



Associação Brasileira da Indústria de  
Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos

# A Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos

**Essencial para o Brasil**



Associação Brasileira da Indústria de  
Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos

**Entidade privada que  
representa a indústria  
brasileira de Higiene Pessoal,  
Perfumaria e Cosméticos**

**Com cerca de  
400 associadas  
representa 90% do setor**

Atua na defesa dos interesses do setor nas diversas esferas públicas e privadas, apoia ações focadas no progresso da indústria por meio do desenvolvimento de projetos e programas que fomentam **inovação, sustentabilidade, regulamentação, internacionalização, projeção setorial** e uma **atuação empresarial socialmente responsável**.

#### Algumas áreas de atuação

- Assuntos Técnicos e Regulatórios
- Comércio Exterior
- Comunicação e Marketing
- Inovação e Tecnologia
- Inteligência de Mercado
- Negócios Internacionais
- Meio Ambiente
- Responsabilidade Social
- Relações Institucionais
- Tributário



Um Setor **ESSENCIAL\***  
para o país

O setor de Higiene Pessoal,  
Perfumaria e Cosméticos  
cuida do Brasil...

...prevenindo doenças,  
proporcionando bem-estar,  
fortalecendo a autoestima  
e promovendo a  
inserção social.



**Cuidar da Saúde e do  
Bem-estar é  
Cuidar do Brasil**

\* O setor de HPPC foi considerado essencial pelo governo federal : Decreto nº 10.329/2020



Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos



## Cuida da Saúde

- **Higiene das mãos (prevenção à Covid-19)**  
(sabonete líquido e em barra; álcool em gel)
- **Higiene oral**
- **Proteção solar**
- **Repelentes de insetos**
- **Higiene íntima**

fraldas descartáveis infantís e geriátricas, lenços umedecidos, absorvente higiênico, papel higiênico)

- **Higiene e etiqueta respiratória**  
(lenços de papel)
- **Tratamento e limpeza da pele, dos cabelos e unhas**



## Cuida do meio ambiente

- **Pioneirismo na logística reversa**
- **Responsabilidade socioambiental**
- **Desenvolvimento de embalagens ecoeficientes**
- **Utilização sustentável de ativos da biodiversidade**
- **Fornecimento de insumos por comunidades locais**
- **Mobilização da cadeia de suprimentos**



## Cuida da Sociedade

- **Empoderamento feminino**
- **Aumento da autoestima, bem-estar e qualidade de vida**
- **Empregabilidade**

# 2021 - 2022

**A indústria de HPPC  
mobiliza e promove o  
desenvolvimento do Brasil**

**A produção local é  
predominante,  
alavancando a geração  
de empregos**

Fontes \*Euromonitor, 2021 Mintel, 2021 #Painel Dados de Mercado ABIHPEC 2021, @  
Ministério da Economia/Secex 2021

- **4º Maior mercado consumidor do mundo**  
(US\$ 22,9 bilhões\*)
- **-5,6% Retração real em 2021** (ex-factory#)
- **2º Maior Mercado em fragrâncias, produtos masculinos e desodorantes\***
- **2º Mercado no ranking global de países que mais lançam produtos anualmente**  
(1º EUA)\*
- **Exportações em 2021 para 173 países@**
- **Importações representaram apenas 6,3% do total de vendas ex-factory do Setor de HPPC em 2021\*\***



Fonte: \*\*Análises ABIHPEC c/ base SECEX/ ME, 2021 / Painel Dados de Mercado, 2021

## O Brasil no Mundo

### DADOS AO CONSUMIDOR - 2021

#### CLASSIFICAÇÃO DO BRASIL POR CATEGORIA

- 2° FRAGRÂNCIAS  
PRODUTOS MASCULINOS  
DESODORANTES
- 3° PRODUTOS INFANTIS  
PROTEÇÃO SOLAR
- 4° CUIDADOS COM O CABELO
- 5° HIGIENE ORAL  
PRODUTOS PARA BANHO 
- 7° MAQUIAGEM
- 8° CUIDADOS COM A PELE
- 10° DEPILATÓRIOS 

US\$ BILHÕES

TOP 10  
MERCADO CONSUMIDOR

- 1° Estados Unidos  
19,4% | US\$ 102.6
- 2° China  
16,7% | US\$ 88.2
- 3° Japão  
6,2% | US\$ 32.0
- 4° Brasil  
4,3% | US\$ 22.9
- 5° Alemanha  
3,9% | US\$ 20.4
- 6° Reino Unido  
3,3% | US\$ 17.6
- 7° França  
2,9% | US\$ 15.5
- 8° Índia  
2,9% | US\$ 15.4
- 9° Coreia do Sul  
2,6% | US\$ 13.8
- 10° Itália  
2,3% | US\$ 12.1



# Gera cerca de 5,5 milhões de Oportunidades de Trabalho

- Indústria
- Franquia
- Consultoria de Venda Direta
- Salão de Beleza

Fontes: ABIHPEC, ABEVD, ABF, e PNAD-IBGE (maio/2022)



**Aumento de 4,5% na geração de empregos diretos em 2021, versus 2020, o equivalente a 6.000 empregos diretos na indústria.**



# Oportunidades de trabalho por canal

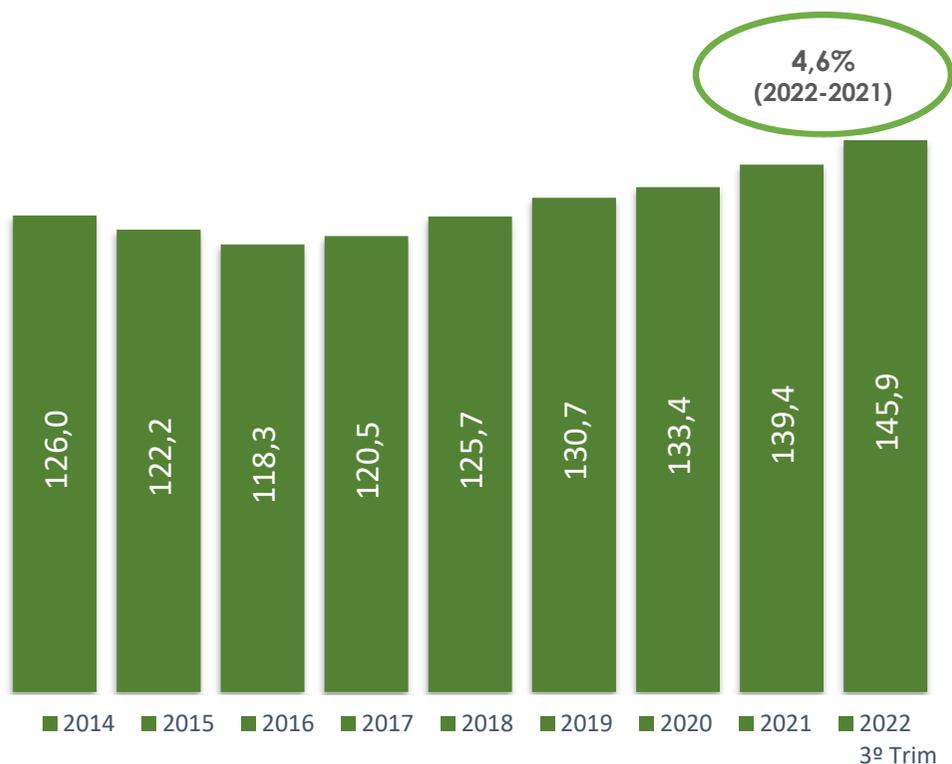
OPORTUNIDADES DE TRABALHO ('000)											
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022 (3 TRIM)	Variação 22/ 21	CAGR últimos 8 anos
<b>INDÚSTRIA</b>	126,0	122,2	118,3	120,5	125,7	130,7	133,4	139,4	145,9	4,6%	1,8%
<b>FRANQUIA</b>	200,7	214,2	214,6	219,6	236,4	248,5	230,4	107,1	100,7	-6,0%	-8,3%
<b>CONSULTORA VENDA DIRETA</b>	4.053,6	4.140,0	4.140,0	3.690,0	3.690,1	3.292,9	3.248,5	2.733,0	2.733,0	0,0%	-4,8%
<b>SALÕES DE BELEZA</b>	1.803,2	1.823,8	1.884,9	2.107,1	2.211,7	2.325,4	1.800,7	2.350,6	2.551,0	8,5%	4,4%
<b>TOTAL</b>	<b>6.183,5</b>	<b>6.300,2</b>	<b>6.357,8</b>	<b>6.137,2</b>	<b>6.263,9</b>	<b>5.997,5</b>	<b>5.413,0</b>	<b>5.330,1</b>	<b>5.530,6</b>	<b>3,8%</b>	<b>-1,4%</b>

Fonte: ABIHPEC, ABEVD, ABF, e PNAD-IBGE-novembro 2022



# Oportunidades de Emprego e Trabalho

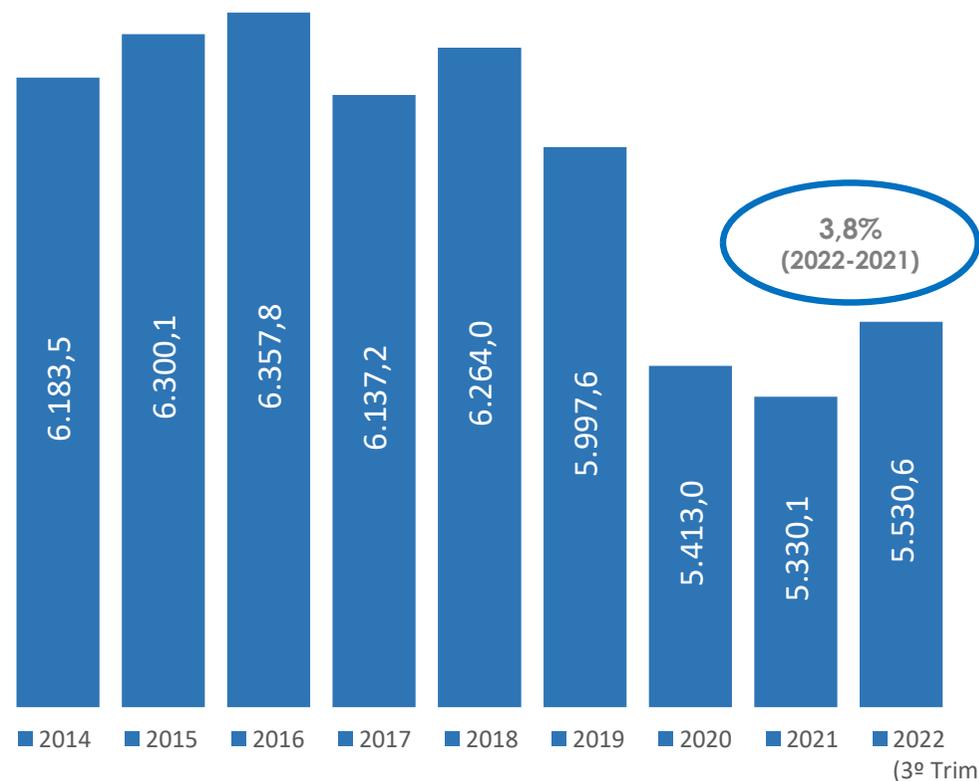
## Empregos Diretos (000's)



CAGR (2014-2022): 1,8%

Após apresentar queda no número de empregos diretos em 2015 e 2016, o setor vem apresentando crescimento contínuo nos anos seguintes, encerrando 2021 com aumento de 4,5% sobre 2020 equivalente 6.000 empregos diretos.

## Oportunidades de Trabalho (000's)



CAGR (2014-2022): -1,4%

Ainda como reflexo da pandemia, em 2021 houve retração nas oportunidades de trabalho em praticamente todos os canais, resultando em queda no número total, encerrando o ano com uma retração de 1,5%. Em 2022, o cenário se mostra mais favorável. O 3º trimestre apresentou crescimento de 3,8% vs. 2021.



# Setor x Economia

variação anual (%)

VARIAÇÃO ANUAL (%)			
ANO	PIB	INDÚSTRIA GERAL	SETOR DEFLACIONADO
2012	0,9	-2,5	10,5
2013	2,3	1,2	3,6
2014	0,1	-1,2	6,4
2015	-3,8	-8,3	-8,4
2016	-3,6	-6,6	-5,1
2017	1,0	0,2	4,0
2018	1,1	0,4	1,7
2019	1,1	0,5	-1,3
2020	-4,5	-4,5	2,2
2021	4,6	3,9	-5,6
<b>CAGR - 10 anos</b>	<b>-0,1</b>	<b>-1,8</b>	<b>0,8</b>

FONTE: IBGE - BANCO CENTRAL, ABIHPEC/ DEFLATOR: ÍNDICE IPCA-HP IBGE

O quadro compara a evolução do Produto Interno Bruto (PIB), com o da indústria em geral e com os índices da indústria de produtos de HPPC. Até 2014, o setor vinha apresentando crescimento mais vigoroso que o restante da Indústria. Em 2015, o setor enfrentou forte retração, superior à queda do PIB e da Indústria Geral. Nos anos de 2017 e 2018, o crescimento do setor voltou a superar a performance do PIB, mas insuficiente para recuperar as perdas do biênio 2015-2016.

Em 2019, houve nova retração, enquanto o PIB apresentava ligeiro crescimento. Em 2020, apesar da pandemia, a essencialidade dos produtos do Setor no combate à COVID-19 se consolidou, permitindo um crescimento de 2,2%, enquanto o PIB caía -4,5%. Em 2021, o setor foi severamente afetado pela alta inflação que demandou um grande esforço para absorver os constantes aumentos de custos, cujo repasse aos preços foram dificultados. Apesar de crescer 3,4% em volume, as vendas em Reais apresentaram forte retração de -5,6%.



# Impacto socioeconômico do setor de HPPC

- O efeito matricial mostra a relevância de um setor ao longo da cadeia produtiva
  - Adição de valor nos demais setores
  - Inter-relações setoriais
- Multiplicadores de produção e PIB maiores que o da agropecuária e da média da indústria
- Alta capacidade de geração de renda (multiplicador de massa salarial)
- Alta capacidade de arrecadação (vista no multiplicador de impostos)

Quando se aloca R\$ 1 milhão no setor de HPPC\*, são gerados na economia brasileira, em um ano:

 PRODUÇÃO (R\$)	 OCUPAÇÃO (unidades, por 1 ano)	 IMPOSTOS (R\$)	 SALÁRIOS (R\$)
--	--	--	--

  
HPPC

3,85  
milhões

38  
empregos

601  
mil

450  
mil

Em comparação, alocar R\$ 1 milhão na agropecuária ou indústria geral:

  
Agropecuária

2,96  
milhões

80  
empregos

171  
mil

340  
mil

  
Indústria

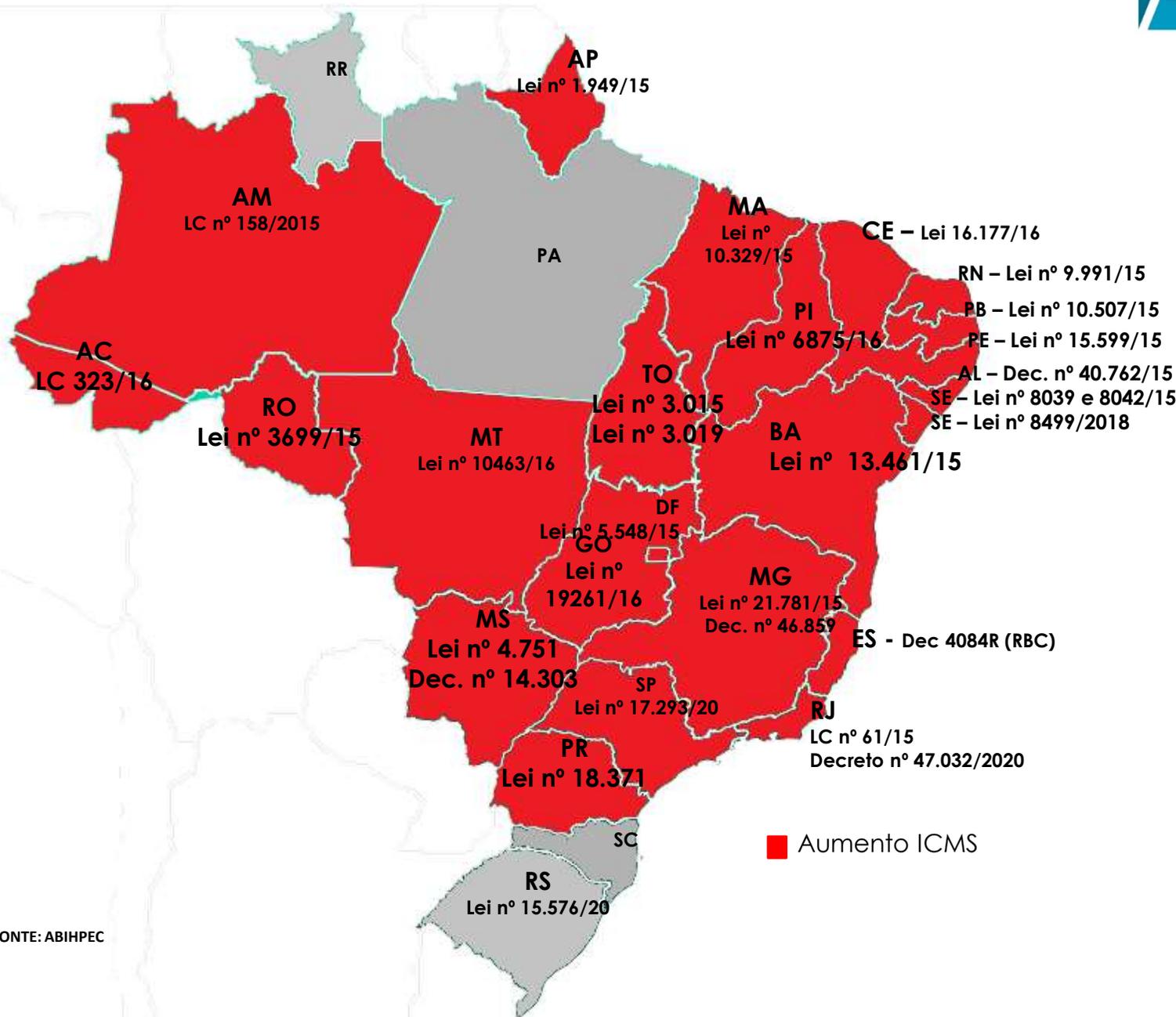
2,40\*  
milhões

37  
empregos

354  
mil

421  
mil

# Mapa de Tributos



Desde 2015, o setor vem sendo penalizado com aumentos nas alíquotas do ICMS em praticamente todas as UF's, conforme mapa. Além disso, se ressentiu do forte impacto provocado pelo deslocamento do IPI da indústria para a distribuidora.

O risco de medidas consecutivas e indiscriminadas (IPI e ICMS), a pretexto do aumento de recursos aos cofres públicos, vem derrubando as vendas do setor e, por conseguinte, reduzindo as curvas de arrecadação, num efeito contrário ao pretendido pelos governantes.

# Tributos

12 ESTADOS		
UF	FECOP	Alíquota ICMS De - Para
BA	2%	17% - 18%*
CE	2%	17% - 18%*
MA	2%	17% - 18%*
MG	2%	12% - 25%
MS	2%	17% - 20%
PB	2%	17% - 18%
PR	2%	12% - 25%
RJ	2%	20% - 25%
RN	2%	17% - 18%*
RO	2%	17% - 17,5%*
SE	2%	17% - 25% 17% - 18%*
TO	2%	17% - 18%*

\* Alíquota modal

Atualizado 04/04/2022

Majoração  
alíquota de  
ICMS  
+  
FECOP

Majoração  
alíquota de  
ICMS

+  
FECOP

-  
Redução

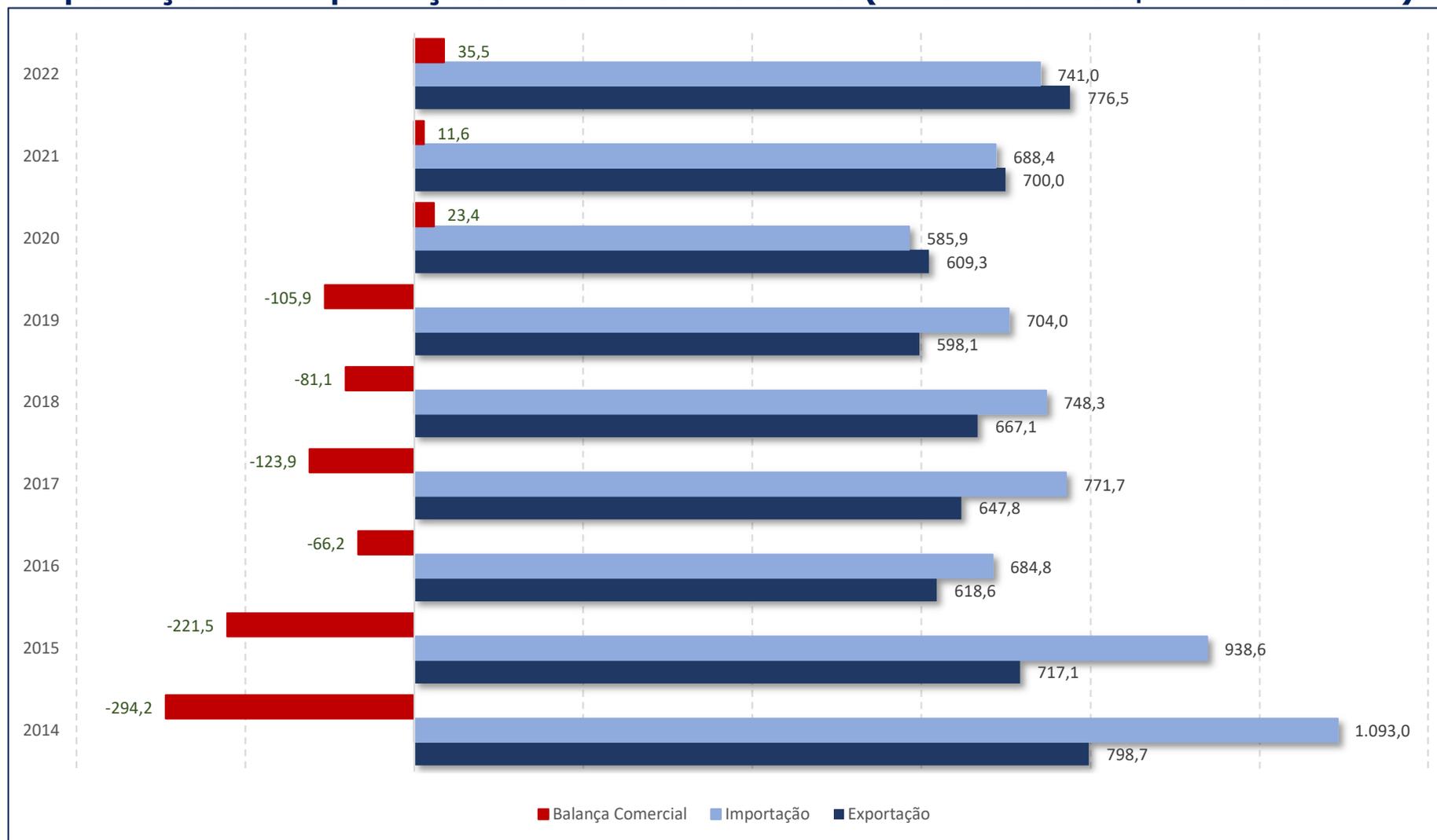
7 ESTADOS	
UF	Alíquota ICMS De - Para
AM	17% - 18%*
AC	17% - 25%
AP	25% - 29% 17% - 18%*
DF	17% - 18%*
ES	17% - 25%
PE	17% - 18%* 17% - 25%
SP	12% - 13,3%

4 Estados	
UF	FECOP
AL	+2%
GO	+2%
MT	+2%
PI	+1%

1 Estado	
UF	Alíquota ICMS De - Para
RS	18% - 17,5%

# Balança Comercial Janeiro-Dezembro 2014-2022

## Exportações e Importações Brasileiras de HPPC (Valores em US\$ milhões – FOB)



Fonte: ComexStat/Ministério da Economia

## Exportações Brasileiras de HPPC – TOP 15 Por País – Janeiro-Dezembro 2021/2022

Rk	País	Valor US\$ Milhões FOB				Volume Mil Ton			
		2021	2022	Var (%)	Part (%) 2022	2021	2022	Var (%)	Part (%) 2022
1	Argentina	138,0	145,2	5,2%	18,7%	36,8	35,1	-4,5%	18,3%
2	México	71,3	86,5	21,3%	11,1%	16,0	15,3	-4,3%	8,0%
3	Colômbia	61,2	82,8	35,4%	10,7%	14,0	16,1	14,7%	8,4%
4	Chile	87,0	78,2	-10,1%	10,1%	25,3	19,5	-23,0%	10,2%
5	Paraguai	54,6	51,2	-6,2%	6,6%	37,9	26,2	-31,0%	13,7%
6	Peru	41,1	45,2	10,0%	5,8%	11,1	10,1	-9,1%	5,3%
7	Uruguai	34,3	37,9	10,5%	4,9%	26,9	19,6	-27,1%	10,2%
8	Estados Unidos	23,0	36,3	57,7%	4,7%	2,7	4,5	63,1%	2,3%
9	Portugal	15,6	24,0	53,4%	3,1%	3,2	3,9	19,9%	2,0%
10	Venezuela	27,5	21,0	-23,6%	2,7%	23,1	13,0	-43,8%	6,8%
11	Bolívia	18,2	18,5	1,7%	2,4%	5,7	5,1	-9,5%	2,7%
12	Equador	14,2	15,8	10,9%	2,0%	3,0	3,1	3,7%	1,6%
13	Emirados Árabes Unidos	9,2	11,3	22,2%	1,5%	0,8	0,9	13,2%	0,5%
14	Países Baixos (Holanda)	3,7	7,2	92,5%	0,9%	0,5	0,6	34,9%	0,3%
15	Guatemala	4,6	7,1	54,4%	0,9%	1,4	1,8	26,4%	1,0%
<b>Top 15</b>		<b>603,6</b>	<b>668,2</b>	<b>10,7%</b>	<b>86,1%</b>	<b>208,3</b>	<b>174,7</b>	<b>-16,2%</b>	<b>91,1%</b>
<b>Grand Total</b>		<b>700,0</b>	<b>776,5</b>	<b>10,9%</b>	<b>100,0%</b>	<b>227,2</b>	<b>191,7</b>	<b>-15,6%</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: ComexStat/Ministério da Economia

## Importações Brasileiras de HPPC – TOP 15 Por País – Janeiro-Dezembro 2021/2022

Rk	País	Valor US\$ Milhões FOB				Volume Mil Ton			
		2021	2022	Var (%)	Part (%) 2022	2021	2022	Var (%)	Part (%) 2022
1	França	133,5	143,0	7,1%	19,3%	5,4	5,3	-1,1%	6,4%
2	China	102,1	122,5	19,9%	16,5%	23,1	25,1	8,6%	30,4%
3	Espanha	54,3	70,9	30,6%	9,6%	3,6	3,6	-0,1%	4,4%
4	Estados Unidos	65,8	63,8	-3,1%	8,6%	6,1	5,7	-5,6%	6,9%
5	México	36,2	33,7	-6,8%	4,5%	6,4	6,6	3,3%	8,0%
6	Suécia	17,5	28,7	63,6%	3,9%	0,2	0,3	74,3%	0,3%
7	Colômbia	22,3	28,5	27,8%	3,8%	8,4	9,5	13,2%	11,5%
8	Argentina	38,1	25,4	-33,5%	3,4%	5,8	3,1	-47,2%	3,7%
9	Índia	25,8	21,1	-18,1%	2,9%	3,2	2,9	-7,4%	3,6%
10	Itália	14,8	20,9	41,1%	2,8%	0,8	0,8	0,1%	0,9%
11	Suíça	23,2	19,5	-16,0%	2,6%	0,6	0,5	-29,5%	0,6%
12	Alemanha	19,3	16,0	-17,0%	2,2%	3,2	2,4	-24,5%	2,9%
13	Tailândia	10,5	15,9	51,0%	2,1%	0,6	0,9	40,3%	1,1%
14	Equador	12,0	12,7	5,5%	1,7%	4,2	3,8	-9,7%	4,6%
15	Coreia do Sul	7,6	12,3	61,0%	1,7%	0,5	0,9	65,9%	1,1%
<b>Top 15</b>		<b>583,1</b>	<b>634,8</b>	<b>8,9%</b>	<b>85,7%</b>	<b>72,1</b>	<b>71,4</b>	<b>-1,0%</b>	<b>86,3%</b>
<b>Grand Total</b>		<b>688,4</b>	<b>741,0</b>	<b>7,6%</b>	<b>100,0%</b>	<b>87,1</b>	<b>82,7</b>	<b>-5,1%</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: ComexStat/Ministério da Economia



## Responsabilidade Pós-Consumo Logística Reversa

Desde 2006 o Programa Dê a Mão para o Futuro tem atividades voltadas à destinação adequada de embalagens pós-consumo, proporcionando **geração de trabalho, melhoria de renda e inclusão social**.

De 2013 a 2021 recuperou e encaminhou para a reciclagem **802.500 mil toneladas de embalagens pós-consumo**, atendendo metas anuais estabelecidas no Acordo Setorial de Embalagens.

Em 2021 o Programa esteve presente nos 27 UFs e em 125 municípios, apoiando 179 organizações de catadores que movimentaram cerca de **131 milhões de reais** com a comercialização de materiais para a reciclagem.

**6.074 catadores cooperados** fazem parte do programa.

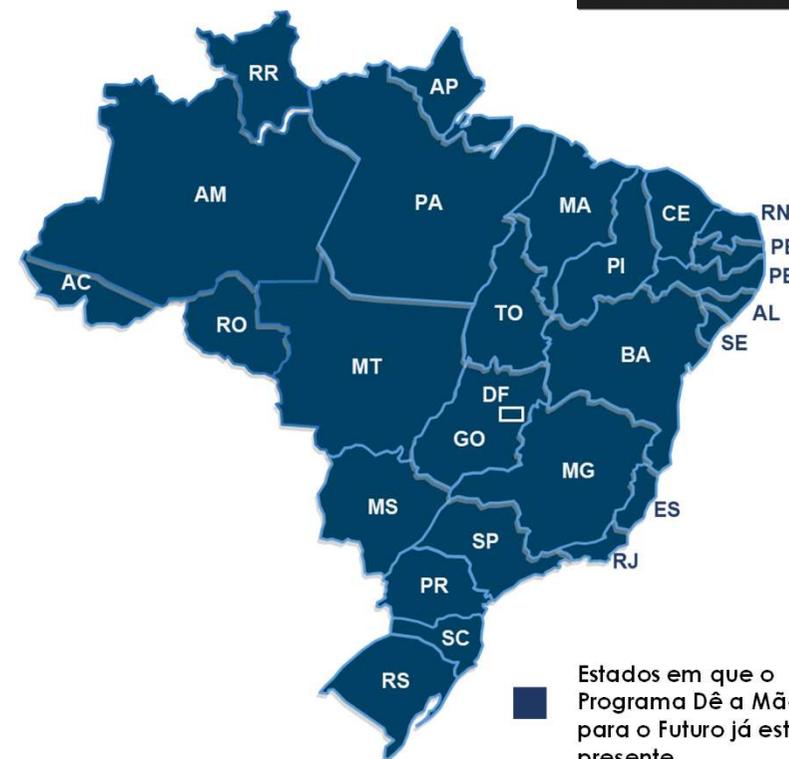
Em 2019, reconhecido pela **ONU – CEPAL (Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe)** como case de **Big Push de Sustentabilidade no Brasil**. Em 2021, foi selecionado novamente como case de sucesso e está contemplado como destaque no relatório **“O Big Push para a Sustentabilidade e a dinâmica dos empregos: o trabalho no contexto da transformação social e ecológica da economia brasileira**.

Atende a sete Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030 da ONU.



Coordenação:  
**ABIHPEC**  
Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos

Parceria:  
**abimapi** Associação Brasileira das Indústrias de Alimentos, Bebidas e Produtos Industrializados  
**ABIPLA** ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS INDÚSTRIAS DE PRODUTOS DE LIMPEZA E AFINS





## Responsabilidade Social De Bem com Você – a Beleza contra o câncer

O Programa “**De Bem com Você – a Beleza contra o câncer**”, leva **oficinas de automaquiagem a pacientes em tratamento oncológico**, com o apoio da indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos.

Hoje o programa conta com **52 hospitais parceiros em 10 estados, 30 municípios** e, desde o início do programa (2012) já atendeu mais de **36 mil pacientes, com o envolvimento de mais de 70 voluntários**.

Hoje o programa **oferece oficinas de automaquiagem presencias, virtuais e por meio de vídeo-aulas**.

Em 2021 foram **atendidas 5.338 mulheres em 573 oficinas** além de uma agenda de **lives** com convidados especiais que trouxeram de assuntos ligados ao tema da **oncologia, autoestima, autocuidado, beleza e bem-estar com mais 4.900 pessoas alcançadas** nos canais oficiais do programa na internet.



## Responsabilidade Social

### Education For Life - Childhood Brasil – Beleza Negra



O projeto **Educação, Dignidade e Beleza** tem como objetivo promover empregabilidade e o empreendedorismo.



A **Childhood Brasil**, que é apoiada pelo **Instituto ABIHPEC** desde 2017, atua para garantir a **defesa dos direitos de crianças e adolescentes com foco na prevenção e no enfrentamento da violência sexual**.

O projeto tem como objetivo incentivar, apoiar e patrocinar empreendedores e proprietários de salão de beleza afrodescendentes, que ofereçam serviços para pessoas da raça negra. Nasceu da iniciativa do Conselho de Participação e Desenvolvimento da Comunidade Negra, Órgão da Secretaria da Justiça e Cidadania – SP, do Comitê de Responsabilidade Social da FIESP – CORES, do SEBRAE e do **Instituto ABIHPEC**.



[www.abihpec.org.br](http://www.abihpec.org.br)

 **ABIHPEC**

Associação Brasileira da Indústria de  
Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos