

OBSERVATÓRIO DO TRABALHO DE DIADEMA

Estudo sobre o Pólo de Cosméticos de Diadema: Relatório Final

Termo de Contrato N.º. 226/2007

NOVEMBRO de 2008

DIIESE
DEPARTAMENTO INTERSINDICAL DE
ESTATÍSTICA E ESTUDOS SOCIOECONÔMICOS

SUMÁRIO

Apresentação	04
1. Introdução	06
2. Panorama geral do setor de cosméticos	08
2.1. Caracterização do setor de cosméticos brasileiro	08
2.2. Desempenho nacional do setor de cosméticos	10
2.2.1. Faturamento	10
2.2.2. Consumos de produtos cosméticos no Brasil e no mundo	13
2.2.3. Produção industrial no setor de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos	15
2.2.4. Balança Comercial do Setor de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos	17
2.2.5. Preços dos produtos de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos	22
2.2.6. Canais de comercialização	23
2.3. Localização das empresas fabricantes de cosméticos no Brasil	24
2.4. Porte das empresas fabricantes de cosméticos	27
2.5. O mercado de trabalho brasileiro no setor de cosméticos	28
2.5.1. Distribuição dos trabalhadores nos estados brasileiros e a participação de homens e mulheres na indústria de HPPC	28
2.5.2. Perfil dos trabalhadores	29
2.5.3. Admissões e desligamentos no Brasil a partir de dados do CAGED	32
3. O setor de cosméticos em Diadema	35

3.1. O município de Diadema e sua estrutura industrial	35
3.2. A pesquisa de campo	36
3.3. Perfil das empresas fabricantes de cosméticos entrevistadas	40
3.4. Trabalhadores nas empresas de cosméticos de Diadema	46
3.5. A relação das empresas fabricantes de cosméticos com o poder público e organizações de apoio	52
3.6. Perfil das demais empresas entrevistadas	54
4. Iniciativas voltadas para o setor e os atores sociais envolvidos em âmbito nacional e local	54
4.1. Política de Desenvolvimento Produtivo 2008 (PDP) – Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC)	54
4.2. Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC)	56
4.3. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE)	58
4.4. Diadema - Pólo brasileiro do cosmético	59
5. Considerações finais	61
Referências bibliográficas	64
Anexos	66

APRESENTAÇÃO

Em 2007, o Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos – DIEESE iniciou a execução do projeto *Observatório do Trabalho de Diadema e estudos sobre os pólos de autopeças e cosméticos do município*, a partir de demanda da Prefeitura do Município de Diadema, através da Secretaria de Desenvolvimento Econômico, no âmbito do contrato nº 226/2007.

Os Observatórios do Trabalho implantados pelo DIEESE tem como objetivo principal produzir informações, análises e propostas de ação que gerem os subsídios necessários para os dirigentes de governos locais na elaboração e execução de políticas públicas voltadas para o desenvolvimento socioeconômico do município em questão.

No caso do Observatório do Trabalho de Diadema, além das atividades gerais de pesquisa sobre o município – em especial aquelas ligadas às áreas de emprego, renda, qualificação profissional e intermediação de mão-de-obra – o projeto também contempla a construção de um diagnóstico específico sobre o setor de cosméticos do município.

Já em 2006, um trabalho semelhante teve início em Diadema, quando o DIEESE elaborou um diagnóstico sobre o setor de autopeças. No âmbito desta pesquisa foi realizada uma análise exploratória de dados setoriais e sobre o mercado de trabalho de importantes segmentos que compõem a indústria de autopeças: metal-mecânico, borracha e plástico. Essas informações proporcionaram a construção de um quadro indicativo dos principais gargalos que atingiam este setor no município, oferecendo os elementos necessários para implantação de uma ação municipal voltada para este setor.

O estudo sobre o setor de cosméticos, objeto deste relatório, possui os mesmos objetivos presentes na pesquisa sobre o setor de autopeças, ou seja, fornecer um conjunto de informações sobre o setor de cosméticos aos gestores públicos municipais, permitindo a elaboração de um plano de ação para o setor. Para alcançar este objetivo foram consultadas diversas fontes secundárias de informações – órgãos governamentais, institutos de pesquisa independentes, entidades sindicais e patronais – e realizada uma pesquisa de campo com as empresas deste setor localizadas em Diadema.

O presente relatório é o produto final da pesquisa sobre o setor de cosméticos. O primeiro capítulo traz um conjunto de informações gerais sobre o setor no Brasil e no mundo, oferecendo uma compreensão mais geral sobre sua estrutura, as principais

questões que o afetam e as possibilidades de intervenção para que o mesmo se desenvolva no município. Em seguida, são apresentadas informações específicas sobre o setor em Diadema, obtidas a partir de pesquisa de campo e de dados disponibilizados por outros órgãos. O capítulo 3 contém uma relação de iniciativas em andamento voltadas para o setor de cosméticos em âmbito nacional ou local, que poderão servir de subsídio para elaboração de uma proposta que contemple as necessidades do setor em Diadema. Por último, são apresentadas considerações finais que consideram as possibilidades de crescimento do setor acompanhada da melhoria das condições de trabalho.

1. INTRODUÇÃO

A partir do ano de 2002 observou-se no município de Diadema a concentração de um número significativo de empresas fabricantes de produtos que compõem a cadeia produtiva dos cosméticos. Tal constatação partiu do Sindicato dos Trabalhadores nas Indústrias Químicas do ABC que, por sua vez, dirigiu-se à Prefeitura, mais especificamente à Secretaria de Desenvolvimento Econômico, dando início a um processo de organização de iniciativas voltadas para este setor.

Nos anos posteriores, diversas ações foram executadas visando incentivar seu crescimento. A principal delas, coordenada pela Secretaria de Desenvolvimento Econômico, foi buscar, através de estratégias de marketing e da participação coletiva das empresas de Diadema em feiras nacionais e internacionais, uma projeção nacional do município como referência para o setor de cosméticos.

Dando continuidade ao processo e com o objetivo de aprimorar a eficácia das ações de fomento às empresas, em 2007 o DIEESE foi contratado pela Prefeitura de Diadema para realizar um diagnóstico sobre o setor. Esse diagnóstico apresentaria um retrato da atual situação do setor de cosméticos no Brasil e em Diadema e apontaria os principais gargalos a serem superados para o crescimento do setor. Acompanhado do crescimento da atividade econômica, a partir deste diagnóstico, também seria possível desenvolver ações que acarretassem em benefícios para os trabalhadores ocupados no setor.

Este relatório resulta de um processo de investigação iniciado no final de 2007 e concluído em novembro de 2008. Através dele é possível conhecer as principais características do setor de cosméticos, seu desempenho no transcorrer dos últimos anos, as possibilidades de expansão e os desafios a serem enfrentados para atingir esta expansão.

A pesquisa, apesar de considerar a importância de todas as atividades que compõem a cadeia produtiva dos cosméticos – composta pela fabricação de matérias primas, máquinas e equipamentos, embalagens, até as atividades de distribuição e comercialização dos produtos - foca a análise nos fabricantes de produtos de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos.

Para tanto foram utilizados não apenas os indicadores comumente adotados nos estudos setoriais – como dados de institutos de pesquisa, associações empresariais ou órgãos governamentais –, pois grande parte dos dados disponibilizados através desses estudos

setoriais apresenta informações de nível nacional ou, como melhor possibilidade de desagregação, de nível estadual. Como forma de conhecer as especificidades locais da indústria de cosméticos foi desenvolvido e aplicado um questionário em 22 empresas do setor no município, atividade que possibilitou um entendimento mais apurado do setor.

2. Panorama geral do setor de cosméticos

Este capítulo apresenta informações gerais sobre o setor de cosméticos. Primeiramente é realizada uma caracterização do setor, indicando os segmentos que o compõem e seus respectivos produtos. Em seguida, a apresentação de uma série de dados auxilia a compreensão do desempenho deste setor no Brasil e no mundo, tais como faturamento, consumo, produção, produtividade, importação e exportação, estrutura industrial, entre outros pontos. Dessa forma, é possível apresentar um panorama geral que subsidiará a análise e a identificação das possibilidades de avanço deste setor em Diadema.

2.1. Caracterização do setor de cosméticos brasileiro

Apesar da utilização freqüente do termo *setor de cosméticos*, esta designação inclui também os produtos de higiene pessoal e perfumaria. De maneira mais específica pode se mencionar indústria de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos (HPPC). Neste relatório será utilizado, predominantemente, o termo setor de cosméticos, conforme os demais trabalhos técnicos relacionados a este setor, mas, reforçando, sempre referindo-se aos três segmentos apontados.

Segundo a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), órgão ligado ao Governo Federal através do Ministério da Saúde, produtos de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos são “preparações constituídas por substâncias naturais ou sintéticas, de uso externo nas diversas partes do corpo humano, pele, sistema capilar, unhas, lábios, órgãos genitais externos, dentes e membranas mucosas da cavidade oral, com o objetivo exclusivo ou principal de limpá-los, perfumá-los, alterar sua aparência e ou corrigir odores corporais e ou protegê-los ou mantê-los em bom estado”¹.

O Quadro a seguir apresenta cada um dos segmentos e os respectivos produtos que os compõem.

¹ RESOLUÇÃO DA DIRETORIA COLEGIADA - RDC Nº 211, DE 14 DE JULHO DE 2005. Disponível em <http://e-legis.anvisa.gov.br/leisref/public/showAct.php?id=17882&word#>, acessado em julho de 2008.

QUADRO 1 – Segmentos do setor de cosméticos e produtos

Segmento	Produtos
Higiene pessoal	Papel higiênico, sabonete, desodorante, xampu, condicionador, fralda descartável, absorvente higiênico, fio dental, escova dental, creme dental, lenços de papel, lenço umedecido, talco, produtos para barba e para enxágüe bucal.
Cosméticos	Itens para fixar, modelar, colorir ou descolorir cabelo, permanentes e fixadores, bronzeadores, protetores solares, produtos para depilar e maquiagens.
Perfumaria	Perfumes, colônias e produtos pós-barba.

Elaboração: DIEESE

No Brasil, a ANVISA é responsável pela regulamentação e fiscalização do setor, sendo necessária aprovação prévia da Agência para que qualquer produto chegue ao mercado consumidor.

A mesma resolução da ANVISA que aborda a definição dos produtos de HPPC, os classifica-os conforme o nível de risco que oferecem aos consumidores, podendo ser classificados como produtos de risco nível 1 e nível 2. Esta classificação é definida a partir da análise das formulações, finalidade de uso, áreas do corpo a que se destinam e cuidados a serem observados quando da sua utilização.

A fabricação de produtos de HPPC, em comparação com outras atividades industriais, pode ser considerada simples na medida em que se concentra na manipulação de fórmulas, restringindo o maquinário, basicamente, à misturadores e envasadores. Essa simplicidade facilita a entrada neste segmento de empresários com alguma experiência. Entretanto, pelas características das fabricantes mundiais, a conquista de mercados se torna um desafio (ABDI, 2008).

Atualmente alguns fatores são estratégicos para garantir a competitividade das empresas fabricantes de cosméticos como marketing, pesquisa, inovações tecnológicas no processo produtivo e a conquista de canais de comercialização.

Dentre as grandes empresas multinacionais é possível identificar aquelas especializadas no setor de cosméticos (com foco em produtos para cabelo, maquiagem, perfumes, etc.) e outras com uma produção diversificada, atuando também nos ramos alimentício, de produtos de limpeza e de produtos farmacêuticos (como Procter & Gamble, Unilever, Colgate e Johnson & Johnson). Essas grandes empresas de produção diversificada se caracterizam pela utilização de canais tradicionais de comercialização, como supermercados e farmácias e aquelas especializadas no setor de cosméticos, além dos

canais tradicionais de comercialização, utilizam venda direta, lojas especializadas e redes de franquia (ABDI, 2008).

Além de especialização em um determinado segmento do setor de cosméticos, as empresas também procuram definir o perfil do consumidor que pretendem conquistar a partir da renda, gênero ou faixa etária.

2.2. Desempenho nacional do setor de cosméticos

Nos últimos anos o setor de cosméticos tem apresentado crescimento significativo em todo o mundo, mas, em especial, nos países emergentes. Neste item são apresentadas informações que reafirmam e detalham este processo de expansão, além de indicar os possíveis fatores que levaram ao bom desempenho.

2.2.1. Faturamento

O acompanhamento do desempenho do setor de cosméticos brasileiro é realizado basicamente pela Associação Brasileira da Indústria Química (ABIQUIM) e pela Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC). Os dados apresentados por estas associações indicam que, ao longo dos anos, o setor de cosméticos no Brasil tem crescido sucessivamente.

A ABIQUIM realiza um levantamento mais abrangente, incluindo todos os segmentos da indústria química brasileira. A Tabela 1 indica que o faturamento da indústria química brasileira como um todo saltou de US\$ 31,8 bilhões em 1990 para US\$ 103,5 bilhões em 2007, crescendo, em média, 7,2% ao ano. O segmento de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos seguiu a mesma tendência, saindo de um faturamento anual de US\$ 1,6 bilhão em 1990 para US\$ 8,8 bilhões em 2007, apresentando um crescimento acima da média do setor químico.

**TABELA 1 – Faturamento da indústria química
Brasil – 1990/2007**

Segmentos	em US\$ bilhões												%
	1990	1992	1994	1996	1998	2000	2002	2003	2004	2005	2006	2007	
Produtos químicos de uso industrial	19,0	17,4	19,2	19,9	18,5	22,8	19,4	24,1	33,0	39,4	45,4	55,1	6,5
Produtos Farmacêuticos	2,7	3,0	5,0	7,6	8,7	6,7	5,2	5,6	6,9	9,9	11,9	14,6	10,4
Hig. pessoal, perf. e cosméticos	1,6	1,7	2,4	4,2	4,3	3,4	2,8	3,1	3,9	5,5	6,9	8,8	10,5
A adubos e fertilizantes	2,3	1,7	2,2	3	2,9	3	3,3	4,3	5,6	5,5	5,6	9,0	8,4
Sabões e detergentes ⁽¹⁾	2,0	2,0	2,0	2,8	3,1	2,3	2,1	2,1	2,7	3,9	4,6	5,5	6,1
Defensivos agrícolas	1,1	0,9	1,4	1,8	2,6	2,5	1,9	3,4	4,9	4,2	3,9	5,4	9,8
Tintas, esmaltes e vernizes	1,7	1,7	1,8	2,0	2,0	1,5	1,1	1,3	1,5	1,9	2,1	2,4	2,0
Outros	1,4	1,5	1,6	1,5	1,7	1,4	1,5	1,6	1,8	2,0	2,2	2,7	3,9
TOTAL	31,8	29,9	35,6	42,8	43,8	43,6	37,3	45,5	60,3	72,3	82,6	103,5	7,2

Fonte: ABIQUIM e associações dos segmentos

Elaboração: ABIQUIM

(1) O faturamento de 1990 a 1994 foi estimado pela ABIQUIM em US\$ 2 bilhões.

Dentre os segmentos que compõem a indústria química, os produtos químicos de uso industrial² ocuparam a primeira posição no que se refere ao faturamento em 2007, seguido pelos segmentos farmacêutico, de adubos e fertilizantes e de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos. Dessa forma, o segmento de HPPC passou a ser o quarto maior da indústria química em 2007, deixando a sexta posição ocupada em 1990.

Conforme citado anteriormente, a ABIHPEC também produz anualmente um painel sobre o setor de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos no Brasil. Esse painel é elaborado a partir de informações oferecidas por aproximadamente 45 empresas e de dados fornecidos por empresas especializadas em pesquisa de mercado.

Assim como os dados apresentados pela ABIQUIM, as informações mais recentes disponibilizadas pela ABIHPEC indicam um crescimento significativo deste setor no país (Tabela 2), saindo de US\$ 4,7 bilhões em 1996 e alcançando US\$ 10,1 bilhões em 2007.

² Produtos químicos de uso industrial: produtos inorgânicos; produtos orgânicos; resinas e elastômeros; e, produtos e preparados químicos diversos. Produtos químicos de uso final: produtos farmacêuticos; higiene pessoal, perfumaria e cosméticos; adubos e fertilizantes; sabões, detergentes e produtos de limpeza; defensivos agrícolas; tintas, esmaltes e vernizes; entre outros.

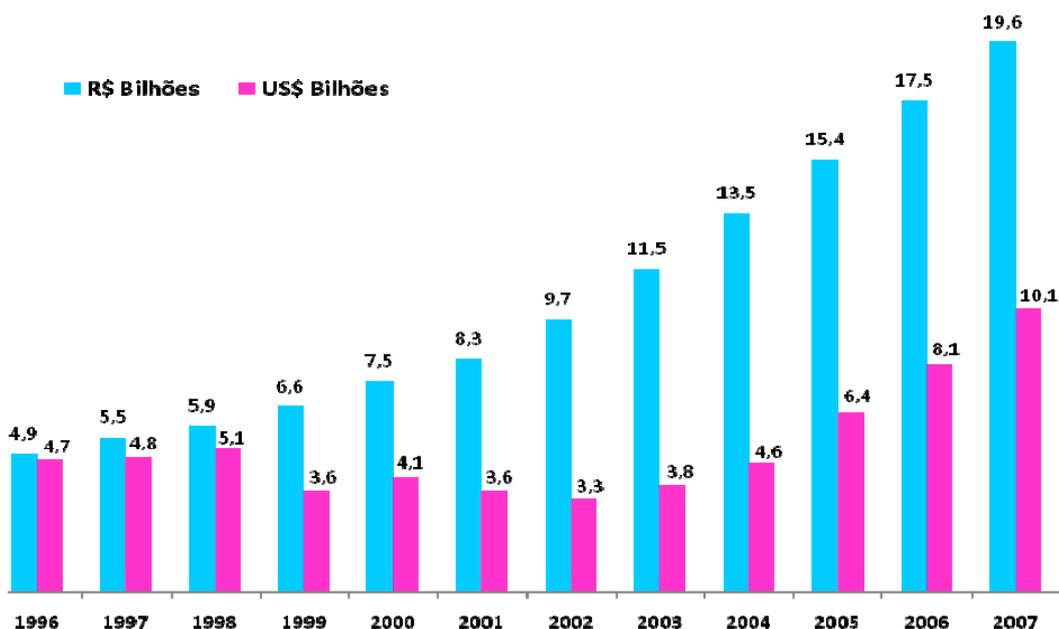
**TABELA 2 – Faturamento do setor de cosméticos
Brasil – 1996/2007**

Ano	em bilhões	
	em R\$	em US\$
2007	19,6	10,1
2006	17,5	8,1
2005	15,4	6,4
2004	13,5	4,6
2003	11,5	3,8
2002	9,7	3,3
2001	8,3	3,6
2000	7,5	4,1
1999	6,6	3,6
1998	5,9	5,1
1997	5,5	4,8
1996	4,9	4,7

Fonte: ABIHPEC
Elaboração: DIEESE

O Gráfico 1 possibilita uma melhor visualização desta evolução do faturamento obtido a partir do final da década de 90.

**GRÁFICO 1 – Evolução do faturamento* das empresas fabricantes de produtos de HPPC
Brasil – 1996/2007**



Fonte: ABIHPEC
Elaboração: ABIHPEC
* Faturamento “exfactory” – líquido de imposto sobre vendas.

Por fim, outra possibilidade de demonstração do crescimento do setor de cosméticos brasileiro ao longo dos últimos anos é a comparação entre a evolução do PIB brasileiro, o crescimento da indústria como um todo e o crescimento do próprio setor de cosméticos. A ABIHPEC realizou este levantamento e, constatou que, o desempenho do

setor de cosméticos foi superior ao do PIB e da indústria como um todo. Entre 1996 e 2007, o setor teve um crescimento médio anual de 10,9%, enquanto que a indústria brasileira como um todo cresceu, em média, apenas 2,8%, no mesmo período.

**TABELA 3 – Evolução do PIB, da indústria e do setor de HPPC
BRASIL – 1996/2007**

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	2,9	3,1	13,5
2006	3,7	2,8	15,0
2007	5,4	4,9	9,7
Acumulado últimos 12 anos	39,7	39,7	245,5
Médio Composto últimos 12 anos	2,8	2,8	10,9

FONTE: IBGE - Banco Central – ABIHPEC

Elaboração: ABIHPEC

* Deflator: Índice IPC FIPE Higiene e Beleza

Ainda segundo a ABIHPEC, em 2007, os produtos para cabelos foram responsáveis por 27,7% do faturamento obtido pelo setor no Brasil, as fragrâncias responsáveis por 14,2% e os descartáveis por 12,4% (Tabela 4).

**TABELA 4 – Composição do faturamento
Brasil – 2007**

Produtos	%
Produtos p/ cabelos	27,7
Fragrâncias	14,2
Descartáveis	12,4
Higiene Oral	9,2
Cuidados de pele	8,7
Banho	8,5
Desodorante	8,2
Maquiagens	7,0
Bronzeador/Protetor Solar	3,4
Preparações para barbear	0,7

Fonte: ABIHPEC

Elaboração: DIEESE

2.2.2. Consumos de produtos cosméticos no Brasil e no mundo

O crescimento da indústria de HPPC brasileira e, conseqüentemente, o aumento do consumo desses produtos pela população impulsionou o Brasil no ranking dos países que mais consomem cosméticos no mundo. A Tabela 5 indica que em 2000 o mercado

brasileiro consumiu US\$ 8,5 bilhões³ em produtos de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos, estabelecendo-se como o sexto maior mercado mundial. Já em 2007, o Brasil passou a ocupar a terceira posição, consumindo US\$ 22,23 bilhões.

TABELA 5 – Consumo mundial de cosméticos e ranking dos 10 maiores mercados 2000-2007

(em US\$ bilhões)

2000			2007		
Países	Mercado	Participação (%)	Países	Mercado	Participação (%)
Estados Unidos	47,6	24,4	Estados Unidos	51,3	17,6
Japão	23,0	11,8	Japão	30,5	10,5
Alemanha	9,8	5,0	Brasil	22,2	7,6
França	9,3	4,8	Reino Unido	14,6	5,0
Reino Unido	9,0	4,6	França	14,5	5,0
Brasil	8,5	4,4	Alemanha	14,5	5,0
Itália	7,1	3,7	China	14,3	4,9
China	5,6	2,9	Itália	10,5	3,6
México	4,4	2,2	Rússia	9,9	3,4
Espanha	4,3	2,2	Espanha	8,9	3,1
Top 10	128,6	66,0	Top 10	191,2	65,7
Total	195,0	100,0	Total	291,0	100,0

Fonte: Euromonitor 2007, extraído de ABIHPEC

Elaboração: DIEESE

Alguns elementos podem ser apontados como motivadores para este desempenho do mercado brasileiro. Em primeiro lugar é necessário fazer uma ressalva quanto à contribuição da valorização do real, que aumentou o valor em dólar do mercado brasileiro, para que o atual patamar fosse atingido. No entanto, outros fatores tiveram maior relevância para configuração deste cenário, sendo o crescimento da renda da população o principal deles, proporcionando o aumento do consumo no país (UNICAMP, 2008).

Dessa forma é possível identificar uma das principais motivações para o crescimento do consumo de cosméticos nos países emergentes. No Brasil, entre 2000 e 2007, o consumo apresentou um crescimento de 161,1% e na China atingiu 155,3% - além da Rússia que passou a compor o ranking a partir de 2007. Essas taxas de crescimento são muito superiores àquelas observadas mundialmente - que atingiu 49,2% - e para os 10 maiores países consumidores (48,6%).

A ABIHPEC aponta mais alguns fatores que justificam o crescimento da indústria brasileira de HPPC dos últimos anos. O aumento da participação das mulheres no mercado de trabalho - que resulta em aumento do poder de compra - e o aumento da expectativa de vida da população foram determinantes para a consolidação do

³ Medidos a preço de consumidor.

crescimento. As inovações tecnológicas incorporadas ao processo produtivo permitiram o aumento da produtividade e, conseqüentemente, um reajuste dos preços ao consumidor dos produtos cosméticos menor do que aqueles observados em outros produtos. Além disso, outro fator considerado relevante, na avaliação da ABIHPEC, para o bom desempenho da indústria, é a prática de lançamento constante de novos produtos pela indústria de HPPC como fator diferencial para ganho de competitividade.

2.2.3. Produção industrial no setor de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos

A Pesquisa Industrial Mensal (IBGE) do IBGE permite verificar o volume de produção alcançado pela indústria brasileira.

A partir dos dados desta pesquisa é possível verificar que entre 2003 e 2007 – especialmente a partir de 2004 – os índices médios anuais de produção do sub-setor artefatos de perfumaria e cosméticos⁴ (conforme denominação utilizada pelo IBGE) alcançaram patamares elevados em relação àqueles observados para a indústria brasileira de transformação como um todo ou para o setor de perfumaria, sabões, detergentes e produtos de limpeza⁵ (Tabela 6 e Gráfico 2).

⁴ Produtos que compõem o sub-setor artefatos de perfumaria e cosméticos, exceto sabonetes: água-de-colônia; cremes de beleza, cremes nutritivos e loções tônicas; dentifrícios (pastas de dentes; creme dental); desodorantes corporais e antiperspirantes, líquidos; preparações capilares (condicionadores, tinturas e descolorantes para cabelos) - exclusive xampus; laquês e preparados para ondulações, alisamentos e permanentes; e, xampus para os cabelos.

⁵ Produtos que compõem o setor de perfumaria, sabões, detergentes e produtos de limpeza: preparações para dar brilho em vidros, metais e outros materiais; amaciantes (suavizantes) de tecidos; desinfetantes para uso domissanitário direto; encáusticas e preparações semelhantes, para conservação e limpeza de móveis, soalhos e de outros artigos de madeira; preparações para dar brilho a pinturas de carrocerias e produtos semelhantes - exceto preparações para dar brilho a metais; preparações para lavagens, inclusive detergentes; preparações tensoativas, para lavagem e limpeza; sabões para usos domésticos ou industrial, em barras, pedaços, flocos, ou outras formas; sabonetes, exclusive medicinais; e, os produtos que compõem o sub-setor artefatos de perfumaria e cosméticos.

**TABELA 6 – Produção física industrial
Brasil – 2002/Ago 2008**

Ano	Indústria de transformação		Perfumaria, sabões, detergentes e produtos de limpeza		Artefatos de perfumaria e cosméticos, exclusive sabonetes	
	Índice*	Variação Anual %	Índice*	Variação Anual %	Índice*	Variação Anual %
2002	100,0	-	100,0	-	100,0	-
2003	99,8	-0,2	100,9	0,9	106,3	6,4
2004	108,3	8,5	112,9	11,9	122,7	15,3
2005	111,3	2,7	117,2	3,7	127,5	4,0
2006	114,1	2,6	119,5	2,0	132,3	3,7
2007	121,0	6,0	125,5	5,1	133,2	0,7
Jan-Ago 2008	125,4	3,6	120,6	-3,9	125,5	-5,7

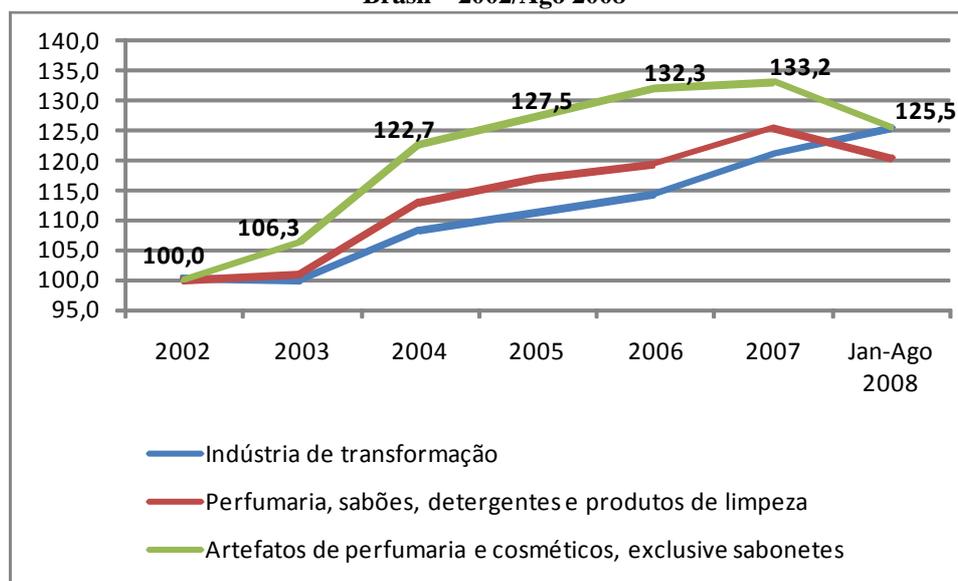
Fonte: IBGE - Pesquisa Industrial Mensal - Produção Física

Elaboração: DIEESE

* (Base: média de 2002 = 100)

Esses dados reforçam a trajetória positiva da indústria de HPPC verificada a partir de informações sobre faturamento, consumo, etc. Entretanto, a média do índice de produção alcançada nos oito primeiros meses de 2008 (125,5) indica uma desaceleração do volume produzido de produtos de perfumaria e cosméticos.

**GRAFICO 2 – Produção física industrial
Brasil – 2002/Ago 2008**



Fonte: IBGE - Pesquisa Industrial Mensal - Produção Física

Elaboração: DIEESE

Essa análise pode ser feita de maneira mais precisa verificando os índices mensais de produção disponíveis no Anexo 1 deste relatório. Ao observar a média do índice de produção alcançado no 1º semestre de cada ano disponível é possível identificar uma queda significativa do índice referente a este período de 2008 em relação ao mesmo período de 2005, 2006 e 2007, bem como se comparados os meses de julho e agosto.

Por outro lado, em contraponto aos dados do IBGE, o painel realizado pela ABIHPEC com 45 empresas do setor diverge da Pesquisa Industrial Mensal quanto ao volume e valores produzidos. Neste painel o resultado, entre 2002 e 2007, apesar da diferença entre os índices do IBGE e da ABIHPEC, percebe-se o mesmo movimento de acentuação da produção a partir de 2004, intensificando-se nos anos seguintes (Tabela 7).

**TABELA 7 – Produção física industrial
Brasil – 2002/2007**

Ano	Toneladas	R\$*
2002	100,0	100,0
2003	101,9	105,0
2004	119,5	120,8
2005	128,4	137,1
2006	135,4	157,6
2007	142,9	172,9

Fonte: ABIHPEC

Elaboração: DIEESE

* Em Reais deflacionado pelo IPC Higiene e Beleza da FIPE

Já a partir de 2008 os dados da ABIHPEC divergem consideravelmente dos dados do IBGE. No período de janeiro a agosto de 2008, o crescimento em toneladas versus o mesmo período de 2007 foi de 4,8% e em reais de 8,7%.

2.2.4. Balança Comercial do Setor de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos

Antes de abordar as características específicas da balança comercial do setor de cosméticos, segue uma breve análise da balança comercial brasileira.

O intercâmbio comercial brasileiro, além de ser determinado pela capacidade produtiva do país, tem seu desempenho diretamente atrelado à política cambial vigente em cada período. Uma breve análise das oscilações da balança comercial brasileira nos últimos anos demonstra este movimento com clareza. Entre 1995 e 1998, apesar do superávit aproximado de US\$ 15 bilhões da balança comercial verificado em 1994, o saldo chegou a ser deficitário em até US\$ 7 bilhões, reagindo a partir de 1999 (déficit de US\$ 1,2 bilhão) com a desvalorização do real. A partir de 2001 o real sofreu nova desvalorização e a balança comercial voltou a apresentar superávit.

A Tabela 8 apresenta os valores obtidos através das transações comerciais brasileiras entre 2005 e o 1º semestre de 2008, demonstrando a continuidade de resultados superavitários observados a partir de 2001. No entanto, pode-se identificar, em 2007,

mais um impacto da valorização da moeda na balança comercial, visto que o saldo apresentou queda em relação a 2005.

**TABELA 8 – Balança comercial
Brasil – 2005/Jan-Jun 2008**

em US\$ bilhões

Ano/mês	Exportações	Importações	Saldo
2005	118,3	73,5	44,8
2006	137,5	91,4	46,4
2007	160,6	120,6	40,0
2008 (Jan-Jun)	90,6	79,3	11,4
TOTAL	507,0	364,8	142,2

Fonte: SECEX/MDIC – Sistema Aliceweb
Elaboração: DIEESE

Primeiramente, a fim de verificar o desempenho da balança comercial brasileira no que se refere ao setor de cosméticos, é necessário indicar de que forma é possível obter esses dados. A referência para obtenção dos dados foi a Nomenclatura Comum do Mercosul (NCM), sendo o capítulo 33 – “Óleos essenciais e resinóides, produtos de perfumaria ou de toucador, preparados e preparações cosméticas” – aquele que compreende as mercadorias relacionadas a este setor. A NCM é parte de um sistema de codificações de mercadorias, criado a partir de uma classificação internacional que visa aprimorar a coleta, a comparação e a análise das estatísticas, particularmente as do comércio exterior.

O Quadro a seguir apresenta o capítulo 33 da NCM e seus desdobramentos até o código denominado “posição” (4 dígitos)⁶.

⁶ Para verificar a relação completa dos produtos, compreendendo todas as desagregações possíveis para este capítulo, ver Anexo 2.

QUADRO 2 – Nomenclatura Comum do Mercosul para o setor de cosméticos

CAPÍTULO	DESCRIÇÃO
33	ÓLEOS ESSENCIAIS E RESINÓIDES; PRODUTOS DE PERFUMARIA OU DE TOUCADOR PREPARADOS E PREPARAÇÕES COSMÉTICAS
3301	Óleos essenciais (desterpenados ou não), incluídos os chamados “concretos” ou “absolutos”; resinóides; oleorresinas de extração; soluções concentradas de óleos essenciais em gorduras, em óleos fixos, em ceras ou em matérias análogas, obtidas por tratamento de flores através de substâncias gordas ou por maceração; subprodutos terpênicos residuais da desterpenação dos óleos essenciais; águas destiladas aromáticas e soluções aquosas de óleos essenciais.
3302	Misturas de substâncias odoríferas e misturas (incluídas as soluções alcoólicas) à base de uma ou mais destas substâncias, dos tipos utilizados como matérias básicas para a indústria; outras preparações à base de substâncias odoríferas, dos tipos utilizados para a fabricação de bebidas.
3304	Produtos de beleza ou de maquilagem preparados e preparações para conservação ou cuidados da pele (exceto medicamentos), incluídas as preparações anti-solares e os bronzeadores; preparações para manicuros e pedicuros.
3305	Preparações capilares.
3306	Preparações para higiene bucal ou dentária, incluídos os pós e cremes para facilitar a aderência de dentaduras; fios utilizados para limpar os espaços interdentais (fios dentais), em embalagens individuais para venda a retalho.
3307	Preparações para barbear (antes, durante ou após), desodorantes corporais, preparações para banhos, depilatórios, outros produtos de perfumaria ou de toucador preparados e outras preparações cosméticas, não especificados nem compreendidos em outras posições; desodorantes de ambiente, preparados, mesmo não perfumados, com ou sem propriedades desinfetantes.

Fonte: Ministério das Relações Exteriores, através do sítio: <http://www.braziltradenet.gov.br/classificacaoncm/>
Elaboração: DIEESE

A consulta dos dados sobre importação e exportação de produtos do setor de cosméticos foi realizada através do Sistema ALICE Web da Secretaria de Comércio Exterior (SECEX), ligada ao Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC).

Os dados apontam características semelhantes entre a balança comercial brasileira e o resultado das transações comerciais específicas para o setor de cosméticos.

Através dos dados oferecidos pelo Sistema foi possível observar que ao longo dos últimos anos o saldo da balança comercial, no que se refere ao volume de produtos comercializados internacionalmente, bem como os valores das transações, permaneceu positivo. Entre 2005 e junho de 2008 o Brasil exportou aproximadamente US\$ 1,6

bilhão de dólares em produtos cosméticos, enquanto que no mesmo período as importações atingiram US\$ 1,1 bilhão de dólares, resultando em um saldo positivo de US\$ 508 milhões de dólares (Tabela 9). Entretanto, entre 2005 e 2007 ocorreu um aumento no volume das importações superior àquele verificado no volume das exportações. Os dados da Tabela indicam que em 2007 houve um aumento de 52,8% das importações em relação a 2005, enquanto que para este mesmo período as exportações cresceram apenas 3,6%. O resultado do crescimento significativo das importações causou impacto no saldo da balança comercial no que se refere ao volume de produtos comercializados em 2007 em relação a 2005, registrando queda de 4,8%.

**TABELA 9 – Balança comercial do setor de cosméticos
Brasil – 2005/2008**

Ano/mês	Exportações		Importações		Saldo Kg	Saldo US\$
	Kg Líquido	US\$	Kg Líquido	US\$		
2005	188.888.835	379.633.853	27.900.790	247.465.865	160.988.045	132.167.988
2006	198.633.617	462.522.130	34.836.019	312.701.421	163.797.598	149.820.709
2007	195.765.051	524.225.651	42.634.618	403.268.506	153.130.433	120.957.145
2008 (Jan-Jun)	95.836.109	299.381.513	21.275.838	193.689.031	74.560.271	105.692.482
TOTAL	679.123.612	1.665.763.147	126.647.265	1.157.124.823	552.476.347	508.638.324

Fonte: SECEX/MDIC – Sistema Aliceweb
Elaboração: DIEESE

Segundo dados da ABIHPEC, o destino das exportações brasileiras de produtos de HPPC se concentra nos países sul-americanos (correspondendo a 66,1% do total exportado em 2007), especialmente a Argentina. Dentre os produtos mais exportados estão: produtos para higiene oral, sabonetes, produtos para cabelos, desodorantes e descartáveis (fraldas, absorventes higiênicos, papel higiênico, guardanapos e toalhas e lenços de papel). Entre os produtos importados os principais são fragrâncias, desodorantes e sabonetes, sendo os principais países de origem a Argentina, a França e os Estados Unidos.

Importação e exportação no estado de São Paulo

O mesmo desempenho positivo da balança comercial do setor de cosméticos pode ser observado no Estado de São Paulo, que fica acima, inclusive, daquele verificado nacionalmente (US\$ 733 milhões e US\$ 508 milhões, respectivamente) – reflexo da localização das grandes empresas do setor neste estado (Tabela 10). Porém, o volume de produtos importados cresce ano a ano em relação aos exportados, assim como verificado nacionalmente. Em 2007, em relação a 2005, o volume de produtos

exportados apresentou aumento de apenas 1,3%, enquanto que o volume de produtos importados aumentou 60,7% em relação a 2005.

**TABELA 10 – Balança comercial do setor de cosméticos
Estado de São Paulo – 2005/2008**

Ano/mês	Exportações		Importações		Saldo Kg	Saldo US\$
	Kg Líquido	US\$	Kg Líquido	US\$		
2005	173.537.099	317.177.190	15.754.793	137.703.202	157.782.306	179.473.988
2006	182.477.324	385.210.954	21.225.053	176.143.604	161.252.271	209.067.350
2007	175.768.281	423.064.951	25.319.208	213.814.645	150.449.073	209.250.306
2008 (Jan-Jun)	85.267.327	236.535.483	13.531.839	100.850.470	71.735.488	135.685.013
TOTAL	617.050.031	1.361.988.578	75.830.893	628.511.921	541.219.138	733.476.657

Fonte: SECEX/MDIC – Sistema Aliceweb

Elaboração: DIEESE

O Anexos 3 deste relatório apresentam a relação dos produtos importados e exportados do setor de cosméticos em 2007 e no primeiro semestre de 2008 pelo Brasil e pelo estado de São Paulo. Neste período é possível observar que não houve grandes alterações na composição dos produtos comercializados internacionalmente.

Importação e exportação em Diadema

Ao contrário das características verificadas nas transações comerciais brasileira, o município de Diadema não atinge saldos positivos em sua balança comercial. Enquanto, entre 2005 e 2007, houve queda nas exportações de produtos oriundos deste município, as importações cresceram anualmente (Tabela 11).

**TABELA 11 – Balança comercial
Diadema – 2005/Jan-Jun 2008**

Ano/mês	em US\$ FOB		
	Exportação	Importação	Saldo
2005	287411455	324965668	-37554213
2006	245066780	389421795	-144355015
2007	260160110	492611589	-232451479
2008 (Jan-Jun)	126427252	293834539	-167407287
TOTAL	919065597	1500833591	-581767994

Fonte: SECEX/MDIC – Sistema Aliceweb

Elaboração: DIEESE

Como não é possível desagregar as informações sobre transações comerciais no setor de cosméticos a nível municipal, uma possibilidade para verificar a significância deste setor na balança comercial de Diadema é verificar quais são os principais produtos importados e exportados pelo município. O Anexo 4 traz a relação dos 40 principais produtos importados e exportados pelo município em 2007 e no primeiro semestre de 2008. A partir desta relação é possível verificar que os produtos do setor cosméticos não

exercem impacto dentre os mais comercializados internacionalmente pelas empresas sediadas em Diadema.

2.2.5. Preços dos produtos de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos

Uma das justificativas apontadas pela ABIHPEC para o desempenho positivo da indústria de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos é a queda de preços dos produtos, possibilitada pela utilização de novas tecnologias que resultam em aumento da produtividade. A ABIHPEC afirma que o aumento dos preços de produtos do setor é menor do que os índices de preços da economia em geral.

A análise dos dados da pesquisa Cesta Básica Procon-DIEESE permite confirmar a indicação da ABIHPEC.

Os dados da pesquisa, realizada no município de São Paulo, são obtidos a partir de uma “(...) coleta diária de preços e marcas de produtos de uma cesta básica elaborada com base no consumo de uma família paulistana padrão”⁷. A cesta pesquisada é composta por bens considerados de primeira necessidade como alimentos, produtos de higiene pessoal e limpeza doméstica, sendo: 22 produtos de alimentação, 4 de limpeza doméstica e 5 de higiene pessoal. O Quadro a seguir apresenta os produtos de higiene pessoal pesquisados, suas quantidades e o peso de cada um no valor total da cesta.

QUADRO 3 – Produtos de higiene pessoal componentes da cesta básica, suas quantidades e pesos

PRODUTOS	QUANTIDADES*	PESO HISTÓRICO**
Higiene Pessoal		10,72%
Papel Higiênico Fino Branco (pac. 4 unid.)	3	3,20%
Creme Dental (tubo 90 g)	4	1,81%
Sabonete (unid. 90-100 g)	10	2,02%
Desodorante Spray (emb. 90-100 ml)	2	1,29%
Absorvente Aderente (pac. 10 unid.)	1	2,40%

Fonte: Procon-DIEESE

Elaboração: DIEESE

(*) unidades do produto que integram o valor da cesta

(**) quanto o preço do produto interfere no valor total da cesta (em média)

A Tabela 12 apresenta o custo médio e a variação dos preços de cada um dos itens que compõem a cesta. De maneira geral, é possível verificar que os preços dos produtos de higiene pessoal, no período analisado, foram os que menos contribuíram para a elevação do custo total da cesta básica. Entre 2003 e 2004, os produtos do item higiene pessoal sofreram recuo de 1,18%, enquanto que os demais itens sofreram elevação. Entre 2004 e 2005 ocorreu novo recuo (-4,41%), sendo que desta vez mais significativo em relação

⁷ Fonte: <http://www.procon.sp.gov.br/categoria.asp?id=111>. Acessado em 08/07/2008.

aos demais itens. Já entre 2005 e 2006, os itens de higiene pessoal sofreram ligeira elevação de 1,6%, mas não provocou impacto no preço total da cesta, dado que os demais itens sofreram recuo. Em 2007, todos os itens da cesta sofreram elevação em relação a 2006, todavia os produtos do item higiene pessoal foram os que menos influenciaram na elevação do preço da cesta básica.

**TABELA 12 – Itens da cesta básica, segundo custo médio e variação anual
Município de São Paulo – 2003/2007**

Produtos	Custo médio R\$		Variação	Custo médio R\$		Variação	Custo médio R\$		Variação
	29/12/2003	29/12/2004	2004	28/12/2005	2005	28/12/2006	2006	27/12/2007	2007
Alimentação	170,7	173,01	1,35	171,98	-0,6	171,21	-0,45	210,56	22,98
Limpeza	22,85	23,61	3,33	24,45	3,56	23,82	-2,58	26,87	12,8
Higiene Pessoal	21,11	20,86	-1,18	19,94	-4,41	20,26	1,6	21,15	4,39
Total	214,66	217,48	1,31	216,37	-0,51	215,29	-0,5	258,58	20,11

Fonte: Procon-DIEESE

Elaboração: DIEESE

Ao analisar cada um dos produtos que compõem o item higiene pessoal da cesta básica Procon-DIEESE, é possível verificar que, entre 2003 e 2007, praticamente não houve alteração dos preços (Tabela 13). Os produtos que tiveram ligeira elevação de preços entre 2003 e 2007 foram papel higiênico, desodorante spray e absorvente aderente (de R\$1,70 para R\$1,73, de R\$1,73 para 1,76 e de R\$1,41 para R\$1,55, respectivamente). Já os produtos creme dental e sabonete sofreram recuo de preço neste mesmo período (de R\$1,11 para 1,09 e de R\$0,50 para R\$ 0,48, respectivamente).

**TABELA 13 – Produtos de higiene pessoal, segundo preço médio e variação anual
Município de São Paulo – 2003/2007**

Produtos	Preços médios R\$		Variação	Preços médios R\$		Variação	Preços médios R\$		Variação
	29/12/2003	29/12/2004	2004	28/12/2005	2005	28/12/2006	2006	27/12/2007	2007
Papel Higiênico Fino Br. (pac. 4 unid.)	1,7	1,75	2,94	1,51	-13,71	1,67	10,6	1,73	3,59
Creme Dental (tubo 90 g)	1,11	1,07	-3,6	1,11	3,74	1,08	-2,7	1,09	0,93
Sabonete (unid. 90-100 g)	0,5	0,47	-6	0,46	-2,13	0,46	0	0,48	4,35
Desodorante Spray (emb. 90-100 ml)	1,73	1,74	0,58	1,69	-2,87	1,69	0	1,76	4,14
Absorvente Aderente (pac. 10 unid.)	1,41	1,4	-0,71	1,48	5,71	1,28	-13,51	1,55	21,09

Fonte: Procon-DIEESE

Elaboração: DIEESE

Apesar de acompanhar as variações de preços de apenas 5 produtos de higiene pessoal e realizar o levantamento no município de São Paulo, os resultados da pesquisa Cesta Básica Procon-DIEESE oferecem a possibilidade de verificar a tendência dos preços dos produtos do setor como um todo, confirmando a indicação feita pela ABIHPEC.

2.2.6. Canais de comercialização

A escolha correta do canal de comercialização dos produtos de HPPC é fundamental para a competitividade das empresas. Os produtos de higiene pessoal tendem a serem comercializados através dos canais tradicionais – exclusive perfumarias. O segmento de perfumaria utiliza a venda direta, redes de franquia e o varejo especializado e o de

cosméticos, além de utilizar o canal de venda direta, destaca-se em farmácias e drogarias (VALOR, 2008).

Segundo a ABIHPEC, a maior parte do volume e dos valores comercializados ainda concentram-se no canal tradicional – varejo de auto-serviço, farmácias e drogarias, lojas de departamento e perfumarias. Em seguida está a venda direta, com uma participação significativa nos valores comercializados, crescendo anualmente (Tabela 14).

**TABELA 14 – Participação dos canais de comercialização
Brasil – 2007**

Canais de comercialização	Valor em R\$	(em %)
		Volume em toneladas
Tradicional	68,2	92,8
Venda direta	27,6	6,6
Franquia	4,2	0,6

Fonte: ABIHPEC

Elaboração: DIEESE

2.3. Localização das empresas fabricantes de cosméticos no Brasil

A partir de dados do Relatório Anual de Informações Sociais (RAIS) do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE) é possível obter dados sobre o perfil das empresas e dos trabalhadores de cada uma das atividades econômicas existentes.

A partir desta base de dados identifica-se, em 2007, a existência de 1.253 estabelecimentos e 36.059 trabalhadores no setor de cosméticos no Brasil (Tabela 15), sendo que, tanto o número de estabelecimentos quanto o número de trabalhadores apresentou crescimento em relação a 2000 (42,2% e 35,3%, respectivamente).

A Região Sudeste possui a maior concentração de empresas deste setor (804 estabelecimentos em 2007), mantendo esta predominância ao longo dos anos 2000, com destaque para os estados de São Paulo, Minas Gerais e Rio de Janeiro. Entretanto, neste período, algumas regiões e estados brasileiros vêm ganhando importância com o crescimento no número de estabelecimentos e de trabalhadores ligados ao setor de cosméticos.

A Região Nordeste, por exemplo, apresentou um crescimento muito superior à média nacional, saindo de 52 estabelecimentos e 146 trabalhadores em 2000 para 461 estabelecimentos (crescimento de 180,8% no período) e 2007 trabalhadores em 2007 (crescimento de 335,4%). Nesta região, os estados de Sergipe, Bahia e Pernambuco merecem destaque com o crescimento obtido.

No Centro-Oeste, o estado de Goiás também obteve uma ampliação significativa ao longo dos últimos oito anos. O número de estabelecimentos fabricantes de cosméticos saltou de 24 em 2000 para 65 em 2007 e o número de trabalhadores empregados de 319 para 1.043 naquele estado.

**TABELA 15 – Número de estabelecimentos e de trabalhadores do setor de cosméticos
Brasil – 2000/2007**

Estados	Estabelecimentos					Trabalhadores				
	2000*	2002*	2006**	2007**	Variação %	2000*	2002*	2006**	2007**	Variação %
Rondonia	2	3	4	4	100,0	3	4	17	13	333,3
Acre	0	0	3	1	-	0	0	22	16	-
Amazonas	2	2	2	1	-50,0	3	19	10	16	433,3
Roraima	0	0	0	0	-	0	0	0	0	-
Para	8	7	8	8	0,0	100	94	82	109	9,0
Amapa	0	0	0	0	-	0	0	0	0	-
Tocantins	1	0	0	0	-100,0	2	0	0	0	-100,0
Região Norte	13	12	17	14	7,7	108	117	131	154	42,6
Maranhao	1	0	1	1	0,0	2	0	15	15	650,0
Piaui	3	4	11	6	100,0	26	39	61	57	119,2
Ceara	12	11	21	20	66,7	112	114	306	221	97,3
Rio Grande do Norte	4	5	5	5	25,0	18	37	62	62	244,4
Paraíba	0	0	3	5	-	0	0	98	89	-
Pernambuco	13	21	34	38	192,3	219	340	833	742	238,8
Alagoas	2	2	1	1	-50,0	6	5	0	0	-100,0
Sergipe	2	3	6	10	400,0	10	53	181	236	2.260,0
Bahia	15	30	58	60	300,0	68	150	531	585	760,3
Região Nordeste	52	76	140	146	180,8	461	738	2087	2.007	335,4
Minas Gerais	102	111	139	146	43,1	2142	2439	2957	2.980	39,1
Espirito Santo	7	8	17	20	185,7	176	111	188	264	50,0
Rio de Janeiro	125	123	119	119	-4,8	4635	4437	5085	5.007	8,0
Sao Paulo	398	440	515	519	30,4	15537	15823	20485	20.648	32,9
Região Sudeste	632	682	790	804	27,2	22490	22810	28715	28.899	28,5
Parana	81	88	91	93	14,8	2367	2176	1890	2.277	-3,8
Santa Catarina	18	25	40	47	161,1	304	386	777	751	147,0
Rio Grande do Sul	54	64	76	77	42,6	569	914	817	877	54,1
Região Sul	153	177	207	217	41,8	3240	3476	3484	3.905	20,5
Mato Grosso do Sul	0	0	2	1	-	0	0	7	6	-
Mato Grosso	6	4	3	3	-50,0	24	47	33	39	62,5
Goiás	24	31	58	65	170,8	319	491	913	1.043	227,0
Distrito Federal	1	2	1	3	200,0	1	5	0	6	500,0
Região Centro-Oeste	31	37	64	72	132,3	344	543	953	1.094	218,0
Total	881	984	1218	1.253	42,2	26643	27684	35370	36.059	35,3

Fonte: MTE. RAIS

Elaboração: DIEESE

*CNAE 95: 2473-2 (Fabricação de artigos de perfumaria e cosméticos)

** CNAE 2.0: 2063-1 (Fabricação de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal)

A Tabela 16 detalha a distribuição dos estabelecimentos e pessoas ocupadas no estado de São Paulo. É possível verificar uma concentração espacial das empresas na Região Metropolitana de São Paulo, visto que as seis primeiras cidades relacionadas estão localizadas neste conglomerado urbano. Além desses municípios, Cajamar, também localizado na RMSP, apesar de possuir apenas 5 empresas fabricantes de produtos de HPPC, emprega 1645 trabalhadores, sendo grande parte deles funcionários da Natura.

**TABELA 16 - Número de estabelecimentos e de trabalhadores do setor de cosméticos
Municípios do Estado de São Paulo – 2007**

Municípios	Estabelecimentos	Trabalhadores
Sao Paulo	203	7.785
Diadema	27	1.446
Guarulhos	20	589
Taboao da Serra	11	775
Barueri	11	291
Sao Bernardo do Campo	10	1.618
Franca	10	147
Sao Jose do Rio Preto	9	96
Cotia	8	424
Ribeirao Preto	8	56
Demais municípios	202	7.421
Total	519	20.648

Fonte: MTE. RAIS
Elaboração: DIEESE

Dentre os municípios brasileiros com maior número de empresas fabricantes de cosméticos, aqueles localizados no estado de São Paulo merecem maior destaque, como a capital, Diadema e Guarulhos (Tabela 17). O crescimento da participação do estado de Goiás, apontada na Tabela 14, ocorre devido ao crescimento no número de estabelecimentos localizados na capital e no município de Aparecida de Goiania.

TABELA 17 – Municípios com maior número de estabelecimentos e de trabalhadores no setor de cosméticos

Municípios selecionados – 2007

Municípios	Estabelecimentos	Trabalhadores
Sao Paulo - SP	203	7.785
Rio de Janeiro - RJ	70	2.957
Belo Horizonte - MG	44	1.193
Diadema - SP	27	1.446
Curitiba - PR	27	598
Goiania - GO	26	210
Recife - PE	20	274
Guarulhos - SP	20	589
Porto Alegre - RS	20	372
Aparecida de Goiania - GO	19	544

Fonte: MTE. RAIS
Elaboração: DIEESE

Além dos municípios com número elevado de estabelecimentos, é possível citar também outros municípios importantes para o setor que possuem número significativo de pessoas ocupadas, devido à presença de empresas de médio e grande porte. Este é o caso de São Bernardo do Campo (com 1618 trabalhadores), de Nova Iguaçu (com 1485 trabalhadores, onde se localiza a empresa Embelleze), de São José dos Pinhais no Paraná (794 trabalhadores, sede da empresa O Boticário), entre outros.

2.4. Porte das empresas fabricantes de cosméticos

A Tabela 18 apresenta a distribuição do número de empresas e trabalhadores, segundo o porte dos estabelecimentos⁸ fabricantes de cosméticos. Em 2007, verifica-se a existência de 856 micro empresas, 240 pequenas, 50 médias e 11 grandes, além de 96 empresas que em 31 de dezembro de 2007 não possuíam trabalhadores empregados.

Ao longo dos anos 2000, o crescimento no número de empresas fabricantes de cosméticos e do número de pessoas ocupadas no setor seguiu similar entre aquelas de porte micro, pequeno e grande. Neste grupo de empresas verifica-se o potencial de geração de postos de trabalho das empresas de menor porte. Enquanto a variação, entre 2000 e 2007, no número de estabelecimentos foi maior para as grandes empresas (42,9% para micro, 46,3% para pequenas e 57,1% para grandes empresas), a variação do número de trabalhadores foi ligeiramente superior para as de micro e pequeno porte (43,1% para micro, 53% para pequenas e 42,7% para grandes empresas).

Outra informação obtida a partir da Tabela 18 diz respeito ao impacto no número de postos de trabalho ligados a grandes empresas em 2002, período desfavorável para a economia brasileira. Entre 2000 e 2002 houve uma queda de - 10,9% no número de empregos, enquanto que o número de empresas permaneceu o mesmo (7 estabelecimentos) e as empresas de micro, pequeno e médio porte tiveram crescimento do número de pessoas ocupadas.

**TABELA 18 – Número de empresas e trabalhadores no setor de cosméticos, segundo porte dos estabelecimentos
Brasil – 2000/2007**

Porte das empresas	Estabelecimentos					Trabalhadores				
	2000*	2002*	2006**	2007**	Variação %	2000*	2002*	2006**	2007**	Variação %
Nenhum vínculo ativo	64	71	91	96	50,0	0	0	0	0	-
Micro	599	683	846	856	42,9	3747	4196	5147	5362	43,1
Pequenas	164	170	216	240	46,3	6621	6782	9346	10127	53,0
Médias	47	53	56	50	6,4	9278	10739	12181	10585	14,1
Grandes	7	7	9	11	57,1	6997	5967	8696	9985	42,7
Total	881	984	1218	1253	42,2	26643	27684	35370	36059	35,3

Fonte: MTE. RAIS

Elaboração: DIEESE

*CNAE 95: 2473-2 (Fabricação de artigos de perfumaria e cosméticos)

** CNAE 2.0: 2063-1 (Fabricação de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal)

⁸ Neste caso o porte da empresa é definido a partir do número de pessoas ocupadas, seguindo a definição utilizada pelo Sebrae. Aquelas com até 19 pessoas ocupadas são consideradas micro empresas; de 20 a 99 pessoas ocupadas, pequena empresa; de 100 a 499 pessoas ocupadas, média empresa; e, acima de 500 pessoas ocupadas, grande empresa.

Segundo informações do estudo Análise Setorial do Valor Econômico, em 2007, cerca de 15 empresas de grande porte⁹ respondiam juntas por 72,8% do faturamento total do setor, com um faturamento líquido de impostos acima dos R\$ 100 milhões.

2.5. O mercado de trabalho brasileiro no setor de cosméticos

O mercado de trabalho brasileiro como um todo vem passando por alterações ao longo dos anos. Os anos 2000, de maneira geral, são marcados pela retomada da geração de postos de trabalho e de tímida elevação da renda do trabalhador – recuperando as perdas observadas durante a década de 90. Os trabalhadores, em um processo já iniciado na década de 90, alcançaram maior grau de escolaridade, dentre outras mudanças de perfil.

Este item do relatório busca traçar um perfil dos trabalhadores da indústria de HPPC no Brasil através dos dados da RAIS do Ministério do Trabalho e Emprego, indicando possíveis alterações deste perfil ocorridas ao longo dos anos 2000 ocasionadas pela dinâmica do mercado de trabalho em geral ou por questões específicas do setor estudado.

2.5.1. Distribuição dos trabalhadores nos estados brasileiros e a participação de homens e mulheres na indústria de HPPC

Conforme citado anteriormente, o número de trabalhadores ocupados em empresas fabricantes de produtos de HPPC seguiu crescendo ao longo dos anos 2000, em especial nas regiões Nordeste e Centro-Oeste (Tabela 19).

Uma especificidade importante deste setor é a participação das mulheres ocupando maior número de postos de trabalho (51,1% do total). Segundo dados da Tabela 18, esta predominância se concretizou ao longo dos últimos anos, e, tendo como referência os percentuais de crescimento entre 2000 e 2007, há probabilidade da participação feminina se intensificar.

Nas regiões brasileiras em que a indústria de HPPC está estruturada há mais tempo, como Sudeste e Sul, o número de mulheres já ultrapassa o de homens, enquanto que nas

⁹ O número de grandes empresas difere em relação àqueles obtidos através da RAIS devido ao tipo de produção principal, podendo a empresa ser caracterizada como do ramo alimentício ou farmacêutico, por exemplo.

regiões Nordeste e Centro-Oeste, onde o crescimento ocorreu nos últimos anos, a predominância entre os ocupados ainda é dos homens.

**TABELA 19 – Número de trabalhadores do setor de cosméticos, segundo sexo
Brasil – 2000/2007**

Estados	2000			2002			2006			2007			Homens variação 2000-2007 (%)	Mulheres variação 2000-2007 (%)
	Trabalhadores			Trabalhadores			Trabalhadores			Trabalhadores				
	Homens	Mulheres	Total											
Rondonia	0	3	3	1	3	4	10	7	17	8	5	13	-	66,7
Acre	0	0	0	0	0	0	12	10	22	11	5	16	-	-
Amazonas	1	2	3	9	10	19	5	5	10	6	10	16	500,0	400,0
Roraima	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	-
Para	53	47	100	49	45	94	43	39	82	68	41	109	28,3	-12,8
Amapá	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	-
Tocantins	0	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-	-100,0
Região NO	54	54	108	59	58	117	70	61	131	93	61	154	72,2	13,0
Maranhão	1	1	2	0	0	0	5	10	15	5	10	15	400,0	900,0
Piauí	13	13	26	21	18	39	32	29	61	32	25	57	146,2	92,3
Ceará	64	48	112	59	55	114	157	149	306	111	110	221	73,4	129,2
Rio Grande do Norte	11	7	18	25	12	37	50	12	62	50	12	62	354,5	71,4
Paraíba	0	0	0	0	0	0	57	41	98	49	40	89	-	-
Pernambuco	137	82	219	228	112	340	576	257	833	509	233	742	271,5	184,1
Alagoas	1	5	6	1	4	5	0	0	0	0	0	0	-100,0	-100,0
Sergipe	10	0	10	41	12	53	118	63	181	137	99	236	1.270,0	-
Bahia	44	24	68	85	65	150	230	301	531	249	336	585	465,9	1300,0
Região NE	281	180	461	460	278	738	1225	862	2087	1.142	865	2.007	306,4	380,6
Minas Gerais	1.026	1.116	2.142	1.198	1.241	2.439	1.459	1.498	2.957	1.580	1.400	2.980	54,0	25,4
Espírito Santo	69	107	176	48	63	111	84	104	188	93	171	264	34,8	59,8
Rio de Janeiro	2.186	2.449	4.635	2.074	2.363	4.437	2.396	2.689	5.085	2.601	2.406	5.007	19,0	-1,8
São Paulo	8.110	7.427	15.537	7.819	8.004	15.823	10.107	10.376	20.485	9.900	10.748	20.648	22,1	44,7
Região SE	1.1391	1.1099	22.490	11.139	11.671	22.810	14.046	14.669	28.715	14.174	14.725	28.899	24,4	32,7
Paraná	1.185	1.182	2.367	1.510	666	2.176	818	1.072	1.890	940	1.337	2.277	-20,7	13,1
Santa Catarina	110	194	304	150	236	386	256	521	777	249	502	751	126,4	158,8
Rio Grande do Sul	221	348	569	375	539	914	344	473	817	358	519	877	62,0	49,1
Região SUL	1516	1724	3240	2035	1441	3476	1418	2066	3484	1.547	2.358	3.905	2,0	36,8
Mato Grosso do Sul	0	0	0	0	0	0	6	1	7	5	1	6	-	-
Mato Grosso	18	6	24	36	11	47	21	12	33	21	18	39	16,7	200,0
Goias	214	105	319	291	200	491	497	416	913	621	422	1.043	190,2	301,9
Distrito Federal	1	0	1	3	2	5	0	0	0	1	5	6	0,0	-
Região CO	233	111	344	330	213	543	524	429	953	648	446	1.094	178,1	301,8
Total	13.475	13.168	26.643	14.023	13.661	27.684	17.283	18.087	35.370	17.604	18.455	36.059	30,6	40,2

Fonte: MTE. RAIS

Elaboração: DIEESE

*CNAE 95: 2473-2 (Fabricação de artigos de perfumaria e cosméticos)

** CNAE 2.0: 2063-1 (Fabricação de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal)

2.5.2. Perfil dos trabalhadores

No que se refere à faixa etária dos trabalhadores do setor de cosméticos (Tabela 20), entre 2000 e 2007, verifica-se um ligeiro envelhecimento do conjunto dos ocupados. Em 2000, 51% dos trabalhadores possuíam até 29 anos, já em 2007 o mesmo grupo representava 46,9%.

**TABELA 20 – Número de trabalhadores do setor de cosméticos, segundo faixa etária
Brasil – 2000/2007**

Faixa etária	2000*						2007**					
	Homens	%	Mulheres	%	Total	%	Homens	%	Mulheres	%	Total	%
Ate 17 anos	167	1,2	100	0,8	267	1,0	156	0,9	94	0,5	250	0,7
18 a 24 anos	3.689	27,4	3.582	27,2	7.271	27,3	4.022	22,8	4.078	22,1	8.100	22,5
25 a 29 anos	2.895	21,5	3.160	24,0	6.055	22,7	4.026	22,9	4.529	24,5	8.555	23,7
30 a 39 anos	4.044	30,0	4.167	31,6	8.211	30,8	5.491	31,2	6.176	33,5	11.667	32,4
40 a 49 anos	1.912	14,2	1.711	13,0	3.623	13,6	2.728	15,5	2.764	15,0	5.492	15,2
50 a 64 anos	719	5,3	431	3,3	1.150	4,3	1.122	6,4	786	4,3	1.908	5,3
65 ou mais	49	0,4	17	0,1	66	0,2	59	0,3	28	0,2	87	0,2
Total	13.475	100,0	13.168	100,0	26.643	100,0	17.604	100,0	18.455	100,0	36.059	100,0

Fonte: MTE. RAIS

Elaboração: DIEESE

*CNAE 95: 2473-2 (Fabricação de artigos de perfumaria e cosméticos)

** CNAE 2.0: 2063-1 (Fabricação de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal)

Seguindo a tendência observada para o conjunto dos trabalhadores brasileiros, entre 2000 e 2007 ocorreu uma elevação significativa de escolaridade dos empregados no setor de cosméticos (Tabela 21). Enquanto em 2000, os ocupados com ensino médio completo somavam 32% do total, em 2007 já eram 53,4%, sendo que ao longo desse período as mulheres recuperaram a pequena diferença em relação aos homens no grau de escolaridade. Apesar de ainda tímido, também é possível observar um aumento no percentual de trabalhadores com ensino superior incompleto ou completo.

**TABELA 21 – Número de trabalhadores do setor de cosméticos, segundo grau de escolaridade
Brasil – 2000/2007**

Grau de escolaridade	2000*						2007**					
	Homens	%	Mulheres	%	Total	%	Homens	%	Mulheres	%	Total	%
Analfabeto	42	0,3	50	0,4	92	0,3	20	0,1	20	0,1	40	0,1
Até o 5º ano Incompleto do Ensino Fundamental	317	2,4	231	1,8	548	2,1	274	1,6	201	1,1	475	1,3
5º ano Completo do Ensino Fundamental	782	5,8	769	5,8	1551	5,8	484	2,7	490	2,7	974	2,7
Do 6º ao 9º ano Incomp. do Ensino Fundamental	1614	12,0	1726	13,1	3340	12,5	1073	6,1	1049	5,7	2122	5,9
Ensino Fundamental Completo	2878	21,4	3253	24,7	6131	23,0	2154	12,2	2567	13,9	4721	13,1
Ensino Médio Incompleto	1688	12,5	1787	13,6	3475	13,0	1925	10,9	1966	10,7	3891	10,8
Ensino Médio Completo	4562	33,9	3957	30,1	8519	32,0	9357	53,2	9907	53,7	19264	53,4
Educação Superior Incompleta	553	4,1	490	3,7	1043	3,9	927	5,3	705	3,8	1632	4,5
Educação Superior Completa	1039	7,7	905	6,9	1944	7,3	1378	7,8	1535	8,3	2913	8,1
Mestrado Completo	0	0,0	0	0,0	0	0,0	11	0,1	13	0,1	24	0,1
Doutorado Completo	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,0	2	0,0	3	0,0
Total	13475	100,0	13168	100,0	26643	100,0	17604	100,0	18455	100,0	36059	100,0

Fonte: MTE. RAIS

Elaboração: DIEESE

*CNAE 95: 2473-2 (Fabricação de artigos de perfumaria e cosméticos)

** CNAE 2.0: 2063-1 (Fabricação de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal)

A remuneração dos trabalhadores, apresentada na Tabela 22, sofreu alterações significativas entre 2000 e 2007 em termos de salário mínimo. Em 2007, 40,4% dos trabalhadores recebiam até 2 salários mínimos mensais, enquanto em 2000 eram apenas 17,5%.

Além disso, em 2007, é possível verificar salários menores entre as mulheres em relação aos homens. Enquanto 32,3% dos homens recebem até 2 salários mínimos, entre as mulheres o percentual chega a 48,1% e para os salários mais altos essa desigualdade de remuneração permanece.

**TABELA 22 – Número de trabalhadores do setor de cosméticos, segundo faixa de salário mínimo
Brasil – 2000/2007**

Faixas de Salário Mínimo	2000*						2007**					
	Homens	%	Mulheres	%	Total	%	Homens	%	Mulheres	%	Total	%
Até 0,5	11	0,1	19	0,1	30	0,1	61	0,3	44	0,2	105	0,3
De 0,51 a 1,00	94	0,7	142	1,1	236	0,9	324	1,8	311	1,7	635	1,8
De 1,01 a 1,50	678	5,0	946	7,2	1.624	6,1	2.551	14,5	3.549	19,2	6.100	16,9
De 1,51 a 2,00	1.104	8,2	1.692	12,8	2.796	10,5	2.745	15,6	4.980	27,0	7.725	21,4
De 2,01 a 3,00	2.309	17,1	3.859	29,3	6.168	23,2	3.697	21,0	4.001	21,7	7.698	21,3
De 3,01 a 4,00	1.503	11,2	1.930	14,7	3.433	12,9	2.139	12,2	1.839	10,0	3.978	11,0
De 4,01 a 5,00	1.250	9,3	1.273	9,7	2.523	9,5	1.331	7,6	896	4,9	2.227	6,2
De 5,01 a 7,00	1.753	13,0	1.106	8,4	2.859	10,7	1.537	8,7	804	4,4	2.341	6,5
De 7,01 a 10,00	1.643	12,2	734	5,6	2.377	8,9	1.152	6,5	477	2,6	1.629	4,5
De 10,01 a 15,00	1.397	10,4	524	4,0	1.921	7,2	802	4,6	287	1,6	1.089	3,0
De 15,01 a 20,00	620	4,6	201	1,5	821	3,1	331	1,9	135	0,7	466	1,3
Mais de 20,00	887	6,6	340	2,6	1.227	4,6	421	2,4	186	1,0	607	1,7
Ignorado	226	1,7	402	3,1	628	2,4	513	2,9	946	5,1	1.459	4,0
Total	13.475	100,0	13.168	100,0	26.643	100,0	17.604	100,0	18.455	100,0	36.059	100,0

Fonte: MTE. RAIS

Elaboração: DIEESE

*CNAE 95: 2473-2 (Fabricação de artigos de perfumaria e cosméticos)

** CNAE 2.0: 2063-1 (Fabricação de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal)

Entre 2000 e 2007, um número significativo de postos de trabalho foi gerado em regiões onde a renda da população em geral é mais baixa e é menor a organização dos trabalhadores deste setor, facilitando a contratação de trabalhadores com salários mais baixos do que aqueles praticados no Sudeste, por exemplo. Os dados da Tabela 23 permitem reafirmar esta situação, uma vez que 58,8% dos trabalhadores do Nordeste e 48,1% dos trabalhadores do Centro-Oeste recebem até 1,5 salário mínimo ao mês, enquanto no Sul e Sudeste o percentual deste mesmo grupo é significativamente menor (28,1% e 13,7%, respectivamente).

**TABELA 23 – Faixa de salário mínimo dos trabalhadores do setor de cosméticos, segundo regiões
Brasil – 2007**

Faixas de Salário Mínimo	Norte	%	Nordeste	%	Sudeste	%	Sul	%	Centro-Oeste	%	Total	%
Até 0,5	0	0,0	9	0,4	88	0,3	6	0,2	2	0,2	105	0,3
De 0,51 a 1,00	11	7,1	188	9,4	328	1,1	75	1,9	33	3,0	635	1,8
De 1,01 a 1,50	78	50,6	984	49,0	3.532	12,2	1.015	26,0	491	44,9	6.100	16,9
De 1,51 a 2,00	29	18,8	268	13,4	6.206	21,5	1.011	25,9	211	19,3	7.725	21,4
De 2,01 a 3,00	13	8,4	291	14,5	6.521	22,6	685	17,5	188	17,2	7.698	21,3
De 3,01 a 4,00	6	3,9	88	4,4	3.435	11,9	369	9,4	80	7,3	3.978	11,0
De 4,01 a 5,00	3	1,9	60	3,0	1.926	6,7	218	5,6	20	1,8	2.227	6,2
De 5,01 a 7,00	4	2,6	45	2,2	2.072	7,2	191	4,9	29	2,7	2.341	6,5
De 7,01 a 10,00	1	0,6	20	1,0	1.478	5,1	114	2,9	16	1,5	1.629	4,5
De 10,01 a 15,00	7	4,5	17	0,8	986	3,4	72	1,8	7	0,6	1.089	3,0
De 15,01 a 20,00	2	1,3	5	0,2	438	1,5	20	0,5	1	0,1	466	1,3
Mais de 20,00	0	0,0	8	0,4	565	2,0	34	0,9	0	0,0	607	1,7
Ignorado	0	0,0	24	1,2	1.324	4,6	95	2,4	16	1,5	1.459	4,0
Total	154	100,0	2.007	100,0	28.899	100,0	3.905	100,0	1.094	100,0	36.059	100,0

Fonte: MTE. RAIS

Elaboração: DIEESE

O tempo de permanência dos trabalhadores no emprego não sofreu mudanças substanciais ao longo dos anos 2000. Tanto em 2000 quanto em 2007 a metade dos trabalhadores permanecia no emprego por até 2 anos (Tabela 24).

TABELA 24 – Número de trabalhadores do setor de cosméticos, segundo tempo de permanência no emprego
Brasil – 2000/2007

Tempo de permanência	2000*						2007**					
	Homens	%	Mulheres	%	Total	%	Homens	%	Mulheres	%	Total	%
Ate 2,9 meses	1.255	9,3	1.358	10,3	2.613	9,8	1.520	8,6	1.768	9,6	3.288	9,1
De 3,0 a 5,9 meses	1.185	8,8	1.117	8,5	2.302	8,6	1.420	8,1	1.590	8,6	3.010	8,3
De 6,0 a 11,9 meses	1.782	13,2	1.775	13,5	3.557	13,4	2.312	13,1	2.494	13,5	4.806	13,3
De 12,0 a 23,9 meses	2.357	17,5	2.401	18,2	4.758	17,9	2.822	16,0	3.311	17,9	6.133	17,0
De 24,0 a 35,9 meses	1.536	11,4	1.568	11,9	3.104	11,7	1.808	10,3	1.829	9,9	3.637	10,1
De 36,0 a 59,9 meses	2.060	15,3	2.121	16,1	4.181	15,7	2.306	13,1	2.571	13,9	4.877	13,5
De 60,0 a 119,9 meses	2.109	15,7	1.950	14,8	4.059	15,2	3.257	18,5	2.814	15,2	6.071	16,8
120 meses ou mais	1.191	8,8	878	6,7	2.069	7,8	2.157	12,3	2.068	11,2	4.225	11,7
Ignorado	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2	0,0	10	0,1	12	0,0
Total	13.475	100,0	13.168	100,0	26.643	100,0	17.604	100,0	18.455	100,0	36.059	100,0

Fonte: MTE. RAIS

Elaboração: DIEESE

*CNAE 95: 2473-2 (Fabricação de artigos de perfumaria e cosméticos)

** CNAE 2.0: 2063-1 (Fabricação de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal)

Em 2007, 15,4 % dos trabalhadores do setor eram alimentadores de linha de produção, sendo que 63% destes eram mulheres e 37% homens. Dentre os trabalhadores ocupados em atividades de embalagem e etiquetagem, 75% eram mulheres e apenas 25% homens. Essa relação se inverte em se tratando de operadores de máquinas, quando 60% são homens e 40% mulheres (Tabela 25).

TABELA 25 – Número de trabalhadores do setor de cosméticos, segundo ocupações
Brasil – 2007

Ocupações	Homens	%	Mulheres	%	Total	%
Alimentadores de linhas de produção	2.043	11,6	3.510	19,0	5.553	15,4
Trabalhadores de embalagem e de etiquetagem	810	4,6	2.421	13,1	3.231	9,0
Escriturários em geral, agentes, assistentes e auxiliares administrativos	989	5,6	2.226	12,1	3.215	8,9
Op. de máquinas e instalações de prod. farmacêuticos, cosméticos e afins	1.818	10,3	1.232	6,7	3.050	8,5
Operadores do comércio em lojas e mercados	765	4,3	1.500	8,1	2.265	6,3
Auxiliares de laboratório da saúde	776	4,4	965	5,2	1.741	4,8
Almoxarifes e armazenistas	930	5,3	152	0,8	1.082	3,0
Trab. nos serviços de manutenção e conservação de edifícios e logradouros	438	2,5	544	2,9	982	2,7
Fiscais e cobradores dos transportes coletivos	420	2,4	553	3,0	973	2,7
Op. de processos das ind. de transf. de prod. químicos, petroquímicos e afins	504	2,9	215	1,2	719	2,0
Mecânicos de manutenção de máquinas industriais	677	3,8	17	0,1	694	1,9
Técnicos de controle da produção	215	1,2	418	2,3	633	1,8
Apontadores e conferentes	356	2,0	205	1,1	561	1,6
Técnicos de vendas especializadas	144	0,8	274	1,5	418	1,2
Analistas de sistemas computacionais	288	1,6	88	0,5	376	1,0
Operadores de máquinas a vapor e utilidades	281	1,6	89	0,5	370	1,0
Operadores de equipamentos de movimentação de cargas	358	2,0	8	0,0	366	1,0
Mantenedores de edificações	180	1,0	175	0,9	355	1,0
Preparadores e operadores de máquinas	279	1,6	59	0,3	338	0,9
Técnicos químicos	132	0,7	175	0,9	307	0,9
Outras ocupações	5.201	29,5	3.629	19,7	8.830	24,5
Total	17.604	100,0	18.455	100,0	36.059	100,0

Fonte: MTE. RAIS

Elaboração: DIEESE

2.5.3. Admissões e desligamentos no Brasil a partir de dados do CAGED

Através dos dados do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED) do MTE verifica-se a movimentação do mercado de trabalho no Brasil.

Entre 2005 e 2007 foram gerados 5.691 novos postos de trabalho no setor de cosméticos brasileiro, com destaque para o ano de 2006 com o maior saldo (2327 novos empregos) entre admitidos e desligados no período. (Tabela 26).

Em 2008, a tendência é de que o saldo de geração de postos de trabalho não atinja patamares similares àqueles verificados nos três anos anteriores. Neste ano o número de trabalhadores admitidos seguiu a tendência observada anteriormente, entretanto o número de desligados foi elevado em todos os meses com dados disponíveis.

**TABELA 26 – Admitidos e desligados no setor de cosméticos
Brasil – 2005/2007**

Meses	2005*			2006*			2007**			2008**			Saldo do período
	Adm	Desl	Saldo	Adm	Desl	Saldo	Adm	Desl	Saldo	Adm	Desl	Saldo	
Dezembro	626	759	-133	724	885	-161	802	1.012	-210	-	-	-	-504
Novembro	931	712	219	1.174	859	315	1.170	931	239	-	-	-	773
Outubro	907	531	376	1.391	611	780	1.124	873	251	-	-	-	1.407
Setembro	773	745	28	1.011	717	294	1.041	830	211	1.220	989	231	764
Agosto	803	680	123	932	831	101	1.118	1.008	110	1.080	1.056	24	358
Julho	769	666	103	1.173	826	347	1.079	959	120	1.178	1.392	-214	356
Junho	854	709	145	905	843	62	1.148	1.031	117	1.299	1.134	165	489
Mai	843	727	116	937	834	103	1.066	1.031	35	1.210	1.049	161	415
Abril	745	722	23	859	668	191	1.135	973	162	1.109	1.038	71	447
Março	973	719	254	1.064	815	249	1.207	1.038	169	1.170	1.133	37	709
Fevereiro	759	636	123	730	733	-3	1.001	877	124	1.074	982	92	336
Janeiro	921	593	328	881	832	49	1.187	856	331	1.105	1.015	90	798
Total	9.904	8.199	1.705	11.781	9.454	2.327	13.078	11.419	1.659	10.445	9.788	657	6.348

Fonte: MTE. CAGED

Elaboração: DIEESE

*CNAE 95: 2473-2 (Fabricação de artigos de perfumaria e cosméticos)

** CNAE 2.0: 2063-1 (Fabricação de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal)

O estado de São Paulo, no mesmo período, seguiu tendência semelhante do que aquela observada nacionalmente no que se refere à movimentação do mercado de trabalho no setor de cosméticos. Entre 2005 e 2007 foram gerados 2.484 novos postos de trabalho, também com destaque para o ano de 2006. Em 2008 a retração na geração de novos postos de trabalho também vem ocorrendo no estado de São Paulo, visto o número elevado de demissões ocorridas ao longo do ano (Tabela 27).

**TABELA 27 – Admitidos e desligados no setor de cosméticos
Estado de São Paulo – 2005/2007**

Meses	2005*			2006*			2007**			2008**			Saldo do período
	Adm	Desl	Saldo	Adm	Desl	Saldo	Adm	Desl	Saldo	Adm	Desl	Saldo	
Dezembro	267	383	-116	297	375	-78	311	430	-119	-	-	-	-313
Novembro	455	272	183	605	370	235	485	408	77	-	-	-	495
Outubro	449	260	189	632	187	445	511	331	180	-	-	-	814
Setembro	326	349	-23	471	267	204	467	330	137	573	383	190	508
Agosto	355	328	27	471	439	32	500	414	86	491	494	-3	142
Julho	321	295	26	601	393	208	605	380	225	543	726	-183	276
Junho	378	333	45	432	415	17	497	453	44	556	542	14	120
Mai	370	273	97	382	355	27	437	466	-29	478	464	14	109
Abril	324	321	3	357	316	41	480	531	-51	471	475	-4	-11
Março	445	311	134	475	336	139	463	578	-115	529	473	56	214
Fevereiro	274	335	-61	294	281	13	362	386	-24	455	461	-6	-78
Janeiro	400	302	98	380	353	27	571	410	161	440	500	-60	226
Total	4.364	3.762	602	5.397	4.087	1.310	5.689	5.117	572	4.536	4.518	18	2.502

Fonte: MTE. CAGED

Elaboração: DIEESE

*CNAE 95: 2473-2 (Fabricação de artigos de perfumaria e cosméticos)

** CNAE 2.0: 2063-1 (Fabricação de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal)

3. O setor de cosméticos em Diadema

Este capítulo apresentará informações sobre o setor de cosméticos especificamente no município de Diadema. Pretende-se, através dos dados disponibilizados, construir um perfil do setor no município, que posteriormente possa subsidiar a ação do poder público na formulação de políticas públicas voltadas para esta atividade econômica.

3.1. O município de Diadema e sua estrutura industrial

Conforme citado anteriormente, o município de Diadema, localizado na Região do ABC Paulista, possui uma das maiores concentrações de empresas e trabalhadores ligados a fabricação de cosméticos no Brasil (27 empresas e 1446 trabalhadores, segundo dados da RAIS 2007), mas este é apenas um dos muitos segmentos industriais presentes no município.

O ABC Paulista – compreendido pelos municípios de Diadema, Mauá, Ribeirão Pires, Rio Grande da Serra, Santo André, São Bernardo do Campo e São Caetano do Sul – como um todo teve o desenvolvimento de sua economia centrado na indústria e desde meados do século passado se destaca como um pólo industrial estratégico do país. Mesmo tendo sofrido com os problemas de redução da atividade industrial e, conseqüentemente, queda nos índices de emprego na década de 90, a região ainda preserva um parque industrial significativo.

Segundo dados da Tabela 28, em 2007, Diadema possuía 4816 estabelecimentos empresariais e 100.488 trabalhadores no mercado formal de trabalho. Desse total, 1503 estabelecimentos (31,2%) e 58.272 trabalhadores (58%) ligados ao setor industrial.

TABELA 28 – Número de estabelecimentos e trabalhadores segundo setores econômicos Diadema – 2007

Setores	Estabelecimentos	Trabalhadores
Indústria	1.503	58.272
Construção civil	136	3.733
Comércio	1.904	14.418
Serviços	1.269	24.061
Agropecuária, extr. vegetal, caça e pesca	4	4
Total	4.816	100.488

Fonte: MTE. RAIS
Elaboração: DIEESE

Do total de 1.503 estabelecimentos e 58.272 trabalhadores do setor industrial, 1497 estabelecimentos (99,6%) e 57.272 trabalhadores (99,2%) são ligados à indústria de transformação (Tabela 29). De maneira mais específica, 402 estabelecimentos e 13.913 trabalhadores são da indústria química (representando 26,9% e 24,1%, respectivamente,

em relação ao total da indústria de transformação). Por fim, a fabricação de produtos de HPPC participa com 6,7% dos estabelecimentos e 10,4% dos trabalhadores da indústria química.

**TABELA 29 – Número de estabelecimentos e trabalhadores segundo setores econômicos
Diadema – 2007**

Setores	Estabelecimentos	Trabalhadores
Indústria	1.503	58.272
Indústria de transformação	1.497	57.827
Ind. química de produtos farmacêuticos, veterinários e perfumaria	402	13.913
Fabricação de produtos de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos	27	1446

Fonte: MTE. RAIS

Elaboração: DIEESE

3.2. A pesquisa de campo

A fim de alcançar o objetivo de conhecer de maneira mais apurada o setor de cosméticos em Diadema, foi realizada uma pesquisa de campo, aplicando um questionário específico sobre o setor (ver Anexo 5).

No que se refere ao setor de cosméticos, conforme afirma o sítio do Pólo de Cosméticos de Diadema, “ao longo dos anos a cidade atraiu uma Cadeia Produtiva completa com centenas de empresas que vão de produtos acabados, matérias primas, máquinas e equipamentos, embalagens, profissionais e serviços, enfim, todo o universo de empresas ligadas ao setor”¹⁰. No entanto, conforme citado na introdução deste relatório, o foco da pesquisa são as empresas fabricantes de produtos de HPPC – consideradas, neste caso, como elo principal da cadeia produtiva. Esse tipo de recorte para análise viabiliza a pesquisa e aponta indicativos sobre as demais atividades que compõem a cadeia.

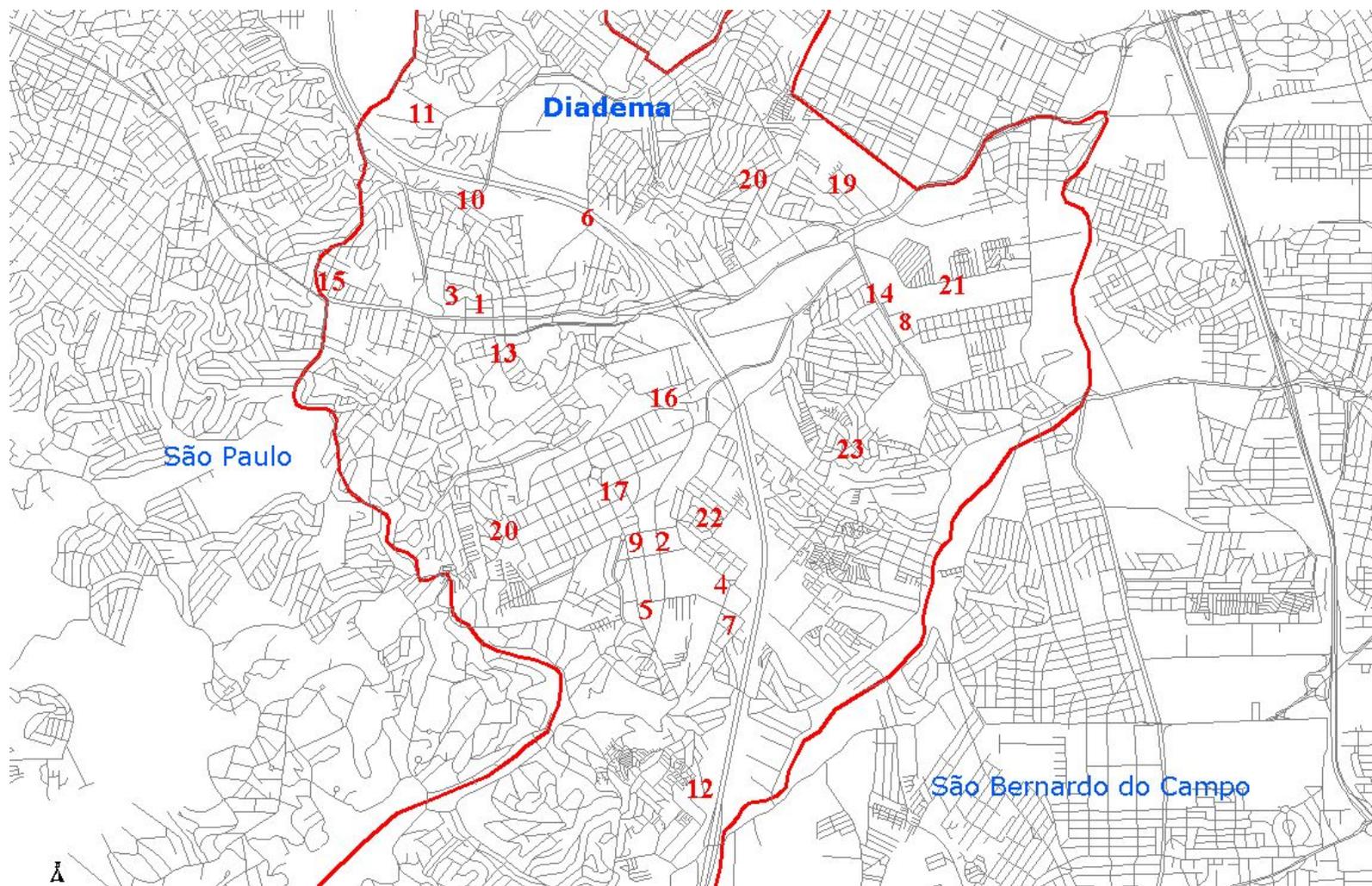
Durante o período de realização da pesquisa, 22 empresas foram entrevistadas, sendo 12 fabricantes de produtos de HPPC e as demais com características diversificadas, mas inseridas na cadeia produtiva do setor. É importante ressaltar a dificuldade enfrentada para que as empresas participassem do processo. A recusa em responder o questionário ocorreu por diferentes motivos, sendo que os principais são a preocupação em manter sigilo sobre as informações da empresa e/ou desconfiança e falta de interesse em relação a ações promovidas pelo poder público.

Dessa forma, com o tamanho da amostra que será trabalhada, as informações apresentadas compõem um painel sobre o setor em Diadema.

¹⁰ Fonte: http://www.polodecosmeticos.com.br/2008/polo_quemsomos.php. Acessado em 20/11/08.

A seguir as empresas entrevistadas estão localizadas em um mapa do município de Diadema (Figura 1) e no Quadro 4 estão relacionadas, a razão social, a CNAE em que está registrada e observações sobre a atividade específica de cada uma delas.

FIGURA 1 – Mapa de Diadema e localização das empresas entrevistadas



QUADRO 4 – Relação de empresas entrevistadas, CNAEs correspondentes e observações sobre a atividade principal

EMPRESA	CNAE	OBSERVAÇÕES
1 Agima Indústria e Com. de Cosméticos LTDA-EPP	2063-1 Fabricação de cosméticos, produtos de perfumaria e higiene pessoal	A fabricação dos produtos é terceirizada.
2 Agro Química Maringá S/A	4684-2 Comércio atacadista de outros produtos químicos e petroquímicos não especificados anteriormente	Distribuidora de produtos químicos, matéria-prima para setor de cosméticos
3 Amiga Indústria e Com. de Cosméticos LTDA-EPP	2063-1 Fabricação de cosméticos, produtos de perfumaria e higiene pessoal	A fabricação dos produtos é terceirizada.
4 Arte dos Aromas Indústria e Com. LTDA-ME	2063-1 Fabricação de cosméticos, produtos de perfumaria e higiene pessoal	Fabricante de cosméticos.
5 Betulla Cosméticos LTDA	2063-1 Fabricação de cosméticos, produtos de perfumaria e higiene pessoal	Fabricante de cosméticos.
6 Cria Sim Produtos de Higiene LTDA_Davene	2063-1 Fabricação de cosméticos, produtos de perfumaria e higiene pessoal	Fabricante de cosméticos.
7 Fixaroma Produtos Técnicos LTDA-EPP	2093-2 Fabricante de aditivos de uso industrial	Fabricante de matéria-prima
8 Fransflor Aromatizantes LTDA	2093-2 Fabricante de aditivos de uso industrial	Fabricante de matéria-prima
9 Gerbras Química Farmacêutica LTDA	2121-1 Fabricante de medicamentos alopáticos para uso humano	Importadora e distribuidora de dermocosméticos
10 Grand Pack Embalagens LTDA	8292-0 Envasamento e empacotamento sob contrato	Envasamento em sachês de cosméticos
11 Grasse Frangrâncias, Essências e Aromas LTDA	2093-2 Fabricante de aditivos de uso industrial	Fabricante de matéria-prima
12 IBA Indústria Brasileira de Aerosóis LTDA - EPP	2063-1 Fabricação de cosméticos, produtos de perfumaria e higiene pessoal	Fabricante de cosméticos.
13 Laboratório Micro Ervas LTDA-ME	2063-1 Fabricação de cosméticos, produtos de perfumaria e higiene pessoal	Fabricante de cosméticos.
14 Mosteiro Devakan Produtos Naturais e Alimentícios LTDA	1099-6 Fabricação de outros produtos alimentícios não especificados anteriormente	Atualmente não produz cosméticos, somente produtos fitoterápicos
15 Navette Indústria e Com. de Cosméticos LTDA ME	2063-1 Fabricação de cosméticos, produtos de perfumaria e higiene pessoal	Fabricante de cosméticos.
16 Prolab Indústria e Com. de Cosméticos LTDA	2063-1 Fabricação de cosméticos, produtos de perfumaria e higiene pessoal	Fabricante de cosméticos.
17 Toirê Indústria e Com. LTDA ME	2229-3 Fabricação de artefatos de material plástico p/ uso pessoal e doméstico	A fabricação dos produtos é terceirizada.
18 Valmari Laboratórios Dermocosméticos LTDA	2063-1 Fabricação de cosméticos, produtos de perfumaria e higiene pessoal	Fabricante de cosméticos.
19 Colorbase Comércio de Produtos Químicos	2071-1 Fabricação de tintas, vernizes, esmaltes, lacas e produtos afins	Fabricante de matéria-prima
20 Bionative Cosméticos LTDA-EPP	2063-1 Fabricação de cosméticos, produtos de perfumaria e higiene pessoal	A fabricação dos produtos é terceirizada.
21 Makeni Chemicals Com. e Ind. de Prod. Químicos LTDA	4684-2 Comércio atacadista de outros produtos químicos e petroquímicos não especificados anteriormente	Distribuidora de produtos químicos, matéria-prima para setor de cosméticos
22 IMA Aerosóis LTDA - EPP	2063-1 Fabricação de cosméticos, produtos de perfumaria e higiene pessoal	Fabricante de cosméticos.
23 Syntonic do Brasil LTDA	2063-1 Fabricação de cosméticos, produtos de perfumaria e higiene pessoal	Fabricante de cosméticos.

Primeiramente serão apresentados os dados referentes às empresas fabricantes de cosméticos – que totalizam 12 estabelecimentos entrevistados. Pretende-se traçar um perfil destes estabelecimentos e avaliar se os aspectos analisados são semelhantes àqueles verificados nacionalmente para o setor (conforme indicado no Capítulo 1). Posteriormente, serão apresentadas informações sobre as demais empresas entrevistadas.

3.3. Perfil das empresas fabricantes de cosméticos entrevistadas

Do total das empresas entrevistadas, seis delas possuíam (50%) até 10 anos de atividades e outras quatro (33,3%) possuíam até 15 anos (Tabela 30). Dessa forma, é possível concluir que quase a totalidade das entrevistadas surgiu no bojo do crescimento do setor verificado no Brasil nos últimos anos. De maneira geral, não se tratam de empresas tradicionais, com produtos e mercados definidos ao longo de muitos anos de atividade.

**TABELA 30 – Tempo de atividade das empresas fabricantes de cosméticos
Diadema – 2007**

Idade das empresas	Abs.	%
1 a 5	3	25,0
6 a 10	3	25,0
11 a 15	4	33,3
16 a 20	1	8,3
mais de 20	1	8,3
Total	12	100,0

Fonte: DIEESE

Elaboração: DIEESE

Dentre os produtos fabricados, a predominância é de produtos para tratamento capilar, principalmente aqueles itens voltados para fixar, modelar, colorir ou descolorir os cabelos, definidos como cosméticos e utilizados por profissionais. Entretanto, também ocorre a produção de xampus e condicionadores (enquadrado entre os produtos de higiene pessoal) e produtos para o corpo como cremes e loções. Foi encontrado um único caso em que constavam sabonetes entre a linha de produtos, mesmo assim com a produção terceirizada. Isso se deve às especificidades e maior complexidade para produção deste item.

A multiplicidade de produtos fabricados é uma característica específica das médias e grandes empresas brasileiras de cosméticos. De maneira geral, as empresas de micro e pequeno porte se especializam em produtos de determinados segmentos – de tratamento capilar, por exemplo – e concentram esforços na tentativa de conquistar mercados para este produto e fixar a marca.

Apenas uma empresa dentre as entrevistadas é de capital estrangeiro, as demais são exclusivamente de capital nacional.

Segundo a lei do Simples nacional¹¹ e critério também adotado pelo Sebrae são consideradas micro empresas aquelas em que o faturamento bruto atual corresponde a até R\$240 mil e empresas de pequeno porte aquelas com faturamento bruto anual entre R\$240 mil e R\$2,4 milhões. Do total de empresas entrevistadas, três podem ser consideradas de porte micro e cinco de pequeno porte (Tabela 31).

A fim de reafirmar a predominância de micro e pequenas empresas em Diadema vale citar o faturamento de algumas empresas brasileiras do setor. Em 2007, a empresa Memphis – tradicional empresa com sede no Rio Grande do Sul – atingiu faturamento de R\$97 milhões, O Boticário alcançou R\$ 832 milhões e a Natura R\$4,3 bilhões.

**TABELA 31 – Faturamento das empresas fabricantes de cosméticos
Diadema – 2007**

Faturamento (R\$)	Abs.	%
Até R\$ 250.000,00	3	25,0
R\$ 250.000,00 a R\$ 450.000,00	2	16,7
R\$ 450.000,00 a R\$ 1.500.000,00	1	8,3
R\$ 1.500.000,00 a R\$ 2.500.000,00	2	16,7
R\$ 2.500.000,00 a R\$ 5.000.000,00	0	0,0
Mais de R\$ 5.000.000,00	3	25,0
Não sabe	1	8,3
Não respondeu	0	0,0
Total	12	100,0

Em relação ao ano anterior (2006), seis empresas afirmaram ter obtido aumento no faturamento, três indicaram manutenção do patamar atingido e uma apresentou diminuição do faturamento (uma não soube informar e a outra não tinha parâmetro devido ao tempo de atividade).

Apesar do porte das empresas de Diadema, mais da metade das entrevistadas realizam investimentos anuais em pesquisa e desenvolvimento para criação de novos produtos ou aprimoramento daqueles que já estão no mercado, sendo que duas empresas indicaram investir até 5% de seu faturamento, três investiram de 6 a 10 % e duas indicaram ter investido mais de 11% de seu faturamento em 2007 (Tabela 32).

¹¹ Simples Nacional: Lei Complementar Federal 123 de 14/12/06.

**TABELA 32 – Percentual de investimento do faturamento em pesquisa e desenvolvimento
Diadema – 2007**

Investimento	Abs.	%
0	5	41,7
1% a 5%	2	16,7
6% a 10%	3	25,0
11% a 15%	1	8,3
mais de 15%	1	8,3
Total	12	100,0

Fonte: DIEESE
Elaboração: DIEESE

Conforme citado anteriormente, a inovação constante dos produtos de HPPC é um critério fundamental para garantir a competitividade das empresas do setor. Nesse sentido, grande parte das empresas entrevistadas afirmou ter agregado valor aos produtos através de mudanças nas fórmulas e design de embalagens, enquanto outras afirmaram ter restringido as modificações às embalagens utilizadas.

A Tabela 33 apresenta os municípios ou regiões do país com as quais as empresas de Diadema estabelecem relações comerciais, seja através da compra de matéria-prima ou fornecimento de embalagens. A Tabela apresenta também a localização de seus principais clientes.

O estado de São Paulo, em especial a capital, tem participação importante no fornecimento de matéria-prima. O município de São Paulo foi apontado por oito empresas – dentre as 12 entrevistadas – como a principal localidade de origem das matérias-primas consumidas para fabricação de cosméticos. O estado de São Paulo como um todo foi citado em duas ocasiões e a Grande São Paulo em apenas uma. Registre-se que o município de Diadema ou a Região do ABC Paulista não foi citado como sede das principais empresas fornecedoras de matéria-prima.

Quanto à localização dos principais fornecedores de embalagens, o destaque também fica com o município de São Paulo, sendo que em grande parte dos casos se tratavam de embalagens de plástico – a principal utilizada para armazenamento dos produtos. O entorno da capital também aparece como importante fornecedor de embalagem com a citação dos municípios de Diadema, Guarulhos e a Grande São Paulo como um todo. Por outro lado, a partir das entrevistas foi possível verificar que praticamente todas as empresas adquirem caixas de papelão para armazenamento dos produtos no próprio município.

Para oito das empresas entrevistadas, as regiões Sul e Sudeste concentram grande parte de seus clientes. Outras possuem o campo de atuação mais restrito, concentrando-se no

estado de São Paulo, na Grande São Paulo ou na capital. Duas delas indicaram possuir clientes em todo o Brasil. A concentração dos clientes nas proximidades do local de fabricação, segundo informações da ABIHPEC, é uma característica própria das micro e pequenas empresas que encontram dificuldade para o alcance de novos mercados.

Dentre as empresas entrevistadas não existem casos de exportação constante de produtos. Foram relatados apenas três casos de exportação, citados como experimentais, que chegaram a no máximo 3% da produção ao longo de 2007.

**TABELA 33 – Localização dos principais fornecedores de matéria-prima, de embalagens e principais clientes das empresas
Diadema – 2007**

Localização dos principais fornecedores de matéria-prima	Abs.
Município de São Paulo	8
Grande São Paulo	1
Estado de São Paulo	2
Outros países	1
Localização dos principais fornecedores de embalagem	Abs.
Diadema	1
Cidade de São Paulo	6
Guarulhos	1
Grande SP	1
Municípios do estado de SP, exceto Capital e Região do ABC	1
Estado de São Paulo	3
Outros estados, exceto Região Sudeste	1
Localização dos principais clientes	Abs.
Cidade de São Paulo	1
Grande São Paulo	2
Estado de São Paulo	3
Estado de Santa Catarina	1
Estado da Bahia	1
Região Sul	4
Região Sudeste	4
Nacional	2

Fonte: DIEESE

Elaboração: DIEESE

Outra característica das empresas de cosméticos de Diadema é a diversidade entre clientes e fornecedores de matéria-prima. A participação do principal cliente nas vendas da empresa chega a até 40% para apenas duas delas (se tratando de empresas em que os produtos não são encaminhados diretamente ao mercado consumidor, mas a outras empresas), enquanto que as demais indicaram uma pulverização de clientes – atingindo no máximo 20% da produção com um mesmo destino. Quanto à participação do principal fornecedor de matéria-prima a situação se repete, predominando a pulverização entre diferentes empresas. O único caso verificado de participação entre 61 e 80% diz respeito à utilização de matéria-prima específica (Tabela 34).

**TABELA 34 – Percentual de participação dos principais clientes e fornecedores de matéria-prima
Diadema – 2007**

Percentual de participação do principal cliente	Abs.	%
0 a 20%	9	75,0
21 a 40%	2	16,7
41 a 60%	0	0,0
61 a 80%	0	0,0
81 a 100%	0	0,0
Não soube informar	1	8,3
Total	12	100,0
Percentual de participação do principal fornecedor	Abs.	%
0 a 20%	7	58,3
21 a 40%	2	16,7
41 a 60%	0	0,0
61 a 80%	1	8,3
81 a 100%	0	0,0
Não soube informar	2	16,7
Total	12	100,0

Fonte: DIEESE

Elaboração: DIEESE

Ainda sobre a relação das fabricantes de cosméticos com fornecedores, percebe-se a existência de exigências mais rígidas de certificações por parte dos fornecedores de matéria-prima e de embalagens, buscando garantir a qualidade dos produtos. Em alguns casos também ocorre a participação dos fornecedores no desenvolvimento de novos produtos.

Mais da metade das empresas entrevistadas utilizam os canais tradicionais de comercialização para que seus produtos cheguem aos consumidores (Tabela 35). Entretanto, na maioria dos casos, a comercialização se dá através de pequenos e médios estabelecimentos, devido à dificuldade de inserção em grandes redes de supermercados ou drogarias, de acesso restrito às grandes empresas do setor. Além da utilização de canais tradicionais, a venda direta a salões de beleza, que cresce significativamente no Brasil, também aparece como uma forma de comercialização utilizada principalmente por empresas fabricantes de produtos de tratamento capilar linha profissional.

**TABELA 35 – Canais de comercialização
Diadema – 2007**

Canais de comercialização	Abs.	%
Venda direta	0	0,0
Lojas de franquias	1	8,3
Vendas por meio de comércio eletrônico	0	0,0
Canais tradicionais de comercialização (atacado e varejo)	7	58,3
Venda direta a salões de beleza ou clínicas de estética	3	25,0
Não se aplica	1	8,3
Total	12	100,0

Fonte: DIEESE

Elaboração: DIEESE

As empresas de cosméticos de Diadema ainda podem aumentar significativamente sua produção. A partir das entrevistas realizadas foram identificadas quatro empresas com grau de utilização da capacidade de produção entre 71 e 80% e apenas uma atingindo de

81 a 85% da capacidade total (Tabela 36). Por outro lado, as demais empresas indicaram não ultrapassar 70% de sua capacidade total. Esses percentuais foram levantados considerando a manutenção do atual turno de trabalho em prática nas empresas consultadas (8 horas diárias e cinco dias por semana), ou seja, em caso de ampliação dos turnos a produção poderia atingir índices mais elevados.

**TABELA 36 – Percentual de utilização da capacidade de produção
Diadema – 2007**

Percentual de utilização da capacidade de produção	Abs.	%
0 a 50 %	1	8,3
51 a 60%	3	25,0
61 a 70%	1	8,3
71 a 80%	4	33,3
81 a 85%	1	8,3
86 a 90%	0	0,0
91 a 100%	0	0,0
Não soube informar	2	16,7
Total	12	100,0

Fonte: DIEESE

Elaboração: DIEESE

Dessa forma, quando questionados se teriam dificuldade de atender um aumento de demanda repentina pelos produtos, 75% dos entrevistados disseram que não. Dentre aqueles que apontaram dificuldade em caso de aumento da demanda, a principal solução para o problema seria a ampliação da planta da fábrica.

De maneira geral, as empresas de cosméticos de Diadema não enfrentam problemas com o maquinário utilizado. Do total de 12 empresas entrevistadas, sete indicaram que o maquinário possui, em média, menos de 5 anos, dois casos de tempo de utilização do maquinário entre 6 e 9 anos e dois casos de empresas com maquinário entre 10 e 19 anos.

Outra característica das empresas entrevistadas é a não utilização de empréstimos bancários para capital de giro, criação de novos produtos ou modernização da planta industrial/abertura de novas plantas. De maneira geral, quando ocorreu a utilização de empréstimos bancários (três casos) o principal destino dos recursos obtidos foi a modernização da planta.

Dentre as prioridades das empresas entrevistadas em caso de um aporte de capital estaria a **melhoria da planta industrial** – seja ampliando a planta existente, seja melhorando a infra-estrutura ou, até mesmo, investindo em uma nova planta – **modernização do maquinário** e, por último, e de maneira pontual, foram indicadas as possibilidades de investimento para **obtenção de certificações e marketing**.

Do total de empresas entrevistadas, quatro delas indicaram terceirizar atividades, sendo duas delas terceirizadoras de atividades meio e duas terceirizadoras de atividades fim. Das que indicaram terceirizar atividades meio, a justificativa apontada foi a concentração no foco da atividade principal da empresa – fabricante de cosméticos – e as terceirizadoras da atividade fim da empresa indicaram como justificativa a redução de custos, sendo que todas as empresas pretendem manter a terceirização das atividades indicadas nos próximos anos.

3.4. Trabalhadores nas empresas de cosméticos de Diadema

Os dados da RAIS oferecem a possibilidade de alcançar um nível de desagregação setorial e municipal detalhado, permitindo obter dados específicos sobre os trabalhadores do setor de cosméticos de Diadema. Dessa forma, a fim de traçar um perfil desses trabalhadores, e identificar possíveis mudanças ocorridas ao longo dos anos 2000, recorreu-se a esta base de dados, tratando da totalidade dos ocupados nas empresas fabricantes de produtos de HPPC em 2000 e 2007. Posteriormente, sobre aspectos relacionados ao mercado de trabalho que não são possíveis de serem captados a partir desta fonte, as informações oriundas da pesquisa de campo serão retomadas.

Assim como observado nos dados nacionais sobre o setor de cosmético, a participação das mulheres se intensificou ao longo dos últimos anos. Em Diadema, em 2000, as mulheres ocupavam 60,6% dos postos de trabalho, já em 2007 o percentual passou para 72%, superando em mais de 20% a média nacional (Tabela 37).

TABELA 37 – Número de estabelecimentos e de trabalhadores do setor de cosméticos, segundo sexo
Diadema – 2000/2007

	Estabelecimentos	Trabalhadores				
		Homens	%	Mulheres	%	Total
2000*	25	661	39,4	1.017	60,6	1.678
2007**	27	405	28,0	1.041	72,0	1.446

Fonte: MTE. RAIS

Elaboração: DIEESE

*CNAE 95: 2473-2 (Fabricação de artigos de perfumaria e cosméticos)

** CNAE 2.0: 2063-1 (Fabricação de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal)

A Tabela 38 apresenta a distribuição dos estabelecimentos segundo porte (baseado no número de trabalhadores ocupados) e trabalhadores entre esses estabelecimentos em 2000 e 2007. A primeira observação possível de ser apontada é a predominância, em 2007, de micro empresas (62,9%), elevando significativamente o percentual de empresas com este perfil em relação a 2000 (44%) e em 2007 a predominância de

trabalhadores ocupados em empresas de grande porte (46,2%), diferentemente do que ocorria em 2000, quando a maior concentração de trabalhadores estava nas empresas de médio porte (81,5%). A geração de postos de trabalho pelas grandes empresas de Diadema difere do cenário nacional (Tabela 24), em que o maior percentual de novos postos de trabalho gerados entre 2000 e 2007 concentrou-se entre as pequenas empresas.

Uma característica interessante da distribuição dos ocupados entre as empresas em 2007 é a concentração de mulheres em grandes empresas. Uma possível explicação para este caso é o maior número de postos de trabalho gerados pelas grandes empresas voltados para embalagem e etiquetagem dos produtos, atividade predominantemente desempenhada por mulheres.

**TABELA 38 – Número de estabelecimentos e de trabalhadores do setor de cosméticos, segundo tamanho dos estabelecimentos
Diadema – 2000/2007**

Vínculos ativos	2000*								2007**							
	Estab.		Trabalhadores						Estab.		Trabalhadores					
	Abs.	%	Homens	%	Mulheres	%	Total	%	Abs.	%	Homens	%	Mulheres	%	Total	%
Nenhum	2	8,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Até 4	5	20,0	4	0,6	6	0,6	10	0,6	11	40,7	7	1,7	18	1,7	25	1,7
De 5 a 9	2	8,0	7	1,1	6	0,6	13	0,8	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
De 10 a 19	4	16,0	34	5,1	22	2,2	56	3,3	6	22,2	28	6,9	51	4,9	79	5,5
De 20 a 49	3	12,0	35	5,3	59	5,8	94	5,6	2	7,4	29	7,2	28	2,7	57	3,9
De 50 a 99	2	8,0	35	5,3	102	10,0	137	8,2	4	14,8	124	30,6	129	12,4	253	17,5
De 100 a 249	4	16,0	240	36,3	287	28,2	527	31,4	3	11,1	129	31,9	235	22,6	364	25,2
De 250 a 499	3	12,0	306	46,3	535	52,6	841	50,1	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
De 500 a 999	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	3,7	88	21,7	580	55,7	668	46,2
1000 ou mais	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Total	25	100,0	661	100,0	1.017	100,0	1.678	100,0	27	100,0	405	100,0	1.041	100,0	1.446	100,0

Fonte: MTE. RAIS

Elaboração: DIEESE

*CNAE 95: 2473-2 (Fabricação de artigos de perfumaria e cosméticos)

** CNAE 2.0: 2063-1 (Fabricação de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal)

Quanto à faixa etária dos trabalhadores, entre 2000 e 2007 não ocorreram mudanças significativas para o conjunto dos ocupados, por outro lado observa-se uma mudança significativa de faixa etária entre homens e mulheres. Os homens ocupados no setor de cosméticos atualmente são mais jovens do que aqueles ocupados em 2000 e com as mulheres ocorreu o processo inverso, sendo as trabalhadoras mais jovens substituídas pelas mais velhas neste período (Tabela 39).

**TABELA 39 – Número de trabalhadores do setor de cosméticos, segundo faixa etária
Diadema – 2000/2007**

Faixa etária	2000*						2007**					
	Homens	%	Mulheres	%	Total	%	Homens	%	Mulheres	%	Total	%
Até 17 anos	9	1,4	1	0,1	10	0,6	2	0,5	2	0,2	4	0,3
18 a 24 anos	171	25,9	272	26,7	443	26,4	141	34,8	212	20,4	353	24,4
25 a 29 anos	139	21,0	243	23,9	382	22,8	104	25,7	306	29,4	410	28,4
30 a 39 anos	192	29,0	348	34,2	540	32,2	108	26,7	385	37,0	493	34,1
40 a 49 anos	114	17,2	127	12,5	241	14,4	36	8,9	116	11,1	152	10,5
50 a 64 anos	33	5,0	26	2,6	59	3,5	12	3,0	20	1,9	32	2,2
65 ou mais	3	0,5	0	0,0	3	0,2	2	0,5	0	0,0	2	0,1
Total	661	100,0	1.017	100,0	1.678	100,0	405	100,0	1.041	100,0	1.446	100,0

Fonte: MTE. RAIS

Elaboração: DIEESE

*CNAE 95: 2473-2 (Fabricação de artigos de perfumaria e cosméticos)

** CNAE 2.0: 2063-1 (Fabricação de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal)

A Tabela 40 apresenta informações sobre o grau de escolaridade dos ocupados no setor de cosméticos de Diadema e verifica-se a mesma alteração ocorrida no perfil dos trabalhadores brasileiros: a elevação do grau de escolaridade, tanto para homens quanto para mulheres.

**TABELA 40 – Número de trabalhadores do setor de cosméticos, segundo grau de escolaridade
Diadema – 2000/2007**

Grau de escolaridade	2000*						2007**					
	Homens	%	Mulheres	%	Total	%	Homens	%	Mulheres	%	Total	%
Analfabeto	5	0,8	4	0,4	9	0,5	0	0,0	0	0,0	0	0,0
Até o 5º ano Incompleto do Ensino Fundamental	39	5,9	26	2,6	65	3,9	2	0,5	6	0,6	8	0,6
5º ano Completo do Ensino Fundamental	53	8,0	75	7,4	128	7,6	10	2,5	25	2,4	35	2,4
Do 6º ao 9º ano Incomp. do Ensino Fundamental	85	12,9	136	13,4	221	13,2	21	5,2	75	7,2	96	6,6
Ensino Fundamental Completo	116	17,5	225	22,1	341	20,3	49	12,1	173	16,6	222	15,4
Ensino Médio Incompleto	99	15,0	143	14,1	242	14,4	36	8,9	132	12,7	168	11,6
Ensino Médio Completo	167	25,3	261	25,7	428	25,5	233	57,5	542	52,1	775	53,6
Educação Superior Incompleta	41	6,2	62	6,1	103	6,1	22	5,4	28	2,7	50	3,5
Educação Superior Completa	56	8,5	85	8,4	141	8,4	32	7,9	56	5,4	88	6,1
Mestrado Completo	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	3	0,3	3	0,2
Doutorado Completo	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1	0,1	1	0,1
Total	661	100,0	1.017	100,0	1.678	100,0	405	100,0	1.041	100,0	1.446	100,0

Fonte: MTE. RAIS

Elaboração: DIEESE

*CNAE 95: 2473-2 (Fabricação de artigos de perfumaria e cosméticos)

** CNAE 2.0: 2063-1 (Fabricação de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal)

Também em processo semelhante àquele observado nacionalmente, ocorreu uma redução significativa da média salarial do setor. Enquanto em 2000 98% dos trabalhadores recebiam mais de 2 salários mínimos, em 2007 o percentual foi reduzido para 59,5% (Tabela 41). As mulheres, apesar de maioria no setor, seguem com salários inferiores aos dos homens.

**TABELA 41 – Número de trabalhadores do setor de cosméticos, segundo faixa de salário mínimo
Diadema – 2000/2007**

Faixas de salário mínimo	2000*						2007**					
	Homens	%	Mulheres	%	Total	%	Homens	%	Mulheres	%	Total	%
Até 0,5	1	0,2	2	0,2	3	0,2	0	0,0	1	0,1	1	0,1
De 0,51 a 1,00	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	5	0,5	5	0,3
De 1,01 a 1,50	2	0,3	7	0,7	9	0,5	14	3,5	24	2,3	38	2,6
De 1,51 a 2,00	7	1,1	14	1,4	21	1,3	55	13,6	486	46,7	541	37,4
De 2,01 a 3,00	154	23,3	397	39,0	551	32,8	132	32,6	274	26,3	406	28,1
De 3,01 a 4,00	111	16,8	199	19,6	310	18,5	75	18,5	68	6,5	143	9,9
De 4,01 a 5,00	95	14,4	123	12,1	218	13,0	33	8,1	39	3,7	72	5,0
De 5,01 a 7,00	104	15,7	88	8,7	192	11,4	34	8,4	38	3,7	72	5,0
De 7,01 a 10,00	73	11,0	68	6,7	141	8,4	32	7,9	25	2,4	57	3,9
De 10,01 a 15,00	61	9,2	60	5,9	121	7,2	13	3,2	14	1,3	27	1,9
De 15,01 a 20,00	22	3,3	16	1,6	38	2,3	7	1,7	1	0,1	8	0,6
Mais de 20,00	27	4,1	15	1,5	42	2,5	4	1,0	3	0,3	7	0,5
Ignorado	4	0,6	28	2,8	32	1,9	6	1,5	63	6,1	69	4,8
Total	661	100,0	1.017	100,0	1.678	100,0	405	100,0	1.041	100,0	1.446	100,0

Fonte: MTE. RAIS

Elaboração: DIEESE

*CNAE 95: 2473-2 (Fabricação de artigos de perfumaria e cosméticos)

** CNAE 2.0: 2063-1 (Fabricação de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal)

Quanto ao tempo de permanência dos trabalhadores no emprego, em 2000, aproximadamente 30% dos trabalhadores permanecia por até 1 ano no emprego, 30% de 1 a 2 anos e os demais (aproximadamente 40%) por mais de 2 anos. Em 2007, o percentual de permanência por até 1 ano era semelhante em relação à 2000, 17,4% permanecia de 1 a 2 anos e os demais, mais de 50% dos ocupados, permanecia mais de 2 anos (Tabela 42).

**TABELA 42 – Número de trabalhadores do setor de cosméticos, segundo tempo de permanência no emprego
Diadema – 2000/2007**

Tempo de permanência	2000*						2007**					
	Homens	%	Mulheres	%	Total	%	Homens	%	Mulheres	%	Total	%
Até 2,9 meses	55	8,3	89	8,8	144	8,6	75	18,5	90	8,6	165	11,4
De 3,0 a 5,9 meses	119	18,0	95	9,3	214	12,8	49	12,1	70	6,7	119	8,2
De 6,0 a 11,9 meses	57	8,6	76	7,5	133	7,9	40	9,9	99	9,5	139	9,6
De 12,0 a 23,9 meses	199	30,1	362	35,6	561	33,4	83	20,5	168	16,1	251	17,4
De 24,0 a 35,9 meses	70	10,6	84	8,3	154	9,2	43	10,6	68	6,5	111	7,7
De 36,0 a 59,9 meses	70	10,6	150	14,7	220	13,1	47	11,6	318	30,5	365	25,2
De 60,0 a 119,9 meses	61	9,2	120	11,8	181	10,8	49	12,1	187	18,0	236	16,3
120 meses ou mais	30	4,5	41	4,0	71	4,2	19	4,7	41	3,9	60	4,1
Total	661	100,0	1.017	100,0	1.678	100,0	405	100,0	1.041	100,0	1.446	100,0

Fonte: MTE. RAIS

Elaboração: DIEESE

*CNAE 95: 2473-2 (Fabricação de artigos de perfumaria e cosméticos)

** CNAE 2.0: 2063-1 (Fabricação de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal)

Quase a metade dos ocupados no setor de cosméticos de Diadema são trabalhadores responsáveis pela embalagem e etiquetagem dos produtos, sendo uma atividade predominantemente feminina, conforme citado (Tabela 43). Os homens concentram-se em atividades mais técnicas, o que pode justificar também as diferenças salariais.

**TABELA 43 – Número de trabalhadores do setor de cosméticos, segundo ocupações
Diadema – 2007**

Ocupações	Homens	%	Mulheres	%	Total	%
Trabalhadores de embalagem e de etiquetagem	45	11,1	618	59,4	663	45,9
Escriturários em geral, agentes, assistentes e auxiliares administrativos	12	3,0	77	7,4	89	6,2
Alimentadores de linhas de produção	39	9,6	12	1,2	51	3,5
Afiadores e polidores de metais	5	1,2	45	4,3	50	3,5
Almoxarifes e armazenistas	39	9,6	7	0,7	46	3,2
Técnicos de controle da produção	8	2,0	35	3,4	43	3,0
Operadores do comércio em lojas e mercados	4	1,0	34	3,3	38	2,6
Trab. na fabricação de cachaça, cerveja, vinhos e outras bebidas	17	4,2	13	1,2	30	2,1
Op. de máquinas e instalações de produtos farmacêuticos, cosméticos	25	6,2	3	0,3	28	1,9
Apontadores e conferentes	20	4,9	3	0,3	23	1,6
Demais ocupações	191	47,2	194	18,6	385	26,6
Total	405	100,0	1.041	100,0	1.446	100,0

Fonte: MTE. RAIS

Elaboração: DIEESE

*CNAE 95: 2473-2 (Fabricação de artigos de perfumaria e cosméticos)

** CNAE 2.0: 2063-1 (Fabricação de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal)

Retomando os dados obtidos a partir da pesquisa de campo, foi possível levantar os benefícios oferecidos aos trabalhadores. O vale-transporte foi o benefício mais citado (11 casos do total de 12 entrevistas), seguido pelo convênio médico (seis casos), cesta básica (cinco casos) e vale-refeição (quatro casos). Por último, foram citados seguro de vida (dois casos) e convênio odontológico (um caso).

Quanto à Participação nos Lucros e Resultados (PLR), apenas três empresas afirmaram não realizar o pagamento. Dentre aquelas que efetivam o pagamento de PLR, apenas uma afirmou efetuar o pagamento a partir de valor estipulado por acordo coletivo, enquanto as demais cumprem o estipulado através da convenção coletiva. Além da PLR, duas empresas indicaram oferecer outra remuneração associada ao desempenho dos trabalhadores.

Provavelmente devido ao porte das empresas consultadas, apenas uma delas afirmou possuir Plano de Cargos e Salários (PCS), mas outras cinco apontaram interesse em implementar nos próximos anos.

No que se refere à jornada de trabalho, cinco empresas afirmaram ter necessitado que os trabalhadores realizassem hora-extra nos últimos seis meses. Deste grupo, em dois casos a realização de hora-extra nos últimos 6 meses ocorreu em apenas 1 mês, em dois casos ocorreu entre 2 e 4 meses e em um caso ocorreu entre 5 e 6 meses.

Em apenas uma empresa entrevista foi indicada a ocorrência de doenças ocupacionais nos últimos dois anos – atingindo apenas um trabalhador.

Qualificação profissional

Atualmente não há disponibilidade no mercado de cursos específicos para trabalhadores ligados à produção no setor de cosméticos. Ao contrário do que ocorre nos setores de metalurgia ou outros segmentos da indústria química, por exemplo, não é possível encontrar oferta de cursos específicos para este setor sendo disponibilizados pelas escolas do Sistema S, outras escolas técnicas ligadas ao Governo Federal ou governos estaduais ou escolas privadas. Possíveis justificativas para essa escassez de oferta podem estar ligadas à simplicidade do processo produtivo na fabricação de cosméticos ou ao crescimento relativamente recente desta atividade econômica.

O Governo do Estado de São Paulo anunciou no início de 2008 a construção de uma unidade da FATEC (Faculdades de Tecnologia) em Diadema. A partir da importância do setor de cosméticos no município, foi incluído no projeto da faculdade o oferecimento de um curso técnico de cosmetologia. Segundo a Revista Livre Mercado¹² a previsão para início das atividades da FATEC Diadema é o final do segundo semestre de 2008, contando com a participação da Prefeitura do município em questões fundamentais para a concretização da proposta.

Dentre as empresas entrevistadas não foi possível verificar uma preocupação específica com a questão da qualificação profissional, provavelmente ocasionada pela ausência de possibilidades de cursos no mercado e pelas práticas de treinamento criadas pelas próprias empresas. Os entrevistados indicam apenas a necessidade de realizar treinamentos internos à empresa ou cursos com conteúdos mais gerais como boas práticas de fabricação. Os treinamentos internos às empresas já ocorrem com frequência, conforme citado pelos entrevistados, tanto para trabalhadores ligados à produção quanto trabalhadores de setores administrativos. Mesmo assim, grande parte dos entrevistados se mostrou interessada em participar de projetos de qualificação que contem com a participação do poder público local ou do sindicato de trabalhadores.

A simplicidade do processo produtivo acarreta também na simplificação do processo de contratação dos trabalhadores, sendo que grande parte dos entrevistados indicaram não encontrar dificuldades para contratar trabalhadores, seja por falta de experiência seja por falta de qualificação.

¹² Fonte: <http://www.livremercado.com.br/2007/10/16.htm>. Acessado em 26/10/08.

3.5. A relação das empresas fabricantes de cosméticos com o poder público e organizações de apoio

As empresas foram questionadas sobre a avaliação que possuem a respeito de alguns aspectos específicos de Diadema. Quanto à infra-estrutura e a logística do município a avaliação foi positiva por parte da maioria dos entrevistados, principalmente devido ao fácil acesso a rodovias.

A tributação municipal, de maneira geral, foi apontada como uma questão indiferente e o poder público municipal dividiu a opinião dos entrevistados entre favorável e indiferente para o negócio.

A existência de número significativo de empresas de cosméticos no município foi avaliada por metade das empresas como favorável e pela outra metade como indiferente, mesma avaliação feita sobre o sindicato de trabalhadores.

Do total de empresas entrevistadas, quatro afirmaram ser filiadas à ABIHPEC e três indicaram a intenção de se filiar. Ao Pólo de Cosméticos de Diadema, seis empresas são filiadas e uma tem a pretensão de se filiar. As empresas filiadas ao Pólo apontam como principal benefício desta filiação a obtenção rápida e constante de informações sobre o setor, além das iniciativas de formação sobre aspectos da gestão empresarial, a participação em eventos do setor, consultorias nas áreas de marketing, auxílio no desenvolvimento de novos produtos e estudos sobre as possibilidades de exportação. Quanto à participação em feiras, a principal vantagem apontada é a visibilidade da marca.

Também foi solicitado aos entrevistados que fizessem uma avaliação da legislação que regulamenta o setor e das atividades realizadas pela ANVISA e pela Vigilância Sanitária (VISA) de Diadema. Quanto à legislação, todos os entrevistados afirmaram ser necessária a regulamentação a fim de evitar a prática de concorrência desleal com empresas que utilizam produtos proibidos na composição dos produtos. No entanto, grande parte dos entrevistados indica a necessidade de um trabalho intenso de esclarecimento sobre tais exigências, anterior a autuação pelos órgãos responsáveis – tanto a ANVISA quanto a VISA. Um problema apontado pelos entrevistados diz respeito ao excesso de burocracia e a lentidão na entrega de autorizações para comercialização de produtos expedidas pela ANVISA. A VISA de Diadema, por sua

vez, foi alvo de críticas também no que se refere a demora nos processos de autorização para funcionamento e falta de continuidade no acompanhamento das empresas.

3.6. Perfil das demais empresas entrevistadas

Conforme citado anteriormente, além das empresas fabricante de cosméticos, outras empresas inseridas na cadeia produtiva do setor localizadas em Diadema foram entrevistadas. O grupo de 10 empresas foi composto majoritariamente por fornecedoras de insumos para empresas fabricantes de cosméticos, fabricante de dermocosméticos, envasadora de produtos e fabricante de produtos de higiene pessoal produzidos a partir de material plástico.

Dentre as fornecedoras de insumos, todas elas são de capital nacional e a maioria atingiu mais de R\$5 milhões em faturamento bruto em 2007¹³ (apenas uma empresa apontou faturamento de até R\$250 mil e outra não forneceu a informação), prevalecendo em todas elas aumento em relação ao faturamento de 2006.

O fornecimento médio mensal de insumos para o setor de cosméticos – visto que os mesmos produtos podem ser direcionados para indústria alimentícia e de bebidas, farmacêutica, de fertilizantes, entre outros segmentos – entre as empresas entrevistadas varia entre 6 e 80% da produção.

Os insumos distribuídos pelas empresas entrevistadas têm origem, principalmente, no estado de São Paulo e em outros países (caracterizando apenas a distribuição de matéria-prima importada). Os principais clientes dessas empresas também estão localizados no estado de São Paulo.

Ainda sobre o mesmo grupo de empresas, a infra-estrutura e a logística do município foram avaliadas como positivas e a existência de um número significativo de empresas de cosméticos em Diadema foi considerada indiferente para o desempenho da empresa por metade do grupo e favorável pela outra metade. A maior parte das empresas é filiada ao Pólo de Cosméticos, mas ressaltam que as vantagens dessa filiação são restritas às empresas fabricantes de cosméticos.

As demais empresas entrevistadas são filiadas ao Pólo de Cosméticos e participam das ações coletivas promovidas pela Associação.

¹³ Uma das empresas entrevistadas possuía apenas 6 meses de funcionamento.

4. Iniciativas voltadas para o setor e os atores sociais envolvidos em âmbito nacional e local

Este capítulo tem por objetivo apresentar iniciativas que já são executadas por diferentes instituições visando apoiar o crescimento das empresas brasileiras fabricantes de cosméticos e que poderão ser utilizadas como referência no caso de iniciativas a serem implementadas em Diadema.

4.1. Política de Desenvolvimento Produtivo 2008 (PDP) – Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC)

O Governo Federal, através do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC), elaborou e busca implementar a Política de Desenvolvimento Produtivo (PDP), divulgada em abril de 2008, visando manter os atuais resultados econômicos do país e propiciar condições para avanços neste processo. De maneira geral, o Programa busca dar sustentabilidade ao atual ciclo de expansão através das seguintes iniciativas:

- Ampliação da capacidade de oferta para enfrentar uma demanda em expansão;
- Preservação da robustez do balanço de pagamentos, sustentando uma taxa elevada de expansão das exportações;
- Elevação da capacidade de inovação das empresas brasileiras;
- Fortalecimento das micro e pequenas empresas¹⁴.

O setor de HPPC se insere na PDP no âmbito do Programa para Fortalecer a Competitividade, sendo os principais objetivos para este setor a ampliação da inserção externa das empresas brasileiras fabricantes de cosméticos, associação da marca “Brasil” aos biomas brasileiros e aumento da competitividade das empresas de pequeno porte.

Estratégias: conquista de mercados e diferenciação (biomas brasileiros)

Objetivo: (i) ampliar inserção externa; (ii) associar marca Brasil aos biomas brasileiros; (iii) aumentar a competitividade das empresas de pequeno porte

¹⁴ Fonte: <http://www.mdic.gov.br/pdp/index.php/sitio/conteudo/conteudo/1/0/19>

A Figura 2 apresenta um resumo da atual situação do setor no país, a meta estabelecida pelo Programa e os principais desafios a serem enfrentados para atingir esta meta.

FIGURA 2 – Diagnóstico do setor, metas a serem cumpridas e desafios no âmbito do PDP

SITUAÇÃO ATUAL	METAS	DESAFIOS	GESTÃO DO PROGRAMA
<ul style="list-style-type: none"> ■ Terceiro mercado consumidor mundial (1º Estados Unidos, 2º Japão) ■ Grande concentração de empresas de pequeno porte: gargalos de gestão e tecnologia ■ Áreas com maior potencial de inovação: cuidado dos cabelos e cuidado da pele ■ Necessidade de ajuste do marco legal-regulatório 	<p>US\$ 700 milhões de exportações em 2010</p> <p>(crescimento médio anual de 10%)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ Desenvolver cultura exportadora ■ Elevar padrão tecnológico e produtivo ■ Ajustar a legislação sanitária e os marcos legais ■ Consolidar o produto brasileiro como sinônimo de qualidade e uso sustentável dos biomas brasileiros 	MDIC

Também já estão indicados, a partir de levantamento realizado para elaboração do Programa, as principais iniciativas necessárias para se alcançar o objetivo colocado para o setor de cosméticos (Figura 3).

FIGURA 3 – Iniciativas e recursos

INICIATIVAS	MEDIDAS E RECURSOS	RESP.
Financiamento	AApoiar fixação de marcas no exterior e investimentos que utilizem biodiversidade brasileira como matéria-prima	APEX BNDES FINEP
Inovação e diferenciação	<ul style="list-style-type: none"> ■ Promover iniciativas que ampliem o acesso ao financiamento para inovação e à informação tecnológica, com ênfase no uso de tecnologias estratégicas (biotecnologia e nanotecnologia) ■ Promover iniciativas para aperfeiçoar o marco legal: <ul style="list-style-type: none"> ■ lei de acesso ao patrimônio genético e ao conhecimento tradicional associado à biodiversidade ■ legislação sanitária 	ANVISA MCT MMA SUFRAMA CBA INPI
Fortalecimento das empresas	<ul style="list-style-type: none"> ■ - Em projetos de APL, priorizar a adequação à regulamentação sanitária ■ - Ampliar programas de capacitação em gestão empresarial e em comércio exterior inclusive em rótulos, embalagem, dossiê de produtos ■ - Promover o reconhecimento mútuo da regulação entre os países do Mercosul 	SEBRAE APEX ANVISA INPI

A Figura a seguir aponta os instrumentos já existentes que poderão ser utilizados para atingir as metas e superar os desafios colocados pelo Programa.

FIGURA 4 – Instrumentos disponíveis

DESAFIOS	INSTRUMENTOS							
Expandir exportações	BNDES: EXIM	APEX/MDIC/CAMEX: Programa Setorial Integrado, Promoção Comercial e Barreiras Técnicas e Ex – Tarifário para BK			ABNT: normas técnicas	MRE/ANVISA: acordos regionais de homologação e reconhecimento mútuo	ANVISA: regulamentação sanitária nacional e internacional	
Desenvolver cultura exportadora	Lei de Inovação: incentivos fiscais		MCT MDIC: PROGEX	SEBRAE: capacitação e consultoria		INPI: gestão da propriedade intelectual	ABDI: articulação	
Elevar padrão tecnológico e produtivo	BNDES: produção, Modernmaq, Cartão BNDES, Proinovação	Lei de Inovação: incentivos fiscais	FINEP: subvenção, crédito, capital risco	SUFRAMA CBA: desenv. de produtos e protocolos	SENAI: formação e treinamento	SEBRAE: capacitação e acesso a tecnologia e mercados	MCT: Programa Nacional Nanotecnologia	ANVISA: regulamentação sanitária
Adequar e Adaptar a Legislação Sanitária e Marcos Legais	INMETRO: metrologia e certificação	MMA: acesso ao patrimônio genético e ao conhecimento tradicional	INPI: gestão da propriedade intelectual	MDIC/ABDI: fórum de competitividade e plano estratégico setorial		SUFRAMA: propostas de PPB	ANVISA: regulamentação sanitária nacional e internacional	
Consolidar marca Brasil	APEX/MDIC: promoção comercial				INPI: promoção de depósitos de patentes e registro de marcas no exterior			

No âmbito do Governo Federal também podem ser citadas as iniciativas do Fórum de Competitividade – sob a coordenação do MDIC – da Política Industrial, Tecnológica e de Comércio Exterior (PITCE) – com objetivo principal de promover maior inserção do país no comércio internacional, sendo parte integrante do conjunto de medidas previstas no PPA –, programas específicos para micro e pequenas empresas do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico (BNDES), além de programas voltados para arranjos produtivos locais do MTE e do próprio MDIC.

4.2. Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC)

Conforme indica o sítio da Associação na internet, a ABIHPEC, fundada em 27 de abril de 1995, é uma “entidade que representa, nacional e internacionalmente, empresas relacionadas à produção, promoção e comercialização de produtos acabados e insumos destinados aos cuidados pessoais”¹⁵. Atualmente a ABIHPEC conta com aproximadamente 320 associados em todo o Brasil, oferecendo serviços que contribuam

¹⁵ Fonte: <http://www.abihpec.org.br/quemosomos.php?parametro=16>. Acessado em 10/10/2008.

para o desenvolvimento da indústria de HPPC como assessorias nas áreas de comércio exterior, marketing, meio ambiente e sobre questões técnicas e regulatórias.

As informações sobre as estratégias de atuação da ABIHPEC foram obtidas a partir de entrevista realizada em 16/06/2008 com o Diretor Executivo da Associação – Sr Manoel Simões.

Um dos projetos de atuação da ABIHPEC no momento é o incentivo à criação e desenvolvimento de núcleos regionais. Essa ação tem se concentrado nos municípios de Porto Alegre/RS, Curitiba/PR, Rio de Janeiro/RJ, Ribeirão Preto/SP, Belo Horizonte/MG, Salvador/BA, Recife/PE e Fortaleza/CE, além de contatos iniciais em Belém/PA, Manaus/AM e Goiânia/GO. Esta ação regional visa:

- Realizar um levantamento das dificuldades que as empresas enfrentam para o crescimento e elaborar programas específicos para cada uma das necessidades;
- Auxiliar as empresas no processo de regularização junto a ANVISA;
- Auxiliar as empresas na adequação em relação às normas que regulamentam o setor;
- Incentivar as boas práticas de gestão.

O projeto é viabilizado através de recursos oriundos da Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial (ABDI) e do Sebrae. Além do apoio financeiro, o Sebrae tem papel fundamental no projeto na medida em que realiza também um trabalho de articulação, implementando a proposta de arranjo produtivo local disseminada pela instituição.

Neste trabalho realizado pela ABIHPEC foi possível identificar que as principais dificuldades enfrentadas pelas empresas do setor concentram-se em:

- Dificuldade de acesso ao mercado para além da região de produção das empresas. Tal dificuldade é justificada por problemas na concepção dos produtos e pela concorrência gerada pelo grande número de empresas devido ao crescimento significativo do setor nos últimos anos, além dos elevados custos de distribuição;
- Custos elevados para realização de testes dos produtos em laboratórios.

A experiência do núcleo de Curitiba, que reúne hoje 50 empresas, foi apontada como aquela de maior êxito dentre as realizadas. O Sebrae local possui uma participação importante para o sucesso da experiência. Já as outras experiências enfrentam dificuldades para atrair os empresários locais.

No que se refere à regulamentação do setor, a ABIHPEC tem trabalhado junto a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA) buscando modernizar os procedimentos de fiscalização. Até o momento o principal avanço obtido foi a maior agilidade no registro de produtos. Neste âmbito, os principais avanços que ainda precisam ser promovidos, segundo a ABIHPEC, estão relacionados à unificação de registros de produtos no Mercosul e, posteriormente, na América Latina. Como o Brasil trata-se do terceiro maior mercado consumidor de produtos cosméticos do mundo, a Associação busca também a aproximação com os órgãos responsáveis pela fiscalização de produtos na Europa. Por último, a ABIHPEC busca promover a atualização do decreto 77, que trata da definição de produtos, que está ultrapassado.

Na nova política de desenvolvimento produtivo anunciada pelo governo federal em meados de abril, o setor está presente e busca-se, basicamente, reforçar os pleitos já mencionados de unificação de registros de produtos no Mercosul e, posteriormente, na América Latina.

A ABIHPEC aponta uma falta de política de qualificação de trabalhadores específica para o setor, visto que o Senai não atende essa necessidade. Normalmente, as grandes empresas oferecem treinamentos aos trabalhadores. Além disso, aponta como um problema nacional que impacta o trabalho no setor a formação básica dos trabalhadores (leitura e escrita).

Além da ABIHPEC, outras entidades empresariais podem contribuir para o crescimento do setor, como a Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP) e o Centro das Indústrias do Estado de São Paulo.

4.3. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE)

Outra instituição que contribui para a estruturação e o crescimento do setor de cosméticos no Brasil é o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

(SEBRAE). Trata-se de uma entidade privada sem fins lucrativos que tem por finalidade “promover a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos empreendimentos de micro e pequeno porte”¹⁶.

Dentre as diversas formas de atuação do SEBRAE, uma delas é o SEBRAE Setorial com iniciativas voltadas para setores específicos como é o caso do setor de cosméticos. O principal foco de atuação é a busca do fortalecimento das micro e pequenas empresas através de projetos coletivos que busquem criar formas de cooperação entre os empreendimentos.

4.4. Diadema - Pólo brasileiro do cosmético

Desde maio de 2002, diversas atividades voltadas para o setor de cosméticos ocorrem no município de Diadema. No início do processo as principais organizações envolvidas foram o Sindicato dos Químicos do ABC, com forte presença em Diadema, cidade em que se situa uma das três sub-sedes regionais da entidade, o SESI de Diadema e a Prefeitura do município. O objetivo principal era promover o crescimento e a competitividade das empresas do setor na região, contribuindo para melhoria das condições de trabalho.

Conforme as atividades foram sendo organizadas, a Secretaria de Desenvolvimento Econômico de Diadema passou a exercer a coordenação do processo. Durante este período a principal conquista do grupo envolvido pode ser considerada a caracterização do município como referência para o setor de cosméticos no Brasil, através de uma campanha de marketing. Além disso, a projeção nacional do município como referência no setor de cosméticos se concretizou com a participação coletiva das empresas do município em feiras nacionais e internacionais do setor.

Em 23 de março de 2004, a Lei Municipal 2.237 cria oficialmente o Pólo Brasileiro do Cosmético e em novembro do mesmo ano o Pólo se transforma em uma associação independente, com razão social e personalidade jurídica própria.

Nos últimos anos o Pólo expandiu sua atuação trazendo empresas do setor localizadas em outros municípios do ABC Paulista para seu quadro de associadas, sendo que 80% das filiadas são pequenas empresas com até 10 funcionários.

¹⁶ Fonte: <http://www.sebrae.com.br/customizado/sebrae/institucional/quem-somos/sebrae-um-agente-de-desenvolvimento>. Acessado em 25/09/08.

Os principais serviços oferecidos, parte deles viabilizados através de parceria com o Sebrae Regional, se concentram nas áreas de gestão empresarial, marketing, tributária, aquisição conjunta de matéria-prima, informações sobre o setor, entre outras.

O Pólo de Cosméticos aponta as principais dificuldades que estão sendo enfrentadas pelas empresas da região. Especificamente em Diadema há indicação de falta de incentivo fiscal para que as empresas permaneçam no município – iniciativa que vem sendo ofertada com frequência por alguns municípios do estado de São Paulo. Além disso, e referindo-se ao conjunto de empresas da região, o Pólo aponta a necessidade de capacitação em gestão empresarial para micro e pequenas empresas e ampliação das possibilidades de acesso a financiamento.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Atualmente, um dos grandes desafios enfrentados pelos poderes públicos locais, em âmbito nacional, é a identificação das possibilidades que esta esfera de governo possui enquanto fomentador da economia dos municípios em um contexto de economia mundializada e sob controle de empresas transnacionais. Trata-se de uma tarefa difícil identificar de que forma as prefeituras podem interferir de maneira propositiva, possibilitando o impulso das atividades econômicas, a geração de empregos e a elevação da renda da população sem utilizar exclusivamente dos mecanismos próprios de guerra fiscal. No entanto, pode-se apontar algumas possibilidades.

Nos últimos anos, a principal via apontada como possibilidade de promover um crescimento sustentável da atividade econômica em municípios de pequeno e médio porte é a ação conjunta e integrada. Seja através da constituição de pólos, *clusters*, distritos industriais ou arranjos produtivos locais, a atuação coordenada de micro e pequenas empresas e outros atores participantes da economia local indicam a possibilidade de contribuir para o desenvolvimento da economia local.

Além da concentração de empresas e a ação conjunta entre elas como facilitadora de um processo de crescimento, a questão da regionalidade também retomou sua força. Dessa forma, acredita-se que os limites municipais para atuação no fomento a atividades econômicas demanda uma ampliação da referência territorial pode ser um elemento fundamental para alcançar os objetivos propostos.

No caso de Diadema e do Pólo de Cosméticos do município, as informações apresentadas ao longo deste relatório viabilizam a identificação de alguns pontos que podem ser trabalhados pela municipalidade ou, preferencialmente, em âmbito regional para propiciar maior competitividade do setor. De qualquer forma, para cada um dos pontos apresentados a seguir é necessário conhecer os programas de apoio já colocados em prática por diversas instituições (como algumas indicações presentes no Capítulo 3 deste relatório) e que podem servir de referência para a experiência de Diadema.

As indústrias fabricantes de cosméticos de Diadema, em sua grande maioria, são empresas de micro e pequeno porte e, conseqüentemente, enfrentam os mesmos problemas que o conjunto de empresas brasileiras com essas mesmas características. Os problemas enfrentados vão desde questões básicas da atividade empresarial, como falta

de capacitação para gestão do negócio, a questões relacionadas à sustentação da competitividade da empresa, como as dificuldades para acesso a mercados, obtenção de financiamentos, acesso a tecnologia, entre outros.

As informações sobre as empresas de cosméticos de Diadema obtidas através das entrevistas realizadas indicam que ainda há possibilidade de que essas empresas conquistem novos mercados dentro do território nacional. Essa seria uma primeira etapa de um processo que, mais adiante, poderia resultar em exportações de cosméticos oriundos da região.

Outra possibilidade que surge a partir das informações coletadas é a criação de canais de comunicação mais intensos entre as empresas e a Vigilância Sanitária municipal. Os esclarecimentos constantes sobre as necessidades a serem cumpridas pelas empresas, inclusive novas exigências, podem possibilitar às empresas se adequarem às normas vigentes e evitarem autuações posteriores. Esse mesmo processo poderia ser estabelecido também em relação ao órgão federal responsável pela regulamentação do setor.

Com relação aos trabalhadores da indústria de HPPC, além dos aspectos mais comuns que envolvem a relação de trabalho, duas questões chamaram a atenção ao longo da execução da pesquisa: a qualificação profissional e as doenças ocupacionais.

Quanto à qualificação profissional, verifica-se que a simplicidade do processo produtivo no setor levou a uma eliminação das discussões a este respeito. De maneira geral, o trabalho na fabricação de cosméticos divide-se entre aqueles com qualificação específica – técnica ou superior – na manipulação de fórmulas químicas e aqueles sem capacitação específica ligados ao processo de envasamento dos produtos– compondo a grande maioria dos ocupados. A fim de superar essa dicotomia entre aqueles que possuem o conhecimento técnico e aqueles que são treinados para viabilizar o processo produtivo é necessário colocar em prática um processo de qualificação que contemple questões técnicas e sociais.

Duas iniciativas com esta proposta de qualificação ampliada já foram colocadas em prática pelo sindicato dos químicos do ABC através do projeto Alquimia e, mais recentemente, através do Plano Setorial de Qualificação (PLANSEQ) do Setor Plástico, financiado pelo Governo Federal, sindicato de trabalhadores e empresários do setor.

A iniciativa do curso de cosmetologia da Fatec Diadema terá grande importância regional e nacional. Entretanto, é necessário questionar se os atuais trabalhadores do setor terão acesso à escola técnica na medida em que são exigidos conhecimentos prévios para o ingresso e, provavelmente, o cumprimento de carga horária muitas vezes incompatível com a rotina desses trabalhadores.

Quanto às doenças ocupacionais, a indicação a partir desta pesquisa é o aprofundamento da discussão sobre o tema, visto que entre os trabalhadores do setor consultados durante a pesquisa este foi um problema apontado como recorrente no setor. Por outro lado, as empresas entrevistadas não indicaram a ocorrência de doenças ocupacionais nos últimos dois anos. A única possibilidade de encontrar soluções, caso o problema exista efetivamente, é provocando o debate e propondo ações conjuntas entre poder público, empresas e sindicato de trabalhadores.

Por fim, ressalta-se a importância do trabalho já realizado pelas diferentes organizações de apoio existentes e a necessidade de aproximação da Prefeitura de Diadema com essas organizações, respeitando as especificidades presentes no município. Grande parte do aparato necessário para buscar uma estruturação das micro e pequenas empresas fabricantes de cosméticos já está disponível. A necessidade principal é envolver os diferentes atores sociais.

Diante do número de iniciativas em prática relacionadas ao setor de cosméticos e a diversidade de atores envolvidos (empresas-Pólo de Cosméticos, Sindicato de Trabalhadores e poderes públicos), um papel que poderia ser desempenhado pela Prefeitura de Diadema, visando impulsionar o setor de cosméticos, seria justamente o de articulador dessas diferentes atividades em andamento. Além das instituições e atores já citados, a Região do ABC Paulista possui a vantagem de contar com organizações como a Agência de Desenvolvimento Econômico do Grande ABC e o Consórcio Intermunicipal, espaços voltados justamente para viabilizar propostas semelhantes a esta, como ocorre com o setor petroquímico-plástico.

Não se trata de uma tarefa fácil, pois alcançar o envolvimento dos atores sociais e a articulação entre instituições com objetivos finais tão dispares seria o resultado de um processo longo e complexo. Entretanto, é a proposta que, no momento, parece mais viável verificando o contexto nacional, regional e local do setor.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE HIGIENE PESSOAL, PERFUMARIA E COSMÉTICO – ABIHPEC. **Panorama do setor 2007/2008: higiene pessoal, perfumaria e cosmético**. 2008.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE INDÚSTRIA QUÍMICA – ABIQUIM. **Anuário da indústria química brasileira**. São Paulo, 2007.

AGÊNCIA BRASILEIRA DE DESENVOLVIMENTO INDUSTRIAL – ABDI; NÚCLEO DE ECONOMIA INDUSTRIAL E DA TECNOLOGIA DO INSTITUTO DE ECONOMIA DA UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS – UNICAMP. Campinas. **Relatório de acompanhamento setorial: cosméticos**, maio 2008. 22p. Disponível em: http://www.abdi.com.br/?q=system/files/Cosmeticos_Primeiro+Relat%C3%B3rio+Setorial_maio_2008_com+capa.pdf <http://www.abdi.com.br/?q=system/files/Cosmeticos_Primeiro+Relat%F3rio+Setorial_maio_2008_com+capa.pdf>. Acesso em: 20 out. 2008.

AQUINO, André, L. **Arranjos produtivos locais: a formação do Pólo Brasileiro de Cosméticos em Diadema**. São Caetano do Sul, 2005.

BRESCIANI, Luis, P. **Instituições, agenda regional do desenvolvimento econômico e política sindical no Grande ABC: os desafios do equilíbrio entre a (macro) esfera institucional regional e a (micro) esfera cotidiana produtiva**. ANPOCS, Caxambu, 2004.

DEPARTAMENTO INTERSINDICAL DE ESTATÍSTICA E ESTUDOS SOCIOECONÔMICOS – DIEESE. **Metodologia para realização de diagnóstico de mercado de trabalho com a participação dos atores sociais**. São Paulo, 2006

JUNIOR, Zacarias, G. O. **Gestão do conhecimento em arranjos produtivos locais: estudo de caso do pólo brasileiro de cosméticos de Diadema**. São Bernardo do Campo, 2005.

PRATES, Ângelo, M. Q. **Reestruturação produtiva no Brasil dos anos 90 e seus impactos na Região do Grande ABC Paulista**. Campinas, 2005.

VALOR ECONÔMICO. **Valor análise setorial: higiene, perfumaria e cosméticos: mercado, estrutura, perfis de empresas**. São Paulo, 2008.

SÍTIOS NA INTERNET

Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial: <http://www.abdi.com.br>

Agência Nacional de Vigilância Sanitária: <http://www.anvisa.gov.br>

Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos: <http://www.abihpec.org.br>

Associação Brasileira da Indústria Química: <http://www.abiquim.org.br>

Associação Brasileira de Embalagens: <http://www.abre.org.br/>

Associação Brasileira de Empresas de Venda Direta: <http://www.abevd.org.br/htdocs/index.php>

Diadema – Pólo Brasileiro de Cosméticos: <http://www.polodecosmeticos.com.br/2008/>

Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior: <http://www.mdic.gov.br>

Política de Desenvolvimento Produtivo: <http://www.desenvolvimento.gov.br/pdp/index.php/sitio/inicial>

Prefeitura de Diadema: <http://www.diadema.sp.gov.br/apache2-default/>

Procon: <http://www.procon.sp.gov.br>

Revista Livre Mercado: <http://livremercado.com.br>

Sebrae – Site Setorial: <http://www.sebrae.com.br/setor/cosmeticos>

ANEXOS

ANEXO 1 – Produção física industrial mensal

**Produção física industrial
Brasil – 2002/Ago 2008**

(Base: média de 2002 = 100)

Meses/ano	Indústria de transformação	Perfumaria, sabões, detergentes e produtos de limpeza	Artefatos de perfumaria e cosméticos, exclusive sabonetes
jan/02	90,6	93,7	90,7
fev/02	87,8	90,1	86,9
mar/02	96,8	101,6	94,0
abr/02	100,1	98,0	98,5
mai/02	100,4	100,6	103,0
jun/02	96,5	93,9	93,3
jul/02	104,5	97,1	94,2
ago/02	105,3	105,5	104,1
set/02	104,0	103,3	106,0
out/02	113,6	112,2	117,7
nov/02	106,6	110,7	117,3
dez/02	93,7	93,3	94,3
jan/03	91,7	95,7	100,9
fev/03	90,0	87,7	92,9
mar/03	95,5	96,0	93,2
abr/03	95,0	95,0	87,9
mai/03	98,7	105,6	115,7
jun/03	94,8	97,3	103,6
jul/03	101,7	98,9	106,5
ago/03	102,1	103,8	112,3
set/03	108,1	105,8	111,5
out/03	114,2	117,0	126,9
nov/03	108,1	107,9	117,7
dez/03	97,9	100,6	106,9
jan/04	95,4	101,1	106,0
fev/04	91,7	91,5	96,9
mar/04	109,0	118,8	126,2
abr/04	102,5	90,2	102,9
mai/04	108,1	117,6	126,1
jun/04	107,8	117,7	129,7
jul/04	112,6	120,3	129,9
ago/04	116,0	123,1	132,0
set/04	116,2	119,7	130,2
out/04	117,7	119,8	134,4
nov/04	116,6	120,7	136,4
dez/04	106,1	115,0	121,2

Continua na próxima página

Continuação

Meses/ano	Indústria de transformação	Perfumaria, sabões, detergentes e produtos de limpeza	Artefatos de perfumaria e cosméticos, exclusive sabonetes
jan/05	101,0	110,8	129,6
fev/05	95,6	111,3	120,9
mar/05	110,7	122,5	126,9
abr/05	108,6	120,0	130,3
mai/05	113,5	117,0	129,7
jun/05	114,2	121,7	139,2
jul/05	112,7	118,5	131,5
ago/05	120,1	119,3	127,8
set/05	115,5	111,8	114,5
out/05	117,4	113,5	124,7
nov/05	117,2	121,5	130,9
dez/05	108,6	118,0	124,1
jan/06	103,5	117,4	130,3
fev/06	100,4	102,2	111,6
mar/06	116,1	120,7	131,6
abr/06	106,3	113,2	132,3
mai/06	118,8	123,2	138,0
jun/06	113,5	116,6	130,0
jul/06	116,4	119,8	133,3
ago/06	123,8	122,9	131,9
set/06	117,2	121,0	129,2
out/06	123,2	131,8	146,2
nov/06	121,7	128,0	144,3
dez/06	108,4	116,7	128,7
jan/07	108,1	123,5	134,2
fev/07	103,2	110,5	123,2
mar/07	120,5	137,8	144,6
abr/07	112,7	121,9	131,1
mai/07	124,8	131,3	141,2
jun/07	120,8	130,2	138,6
jul/07	124,6	122,1	130,0
ago/07	132,0	128,6	132,9
set/07	123,6	120,6	126,7
out/07	136,7	131,4	141,0
nov/07	130,1	129,6	136,2
dez/07	115,0	118,7	118,4
jan/08	117,5	125,4	128,1
fev/08	113,2	115,2	114,8
mar/08	122,2	125,7	125,9
abr/08	124,4	125,2	132,7
mai/08	127,5	120,3	121,9
jun/08	128,6	120,4	128,2
jul/08	135,5	116,2	125,8
ago/08	134,1	116,2	126,7

Fonte: IBGE - Pesquisa Industrial Mensal - Produção Física

Elaboração: DIEESE

**ANEXO 2 – Códigos da Nomenclatura Comum do Mercosul referentes
ao setor de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos**

RELAÇÃO DE CÓDIGOS DA NOMENCLATURA COMUM DO MERCOSUL REFERENTES AO SETOR DE HIGIENE PESSOAL, PERFUMARIA E COSMÉTICOS

<p>33 - ÓLEOS ESSENCIAIS E RESINÓIDES; PRODUTOS DE PERFUMARIA OU DE TOUCADOR PREPARADOS E PREPARAÇÕES COSMÉTICAS</p>
<p>3301 - Óleos essenciais (deterpenados ou não), incluídos os chamados “concretos” ou “absolutos”; resinóides; oleorresinas de extração; soluções concentradas de óleos essenciais em gorduras, em óleos fixos, em ceras ou em matérias análogas, obtidas por tratamento de flores através de substâncias gordas ou por maceração; subprodutos terpênicos residuais da desterpenação dos óleos essenciais; águas destiladas aromáticas e soluções aquosas de óleos essenciais.</p>
<p>33011 - Óleos essenciais de cítricos: 330112 - De laranja 33011210 - De “petit grain” 33011290 - Outros 33011300 - De limão 330119 - Outros 33011910 - De lima 33011990 - Outros 33012 - Óleos essenciais, exceto de cítricos: 33012400 - De hortelã-pimenta (Mentha piperita) 330125 - De outras mentas 33012510 - De menta japonesa (Mentha arvensis) 33012520 - De “mentha spearmint” (Mentha viridis L.) 33012590 - Outros 330129 - Outros 3301291 - De citronela; de cedro; de pau-santo (Bulnesia sarmientoi); de “lemongrass”; de pau-rosa; de palma rosa; de coriandro; de cabreúva; de eucalipto 33012911 - De citronela 33012912 - De cedro 33012913 - De pau-santo (Bulnesia sarmientoi) 33012914 - De “lemongrass” 33012915 - De pau-rosa 33012916 - De palma rosa 33012917 - De coriandro 33012918 - De cabreúva 33012919 - De eucalipto 3301292 - De alfazema ou lavanda; de vetiver 33012921 - De alfazema ou lavanda 33012922 - De vetiver 33012990 - Outros 33013000 - Resinóides 330190 - Outros 33019010 - Soluções concentradas de óleos essenciais em gorduras, em óleos fixos, em ceras ou em matérias análogas, obtidas por tratamento de flores através de substâncias gordas ou por maceração 33019020 - Subprodutos terpênicos residuais da desterpenação dos óleos essenciais 33019030 - Águas destiladas aromáticas e soluções aquosas de óleos essenciais 33019040 - Oleorresinas de extração</p>
<p>3302 - Misturas de substâncias odoríferas e misturas (incluídas as soluções alcoólicas) à base de uma ou mais destas substâncias, dos tipos utilizados como matérias básicas para a indústria; outras preparações à base de substâncias odoríferas, dos tipos utilizados para a fabricação de bebidas. 33021000 - Dos tipos utilizados para as indústrias alimentares ou de bebidas 330290 - Outras 3302901 - Para perfumaria 33029011 - Vetiverol 33029019 - Outras 33029090 - Outras</p>
<p>330300 - Perfumes e águas-de-colônia. 33030010 - Perfumes (extratos) 33030020 - Águas-de-colônia</p>
<p>3304 - Produtos de beleza ou de maquiagem preparados e preparações para conservação ou cuidados da pele (exceto medicamentos), incluídas as preparações anti-solares e os bronzeadores; preparações para manicuros e pedicuros. 33041000 - Produtos de maquiagem para os lábios 330420 - Produtos de maquiagem para os olhos 33042010 - Sombra, delineador, lápis para sobrancelhas e rímel 33042090 - Outros 33043000 - Preparações para manicuros e pedicuros 33049 - Outros: 33049100 - Pós, incluídos os compactos 330499 - Outros 33049910 - Cremes de beleza e cremes nutritivos; loções tônicas 33049990 - Outros</p>

Continua na próxima página

Continuação

3305 - Preparações capilares. 33051000 - Xampus 33052000 - Preparações para ondulação ou alisamento, permanentes, dos cabelos 33053000 - Laquês para o cabelo 33059000 – Outras
3306 - Preparações para higiene bucal ou dentária, incluídos os pós e cremes para facilitar a aderência de dentaduras; fios utilizados para limpar os espaços interdentais (fios dentais), em embalagens individuais para venda a retalho. 33061000 - Dentífrícios 33062000 - Fios utilizados para limpar os espaços interdentais (fios dentais) 33069000 – Outras
3307 - Preparações para barbear (antes, durante ou após), desodorantes corporais, preparações para banhos, depilatórios, outros produtos de perfumaria ou de toucador preparados e outras preparações cosméticas, não especificados nem compreendidos em outras posições; desodorantes de ambiente, preparados, mesmo não perfumados, com ou sem propriedades desinfetantes. 33071000 - Preparações para barbear (antes, durante ou após) 330720 - Desodorantes corporais e antiperspirantes 33072010 - Líquidos 33072090 - Outros 33073000 - Sais perfumados e outras preparações para banhos 33074 - Preparações para perfumar ou para desodorizar ambientes, incluídas as preparações odoríferas para cerimônias religiosas: 33074100 - Agarbate e outras preparações odoríferas que atuem por combustão 33074900 - Outras 33079000 - Outros

Fonte: Ministério das Relações Exteriores, através do sítio: <http://www.braziltradenet.gov.br/classificacaoncm/>

**ANEXO 3 – BALANÇA COMERCIAL DO SETOR DE
COSMÉTICOS**

**Exportação de produtos cosméticos
Brasil – 2007**

Código NCM	Descrição NCM	Kg Líquido	US\$
3306 1000	DENTIFRICIOS	537 22503	118070017
3305 9000	OUTRAS PREPARACOES CAPILARES	282 20580	81844292
3301 1290	OUTROS OLEOS ESSENCIAIS,DE LARANJA	316 47008	70585903
3301 9020	SUBPRODS.TERPENICOS RESIDS.DA DESTERP.OLEOS ESSENCIAIS	351 82524	49379544
3305 1000	XAMPUS PARA OS CABELOS	175 06572	35590950
3307 2010	DESODORANTES CORPORAIS E ANTIPERSPIRANTES,LIQUIDOS	34 42210	27598064
3302 1000	MISTURAS UTIL.MATERIA BASICA P/INDS .ALIMENTAR/DE BEBIDA	28 39176	23827235
3304 9990	OUTS.PRODUTOS DE BELEZA OU DE MAQUILAGEM PREPARADOS,ETC	22 89953	15215704
3306 9000	OUTRAS PREPARACOES PARA HIGIENE BUCAL OU DENTARIA,ETC.	58 00263	10979555
3304 9910	CREMES DE BELEZA,CREMES NUTRITIVOS E LOCOES TONICAS	10 60902	9651508
3302 9090	OUTRAS MISTURAS UTILIZ.COMO MATERIA BASICA P/INDUSTRIA	10 85214	7517682
3307 2090	OUTROS DESODORANTES CORPORAIS E ANTIPERSPIRANTES	13 24138	7147534
3306 2000	FIOS UTILIZ.P/LIMPAR ESPACOS INTERDENTAIS (FIO DENTAL)	2 88561	6938351
3304 1000	PRODUTOS DE MAQUILAGEM PARA OS LABIOS	93 199	6116767
3301 1300	OLEO ESSENCIAL,DE LIMAO	3 99945	6027045
3304 3000	PREPARACOES PARA MANICUROS E PEDICUROS	6 27816	6026858
3301 9030	AGUA DESTILADA AROMAT.E SOL.AQUOSA DE OLEOS ESSENCIAIS	73 88940	4878678
3303 0020	AGUA-DE-COLONIA	4 99559	4733087
3304 2010	SOMBRA,DELINEADOR,LAPIS PARA SOBRANCELHAS E RIMEL	74 288	4687274
3302 9019	OUTRAS MISTURAS UTILIZ.COMO MATERIA BASICA P/PERFUMARIA	3 14229	4277506
3301 2990	OUTROS OLEOS ESSENCIAIS	1 29422	4016436
3301 2915	OLEO ESSENCIAL,DE PAU-ROSA	36 119	2946676
3301 2919	OLEO ESSENCIAL,DE EUCALIPTO	3 76410	2943776
3301 1990	OUTROS ÓLEOS ESSENCIAIS D/CÍTRICOS	1 50736	2481298
3307 9000	OUTROS PRODS.DE PERFUMARIA OU TOUCADOR,PREPARADOS,ETC.	2 79439	2364880
3301 1910	ÓLEOS ESSENCIAIS DE LIMA	1 12086	2052615
3304 9100	POS,INCLUIDOS OS COMPACTOS,PARA MAQUILAGEM	2 36365	1527444
3305 2000	PREPARS.P/ONDULACAO/ALISAMENTO/PERMANENTES,DOS CABELOS	2 42255	1436515
3307 1000	PREPARACOES PARA BARBEAR (ANTES,DURANTE OU APOS)	8 1352	735886
3301 2400	OLEO ESSENCIAL,DE HORTELA-PIMENTA (MENTHA PIPE RITA)	15 651	475661
3303 0010	PERFUMES (EXTRATOS)	8 293	312932
3307 4900	OUTS.PREPARACOES PARA PERFUMAR OU DESODORIZAR AMBIENTES	4 1745	309678
3301 2922	ÓLEOS ESSENCIAIS DE VETIVER	3 500	279647
3301 1210	OLEO ESSENCIAL,DE "PETIT GRAIN" DE LARANJA	10 5994	243184
3301 2510	OLEO ESSENCIAL,DE MENTA JAPONESA (MENTHA ARVENSIS)	10 324	162256
3304 2090	OUTROS PRODUTOS DE MAQUILAGEM PARA OS OLHOS	5 278	114506
3301 1900	OLEO ESSENCIAL,DE OUTROS CITRICOS	7 175	114421
3301 9010	SOLUCOES CONCENTR.DE OLEOS ESSENCIAIS DO TRATAM.FLORES	4 5998	106681
3301 1400	OLEO ESSENCIAL,DE LIMA	19 475	106209
3307 4100	AGARBATE E OUTS.PREPAR.ODORIFERAS QUE ATUEM P/COMBUSTAO	15 423	88575
3307 3000	SAIS PERFUMADOS E OUTRAS PREPARACOES PARA BANHOS	12 712	78164
3301 3000	RESINOIDES	4 060	48139
3301 2590	OLEO ESSENCIAL,DE OUTRAS MENTAS	8 019	42793
3301 9040	OLEORRESINAS DE EXTRACAO	2 177	41145
3301 2911	OLEO ESSENCIAL,DE CITRONELA	1 698	32077
3301 2916	OLEO ESSENCIAL,DE PALMA ROSA	15 300	29759
3301 2914	OLEO ESSENCIAL,DE "LEMONGRASS"	14 200	26129
3305 3000	LAQUES PARA OS CABELOS	1 998	9843
3301 2912	OLEO ESSENCIAL,DE CEDRO	8 14	3857
3301 2921	ÓLEOS ESSENCIAIS DE ALFAZEMA OU DE LAVANDA	1	633
3301 2918	OLEO ESSENCIAL,DE CABREUVA	2	282
TOTAL		1957 65051	524225651

Fonte: SECEX/MDIC – Sistema Aliceweb

Elaboração: DIEESE

**Exportação de produtos cosméticos
Brasil – Jan/Jun 2008**

Código NCM	Descrição NCM	Kg Líquido	US\$
3306 1000	DENTIFRICIOS	22519808	59034713
3305 9000	OUTRAS PREPARACOES CAPILARES	15322802	54402851
3301 1290	OUTROS OLEOS ESSENCIAIS, DE LARANJA	14218147	31666605
3305 1000	XAMPUS PARA OS CABELOS	11679343	25431172
3301 9020	SUBPRODS. TERPENICOS RESIDS. DA DE STERP. OLEOS ESSENCIAIS	16503506	22835427
3307 2010	DESODORANTES CORPORAIS E ANTIPERSPIRANTES, LIQUIDOS	1878382	19316954
3302 1000	MISTURAS UTIL. MATERIA BASICA P/INDS. ALIMENTAR/DE BEBIDA	1938772	17518838
3304 9990	OUTS. PRODUTOS DE BELEZA OU DE MAQUILAGEM PREPARADOS, ETC	1007886	9222256
3306 9000	OUTRAS PREPARACOES PARA HIGIENE BUCAL OU DENTARIA, ETC.	4589637	8627399
3304 9910	CREMES DE BELEZA, CREMES NUTRITIVOS E LOCOES TONICAS	535337	6502334
3306 2000	FIOS UTILIZ. P/LIMPAR ESPACOS INTERDENTAIS (FIO DENTAL)	159512	4572818
3302 9090	OUTRAS MISTURAS UTILIZ. COMO MATERIA BASICA P/INDUSTRIA	593461	4127385
3307 2090	OUTROS DESODORANTES CORPORAIS E ANTIPERSPIRANTES	660758	3944853
3304 1000	PRODUTOS DE MAQUILAGEM PARA OS LABIOS	47882	3931385
3301 1990	OUTROS ÓLEOS ESSENCIAIS D/CÍTRICOS	140964	3839375
3304 3000	PREPARACOES PARA MANICUROS E PEDICUROS	383206	3662844
3301 1300	OLEO ESSENCIAL, DE LIMAO	135488	2918654
3304 2010	SOMBRA, DE LINEADOR, LAPIS PARA SOBRANCELHAS E RIMEL	38980	2835574
3301 2990	OUTROS OLEOS ESSENCIAIS	55748	2448272
3302 9019	OUTRAS MISTURAS UTILIZ. COMO MATERIA BASICA P/PERFUMARIA	176968	2310679
3303 0020	AGUA-DE-COLONIA	110830	1846146
3301 9030	AGUA DESTILADA AROMAT. E SOLAQUOSA DE OLEOS ESSENCIAIS	2586644	1753000
3307 9000	OUTROS PRODS. DE PERFUMARIA OU TOUCADOR, PREPARADOS, ETC.	136644	1220556
3301 2919	OLEO ESSENCIAL, DE EUCALIPTO	114987	1088381
3301 2915	OLEO ESSENCIAL, DE PAU-ROSA	10889	1006269
3304 9100	POS, INCLUIDOS OS COMPACTOS, PARA MAQUILAGEM	71660	862437
3301 1910	ÓLEOS ESSENCIAIS DE LIMA	43123	830217
3305 2000	PREPARS. P/ONDULACAO/ALISAMENTO/PERMANENTES, DOS CABELOS	78631	550458
3307 1000	PREPARACOES PARA BARBEAR (ANTES, DURANTE OU APOS)	26432	281793
3307 3000	SAIS PERFUMADOS E OUTRAS PREPARACOES PARA BANHOS	11559	172392
3301 2922	ÓLEOS ESSENCIAIS DE VETIVER	1700	160494
3307 4900	OUTS. PREPARACOES PARA PERFUMAR OU DESODORIZAR AMBIENTES	21621	132804
3301 2510	OLEO ESSENCIAL, DE MENTA JAPONESA (MENTHA ARVENSIS)	8283	122517
3301 9040	OLEORRESINAS DE EXTRACAO	12359	54980
3303 0010	PERFUMES (EXTRATOS)	1214	35040
3301 2590	OLEO ESSENCIAL, DE OUTRAS MENTAS	1396	30601
3301 9010	SOLUCOES CONCENTR. DE OLEOS ESSENCIAIS DO TRATAM. FLORES	3326	23436
3307 4100	AGARBATE E OUTS. PREPAR. ODORIFERAS QUE ATUEM P/COMBUSTAO	4721	17606
3301 1210	OLEO ESSENCIAL, DE "PETIT GRAIN" DE LARANJA	555	13980
3304 2090	OUTROS PRODUTOS DE MAQUILAGEM PARA OS OLHOS	396	10365
3301 2921	ÓLEOS ESSENCIAIS DE ALFAZEMA OU DE LAVANDA	133	5847
3301 2911	OLEO ESSENCIAL, DE CITRONELA	100	3000
3305 3000	LAQUES PARA OS CABELOS	1742	2718
3301 2400	OLEO ESSENCIAL, DE HORTELA -PIMENTA (MENTHA PIPERITA)	23	1862
3301 3000	RESINOIDES	11	1190
3301 2914	OLEO ESSENCIAL, DE "LEMONGRASS"	46	1150
3301 2913	OLEO ESSENCIAL, DE PAU-SANTO (BULNESIA SARMIENTOL)	50	946
3302 9011	VETIVEROL PARA PERFUMARIA	445	554
3301 2912	OLEO ESSENCIAL, DE CEDRO	2	386
TOTAL		95836109	299381513

Fonte: SECEX/MDIC – Sistema Aliceweb
Elaboração: DIEESE

**Importação de produtos cosméticos
Brasil – 2007**

Código NCM	Descrição NCM	Kg Líquido	US\$
33072010	DESODORANTES CORPORAIS E ANTIPERSPIRANTES,S,LIQUIDOS	10946729	62193606
33030020	AGUA-DE-COLONIA	2341854	61824050
33021000	MISTURAS UTIL.MATERIA BASICA P/INDS.ALIMENTAR/DE BEBIDA	3148428	58906833
33049910	CREMES DE BELEZA,CREMES NUTRITIVOS E LOCOES TONICAS	1333376	24623813
33049990	OUTS.PRODUTOS DE BELEZA OU DE MAQUILAGEM PREPARADOS,ETC	862015	18094040
33029019	OUTRAS MISTURAS UTILIZ.COMO MATERIA BASICA P/PERFUMARIA	908257	15172544
33012990	OUTROS OLEOS ESSENCIAIS	614828	14510154
33059000	OUTRAS PREPARACOES CAPILARES	2196665	13130294
33029090	OUTRAS MISTURAS UTILIZ.COMO MATERIA BASICA P/INDUSTRIA	589363	12471826
33069000	OUTRAS PREPARACOES PARA HIGIENE BUCAL OU DENTARIA,ETC.	5704379	12248785
33011300	OLEO ESSENCIAL,DE LIMAO	503689	12217679
33074900	OUTS.PREPARACOES PARA PERFUMAR OU DESODORIZAR AMBIENTES	3833924	10060380
33012510	OLEO ESSENCIAL,DE MENTA JAPONESA (MENTHA ARVENSIS)	783857	9768219
33042010	SOMBRA,DELINEADOR,LAPIS PARA SOBRANCELHAS E RIMEL	486581	9083195
33071000	PREPARACOES PARA BARBEAR (ANTE S,DURANTE OU APOS)	2082542	8474113
33041000	PRODUTOS DE MAQUILAGEM PARA OS LABIOS	148152	6853374
33030010	PERFUMES (EXTRATOS)	203630	5706867
33051000	XAMPUS PARA OS CABELOS	1295955	5160518
33079000	OUTROS PRODS.DE PERFUMARIA OU TOUCADOR,PREPARADOS,ETC.	1131514	4417998
33049100	POS,INCLUIDOS OS COMPACTOS,PARA MAQUILAGEM	132900	4175556
33072090	OUTROS DESODORANTES CORPORAIS E ANTIPERSPIRANTES	491742	3678932
33061000	DENTIFRICIOS	593157	3445583
33012520	OLEO ESSENCIAL,DE "MENTHA SPEARMINT"(MENTHA VIRIDIS L)	135339	2944728
33012400	OLEO ESSENCIAL,DE HORTELA-PIMENTA (MENTHA PIPERITA)	130046	2617961
33011990	OUTROS ÓLEOS ESSENCIAIS D/CÍTRICOS	54470	2249680
33062000	FIOS UTILIZ.P/LIMPAR ESPACOS INTERDENTAIS (FIO DENTAL)	104468	1985561
33011910	ÓLEOS ESSENCIAIS DE LIMA	147942	1804625
33012921	ÓLEOS ESSENCIAIS DE ALFAZEMA OU DE LAVANDA	94118	1767076
33074100	AGARBATE E OUTS.PREPAR.ODORIFERAS QUE ATUEM P/COMBUSTAO	720660	1697213
33011290	OUTROS OLEOS ESSENCIAIS,DE LARANJA	142951	1514828
33042090	OUTROS PRODUTOS DE MAQUILAGEM PARA OS OLHOS	35379	1432747
33012590	OLEO ESSENCIAL,DE OUTRAS MENTAS	38022	1402945
33013000	RESINOIDES	26097	1113871
33012919	OLEO ESSENCIAL,DE EUCALIP TO	171303	1062885
33019040	OLEORRESINAS DE EXTRA CAO	39990	1046655
33019020	SUBPRODS.TERPENICOS RESIDS.DA DESTERP.OLEOS ESSENCIAIS	141048	719194
33019030	AGUA DESTILADA AROMAT.E SOL.AQUOSA DE OLEOS ESSENCIAIS	29684	663427
33012912	OLEO ESSENCIAL,DE CEDRO	40804	574865
33052000	PREPARS.P/ONDULACAO/ALISAMENTO/PERMANENTES,DOS CABELOS	72667	427709
33012922	ÓLEOS ESSENCIAIS DE VETIVER	2505	396926
33053000	LAQUES PARA OS CABELOS	83302	259004
33043000	PREPARACOES PARA MANICUROS E PEDICUROS	9083	238896
33019010	SOLUCOES CONCENTR.DE OLEOS ESSENCIAIS DO TRATAM.FLORES	8120	234966
33073000	SAIS PERFUMADOS E OUTRAS PREPARACOES PARA BANHOS	27643	233556
33012911	OLEO ESSENCIAL,DE CITRONELA	20854	186112
33011210	OLEO ESSENCIAL,DE "PETIT GRAIN" DE LARANJA	8174	120421
33029011	VETIVEROL PARA PERFUMARIA	4628	114898
33012917	OLEO ESSENCIAL,DE CORIANDRO	1170	63199
33012913	OLEO ESSENCIAL,DE PAU-SANTO (BULNESIA SARMIENTOL)	6270	55314
33012915	OLEO ESSENCIAL,DE PAU-ROSA	768	52450
33012918	OLEO ESSENCIAL,DE CABREUVA	2119	32491
33012914	OLEO ESSENCIAL,DE "LEMONGRASS"	903	19169
33011900	OLEO ESSENCIAL,DE OUTROS CITRICOS	352	12300
33012916	OLEO ESSENCIAL,DE PALMA ROSA	202	4475
TOTAL		42634618	403268506

Fonte: SECEX/MDIC – Sistema Aliceweb
Elaboração: DIEESE

**Importação de produtos cosméticos
Brasil – Jan/Jun 2008**

Código NCM	Descrição NCM	Kg Líquido	US\$
3307 2010	DE SODORANTES CORPORAIS E ANTIPERSPIRANTES, LIQUIDOS	6824215	42574823
3303 0020	AGUA-DE-COLONIA	1089082	23871258
3302 1000	MISTURAS UTIL. MATERIA BASICA P/INDS. ALIMENTAR/DE BEBIDA	1428861	15924607
3304 9910	CREMES DE BELEZA, CREMES NUTRITIVOS E LOCOES TONICAS	701056	12497564
3301 2990	OUTROS OLEOS ESSENCIAIS	262293	8973299
3302 9019	OUTRAS MISTURAS UTILIZ. COMO MATERIA BASICA P/PERFUMARIA	438568	8405534
3306 9000	OUTRAS PREPARACOES PARA HIGIENE BUCAL OU DENTARIA, ETC.	3379321	7250328
3307 1000	PREPARACOES PARA BARBEAR (ANTE S, DURANTE OU APOS)	1273452	7243775
3302 9090	OUTRAS MISTURAS UTILIZ. COMO MATERIA BASICA P/INDUSTRIA	325103	7217441
3305 9000	OUTRAS PREPARACOES CAPILARES	1069687	6953281
3304 9990	OUTS. PRODUTOS DE BELEZA OU DE MAQUILAGEM PREPARADOS, ETC	313151	6445916
3304 2010	SOMBRA, DELINEADOR, LAPIS PARA SOBRANCELHAS E RIMEL	241228	4313339
3304 1000	PRODUTOS DE MAQUILAGEM PARA OS LABIOS	79339	3991691
3301 2510	OLEO ESSENCIAL, DE MENTA JAPONESA (MENTHA ARVENSIS)	313019	3902683
3307 2090	OUTROS DESODORANTES CORPORAIS E ANTIPERSPIRANTES	369902	3682603
3303 0010	PERFUMES (EXTRATOS)	106067	3351043
3306 1000	DENTIFRICIOS	490784	2574291
3306 2000	FIOS UTILIZ. P/LIMPAR ESPACOS INTERDENTAIS (FIO DENTAL)	111940	2475898
3301 1300	OLEO ESSENCIAL, DE LIMAO	97261	2379647
3305 1000	XAMPUS PARA OS CABELOS	481077	2159467
3307 9000	OUTROS PRODS. DE PERFUMARIA OU TOUCADOR, PREPARADOS, ETC.	497650	2158378
3307 4900	OUTS. PREPARACOES PARA PERFUMAR OU DESODORIZAR AMBIENTES	345789	1993700
3304 9100	POS, INCLUIDOS OS COMPACTOS, PARA MAQUILAGEM	109855	1471472
3301 2520	OLEO ESSENCIAL, DE "MENTHA SPEARMINT" (MENTHA VIRIDIS L)	58880	1296102
3301 1910	ÓLEOS ESSENCIAIS DE LIMA	32068	998820
3301 1990	OUTROS ÓLEOS ESSENCIAIS D/CÍTRICOS	34313	846224
3301 2400	OLEO ESSENCIAL, DE HORTELA-PIMENTA (MENTHA PIPERITA)	39644	820706
3301 2590	OLEO ESSENCIAL, DE OUTRAS MENTAS	21550	807137
3301 2919	OLEO ESSENCIAL, DE EUCALIPTO	100243	714898
3304 2090	OUTROS PRODUTOS DE MAQUILAGEM PARA OS OLHOS	56217	710800
3301 1290	OUTROS OLEOS ESSENCIAIS, DE LARANJA	68431	705982
3301 3000	RESINOIDES	15454	679093
3301 9040	OLEORRESINAS DE EXTRAÇÃO	27008	606666
3307 4100	AGARBATE E OUTS. PREPAR. ODORIFERAS QUE ATUEM P/COMBUSTAO	248435	576084
3302 9011	VETIVEROL PARA PERFUMARIA	17098	525024
3301 2921	ÓLEOS ESSENCIAIS DE ALFAZEMA OU DE LAVANDA	16670	462693
3301 2922	ÓLEOS ESSENCIAIS DE VETIVER	2079	388798
3301 9030	AGUA DESTILADA AROMAT. E SOLAQUOSA DE OLEOS ESSENCIAIS	10113	311980
3301 2912	OLEO ESSENCIAL, DE CEDRO	18930	307361
3307 3000	SAIS PERFUMADOS E OUTRAS PREPARACOES PARA BANHOS	32066	200565
3301 2911	OLEO ESSENCIAL, DE CITRONELA	17436	191085
3301 9020	SUBPRODS. TERPENICOS RESIDS. DA DESTERP. OLEOS ESSENCIAIS	42942	169031
3305 3000	LAQUES PARA OS CABELOS	30941	109128
3304 3000	PREPARACOES PARA MANICUROS E PEDICUROS	3652	96498
3301 9010	SOLUCOES CONCENTR. DE OLEOS ESSENCIAIS DO TRATAM. FLORES	3891	75044
3305 2000	PREPARS. P/ONDULACAO/ALISAMENTO/PERMANENTES, DOS CABELOS	18607	69785
3301 1210	OLEO ESSENCIAL, DE "PETIT GRAIN" DE LARANJA	3195	63144
3301 2914	OLEO ESSENCIAL, DE "LEMONGRASS"	1936	39606
3301 2917	OLEO ESSENCIAL, DE CORIANDRO	571	36729
3301 2913	OLEO ESSENCIAL, DE PAU-SANTO (BULNESIA SARMIENTOL)	3405	29423
3301 2915	OLEO ESSENCIAL, DE PAU-ROSA	230	17717
3301 2918	OLEO ESSENCIAL, DE CABREUVA	900	15001
3301 2916	OLEO ESSENCIAL, DE PALMA ROSA	233	5869
TOTAL		21275838	193689031

Fonte: SECEX/MDIC – Sistema Aliceweb
Elaboração: DIEESE

**Exportação de produtos cosméticos
Estado de São Paulo – 2007**

Código NCM	Descrição NCM	Kg Líquido	US\$
3306 1000	DENTIFRÍCIOS	53172994	114228535
3301 1290	OUTROS OLEOS ESSENCIAIS,DE LARANJA	29252352	65842201
3301 9020	SUBPRODS.TERPENICOS RESIDS.DA DESTERP.OLEOS ESSENCIAIS	34678792	48431026
3305 1000	XAMPUS PARA OS CABELOS	16340522	31927697
3305 9000	OUTRAS PREPARACOES CAPILARES	17129129	30586388
3307 2010	DESODORANTES CORPORAIS E ANTIPERSPIRANTES,LIQUIDOS	3233815	26112705
3302 1000	MISTURAS UTIL.MATERIA BASICA P/INDS.ALIMENTAR/DE BEBIDA	1532437	17562318
3304 9990	OUTS.PRODUTOS DE BELEZA OU DE MAQUILAGEM PREPARADOS,ETC	2176505	13956316
3306 9000	OUTRAS PREPARACOES PARA HIGIENE BUCAL OU DENTARIA,ETC.	5707055	9229239
3304 9910	CREMES DE BELEZA,CREMES NUTRITIVOS E LOCOES TONICAS	681087	6914203
3306 2000	FIOS UTILIZ.P/LIMPAR ESPACOS INTERDENTAIS (FIO DENTAL)	282528	6870770
3304 3000	PREPARACOES PARA MANICUROS E PEDICUROS	600550	5771047
3307 2090	OUTROS DE SODORANTES CORPORAIS E ANTIPERSPIRANTES	1078880	5700964
3304 1000	PRODUTOS DE MAQUILAGEM PARA OS LABIOS	78799	5585608
3301 1300	OLEO ESSENCIAL,DE LIMAO	382191	5544246
3301 9030	AGUA DESTILADA AROMAT.E SOL.AQUOSA DE OLEOS ESSENCIAIS	7387617	4868458
3304 2010	SOMBRA,DELINEADOR,LAPIS PARA SOBRANCELHAS E RIMEL	53113	3461709
3302 9090	OUTRAS MISTURAS UTILIZ.COMO MATERIA BASICA P/INDUSTRIA	179051	3221981
3302 9019	OUTRAS MISTURAS UTILIZ.COMO MATERIA BASICA P/PERFUMARIA	210048	2288352
3307 9000	OUTROS PRODS.DE PERFUMARIA OU TOUCADOR,PREPARADOS,ETC.	221242	2076853
3301 1990	OUTROS ÓLEOS ESSENCIAIS D/CÍTRICOS	125607	2008612
3301 2919	OLEO ESSENCIAL,DE EUCALIPTO	223533	1816495
3301 2990	OUTROS OLEOS ESSENCIAIS	56234	1658167
3301 1910	ÓLEOS ESSENCIAIS DE LIMA	93592	1227253
3303 0020	AGUA-DE-COLONIA	252140	1203430
3304 9100	POS,INCLUIDOS OS COMPACTOS,PARA MAQUILAGEM	194398	1099069
3305 2000	PREPARS.P/ONDULACAO/ALISAMENTO/PERMANENTES,DOS CABELOS	91624	737217
3307 1000	PREPARACOES PARA BARBEAR (ANTES,DURANTE OU APOS)	73134	629969
3301 2915	OLEO ESSENCIAL,DE PAU-ROSA	5901	515290
3301 2400	OLEO ESSENCIAL,DE HORTELA-PIMENTA (MENTHA PIPERITA)	15316	463814
3303 0010	PERFUMES (EXTRATOS)	8011	304051
3301 1210	OLEO ESSENCIAL,DE "PETIT GRAIN" DE LARANJA	105994	243184
3307 4900	OUTS.PREPARACOES PARA PERFUMAR OU DESODORIZAR AMBIENTES	25608	229892
3301 2510	OLEO ESSENCIAL,DE MENTA JAPONESA (MENTHA ARVENSIS)	10318	161720
3301 1900	OLEO ESSENCIAL,DE OUTROS CITRICOS	7175	114421
3301 1400	OLEO ESSENCIAL,DE LIMA	19450	105337
3304 2090	OUTROS PRODUTOS DE MAQUILAGEM PARA OS OLHOS	4935	98817
3301 9010	SOLUCOES CONCENTR.DE OLEOS ESSENCIAIS DO TRATAM.FLORES	45578	96451
3301 3000	RESINOIDES	4049	44488
3301 2916	OLEO ESSENCIAL,DE PALMA ROSA	1530	29759
3301 2914	OLEO ESSENCIAL,DE "LE MONGRASS"	1420	26129
3301 2590	OLEO ESSENCIAL,DE OUTRAS MENTAS	6445	20849
3307 4100	AGARBATE E OUTS.PREPAR.ODORIFERAS QUE ATUEM P/COMBUSTAO	2702	16970
3307 3000	SAIS PERFUMADOS E OUTRAS PREPARACOES PARA BANHOS	2339	15069
3305 3000	LAQUES PARA OS CABELOS	1572	9239
3301 2911	OLEO ESSENCIAL,DE CITRONELA	208	3908
3301 2912	OLEO ESSENCIAL,DE CEDRO	754	3534
3301 9040	OLEORRESINAS DE EXTRACAO	7	1162
3301 2921	ÓLEOS ESSENCIAIS DE ALFAZEMA OU DE LAVANDA	0	39
TOTAL		175768281	423064951

Fonte: SECEX/MDIC – Sistema Aliceweb

Elaboração: DIEESE

**Exportação de produtos cosméticos
Estado de São Paulo – Jan/Jun 2008**

Código NCM	Descrição NCM	Kg Líquido	US\$
33061000	DENTIFRICIOS	22216067	56855941
33011290	OUTROS OLEOS ESSENCIAIS,DE LARANJA	13487328	30071412
33051000	XAMPUS PARA OS CABELOS	11179576	23539386
33019020	SUBPRODS. TERPENICOS RESIDS.DA DESTERP.OLE OS ESSENCIAIS	16329418	22347563
33059000	OUTRAS PREPARACOES CAPILARES	8881030	21633094
33072010	DE SODORANTES CORPORAIS E ANTIPERSPIRANTES ,LIQUIDOS	1809269	18594239
33021000	MISTURAS UTIL.MATERIA BASICA P/INDS.ALIMENTAR/DE BEBIDA	903600	9974350
33049990	OUTS.PRODUTOS DE BELEZA OU DE MAQUILAGEM PREPARADOS,ETC	938913	8284730
33069000	OUTRAS PREPARACOES PARA HIGIENE BUCAL OU DENTARIA,ETC.	4545633	7591987
33049910	CREMES DE BELEZA,CREMES NUTRITIVOS E LOCOES TONICAS	381242	5107649
33062000	FIOS UTILIZ.P/LIMPAR ESPACOS INTERDENTAIS (FIO DENTAL)	157195	4530021
33041000	PRODUTOS DE MAQUILAGEM PARA OS LABIOS	40523	3685825
33043000	PREPARACOES PARA MANICUROS E PEDICUROS	368897	3537855
33072090	OUTROS DESODORANTES CORPORAIS E ANTIPERSPIRANTES	538669	3246612
33011990	OUTROS ÓLEOS ESSENCIAIS D/CÍTRICOS	113202	2257191
33011300	OLEO ESSENCIAL,DE LIMAO	114536	2193997
33042010	SOMBRA,DELINEADOR,LA PIS PARA SOBRANCELHAS E RIMEL	24854	2095774
33019030	AGUA DESTILADA AROMAT.E SOL.AQUOSA DE OLEOS ESSENCIAIS	2586052	1746047
33029090	OUTRAS MISTURAS UTILIZ.COMO MATERIA BASICA P/INDUSTRIA	77901	1595454
33029019	OUTRAS MISTURAS UTILIZ.COMO MATERIA BASICA P/PERFUMARIA	123815	1459482
33012990	OUTROS OLEOS ESSENCIAIS	34549	1364407
33079000	OUTROS PRODS.DE PERFUMARIA OU TOUCADOR,PREPARADOS,ETC.	111761	1100320
33011910	ÓLEOS ESSENCIAIS DE LIMA	43123	830217
33012919	OLEO ESSENCIAL,DE EUCALIPTO	81274	728773
33049100	POS,INCLUIDOS OS COMPACTOS,PARA MAQUILAGEM	48811	529998
33030020	AGUA-DE-COLONIA	46907	476050
33052000	PREPARS.P/ONDULACAO/ALISAMENTO/PERMANENTES,DOS CABELOS	25156	274846
33012915	OLEO ESSENCIAL,DE PAU-ROSA	2159	200863
33071000	PREPARACOES PARA BARBEAR (ANTES,DURANTE OU APOS)	19844	192352
33073000	SAIS PERFUMADOS E OUTRAS PREPARACOES PARA BANHOS	11158	162461
33012510	OLEO ESSENCIAL,DE MENTA JAPONESA (MENTHA ARVENSIS)	8283	122517
33074900	OUTS.PREPARACOES PARA PERFUMAR OU DESODORIZAR AMBIENTES	8895	85373
33030010	PERFUMES (EXTRATOS)	1178	33832
33019010	SOLUCOES CONCENTR.DE OLEOS ESSENCIAIS DO TRATAM.FLORES	972	19502
33012590	OLEO ESSENCIAL,DE OUTRAS MENTAS	665	16925
33011210	OLEO ESSENCIAL,DE "PETIT GRAIN" DE LARANJA	555	13980
33074100	AGARBATE E OUTS.PREPAR.ODORIFERAS QUE ATUEM P/COMBUSTAO	3529	10972
33042090	OUTROS PRODUTOS DE MAQUILAGEM PARA OS OLHOS	385	9333
33019040	OLEORRESINAS DE EXTRACAO	176	5434
33012911	OLEO ESSENCIAL,DE CITRONELA	100	3000
33012400	OLEO ESSENCIAL,DE HORTELA-PIMENTA (MENTHA PIPERITA)	23	1862
33012921	ÓLEOS ESSENCIAIS DE ALFAZEMA OU DE LAVANDA	15	1390
33012914	OLEO ESSENCIAL,DE "LEMONGRASS"	46	1150
33053000	LAQUES PARA OS CABELOS	36	714
33013000	RE SINOIDES	7	603
TOTAL		85267327	236535483

Fonte: SECEX/MDIC – Sistema Aliceweb
Elaboração: DIEESE

**Importação de produtos cosméticos
Estado de São Paulo – 2007**

Código NCM	Descrição NCM	Kg Líquido	US\$
33072010	DESODORANTES CORPORAIS E ANTIPERSPIRANTES,LIQUIDOS	9113432	51660297
33030020	AGUA-DE-COLONIA	433710	33130079
33021000	MISTURAS UTIL.MATERIA BASICA P/INDS.ALIMENTAR/DE BEBIDA	1488694	13300569
33029019	OUTRAS MISTURAS UTILIZ.COMO MATERIA BASICA P/PERFUMARIA	777554	12568246
33029090	OUTRAS MISTURAS UTILIZ.COMO MATERIA BASICA P/INDUSTRIA	504151	10601023
33069000	OUTRAS PREPARACOES PARA HIGIENE BUCAL OU DENTARIA,ETC.	5492920	9691027
33012510	OLEO ESSENCIAL,DE MENTA JAPONESA (MENTHA ARVENSIS)	754337	9420591
33012990	OUTROS OLEOS ESSENCIAIS	215161	8044516
33049910	CREMES DE BELEZA,CREMES NUTRITIVOS E LOCOES TONICAS	313616	7535638
33049990	OUTS.PRODUTOS DE BELEZA OU DE MAQUILAGEM PREPARADOS,ETC	236947	7346978
33071000	PREPARACOES PARA BARBEAR (ANTES,DURANTE OU APOS)	1631425	6194678
33042010	SOMBRA,DELINEADOR,LAPIS PARA SOBRANCELHAS E RIMEL	346312	5089056
33059000	OUTRAS PREPARACOES CAPILARES	961745	3826796
33041000	PRODUTOS DE MAQUILAGEM PARA OS LABIOS	91874	3802273
33011300	OLEO ESSENCIAL,DE LIMAO	188422	3405971
33072090	OUTROS DESODORANTES CORPORAIS E ANTIPERSPIRANTES	421088	3015363
33012520	OLEO ESSENCIAL,DE "MENTHA SPEARMINT"(MENTHA VIRIDIS L)	130274	2753449
33012400	OLEO ESSENCIAL,DE HORTELA-PIMENTA (MENTHA PIPERITA)	124440	2420128
33079000	OUTROS PRODS.DE PERFUMARIA OU TOUCADOR,PREPARADOS,ETC.	349631	2418157
33049100	POS,INCLUIDOS OS COMPACTOS,PARA MAQUILAGEM	93254	2267204
33062000	FIOS UTILIZ.P/LIMPAR ESPACOS INTERDENTAIS (FIO DENTAL)	104468	1985561
33051000	XAMPUS PARA OS CABELOS	526602	1463935
33074900	OUTS.PREPARACOES PARA PERFUMAR OU DESODORIZAR AMBIENTES	222571	1240808
33011290	OUTROS OLEOS ESSENCIAIS,DE LARANJA	107624	1238613
33042090	OUTROS PRODUTOS DE MAQUILAGEM PARA OS OLHOS	8578	963880
33012919	OLEO ESSENCIAL,DE EUCALIPTO	156370	960611
33011990	OUTROS ÓLEOS ESSENCIAIS D/CÍTRICOS	15863	788252
33061000	DENTIFRICIOS	129989	718318
33012590	OLEO ESSENCIAL,DE OUTRAS MENTAS	28442	704691
33019040	OLEORRESINAS DE EXTRACAO	21035	684409
33013000	RESINOIDES	18567	635189
33011910	ÓLEOS ESSENCIAIS DE LIMA	17441	530352
33019030	AGUA DESTILADA AROMAT.E SOL.AQUOSA DE OLEOS ESSENCIAIS	15279	500737
33012921	ÓLEOS ESSENCIAIS DE ALFAZEMA OU DE LAVANDA	17748	420378
33012912	OLEO ESSENCIAL,DE CEDRO	29970	406835
33012922	ÓLEOS ESSENCIAIS DE VETIVER	2208	348901
33030010	PERFUMES (EXTRATOS)	7490	325672
33052000	PREP ARS.P/ONDULACAO/ALISAMENTO/PERMANENTES,DOS CABELOS	46936	257874
33019020	SUBPRODS.TERPENICOS RESIDS.DA DESTERP.OLEOS ESSENCIAIS	60204	206450
33074100	AGARBATE E OUTS.PREPAR.ODORIFERAS QUE ATUEM P/COMBUSTAO	52602	205598
33012911	OLEO ESSENCIAL,DE CITRONELA	19626	170956
33073000	SAIS PERFUMADOS E OUTRAS PREPARACOES PARA BANHOS	12392	117918
33029011	VETIVEROL PARA PERFUMARIA	4598	113259
33011210	OLEO ESSENCIAL,DE "PETIT GRAIN" DE LARANJA	5638	78054
33043000	PREPARACOES PARA MANICUROS E PEDICUROS	3679	68851
33012917	OLEO ESSENCIAL,DE CORIANDRO	705	39016
33019010	SOLUCOES CONCENTR.DE OLEOS ESSENCIAIS DO TRATAM.FLORES	3219	38395
33012913	OLEO ESSENCIAL,DE PAU-SANTO (BULNESIA SARMIENTOL)	4020	36938
33053000	LAQUES PARA OS CABELOS	3834	26980
33012918	OLEO ESSENCIAL,DE CABREUVA	1579	23041
33012914	OLEO ESSENCIAL,DE "LEMONGRASS"	543	8361
33011900	OLEO ESSENCIAL,DE OUTROS CITRICOS	172	6936
33012916	OLEO ESSENCIAL,DE PALMA ROSA	192	4280
33012915	OLEO ESSENCIAL,DE PAU-ROSA	37	2557
TOTAL		25319208	213814645

Fonte: SECEX/MDIC – Sistema Aliceweb
Elaboração: DIEESE

**Importação de produtos cosméticos
Estado de São Paulo – Jan/Jun 2008**

Código NCM	Descrição NCM	Kg Líquido	US\$
33072010	DESODORANTES CORPORAIS E ANTIPERSPIRANTES, LIQUIDOS	5229124	32900338
33029019	OUTRAS MISTURAS UTILIZ.COMO MATERIA BASICA P/PERFUMARIA	366598	6979248
33021000	MISTURAS UTIL.MATERIA BASICA P/INDS.ALIMENTAR/DE BEBIDA	705714	6728599
33029090	OUTRAS MISTURAS UTILIZ.COMO MATERIA BASICA P/INDUSTRIA	271776	6090789
33071000	PREPARACOES PARA BARBEAR (ANTES,DURANTE OU APOS)	1042575	5926337
33069000	OUTRAS PREPARACOES PARA HIGIENE BUCAL OU DENTARIA,ETC.	3266300	5715029
33012990	OUTROS OLEOS ESSENCIAIS	122550	5502331
33012510	OLEO ESSENCIAL,DE MENTA JAPONESA (MENTHA ARVENSIS)	294136	3679100
33072090	OUTROS DESODORANTES CORPORAIS E ANTIPE RSPIRANTE S	234288	2929429
33062000	FIOS UTILIZ.P/LIMPAR ESPACOS INTERDENTAI S (FIO DENTAL)	111911	2474358
33041000	PRODUTOS DE MAQUILAGEM PARA OS LABIOS	48883	2410417
33042010	SOMBRA,DELIN EADOR,LAPIS PARA SOBRANCELHAS E RIMEL	169275	2208077
33049990	OUTS.PRODUTOS DE BELEZA OU DE MAQUILAGEM PREPARADOS,ETC	47560	1540369
33049910	CREMES DE BELEZA,CREMES NUTRITIVOS E LOCOES TONICAS	69637	1451573
33011300	OLEO ESSENCIAL,DE LIMAO	59643	1376961
33059000	OUTRAS PREPARACOES CAPILARES	406487	1299077
33012520	OLEO ESSENCIAL,DE "MENTHA SPEARMINT"(MENTHA VIRIDIS L)	58126	1271890
33079000	OUTROS PRODS.DE PERFUMARIA OU TOUCADOR,PREPARADOS,ETC.	103814	1069474
33074900	OUTS.PREPARACOES PARA PERFUMAR OU DESODORIZAR AMBIENTES	160679	866477
33012400	OLEO ESSENCIAL,DE HORTELA-PIMENTA (MENTHA PIPERITA)	37239	749804
33012919	OLEO ESSENCIAL,DE EUCALIPTO	91364	645061
33030020	AGUA-DE-COLONIA	57377	613566
33061000	DENTIFRICIOS	85860	568959
33011290	OUTROS OLEOS ESSENCIAIS,DE LARANJA	50379	560930
33029011	VETIVEROL PARA PERFUMARIA	17098	525024
33011990	OUTROS ÓLEOS ESSENCIAIS D/CÍTRICOS	8185	453261
33013000	RESINOIDES	8925	438970
33049100	POS,INCLUIDOS OS COMPACTOS,PARA MAQUILAGEM	84202	422598
33012590	OLEO ESSENCIAL,DE OUTRAS MENTAS	12900	421151
33019040	OLEORRESINAS DE EXTRACAO	14693	408296
33051000	XAMPUS PARA OS CABELOS	112059	403033
33011910	ÓLEOS ESSENCIAIS DE LIMA	9841	366013
33012922	ÓLEOS ESSENCIAIS DE VETIVER	1797	318235
33012921	ÓLEOS ESSENCIAIS DE ALFAZEMA OU DE LAVANDA	8510	259702
33012912	OLEO ESSENCIAL,DE CEDRO	13551	207264
33019030	AGUA DESTILADA AROMAT.E SOL.AQUOSA DE OLEOS ESSENCIAIS	3213	169232
33012911	OLEO ESSENCIAL,DE CITRONELA	14686	154385
33019020	SUBPRODS.TERPENICOS RESIDS.DA DESTERP.OLEOS ESSENCIAIS	35392	148582
33030010	PERFUMES (EXTRATOS)	3526	135455
33073000	SAIS PERFUMADOS E OUTRAS PREPARACOES PARA BANHOS	24301	131796
33074100	AGARBATE E OUTS.PREPAR.ODORIFERAS QUE ATUEM P/COMBUSTAO	44507	108563
33019010	SOLUCOES CONCENTR.DE OLEOS ESSENCIAIS DO TRATAM.FLORES	3542	41133
33043000	PREPARACOES PARA MANICUROS E PEDICUROS	2085	34693
33011210	OLEO ESSENCIAL,DE "PETIT GRAIN" DE LARANJA	1925	32239
33012914	OLEO ESSENCIAL,DE "LEMONGRASS"	1575	30403
33012917	OLEO ESSENCIAL,DE CORIANDRO	421	28404
33012913	OLEO ESSENCIAL,DE PAU-SANTO (BULNESIA SARMIENTOL)	1905	17648
33052000	PREPARS.P/ONDULACAO/ALISAMENTO/PERMANENTES,DOS CABELOS	10371	16066
33012916	OLEO ESSENCIAL,DE PALMA ROSA	233	5869
33012918	OLEO ESSENCIAL,DE CABREUVA	360	4539
33053000	LAQUES PARA OS CABELOS	649	3923
33012915	OLEO ESSENCIAL,DE PAU-ROSA	50	3876
33042090	OUTROS PRODUTOS DE MAQUILAGEM PARA OS OLHOS	42	1924
TOTAL		13531839	100850470

Fonte: SECEX/MDIC – Sistema Aliceweb
Elaboração: DIEESE

ANEXO 4 – BALANÇA COMERCIAL DE DIADEMA

**Principais produtos exportados
Diadema – 2007**

Produtos	2007		
	US\$ FOB	Part %	Kg líquido
1 PARTES DE OUTROS MOTORES/GERADORES/GRUPOS ELETROG.ETC.	27.781.203	10,68	8.044.031
2 MAQUINAS FERRAM.P/ESTAMPAR METAIS,C/COMANDO NUMERICO	20.229.540	7,78	2.256.130
3 GORDURAS E OLEOS,ANIMAIS,VEGETAIS,COZIDOS,OXIDADOS,ETC.	12.947.929	4,98	13.641.612
4 OUTROS ROLAMENTOS DE ESFERAS	11.904.926	4,58	1.302.690
5 OUTRAS PARTES E ACESS.P/TRATORES E VEICULOS AUTOMOVEIS	11.648.321	4,48	1.688.641
6 BARRAS DE DIREÇÃO P/VEÍCULOS AUTOMÓVEIS	9.087.285	3,49	1.343.770
7 OUTROS COMPRESSORES DE GASES,DE PARAFUSO	7.242.002	2,78	436.743
8 PARTES E ACESS.DE DENSIMETROS E OUTROS INSTRUMENTOS	7.198.639	2,77	274.683
9 JUNTAS,GAXETAS,SEMELHS.DE BORRACHA VULCAN.N/ENDURECIDA	6.775.558	2,6	354.699
10 OUTRAS OBRAS DE BORRACHA VULCANIZADA,NAO ENDURECIDA	4.983.030	1,92	330.143
11 BOMBAS P/GASOLINA/ALCOOL,P/MOTOR DE EXPLOSAO	4.202.368	1,62	132.400
12 BOMBAS P/OLEO LUBRIFICANTE,P/MOTOR EXPLOSAO/DIESEL/SEMI	3.703.700	1,42	307.339
13 OUTRAS PARTES E ACESS.DE CARROCARIAS P/VEIC.AUTOMOVEIS	3.419.018	1,31	494.751
14 LAMIN.FERRO/ACO,A FRIO,L<6DM,TE OR<0.25% DE CARBONO	3.317.217	1,28	3.404.491
15 OUTRAS CHAPAS DE POLIMEROS DE ETILENO,N/REFORÇADAS,ETC.	3.315.263	1,27	909.661
16 EXTINTORES,MESMO CARREGADOS	3.291.966	1,27	1.016.192
17 MENTOL	3.110.220	1,2	142.901
18 LAMIN.FERRO/ACO,A FRIO,L<6DM,TE OR>=0.6% DE CARBONO	2.864.548	1,1	1.769.039
19 ACESSORIOS PARA TUBOS DE LIGAS DE COBRE	2.850.917	1,1	89.681
20 PREPARS.BASE BORRACHA,P/FABR.GOMAS MASCAR,FORMAS PRIMAR	2.821.092	1,08	1.836.200
21 OUTRAS FECHADURAS E FERROLHOS,DE METAIS COMUNS	2.442.390	0,94	203.734
22 OUTRAS BOMBAS VOLUMETRICAS ROTATIVAS,DE VAZAO<=300L/MIN	2.428.729	0,93	83.070
23 MISTURAS DE ALQUILBENZENOS	2.370.285	0,91	680.780
24 PARTES DE MAQS.E APARS.P/TRAB.BORRACHA/PLAST.FABR.PRODS	2.267.189	0,87	179.821
25 CONSTRUCOES/OUTRAS PARTES,CHAPAS,BARRAS,ETC.DE ALUMINIO	2.236.754	0,86	119.401
26 OUTS.MONOFILAMENTOS SINTÉTICOS C/LARG.<5MM	2.218.838	0,85	154.629
27 MAQUINAS E APARS.P/SELECIONAR,ETC.SUBST.MINER.SOLIDA	2.217.695	0,85	439.401
28 GARRAFOES,GARRAFAS,FRASCOS,ARTIGOS SEMELHS.DE PLASTICOS	2.138.767	0,82	429.925
29 PARTES E ACESS.DE MAQUINAS FERRAM.P/FORJAR,ETC.METAIS	1.985.039	0,76	673.305
30 TORNEIRAS E OUTROS DISPOSITIVOS P/CANALIZACOES,ETC.	1.865.030	0,72	98.332
31 FORNOS DE RESISTENCIA,INDUSTRIAIS (AQUECIM.DIRETO)	1.840.665	0,71	88.649
32 OUTROS ARTEFATOS CONFECCIONADOS,DE FALSO TECIDO	1.837.159	0,71	51.782
33 LAMIN.FERRO/ACO,A FRIO,L<6DM,TE OR 0.25%<=CARBONO<0.6%	1.836.976	0,71	1.666.306
34 OUTROS ARTEFATOS N/ROSCADOS,DE FERRO FUNDIDO/FERRO/ACO	1.783.441	0,69	257.349
35 ACIDO GRAXO (GORDO) DO "TALL OIL"	1.759.709	0,68	4.036.250
36 OUTROS TUBOS DE PLASTICOS	1.653.117	0,64	37.169
37 OUTS.PARTES DE APARS.P/FILTRAR OU DEPURAR LIQUIDOS,ETC.	1.649.291	0,63	193.254
38 OUTS.CHAPAS,ETC.TE REFT.POLIETILENO,E<=40 MICR.S/SUPORTE	1.568.191	0,6	951.786
39 OUTS.PECAS/TUBOS ISOLANTES P/MAQS.APARS.E INSTAL.ELETR.	1.430.049	0,55	28.673
40 CADINHOS REFRA TARIOS,DE GRAFITA C/CARBONETO DE SILICIO	1.405.096	0,54	374.593
41 DEMAIS PRODUTOS	68.530.958	26,34	12.063.258
TOTAL DOS PRINCIPAIS PRODUTOS EXPORTADOS	191.629.152	73,66	50.524.006
TOTAL DA ÁREA	260.160.110	100	62.587.264

Fonte: SECEX/MDIC – Sistema Aliceweb
Elaboração: DIEESE

**Principais produtos exportados
Diadema – Jan/Jun 2008**

Produtos	2008 (Jan-Jun)		
	US\$ FOB	Part %	Kg líquido
1 OUTROS ROLAMENTOS DE ESFERAS	12.269.590	9,7	1.240.340
2 PARTES DE OUTROS MOTORES/GERADORES/GRUPOS ELETROG.ETC.	8.073.049	6,39	1.579.977
3 OUTRAS OBRAS DE BORRACHA VULCANIZADA,NAO ENDURECIDA	7.711.259	6,1	200.812
4 OUTRAS PARTES E ACESS.P/TRATORES E VEICULOS AUTOMOVEIS	6.196.774	4,9	881.768
5 OLDO VEGETAL EPOXIDADO	5.406.564	4,28	3.113.560
6 BARRAS DE DIREÇÃO P/VEÍCULOS AUTOMÓVEIS	4.992.644	3,95	673.705
7 MAQUINAS FERRAM.P/ESTAMPAR METAIS,C/COMANDO NUMERICO	4.821.495	3,81	638.400
8 JUNTAS,GAXETAS,SEMELHS.DE BORRACHA VULCAN.N/ENDURECIDA	3.870.220	3,06	188.665
9 PARTES E ACESS.DE DENSIMETROS E OUTROS INSTRUMENTOS	3.807.220	3,01	162.423
10 OUTRAS PARTES E ACESS.DE CARROCARIAS P/VEIC.AUTOMOVEIS	2.801.713	2,22	305.144
11 EXTINTORES,MESMO CARREGADOS	2.162.529	1,71	627.109
12 BOMBAS P/GASOLINA/ALCOOL,P/MOTOR DE EXPLOSAO	1.946.445	1,54	52.581
13 ASSENTOS PARA VEICULOS AUTOMOVEIS	1.941.476	1,54	199.294
14 PREPARS.BASE BORRACHA,P/FABR.GOMAS MASCAR,FORMAS PRIMAR	1.873.916	1,48	1.075.500
15 OUTROS TUBOS DE PLASTICOS	1.812.547	1,43	27.804
16 OUTRAS BOMBAS VOLUMETRICAS ROTATIVAS,DE VAZAO<=300L/MIN	1.772.793	1,4	49.343
17 LAMIN.FERRO/ACO,A FRIO,L<6DM,TEOR>=0.6% DE CARBONO	1.609.731	1,27	762.957
18 CONSTRUCOES/OUTRAS PARTES,CHAPAS,BARRAS,ETC.DE ALUMINIO	1.579.248	1,25	74.582
19 OUTRAS CHAPAS DE POLIMEROS DE ETILENO,N/REFORCADAS,ETC.	1.498.785	1,19	339.169
20 OUTROS ARTEFATOS CONFECCIONADOS,DE FALSO TECIDO	1.489.349	1,18	43.482
21 OUTS.MONOFILAMENTOS SINTÉTICOS C/LARG.<5MM	1.310.229	1,04	98.311
22 MAQUINAS P/EXTRUDAR MATERIAS TEXTEIS SINTE T/ARTIFICIAIS	1.206.976	0,95	52.377
23 ACESSORIOS PARA TUBOS DE LIGAS DE COBRE	1.186.726	0,94	31.868
24 METAIS PRECIOSOS NO ESTADO COLOIDAL	1.145.460	0,91	2.180
25 OUTS.FOLHAS DE SERRAS CIRC.DE METAIS COMUNS,INCL.PARTES	1.099.866	0,87	60.979
26 MISTURAS DE ALQUILBENZENOS	1.073.600	0,85	302.720
27 OUTROS ARTEFATOS N/ROSCADOS,DE FERRO FUNDIDO/FERRO/ACO	1.064.365	0,84	124.638
28 OUTROS DESPERDICIOS E RESIDUOS DE FERRO OU ACO	985.301	0,78	2.063.655
29 PARTES DE MAQS.E APARS.P/TRAB.BORRACHA/PLAST.FABR.PRODS	975.182	0,77	76.718
30 OUTS.PARAFUSOS/PINOS/PERNOS,DE FERRO FUNDIDO/FERRO/ACO	963.624	0,76	240.781
31 LAMIN.FERRO/ACO,L<6DM,GALVAN.ELETROLIT.E<4.75MM	909.154	0,72	389.030
32 FELTROS DE OUTRAS MATERS.TEXTEIS,N/IMPREGN.N/REVEST.ETC	883.490	0,7	281.206
33 OUTS.PARTES DE APARS.P/FILTRAR OU DEPURAR LIQUIDOS,ETC.	868.842	0,69	119.286
34 OUTROS TAPETES/REVESTIMENTOS P/PAVIM.DE FELTRO	837.078	0,66	263.905
35 OUTRAS RESISTENCIAS ELETRICAS VARIAVEIS	832.992	0,66	47
36 TORNEIRAS E OUTROS DISPOSITIVOS P/CANALIZACOES,ETC.	794.828	0,63	39.745
37 LAMIN.FERRO/ACO,A FRIO,L<6DM,TEOR<0.25% DE CARBONO	736.003	0,58	501.287
38 VALVULAS DE RETENCAO	702.275	0,56	26.295
39 OUTS.APARELHOS MECANICOS,P/PROJETAR,ETC.LIQUIDOS,POS	698.015	0,55	13.696
40 BOMBAS P/OLEO LUBRIFICANTE,P/MOTOR EXPLOSAO/DIESEL/SEMI	633.335	0,5	42.216
41 DEMAIS PRODUTOS	29.882.564	23,64	6.380.033
TOTAL DOS PRINCIPAIS PRODUTOS EXPORTADOS	96.544.688	76,36	16.967.555
TOTAL DA ÁREA	126.427.252	100	23.347.588

Fonte: SECEX/MDIC – Sistema Aliceweb
Elaboração: DIEESE

**Principais produtos importados
Diadema – 2007**

Produtos	2007		
	US\$ FOB	Part %	Kg líquido
1 OUTS PARTES DE MAQS.E APARELHOS DE TERRAPLANAGEM E ETC.	18.093.559	3,66	6.678.185
2 PARTES DE OUTS.MAQS.E APARELHOS DE TERRAPLANAGEM,ETC.	13.388.791	2,70	5.274.747
3 PARTES P/ASSENTOS,DE OUTRAS MATERIAS	8.441.560	1,71	1.486.412
4 OUTRAS MAQUINAS DE MOLDAR BORRACHA/PLAST.POR INSUFLACAO	7.259.424	1,47	153.526
5 JUNTAS,GAXETAS,SEMELHS.DE BORRACHA VULCAN.N/ENDURECIDA	6.221.148	1,26	187.849
6 OUTS.PARTES DE APARS.P/FILTRAR OU DEPURAR LIQUIDOS,ETC.	6.128.677	1,24	116.063
7 MAQS.E APARS.P/ENCHER/FECHAR LATAS,CAPSULAR VASOS,ETC.	5.713.017	1,15	172.435
8 BORRACHA DE ESTIRENO-BUTADIENO,EM OUTS.FORMAS PRIMARIAS	5.650.245	1,14	3.175.509
9 OUTROS TUBOS DE FERRO/ACO N/LIG.S/COST.SEC.CIRC.	5.448.440	1,10	6.737.951
10 OUTROS COMPRESSORES DE GASES,DE PARAFUSO	5.175.370	1,05	404.921
11 PARTES DE MAQS.E APARS.P/LIMPAR/SECAR/ENCHER/FECHAR,ETC	4.759.534	0,96	51.949
12 OUTRAS PARTES E ACESS.P/TRATORES E VEICULOS AUTOMOVEIS	4.600.148	0,93	714.938
13 OUTS.MAQS.E APARS.P/IMPRESSAO OFSETE,ALIM.POR BOBINAS	4.406.880	0,89	155.010
14 OUTS.LIGAS DE ACOS,EM LINGOTES E OUTS.FORMAS PRIMARIAS	4.338.887	0,88	4.715.850
15 OUTROS VEICULOS P/MOVIM.CARGA,AUTOPROPULSORES	4.269.463	0,86	1.266.580
16 PRODUTOS SEMANUFATURADOS,DE OUTRAS LIGAS DE ACOS	4.257.707	0,86	3.657.565
17 BUTAN-1-OL (ALCOOL N-BUTILICO)	4.079.241	0,82	3.033.660
18 OLEOS MINERAIS BRANCOS (DE VASELINA/PARAFINA)	4.031.217	0,81	4.220.777
19 COPOLIMEROS DE ACRILONITRILA-BUTADIENO-ESTIRENO,S/CARGA	4.028.951	0,81	2.347.725
20 ACETATO DE N-BUTILA	3.866.888	0,78	2.812.464
21 OUTS.PARTES DE BOMBAS P/LIQUIDOS	3.762.384	0,76	131.359
22 PAPEL E CARTAO KRAFT,CRUS,P>=225G/M2,EM ROLOS OU FOLHAS	3.685.399	0,74	1.273.654
23 ACESSORIOS PARA TUBOS DE LIGAS DE COBRE	3.603.038	0,73	168.088
24 PARTES E ACESS.P/OUTS.INSTRUM.E APARS.P/ANALISE,ETC.	3.291.327	0,66	43.595
25 OUTS.PAPEIS/CARTOES P/ESCRITA,ETC.FIBRA MECAN<=10%	3.257.657	0,66	3.336.432
26 MENTOL	3.196.328	0,65	167.200
27 OUTROS ACUMULADORES ELETRICOS,DE CHUMBO,PESO<=1000KG	3.190.617	0,64	1.255.166
28 OUTRAS PARTES P/APARELHOS INTERRUPTOR.CIRCUITO ELETR.	3.139.406	0,63	157.311
29 MAQUINAS E APARS.P/IND.DE PANIFICACAO,PASTELARIA,ETC.	3.101.142	0,63	93.778
30 OUTRAS MAQUINAS E APARELHOS MECANICOS C/FUNCAO PROPRIA	2.951.247	0,60	96.683
31 OUTRAS MÁQUINAS AUXILIARES P/IMPRESSÃO	2.887.842	0,58	25.902
32 SULFATO DE COLISTINA	2.865.878	0,58	81.450
33 BORRACHA DE CLOROPRENO (CLOROBUTADIENO),EM CHAPAS,ETC.	2.827.125	0,57	614.032
34 ACETONA NAO CONTENDO OUTRAS FUNCOES OXIGENADAS	2.789.798	0,56	3.480.197
35 OUTRAS EMPILHADEIRAS AUTOPROPULSORAS,DE MOTOR ELETRICO	2.683.554	0,54	360.732
36 POLICLORETO DE VINILA,OB.T.PROC.EMULSAO,FORMA PRIMARIA	2.678.997	0,54	1.687.500
37 AZODICARBONAMIDA	2.656.646	0,54	1.525.000
38 BORRACHA DE ETILENO-PROPILENO-DIENO N/CONJUG.EM CHAPAS,	2.633.049	0,53	1.297.998
39 OUTRAS OBRAS DE BORRACHA VULCANIZADA,NAO ENDURECIDA	2.609.210	0,53	192.202
40 OUTS.MAQS.E APARS.DE ELEVACAO,DE CARGA,DE DESCARGA,ETC.	2.585.364	0,52	291.857
41 DEMAIS PRODUTOS	310.419.528	62,71	114.339.827
TOTAL DOS PRINCIPAIS PRODUTOS IMPORTADOS	184.555.155	37,29	63.644.252
TOTAL DA ÁREA	494.974.683	100	177.984.079

Fonte: SECEX/MDIC – Sistema Aliceweb
Elaboração: DIEESE

**Principais produtos importados
Diadema – Jan/Jun 2008**

Produtos	2008 (Jan-Jun)		
	US\$ FOB	Part %	Kg líquido
1 OUTS PARTES DE MAQS.E APARELHOS DE TERRAPLANAGEM E ETC.	16.296.575	5,55	5.460.046
2 PARTES P/ASSENTOS,DE OUTRAS MATERIAS	5.471.569	1,86	831.168
3 PARTES DE MAQS.E APARS.P/LIMPAR/SECAR/ENCHER/FECHAR,ETC	4.790.870	1,63	31.537
4 LAMIN.FERRO/ACO,QUENTE,L>=60CM,N/ENROLADO,E>10MM	3.830.811	1,3	4.803.223
5 JUNTAS,GAXETAS,SEMELHS.DE BORRACHA VULCAN.N/ENDURECIDA	3.761.879	1,28	106.242
6 ACETONA NAO CONTENDO OUTRAS FUNCOES OXIGENADAS	3.683.031	1,25	4.015.277
7 OUTS.PARTES DE APARS.P/FILTRAR OU DEPURAR LIQUIDOS,ETC.	3.399.991	1,16	90.071
8 OLEOS MINERAIS BRANCOS (DE VASELINA/PARAFINA)	3.323.655	1,13	3.098.474
9 OUTROS ACUMULADORES ELETRICOS,DE CHUMBO,PESO<=1000KG	3.023.818	1,03	776.819
10 OUTROS VEICULOS P/MOVIM.CARGA,AUTOPROPULSORES	3.012.398	1,03	822.312
11 PRODUTOS SEMANUFATURADOS,DE OUTRAS LIGAS DE ACOS	2.893.126	0,98	2.431.679
12 MAQS.E APARS.P/ENCHER/FECHAR LATAS,CAPSULAR VASOS,ETC.	2.798.575	0,95	81.649
13 BORRACHA DE ESTIRENO-BUTADIENO,EM OUTS.FORMAS PRIMARIAS	2.759.294	0,94	1.391.607
14 OUTS.MAQS.E APARS.P/SOLDAR METAIS,DE ARCO/JATO PLASMA	2.693.670	0,92	49.710
15 ACESSORIOS PARA TUBOS DE LIGAS DE COBRE	2.637.216	0,9	101.490
16 BUTAN-1-OL (ALCOOL N-BUTILICO)	2.630.120	0,9	1.894.414
17 OUTRAS MÁQUINAS AUXILIARES P/IMPRESSÃO	2.588.907	0,88	21.835
18 ACETATO DE N-BUTILA	2.479.535	0,84	1.787.077
19 OUTRAS EMPILHADEIRAS AUTOPROPULSORAS,DE MOTOR ELETRICO	2.453.361	0,83	314.088
20 OUTRAS FLANGES P/TUBOS,DE FERRO FUNDIDO/FERRO OU ACO	2.409.670	0,82	1.197.175
21 OUTRAS PARTES P/APARELHOS INTERRUPTOR.CIRCUITO ELETR.	2.367.709	0,81	84.101
22 OUTS.PAPEIS/CARTOES P/ESCRITA,ETC.FIBRA MECAN<=10%	2.349.376	0,8	2.318.257
23 POLICLORETO DE VINILA,OBT.PROC.EMULSAO,FORMA PRIMARIA	2.346.469	0,8	1.282.500
24 LAMIN.DE OUTRAS LIGAS DE ACOS,A QUENTE,L<600MM	2.267.993	0,77	2.133.513
25 OUTROS FIOS DE FERRO/ACO,N/LIGADOS,N/REVESTIDOS	2.034.016	0,69	2.426.911
26 OUTROS ACESSORIOS P/SOLDAR TOPO/TOPO,TUBOS DE FERRO/ACO	2.019.614	0,69	439.221
27 OUTRAS OBRAS DE PLASTICOS	1.911.206	0,65	74.519
28 OUTROS SULFITOS DE SODIO	1.871.209	0,64	4.973.450
29 JUNTAS DE VEDACAO,MECANICAS	1.848.433	0,63	13.966
30 OUTROS CONDUTORES ELETR.P/TENSAO<=80V	1.841.933	0,63	171.506
31 OUTS.MÁQS.APARELHOS D/IMPRESSÃO P/OFSET	1.840.272	0,63	97.710
32 METIL-,ETIL- E PROPILCELULOSE,HIDROXILADAS,FORMA PRIMAR	1.711.248	0,58	359.088
33 OUTS.PAPEIS CUCHE LEVE,FIBRA MECAN>10%	1.676.771	0,57	1.915.062
34 PARTES DE MAQS.E APARS.P/TRAB.BORRACHA/PLAST.FABR.PRODS	1.661.566	0,57	22.315
35 PARTES DE MAQUINAS E APARELHOS P/SOLDAR,ELETR.	1.588.115	0,54	17.074
36 OUTS.BORRACHAS MISTURADAS,N/VULCAN.EM FORMAS PRIMARIAS	1.537.868	0,52	87.471
37 OUTRAS MAQUINAS E APARELHOS MECANICOS C/FUNCAO PROPRIA	1.488.501	0,51	26.269
38 OUTRAS COLAS E ADESIVOS PREPARADOS	1.402.726	0,48	329.173
39 PARTES E ACESS.P/OUTS.INSTRUM.E APARS.P/ANALISE,ETC.	1.369.367	0,47	12.459
40 OUTS.MAQUINAS E APARS.P/EMPACOTAR/EMBALAR MERCADORIAS	1.364.645	0,46	36.126
41 DEMAIS PRODUTOS	180.397.431	61,39	56.249.507
TOTAL DOS PRINCIPAIS PRODUTOS IMPORTADOS	113.437.108	38,61	46.126.584
TOTAL DA ÁREA	293.834.539	100	102.376.091

Fonte: SECEX/MDIC – Sistema Aliceweb
Elaboração: DIEESE

ANEXO 5 – QUESTIONÁRIO DA PESQUISA DE CAMPO

**QUESTIONÁRIO PARA O SETOR DE COSMÉTICOS
CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA****1. Dados da empresa**

1.1 Razão social/Ano de fundação:

1.2 Endereço completo:

1.3 Responsável pelas informações/Função na empresa/Telefone e e-mail:

2. Empresa de capital

01. () Estrangeiro

02. () Nacional

03. () Misto

3. Quais são os principais produtos fabricados?

01. () Higiene pessoal

02. () Perfumaria

03. () Cosméticos

99. () Outros

4. No ano de 2007, o faturamento bruto da empresa foi:

01. () Até R\$ 250.000,00

02. () De R\$ 250.000,00 a R\$ 450.000,00

03. () De R\$ 450.000,00 a R\$ 1.500.000,00

04. () De R\$ 1.500.000,00 a R\$ 2.500.000,00

05. () De R\$ 2.500.000,00 a R\$ 5.000.000,00

06. () Mais de R\$ 5.000.000,00

5. Ainda sobre o faturamento, em relação a 2006 houve:

01. () Aumento

02. () Manutenção

03. () Diminuição

6. Qual o **percentual do faturamento gasto pela sua empresa no Brasil** em atividades de Pesquisa e Desenvolvimento? (Subsidiárias de transnacionais devem considerar somente o faturamento local e os gastos realizados pela empresa local) – CASO A EMPRESA NÃO TENHA REALIZADO ATIVIDADES DE PESQUISA, VERIFICAR O MOTIVO.

7. Destino das vendas (em % do faturamento total):

01. Mercado interno: %

03. Exportação: %

8. Onde estão localizados os principais fornecedores de matéria-prima?

01. () Diadema

02. () Municípios do Grande ABC, exceto Diadema

03. () Cidade de São Paulo

04. () Municípios do estado de SP, exceto Capital e Região do ABC

05. () Região Sudeste

06. () Outros estados, exceto Região Sudeste

07. () Outros países

9. Onde estão localizados os principais clientes?

01. () Diadema

02. () Municípios do Grande ABC, exceto Diadema

03. () Cidade de São Paulo

04. () Municípios do estado de SP, exceto Capital e Região do ABC

05. () Região Sudeste

06. () Outros estados, exceto Região Sudeste

07. () Outros países

10. Onde estão localizados os principais fornecedores de embalagens?

- 01. () A empresa fabrica suas embalagens
- 02. () Diadema
- 03. () Municípios do Grande ABC, exceto Diadema
- 04. () Cidade de São Paulo
- 05. () Municípios do estado de SP, exceto Capital e Região do ABC
- 06. () Região Sudeste
- 07. () Outros estados, exceto Região Sudeste
- 08. () Outros países

11. Nos últimos anos, houve agregação de valor aos produtos da empresa?

- 01. () Sim – Especifique quais: _____
- 03. () Não

12. Qual a participação do principal cliente da empresa no total das vendas?

- 01. () De 0 a 20%
- 02. () De 21 a 40%
- 03. () De 41 a 60%
- 04. () De 61 a 80%
- 05. () De 81 a 100%

13. Qual a participação do principal fornecedor da empresa no total da compra de matérias-primas?

- 01. () De 0 a 20%
- 02. () De 21 a 40%
- 03. () De 41 a 60%
- 04. () De 61 a 80%
- 05. () De 81 a 100%

14. Qual o principal canal de comercialização utilizado pela empresa?

- 01. () Venda direta (Neste caso indicar o número de revendedores)
- 02. () Lojas de franquias
- 03. () Vendas por meio de comércio eletrônico
- 04. () Canais tradicionais de comercialização (Atacado e varejo)
- 05. () Venda direta a salões de beleza ou clínicas de estética
- 06. () Não se aplica – os produtos da empresa não são encaminhados ao mercado consumidor diretamente

15. Assinale com "X" as exigências da empresa em relação aos seus clientes e fornecedores no que se refere ao esquema de suprimento		
Exige-se dos fornecedores		Exige-se dos clientes
	Certificações de qualidade, sistemas de auditoria	
	Desenvolvimento conjunto de novos produtos/processos e/ou atividades de P&D	
	Formação técnica e educacional de mão-de-obra	

16. Marcar com um "X" as práticas usadas no esquema de suprimento em relação aos seus clientes e fornecedores		
Com os fornecedores		Com os clientes
	Exclusividade na comercialização	
	Desenvolvimento conjunto de produtos/processos e/ou atividades de P&D	
	Outras (especificar):	

17. Qual é a capacidade de produção de sua empresa (valores absolutos)?

18. Qual vem sendo, na média dos últimos 12 meses, o grau de utilização dessa capacidade?

- 01. () 0 a 50 %
- 02. () 50 a 60%
- 03. () 60 a 70%
- 04. () 70 a 80%
- 05. () 80 a 85%
- 06. () 85 a 90%
- 07. () 90 a 100%

19. A empresa teria dificuldade de fornecimento em caso de um aumento de demanda por seus produtos?

- 01. () Sim
- 03. () Não – pular p/ questão 21

20. Em caso de "sim", qual(is) estratégia(s) a empresa adotaria (pode haver mais de uma opção) ?

- 01. () Aumento da produção mantendo turnos atuais
- 02. () Aumento da produção com novos turnos de trabalho
- 03. () Investimentos para ampliação da capacidade de produção
- 04. () Aumento de preços
- 99. () Outra(s) alternativas: _____

21. Em média, o maquinário utilizado na produção possui:

- 01. () Menos de 5 anos
- 02. () De 5 a 9 anos
- 03. () De 10 a 19 anos
- 04. () Mais de 20 anos

22. Assinale as fontes de financiamento que a empresa mais utilizou nos últimos cinco anos para:				
	Capital de giro	Criação/concepção de novos produtos	Modernizar a planta	Novas plantas
1. Bancos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Abertura de capital	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Capital próprio	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Novos sócios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

23. Se sua empresa obtivesse um aporte de capital, quais seriam as prioridades de investimento?

- 01. () Modernização do maquinário
- 02. () Ampliação da planta existente
- 03. () Investimento em uma nova planta
- 04. () Desenvolvimento de novos produtos
- 99. () Outras _____

24. Qual a situação da sua empresa quanto a certificações?				
	ISO 9000 (qualidade)	ISO 14000 (meio ambiente)	OHAS (ambiente de trabalho)	Outra _____
1. Possui	()	()	()	()
2. Em fase de certificação	()	()	()	()
3. Está nos planos da empresa	()	()	()	()
4. Não interessa à empresa	()	()	()	()

TRABALHADORES

1. Qual o número de trabalhadores da empresa em dezembro de 2007 (considerar aqueles contratados diretamente pela empresa)?

01. Total:

02. Administração:

03. Produção:

04. Indiretamente ligados à produção (limpeza, vigilância, etc.) _____

2. Em relação a dezembro de 2006, o número total de trabalhadores (considerar aqueles contratados diretamente pela empresa):

01. () Aumentou em até 5%

02. () Aumentou entre 5 e 10%

03. () Aumentou em mais de 10%

04. () Manteve-se

05. () Diminuiu em até 5%

06. () Diminuiu entre 5 e 10%

07. () Diminuiu em mais de 10%

3. Qual foi o montante do gasto com pessoal (remuneração total) da empresa em 2007 (considerar aqueles contratados diretamente pela empresa)?

4. Considerando-se valores do mês de janeiro de 2008, informar os salários médios pagos aos funcionários (considerar aqueles contratados diretamente pela empresa):

01. ligados diretamente à produção: R\$ _____

02. ligados indiretamente à produção (serviços de limpeza, etc): R\$ _____

03. ligados à administração: R\$ _____

Terceirização

5. A empresa contrata serviços de outras empresas?

() Sim

() Não - pular p/ questão 9

6. Quais atividades são executadas por outras empresas?

ATIVIDADE	Nº DE TRABALHADORES EM DEZ/07	REMUNERAÇÃO MÉDIA
SUORTE E ADMINISTRAÇÃO		
Limpeza		
Vigilância		
Copa, cozinha e refeição		
Informática		
Contabilidade e cobrança		
Compras		
Departamento pessoal/treinamento		
Manutenção do prédio/infra-estrutura		
PRODUÇÃO		
Manutenção de máquinas		
Fabricação		
Montagem		
Controle de qualidade		
Embalagens		
CIRCULAÇÃO		
Estocagem		
Vendas		
Transporte de materiais e produtos		
OUTRAS		

7. O que levou a empresa a terceirizar?

- 01. () Diminuição de custos
- 02. () Foco na atividade central da empresa
- 03. () Simplificação da estrutura administrativa
- 99. () Outros _____

8. Com relação aos serviços terceirizados, a empresa pretende:

- 01. () Aumentar o número de serviços terceirizados
- 02. () Manter os atuais serviços terceirizados
- 03. () Diminuir o número de serviços terceirizados
- 77. () Não sabe

9. Qual é a distribuição percentual dos funcionários por nível de escolaridade (considerar aqueles contratados diretamente pela empresa)?

Colocar o percentual correspondente em cada alternativa

- 01. () Ensino fundamental incompleto
- 02. () Ensino fundamental completo
- 03. () Ensino médio incompleto
- 04. () Ensino médio completo
- 05. () Ensino superior incompleto
- 06. () Ensino superior completo

10. Quais ocupações ligadas à fabricação dos produtos cosméticos poderiam ser aperfeiçoadas através de cursos de qualificação?

- 01. () Trabalhadores de embalagem e de etiquetagem
- 02. () Alimentadores de linhas de produção
- 03. () Nenhuma
- 99. () Outras _____

Obs: as duas primeiras funções são as predominantes quando observada a distribuição dos trabalhadores por ocupações na RAIS.

11. Quais cursos a empresa recomendaria aos funcionários citados acima?

12. A empresa ofereceu cursos de qualificação aos seus funcionários em 2007?

- 01. () Sim
- 03. () Não - pular p/ questão 15

13. As iniciativas de qualificação foram financiadas:

- 01. () Pela empresa
- 02. () Pelo poder público
- 03. () Conjuntamente entre empresa e poder público
- 99. () Outras. _____

14. As iniciativas são voltadas para trabalhadores:

- 01. () Da produção
- 02. () Administrativos
- 99. () Outros. _____

15. A empresa encontra dificuldade para contratação de trabalhadores ligados à produção devido à falta de experiência ou qualificação?

- 01. () Sim
- 03. () Não

16. A empresa participaria de um programa de qualificação dos trabalhadores em parceria com a prefeitura?

01. () Sim
03. () Não
77. () Não sabe

17. A empresa participaria de um programa de qualificação dos trabalhadores em parceria com o sindicato de trabalhadores?

01. () Sim
03. () Não
77. () Não sabe

18. Qual(is) benefício(s) a empresa oferece aos funcionários:

01. () Cesta básica
02. () Vale refeição
03. () Convênio médico particular
04. () Vale transporte
05. () Auxílio educação
06. () PLR
99. () Outros _____

19. A empresa possui Plano de Cargos e Salários?

01. () Sim
02. () Não, mas planeja implementar
03. () Não e não pretende implementar

20. A empresa paga PLR aos funcionários?

01. () Sim
03. () Não - pular p/ questão 22

21. O valor pago tem como referência:

01. () Convenção coletiva do setor
03. () Acordo coletivo específico da empresa

22. Há remuneração associada ao desempenho dos trabalhadores (exceto PLR)?

01. () Sim
03. () Não

23. A empresa necessita que os trabalhadores realizem horas-extras?

01. () Sim
03. () Não – pular p/ questão 25

24. Nos últimos 6 meses, trabalhadores da empresa realizaram horas-extras com que frequência?

01. () Em apenas 1 mês
02. () De 2 a 4 meses
03. () De 5 a 6 meses

25. A empresa participa da negociação coletiva?

01. () Sim
03. () Não

26. Como a empresa avalia a atual convenção coletiva?

27. Em média, quantos trabalhadores foram afastados por doenças ocupacionais nos últimos dois anos? Caso tenha ocorrido afastamento, indique o motivo.

RELAÇÃO DA EMPRESA COM ASSOCIAÇÕES DE APOIO E COM O PODER PÚBLICO

1. Indique se os fatores relacionados a seguir são favoráveis ou desfavoráveis para a empresa no município:			
	Favorável	Desfavorável	Indiferente
01. Infra-estrutura e logística			
02. Poder público			
03. Tributação municipal			
04. Sindicato de trabalhadores			
05. Renda da população			
06. Existência de número significativo de empresas do mesmo segmento no município			

2. A empresa é filiada a ABIHPEC?

01. () Sim

02. () Não, mas pretende se filiar

03. () Não e não pretende se filiar

3. A empresa é filiada ao Pólo de Cosméticos?

01. () Sim

02. () Não, mas pretende se filiar

03. () Não e não pretende se filiar

3.1. Caso a empresa seja filiada, verificar quais são as vantagens proporcionadas pela filiação. Caso não seja filiada, solicitar justificativa para a não filiação.

4. A empresa já participou de alguma atividade de incentivo promovida pela prefeitura?

01. () Sim

02. () Não, mas gostaria de participar

03. () Não e não pretende participar

4.1. Caso a empresa tenha participado, solicitar quais as vantagens proporcionadas pela participação. Caso não tenha participado, solicitar justificativa para a não participação.

5. O que acha do incentivo à realização de ações conjuntas entre empresas do setor localizadas na região, como compra de matéria-prima, comercialização, pesquisa e desenvolvimento e qualificação de trabalhadores?

6. Como a empresa avalia as normas de controle do setor e atuação da ANVISA e da VISA?