

# Programa de Apoio ao Desenvolvimento do Segmento de Cosméticos no Estado da Bahia

Walter Macedo  
Luiz Fernando Guerreiro

## Sumário

<b>1</b>	<b>APRESENTAÇÃO .....</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>O SEGMENTO DE COSMÉTICOS NO BRASIL.....</b>	<b>3</b>
<b>3</b>	<b>O SEGMENTO DE COSMÉTICOS NA BAHIA .....</b>	<b>5</b>
3.1	DIAGNÓSTICO COPEME/SICM .....	5
3.1.1	Pesquisas com Empresários.....	6
3.1.2	Pesquisa com Consumidores.....	6
3.1.3	Pesquisa com Lojistas, Institutos e Salões de Beleza, Balconistas e Distribuidores.....	6
<b>4</b>	<b>OBJETIVOS.....</b>	<b>7</b>
<b>5</b>	<b>ESCOPO DAS PROPOSTAS TÉCNICAS.....</b>	<b>7</b>
5.1	DIAGNÓSTICO E ANÁLISE DE DESEMPENHO.....	8
5.2	PESQUISAS E LEVANTAMENTOS PRIMÁRIOS.....	9
5.3	METODOLOGIA.....	9
5.4	PLANO DE TRABALHO.....	10
5.5	CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO.....	10
5.6	EQUIPE TÉCNICA.....	10
5.7	COORDENAÇÃO E SUPERVISÃO DOS SERVIÇOS CONTRATADOS.....	10
5.8	PREÇOS .....	10

## 1 Apresentação

Este Termo de Referência objetiva definir as diretrizes básicas para orientar a contratação de estudos e pesquisas visando viabilizar a implantação de um *cluster* da indústria de cosméticos no estado da Bahia, com ênfase no segmento da produção industrial. Esses estudos serão realizados por entidades públicas e privadas e empresas especializadas e deverão contribuir para i) sistematizar informações sobre o desenvolvimento do segmento no estado, através da realização de diagnósticos e análises de desempenho das empresas existentes; ii) elaboração de pesquisas e levantamentos primários; iii) projeção das perspectivas de crescimento da indústria para os próximos anos; iv) identificação de oportunidades de investimentos; v) definição de metas instrumentais e estratégicas e; vi) estabelecimento de mecanismos de intervenção pública e privada.

A matriz para a formatação das propostas é o diagnóstico global sobre segmento de cosmética e higiene pessoal, elaborado pela Coordenação de Micro, Pequena e Média

Empresa da Secretaria da Indústria, Comércio e Mineração do Estado da Bahia (COPEME/SICM) com base, sobretudo, nas informações fornecidas pela Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosmética (ABIHPEC), e uma pesquisa quantitativa e qualitativa sobre o comportamento do segmento na Bahia, elaborada por consultoria especializada contratada pela SICM.

Os documentos encontram-se devidamente compatibilizados nos “Cenários e Perspectivas das Micro, Pequenas e Médias Empresas – Segmento de Cosmética e Higiene Pessoal”, que incorporam, inclusive, as contribuições e compromissos de Associações de Empresários, Sindicatos, Federações e de representantes de órgãos públicos federais, do Governo do Estado da Bahia e da Prefeitura Municipal de Salvador.

A metodologia utilizada para a finalização dos Cenários teve amplo caráter participativo e compreendeu quatro etapas distintas: i) discussão com os Presidentes das associações de classes; ii) discussão, em pequenos grupos, integrados por empresários ligados a essas associações; iii) entrevistas com grupos de empresários e; iv) discussão das propostas e sugestões e aprovação do Relatório Final.

É oportuno destacar que o incentivo ao desenvolvimento de indústrias de cosméticos e higiene pessoal no estado insere-se na estratégia do Governo do Estado de promover a diversificação da matriz industrial baiana através da implantação de segmentos produtores de bens de consumo final de maior valor agregado e da densificação e integração das cadeias produtivas que representem possibilidades de ganhos de competitividade.

O consenso tácito é de que o apoio ao setor deverá priorizar a atividade industrial, inicialmente incentivando o fortalecimento e realocação das pequenas indústrias existentes que reúnam condições de implementarem programas de modernização e expansão. Numa segunda etapa, buscar-se-á atrair empresas de outros centros do país, que apresentem potencialidades e interesse em expandir suas atividades no Estado da Bahia, particularmente no município de Salvador.

Os incentivos requeridos pelos empresários e demais agentes produtivos da cadeia industrial de cosméticos e higiene pessoal circunscrevem-se, numa perspectiva mais ampliada, aos seguintes aspectos: i) apoio ao desenvolvimento tecnológico, com o envolvimento das universidades, centros de pesquisas e órgãos estatais; ii) apoio à formação empresarial mediante programa de treinamento específico envolvendo aspectos administrativos e tecnológicos; iii) incentivo à formalização das pequenas empresas do setor, inclusive facilitando mecanismos de desburocratização; iv) criação de um laboratório de controle de qualidade; e v) apoio creditício visando a implantação e ampliação de novas indústrias.

## 2 O Segmento de Cosméticos no Brasil

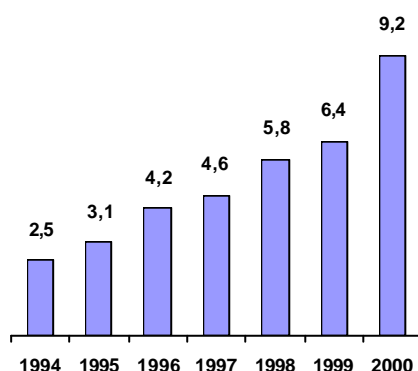
Segundo a Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosmética (ABIHPEC), o faturamento dessa indústria no Brasil alcançou R\$ 9,2 bilhões em 2000, numa demonstração evidente de que os produtos de beleza e higiene pessoal vêm se consolidando como um dos mais promissores mercados nacionais. Em 2000, registrou-se um crescimento de 44% em relação ao ano anterior e de 268% no período considerado (Tabela 1 e Figura 1).

**Tabela 1:**  
**Faturamento da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (Brasil, Período: 1994/2000)**

Ano	Faturamento
1994	2,5
1995	3,1
1996	4,2
1997	4,6
1998	5,8
1999	6,4
2000	9,2

Fonte: ABIHPEC

**Figura 1:**  
**Faturamento da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (Brasil, Período: 1994/2000)**



Fonte: ABIHPEC

Outro indicador que expressa o dinamismo do setor é o volume de vendas medido em toneladas. Apesar da heterogeneidade do próprio setor, expressa através de um grande número de itens (cremes, xampus, condicionadores, hidratantes, batons, sabonetes, entre outros), constata-se a tendência ascendente da curva de vendas, no período 1996/2000, com um crescimento em torno de 33,1% no período, indicando performance positiva tanto em fases de crescimento como de recessão da economia brasileira (Tabela 2 e Figura 2). No particular, convém mencionar que a expansão das vendas via internet ou e-commerce, a mais moderna modalidade do comércio mundial, deverá estimular ainda mais o faturamento das empresas tecnologicamente melhor estruturadas.

**Tabela 2:**

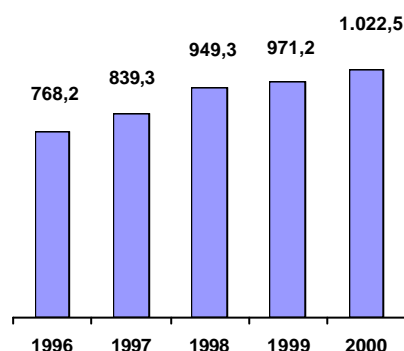
**Vol. Vendas Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosmética (Em mil toneladas, Brasil, Período: 1996/2000)**

Anos	Vendas
1996	768,2
1997	839,3
1998	949,3
1999	971,2
2000	1.022,5

Fonte: ABIHPEC

**Figura 2:**

**Vol. Vendas Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosmética (Em mil toneladas, Brasil, Período: 1996/2000)**



Fonte: ABIHPEC

A característica dominante do segmento de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos, no entanto, é a sua potencialidade como grande empregador de mão-de-obra. Os dados da Tabela 3 mostram que no período 1992/2000 foram criados mais de 1,2 milhão de empregos, com crescimento médio em torno de 170% no período. Acrescente-se que a estratégia de comercialização “venda porta a porta” vem contribuindo para o forte incremento do emprego no segmento de cosméticos, bem como à expansão do sistema de novas franquias nas mais distantes localidades do território nacional.

**Tabela 3:**

**Número de Empregos Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (Brasil, Período: 1992/2000)**

Anos	Vendas
1992	752.114
1998	1.635.010
2000	2.030.000

Fonte: ABIHPEC/SIPOTESP

No que diz respeito ao comportamento do setor em relação à balança comercial, os dados da ABHIPEC mostram que seus impactos têm sido praticamente nulos. A título de ilustração, exemplifica que as vendas do segmento de higiene pessoal e beleza, em abril de 2000, participaram com apenas 0,3% do valor das exportações nacionais, com destaque para as empresas Casa Granado, Lácqua di Fiori e York S/A Indústria e Comércio. Os produtos mais exportados pelo Brasil são sabonetes, cremes dentais,

shampoos, fraldas descartáveis e absorventes higiênicos, em contrapartida às importações de águas de colônia, desodorantes, cremes de beleza e batons.

### 3 O Segmento de Cosméticos na Bahia

A importância da indústria de cosméticos no Estado da Bahia é bastante reduzida, com um parque de transformação formado por 13 empresas de pequeno porte, representando apenas 3,6% do número total das empresas do setor como um todo, que se apresenta fortemente concentrado nos ramos de lojistas e salões de beleza (51,5%) e na Região Metropolitana de Salvador (96%), conforme mostra a Tabela 4. O comércio lojista possui boa estrutura de comercialização, abrangendo desde as lojas especializadas até redes de supermercados e lojas de departamento, e os salões de beleza apresentam níveis de qualidade comparáveis aos melhores do país, observando-se, entretanto, que os estabelecimentos localizados nos bairros mais populares de Salvador precisam de melhores instalações e equipamentos, principalmente no que se refere às condições de higiene e saúde.

**Tabela 4:**  
Número de empresas do segmento de cosmética e hig. Pessoal no estado da Bahia, segundo a localização (2001)

Discriminação	Nº Empresas	Localização	
		SSA/RMS	Interior
Distribuidor	56	54	2
Escola	10	10	0
Estética	56	54	2
Indústria	13	13	0
Lojista	97	93	4
Representante	42	40	2
Salão de Beleza	91	86	5
Total	365	350	15

Fonte: Fonte: SICM/SCS/COPEME

As atividades de distribuição/representação apresentam-se bem estruturadas no Estado, com 98 empresas (56 do ramo de distribuição e 42 do de representação), basicamente localizadas em Salvador e sua Região Metropolitana, estando prevista, inclusive, a instalação na RMS de um centro de distribuição da Avon Cosméticos S/A para atender o mercado das Regiões Norte e Nordeste do país.

#### 3.1 Diagnóstico COPEME/SICM

A seguir apresenta-se um pré-diagnóstico elaborado pela COPEME/SICM, através de consultas diretas a empresários, consumidores e proprietários de salões e institutos de beleza, com o propósito de servir de suporte analítico para as futuras propostas técnicas dos Termos de Referência objetivados no presente documento.

### **3.1.1 Pesquisas com Empresários**

- O maior número de empresários ficou concentrado em distribuidores com 42,86 %, seguindo-se os fabricantes, com quase metade do percentual anterior 23,81 % ;
- A idade das empresas: as empresas são relativamente novas e a maioria (26,46 %) têm até 5 anos de existência;
- Número de empregados: 70,34 % possuem até 10 empregados;
- Os produtos relacionados como originários da região são mais concentrados na linha afro.
- Matérias primas: a procedência das matérias primas utilizadas na fabricação dos produtos locais é São Paulo;
- Produtos adquiridos pelos distribuidores: 30,78 % têm origem em São Paulo.

### **3.1.2 Pesquisa com Consumidores**

- Nas despesas discriminadas pelos orçamentos domésticos da população, os gastos com higiene e beleza representam 6,09 %;
- 81,73% das mulheres e 87,04% dos homens pesquisados costumam comprar produtos de uso pessoal em supermercados. As compras em farmácias são residuais;
- 44,68 % das famílias com renda acima de 29 salários mínimos costumam comprar em supermercados contra 47,87 % que utilizam lojas especializadas;
- Famílias com renda de até 4 salários mínimos: 63,27 % compram em supermercados e 23,47 % em lojas especializadas;
- Metade da população pesquisada revela-se propensa a comprar por catálogo;
- Nota-se entre os consumidores do sexo feminino inclinação bem mais significativa para a compra por catálogo;
- Os produtos adquiridos por catálogo em sua maioria convergiram para as marcas Avon e Natura.

### **3.1.3 Pesquisa com Lojistas, Institutos e Salões de Beleza, Balconistas e Distribuidores**

- Os lojistas têm conhecimento dos produtos baianos;
- As marcas que estão mais presentes na memória dos entrevistados são: Nutri-hair, Juliana, Umidifica e Afro Vida;
- Existe uma atitude de desconfiança quanto à qualidade dos produtos;
- Queixas a respeito do odor pesam negativamente;
- Quanto aos produtos da linha afro, os produtos baianos oferecem mais opções que os nacionais;
- Prevalece a idéia de qualidade quanto a produtos importados. Ao lado disso, são sempre lembradas a aparência e a confiança que os produtos importados imprimem aos consumidores;

- O mercado étnico é considerado favorável e em franca expansão. Haveria necessidade de maior oferta de produtos e de linhas completas;
- A distribuição é considerada deficiente. Algumas marcas não dispõem de um suporte promocional adequado para favorecer as vendas;
- As linhas de produtos de uma mesma marca nem sempre são completas. Isso gera o uso de produtos com linhas de fabricações diferentes, podendo acarretar incompatibilidade para a obtenção dos efeitos desejados.

#### **4 Objetivos**

---

- Fomentar a atração de negócios para o município de Salvador através do incentivo à implantação de pequenas e médias empresas geradoras de emprego e renda;
- Contribuir para a melhoria do nível tecnológico e da qualificação da mão-de-obra das empresas de cosméticos locais com vistas ao aumento de competitividade em relação às similares nacionais;
- Incentivar o desenvolvimento de produtos afro-étnicos como estratégia de conquista de novos mercados e de melhor atendimento às necessidades dos consumidores locais.
- Contribuir para ampliação da produção nacional de cosméticos e derivados visando melhorar o desempenho da balança comercial;
- Estimular a utilização do trabalho cooperativo através da integração entre empresários, trabalhadores e governo e da utilização do conceito de cadeia produtiva (conjunto de atividades progressivamente articuladas desde insumos básicos, produto final, comercialização, distribuição e logística); e
- Criar condições para a regularização das empresas que atuam na informalidade, notadamente no que se refere ao cumprimento das normas da Vigilância Sanitária.

#### **5 Escopo das Propostas Técnicas**

---

As propostas técnicas deverão conter proposições específicas para o desenvolvimento do setor, notadamente no que diz respeito às ações das pequenas e médias empresas na geração de emprego e renda, e fornecer subsídios para nortear as diretrizes de atuação da Prefeitura Municipal de Salvador na criação de um programa de incentivo a realocização de empresas para perímetros urbanos previamente selecionados. Além disso, espera-se que os resultados a serem apresentados contribuam para a COPEME/SICM ampliar a sua percepção sobre o ambiente negocial do ramo de cosméticos e forneçam subsídios à Desenbahia para a definição e /ou formatação de linhas de financiamento mais vantajosas para o setor.

O ponto de partida para o enquadramento dos trabalhos das empresas especializadas e/ou consultores individuais é considerar que o mercado relevante para a maioria dos produtos,

sub-produtos e derivados da indústria de cosméticos a serem industrializados na Bahia deverá ultrapassar as fronteiras do Estado e compreender toda a Região Nordeste do país. Esta é a condição *sine qua non* para se atingir escalas de produção que possibilitem ganhos crescentes de competitividade.

Outros dois aspectos que devem ser observados pelos proponentes na realização dos estudos e pesquisas dizem respeito à segmentação do mercado de cosmética e higiene pessoal e aos pré-diagnósticos do setor elaborados pela SICM/Consultores e referenciados neste documento. No primeiro caso, não obstante o foco dos trabalhos oriente-se para a implantação e consolidação da indústria de cosméticos no município de Salvador, é imprescindível a análise quantitativa e qualitativa dos segmentos de distribuição e representação, lojistas, centros de estética, escolas profissionalizantes e salões de beleza.

Na outra ponta, é igualmente importante levar em consideração os trabalhos já realizados e a condensação dos resultados (principais entraves e possíveis soluções) do conjunto de reuniões ocorridas entre os parceiros comprometidos com o desenvolvimento do segmento de cosmética na Bahia: órgãos estaduais e federais, Prefeitura Municipal de Salvador, consultores, sindicatos e associações de classe, FIEB, SEBRAE, SENAI, SENAC, entre outros.

A seguir, estão alinhados alguns aspectos que devem ser considerados na apresentação de propostas técnicas para a elaboração de diagnóstico e análise de desempenho do segmento de cosmética e higiene pessoal no Estado da Bahia, notadamente no município de Salvador, e a realização de pesquisas e levantamentos primários sobre o comportamento dos principais agentes:

### **5.1 Diagnóstico e Análise de Desempenho**

---

A desagregação proposta tem caráter indicativo, constituindo-se, de um lado, em elemento facilitador para a elaboração das análises técnicas e, de outro, em sinalizador de aspectos e questões que necessariamente deverão constar das propostas a serem apresentadas aos órgãos contratantes, conforme se depreende da observação dos itens abaixo indicados:

- **Análise Temporal**, que deverá abranger as séries históricas do período 1995-2001, com relação aos aspectos de produção, consumo aparente, preços, entre outros indicadores; a extrapolação das variáveis em estudo deverá referir-se apenas aos três anos subseqüentes, ou seja, aos anos 2002 a 2004;
- **Identificação dos Produtos e Sub-Produtos**: com a definição dos principais usos, graus de atratividade, especificações e tipologia básica; identificação de produtos substitutos, complementares e sucedâneos; discriminação das propriedades técnicas



dos produtos e sub-produtos, explicitando os principais detentores e negociadores da tecnologia de fabricação; definição da vida útil ou do ciclo de vida dos produtos e sub-produtos em função da importância do comportamento da demanda futura.

- **Análise dos Consumidores**, incluindo a delimitação geográfica da área de abrangência do mercado consumidor; análise e projeção da população-alvo, identificando suas características com relação à composição da renda; abordagem das expectativas e motivações da população-alvo, sinalizando preferências, necessidades e graus de satisfação com relação à qualidade do produto; e identificação das características sócio-econômicas dos consumidores.
- **Análise da Concorrência**, abrangendo a delimitação da estrutura da oferta dos concorrentes, com a identificação das principais empresas e sua participação no mercado; identificação de fatores de competitividade referentes à qualidade, durabilidade e diferenciação do produto; identificação de fatores concorrenciais relativos a preços, condições de crédito e descontos; caracterização da estrutura econômico-financeira dos concorrentes; e qualificação das condições vigentes nos mercados concorrenciais, com base na existência de barreiras à entrada de novas firmas.
- **Demanda Setorial**, envolvendo a análise da evolução de séries históricas do consumo, indicando a taxa média de crescimento do setor; análise e projeções de indicadores do consumo per capita; e projeção da demanda de produtos e serviços e avaliação crítica dos métodos utilizados e resultados obtidos.
- **Oferta Setorial**, compreendendo a análise da evolução das séries históricas da oferta, preços e valores de produtos e serviços, indicando a taxa média de crescimento do setor; análise da capacidade instalada, utilização de matérias-primas e insumos e custos de produção; e projeção da oferta de bens serviços e avaliação crítica dos métodos utilizados e resultados obtidos.

## 5.2 *Pesquisas e Levantamentos Primários*

---

- Avaliação Qualitativa da Indústria de Cosméticos, inclusive com a elaboração de estudos de custos e benefícios sociais, através de levantamentos e informações primárias. É importante registrar mais uma vez que a COPEME/SICM elaborou a pesquisa *COSMÉTICA - Apreciação do Segmento em Salvador*, através de consultoria especializada. O Termo de Referência poderá constar de trabalho de atualização desta pesquisa ou realizar investigação de maior profundidade sobre o comportamento dos principais agentes que atuam no segmento da indústria de cosmético em Salvador.

## 5.3 *Metodologia*

---

- Explicitar o fluxograma metodológico utilizado na obtenção dos dados e levantamentos de informações secundárias e na definição do universo e

representatividade da amostra da pesquisa. A descrição dos procedimentos metodológicos deve referir-se desde a montagem de cada etapa do trabalho até a elaboração do relatório final.

#### ***5.4 Plano de Trabalho***

---

- Definição e detalhamento sumário das etapas do trabalho, atividades a serem desenvolvidas, definição e quantificação dos produtos e eventos e workshops a serem realizados até a entrega do relatório final.

#### ***5.5 Cronograma de Execução***

---

- Definição da data de início, andamento e prazo final de entrega dos produtos: “Diagnóstico e Análise de Desempenho da Indústria de Cosmético” e Avaliação Qualitativa da Indústria de Cosmético”.

#### ***5.6 Equipe Técnica***

---

- Descrição e apresentação de currículos individuais, definição de funções e tempo de permanência de cada membro na realização dos trabalhos.

#### ***5.7 Coordenação e Supervisão dos Serviços Contratados***

---

- Definição dos arranjos institucionais a serem utilizados na execução dos trabalhos, indicando, inclusive, se a coordenação e supervisão serão realizadas por uma Comissão Técnica ou Órgãos individuais.

#### ***5.8 Preços***

---

- Detalhamento da estrutura de preços para a execução dos serviços contratados.