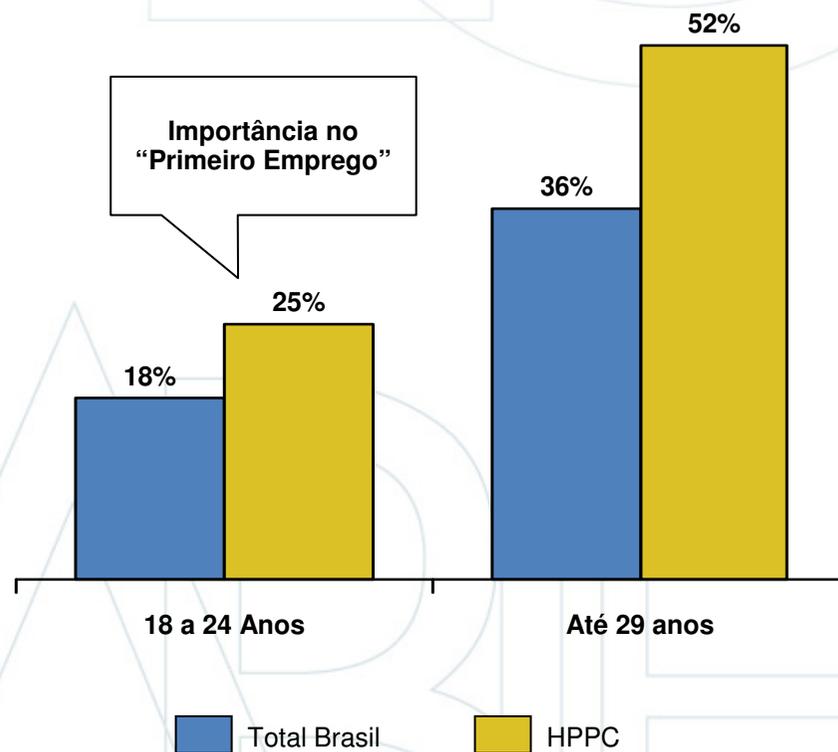
Participação Feminina

- **VENDA DIRETA** : cerca de 70%
- **SALÕES DE BELEZA / FRANQUIAS** : 85%
- **INDÚSTRIA DO SETOR** : cerca de 50%
- **OPORTUNIDADES DE TRABALHO OCUPADAS POR MULHERES** : 70%-80%
- **OCUPAÇÃO** : As mulheres ocupadas com o setor de HPPC representam 7% do total de mulheres ocupadas no Brasil



Inserção do jovem no mercado de trabalho

% de Jovens sobre o Total de Empregados
Trabalhadores com Regime CLT
2009





Conclusão > Futuro com oportunidades

- Continuidade do crescimento na ordem dos 2 dígitos ao ano
- Volume de negócios superior a US\$50 bilhões até 2015
- Crescentes oportunidades de trabalho
- Altos investimentos: R\$ 20 bilhões ao ano até 2015

Fatores que contribuem:

- Brasil: clima que favorece higiene e boa aparência; fonte de princípios ativos e insumos naturais
- Aumento contínuo do nível de renda da população
- Utilização de tecnologia de ponta: aumento da produtividade e da qualidade dos produtos
- Continuidade do aumento da participação da mulher no mercado de trabalho



Visite nosso site:
www.abihpec.org.br

