



o seu guia de negócios

TCP SETORIAL

REESTRUTURAÇÃO DE EMPRESAS • INVESTMENT BANKING SERVICE

DESAFIOS E OPORTUNIDADES PARA O SETOR DE COSMÉTICOS NO BRASIL



IMAGEM: PEXELS - KAROLINA GRABOWSKA

A nova face do setor de cosméticos no Brasil

[PÁGINA 02](#)

Destaque no mercado global

[PÁGINA 03](#)

Ingredientes fundamentais: inovação e controle de caixa

[PÁGINA 04](#)

Na rota de M&As

[PÁGINA 05](#)

Projeções da Indústria Brasileira

[PÁGINA 06](#)

Beleza sustentável e descomplicada

[PÁGINA 07](#)

A NOVA FACE DO SETOR DE COSMÉTICOS NO BRASIL



IMAGEM: PEXELS - DAN CHRISTIAN PANDURET

Quarto maior mercado produtor mundial no setor de cosméticos, o Brasil tem avançado nesse segmento na última década. Embora o faturamento da produção brasileira no mercado de beleza seja relevante, girando em torno de US\$22,9 bilhões, ele ainda está aquém dos líderes do ranking global, Estados Unidos (US\$102,6 bilhões) e China (US\$88,2 bilhões).

Mesmo pressionado pela inflação ao consumidor, sobretudo pós a pandemia de Covid-19, e pela concorrência dos mercados globais, o país mantém trajetória de crescimento no consumo de itens de beleza e higiene pessoal. Em termos de participação no mercado global, o Brasil representa 4,3%.

Os números refletem os hábitos da população brasileira em relação ao consumo de produtos de beleza e higiene. Os resultados são expressivos, apesar de o Brasil ter renda per capita de US\$8,5 mil, equivalente a 14% da renda da população dos Estados Unidos (US\$61,8 mil).

Na economia brasileira, o setor de beleza e higiene pessoal não desaponta. São cerca de 3,4 mil empresas em operação, com receita bruta de R\$54 bilhões em 2022. Essas empresas foram responsáveis por R\$4,1 bilhões em exportações no ano passado. Geograficamente, a maior concentração dessas empresas está no Sudeste (59%). Em seguida vêm as regiões Sul (21%) e Nordeste (11%). Centro-

-Oeste e Norte representam 9%.

Mesmo diante de números atraentes, o mercado brasileiro ainda enfrenta muitos desafios quando comparado a líderes globais no segmento. Entre os principais obstáculos para a economia da beleza no Brasil, estão o alto custo de produção, a elevada carga tributária e questões relacionadas à agenda ESG (sigla em inglês para questões ambiental, social e de governança).

Outro desafio à economia de beleza é a logística. O mercado brasileiro precisa lidar melhor com a análise da concorrência para entender como apresentar melhores resultados na distribuição de cosméticos e na gestão de estoques.

As questões financeiras também continuam na pauta para 2024. A estimativa é que haja novos aumentos nos preços dos insumos, como vem acontecendo desde a pandemia de Covid-19. A pressão inflacionária é esperada, sobretudo, para os insumos com correlação direta com a cotação de commodities. Mesmo diante de um cenário futuro que inclui volatilidade da economia e resiliência dos custos de produção, as análises da equipe TCP projetam crescimento médio anual de 5,7% (CAGR) no setor até 2025.

DESTAQUE NO MERCADO GLOBAL

Posicionamento do setor brasileiro no cenário internacional: principais números

A cadeia produtiva do setor de cosméticos é composta globalmente por produtores de insumos químicos ou de origem natural, máquinas e equipamentos e embalagens. Essa produção é dividida entre empresas com atuação focada em cosméticos, empresas segmentadas e farmácias de manipulação e empresas com atuação diversificada, mas que mantêm uma linha de produção voltada para beleza e higiene pessoal.

Em termos de faturamento, o topo do ranking é ocupado pelos Estados Unidos (US\$102,6 bilhões), que detêm 19,4% do mercado. Em seguida aparecem

China (US\$88,2 bilhões), com 16,7% em market share; e Japão (US\$32 bilhões) e 6,2% de mercado.

A indústria de cosméticos e higiene pessoal no Brasil ocupa o quarto lugar no ranking global, com faturamento de US\$22,9 bilhões, à frente da Alemanha, Reino Unido e França. A produção brasileira tem 4,3% de participação no mercado global do segmento de cosméticos.

Entre os principais fornecedores globais de insumos para a indústria, estão Índia e China. Do outro lado do balcão, o grupo dos principais compradores inclui os países da Europa e os Estados Unidos (EUA).

Na lista das dez marcas mais valiosas no mundo, o mercado dos EUA detém metade. As outras cinco estão na Europa, sendo a França o principal centro de produção de desenvolvimento delas. Embora o Brasil não esteja na lista dos produtores das dez marcas mais valiosas, o mercado brasileiro é considerado consumidor relevante para todas elas.

#	País	Faturamento bilhão (US\$)	Market share (%)	PIB per capita 2021 (US\$)
1	Estados Unidos	102,6	19,4%	61.856,0
2	China	88,2	16,7%	11.188,0
3	Japão	32,0	6,2%	35.291,0
4	Brasil	22,9	4,3%	8.538,0
5	Alemanha	20,4	3,9%	42.726,0
6	Reino Unido	17,6	3,3%	45.102,0
7	França	15,5	2,9%	38.046,0
8	Índia	15,4	2,9%	1.937,0
9	Coréia do Sul	13,8	2,6%	32.731,0
10	Itália	12,1	2,3%	31.506,0

Ranking dos 10 maiores mercados por faturamento

Fonte: EuroMonitor, ABIHPEC. Trading Economics.
Elaboração da TCP Partners.

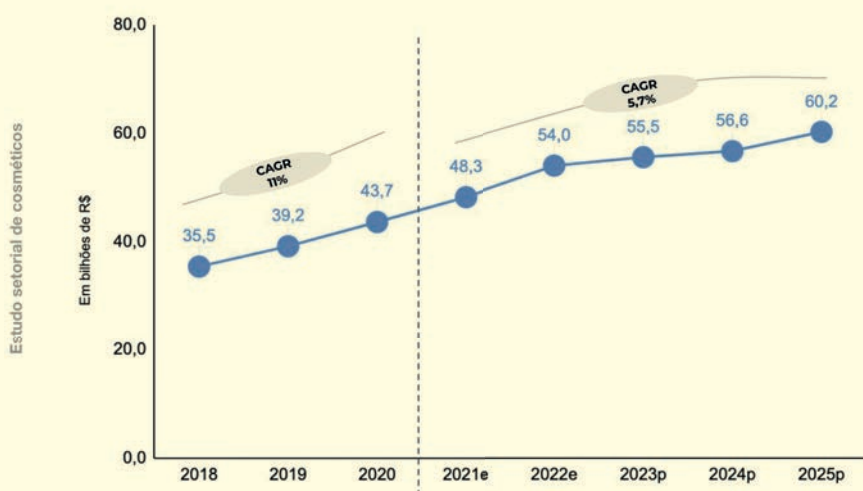
Nota: para mais consultas clicar no link:
https://abihpec.org.br/site2019/wp-content/uploads/2023/01/Panorama_do_Sector_Atualizado_15.02.23.pdf

*Inclui as vendas da indústria, distribuição e varejo.

PROJEÇÕES DA INDÚSTRIA BRASILEIRA

Desaceleração do crescimento nos próximos anos

Gráfico: Fabricantes de cosméticos e de higiene pessoal (CNAE 2063)
Em bilhões de R\$



Fonte: IBGE. Elaboração da TCP-Partners.
e=estimado, p=projetado.

Nota: para mais consultas clicar no link: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/industria/9042-pesquisa-industrial-anual.html?=&t=downloads 2017, 2028, 2019, 2020>

As projeções para a indústria de cosméticos e higiene pessoal no Brasil continuam apontando crescimento até 2025, embora a uma taxa menor do que a observada desde 2018. A estimativa da TCP é que o segmento apresente um crescimento médio anual de 5,7% (GAGR). De acordo com a Pesquisa Industrial Anual do IBGE (PIA-IBGE), que utiliza dados da Classificação Nacional das Atividades Econômicas (CNAE), o setor de cosméticos e higiene pessoal cresceu em média 11% entre 2018 e 2020. Outro destaque do setor de cosméticos e produtos de higiene pessoal é sua participação no equilíbrio da balança comercial brasileira. Em 2022, o setor apresentou re-

corde de exportações, totalizando US\$777 milhões exportados, enquanto as importações somaram US\$741 milhões. Saldo na balança comercial de US\$36 milhões. O ritmo das exportações do segmento no Brasil tem acelerado desde 2019, quando foi registrado aumento de 9,1% entre os produtos exportados. No mesmo período, as importações para o setor subiram 1,7%.

A indústria de beleza e higiene pessoal é relevante ainda no que se refere à geração de postos de trabalho. No terceiro trimestre de 2022, os fabricantes do setor empregaram 146 mil pessoas. No setor de serviços, os salões de beleza foram responsáveis por gerar 2,55 milhões de empregos.

“A estimativa da TCP é que o segmento apresenta um crescimento médio anual de 5,7% (GAGR).”

Na análise do número de empregados da indústria combinado com o faturamento divulgado pelo IBGE (PIA), a receita bruta por trabalhador foi de R\$282.115,00 até setembro de 2022. De acordo com a previsão da TCP Partners, a receita por colaborador do setor industrial em 2022 é R\$369.813,00, gerando um crescimento médio anual de 7,0% (CAGR).

Mas a estimativa de desaceleração da taxa de crescimento do setor é respaldada por projeções do Produto Interno Bruto (PIB), que deve retardar o ritmo progressivo nos próximos anos. O horizonte inclui ainda perda do poder de compra dos salários, alta do endividamento das famílias e pressão dos custos de produção.

Embora a pandemia de Covid-19 tenha pressionado a inflação, a população brasileira manteve o nível de consumo de produtos de beleza e higiene pessoal. No entanto, foram observadas mudanças no comportamento. A maioria dos consumidores foi obrigada a substituir produtos para amenizar os impactos da inflação.

NA ROTA DE M&As

Dados de valuation dos ativos e principais transações de fusões e aquisições

O Brasil aparece com frequência na lista das 100 transações de M&A do setor de cosméticos e higiene pessoal ocorridas no mundo desde 2018. A maioria dessas transações foi comandada por países do continente europeu.

Nas Américas, o Brasil lidera esse movimento. Foram 27 fusões e aquisições com a participação do Brasil como comprador. Isso representa quase 1/3

das 100 transações realizadas desde 2018.

O comparativo entre as empresas de capital aberto de cosméticos e higiene pessoal (Natura & Co, L'Oréal, Shiseido, P&G e Coty Inc), determinou que a mediana da margem EBITDA foi de 22,3% e o valuation com base no múltiplo EBITDA (EV/EBITDA) foi de 10,8x (Base: 31/01/2023). Entre as empresas listadas em bolsa da amostra

analisada, a L'Oréal apresentou em 2022 a maior margem EBITDA, 24,6%, enquanto que a Natura & Co reportou a menor margem EBITDA, 7,6%. Os investidores avaliam o setor de cosméticos resiliente às crises econômicas devido ao histórico positivo de resultados e favorável para novos investimentos.

Transações recentes de M&A do setor de cosméticos

#	DATA	TARGET	PAÍS	COMPRADOR	VENDEDOR
1	2023	Detoni Beauty	Brasil	Acionistas Particulares Brasil I	Acionistas Particulares Brasil II
2	2023	Prestige Parfums Et Beaute	Brasil	Acionistas Particulares Brasil I	Acionistas Particulares Brasil II, Firebay
3	2023	H&C – Household & Cosméticos	Brasil	Innovation Business Media	Acionistas Particulares Brasil I
4	2023	Dana Cosmetics	Brasil	Dana-H	Colep do Brasil
5	2023	Aesop	Austrália	L'Oréal	Natura
6	2023	Anna Pegova	Brasil	Solum Capital	
7	2023	The Creams	Brasil	Acionistas Particulares Brasil I	Acionistas Particulares Brasil II
8	2023	Keragel Brasil	Brasil	Alona Laboratórios	Acionistas Particulares I
9	2023	Kao Consumer Goods Brazil	Brasil	Mitsui & Co	
10	2023	Vyvedas	Brasil	Flora	Acionistas Particulares Brasil I
11	2022	Cãez	Brasil	Capri Venture Builder	
12	2022	Dr. Jones	Brasil	Grupo Boticário	Acionistas Particulares Brasil I, Astella Investimentos, Bossa Invest, Igah, Ventures, IgniteXL, Norte Ventures
13	2022	JUS - Just Useful Stuff	Brasil	Acionistas Particulares Brasil I	
14	2022	Contém!g	Brasil	Sallve	Acionistas Particulares Brasil I
15	2022	Skelt	Brasil	Shift Capital	
16	2022	Colornet	Brasil	Vinmar International	Acionistas Particulares Brasil I
17	2022	Equilibrium	Brasil	Grupo Boticário	Acionistas Particulares Brasil I, Bossa Invest
18	2022	Ti.Saúde	Brasil	Drogarias DPSP	Acionistas Particulares Brasil I, Madrid Participações, Saints
19	2021	Classy Brands	Brasil	FRAM Capital DTVM	Acionistas Particulares Brasil I
20	2021	Aromas e Cia	Brasil	Acionistas Particulares Brasil II	Acionistas Particulares Brasil I

INGREDIENTES FUNDAMENTAIS: INOVAÇÃO E CONTROLE DE CAIXA

Caminhos para a sustentabilidade do setor e principais desafios

Desaceleração da economia, custos resistentes, queda no poder aquisitivo e maior endividamento das famílias são fatores que impactam o setor de cosméticos e higiene pessoal do ponto de vista de consumo. Mas o segmento enfrenta outros entraves para manter o ritmo de crescimento na geração de caixa.

Para se manterem vivas e sustentáveis, as empresas do setor, no Brasil, precisam saber identificar as forças e as falhas dos concorrentes. Essa análise será fundamental para que possam expandir sua atuação geográfica.

A gestão de estoque é outro ponto sensível. É preciso avaliar, sob a ótica financeira, o prazo adequado para a permanência de produtos em estoque, evitando excessos e a ociosidade do ciclo operacional.

Os custos de produção também exigem atenção. É esperada uma nova onda no aumento dos insumos, principalmente os correlacionados às commodities internacionais (como derivados do petróleo). Outro fator que vai pressionar a geração de caixa é a carga tributária. Em 2023, está previsto o aumen-

to da alíquota modal do ICMS aprovado em 12 UF's no final de 2022 (ABIHPEC).

Com relação à agenda ESG, a indústria precisa se atentar ao tratamento de resíduos e à exposição a produtos químicos. A produção de cosméticos envolve alguns compostos químicos que, se manuseados de forma incorreta, podem gerar impactos negativos à saúde dos trabalhadores e ao meio ambiente. Sem o controle necessário, esses fatores de risco podem impactar de forma negativa a saúde financeira das empresas.

“A gestão de estoque é outro ponto sensível. É preciso avaliar, sob a ótica financeira, o prazo adequado para a permanência de produtos em estoque, evitando excessos e a ociosidade do ciclo operacional.”



IMAGEM: PEXELS - KAROLINA GRABOWSKA



IMAGEM: PEXELS - KAROLINA GRABOWSKA

BELEZA SUSTENTÁVEL E DESCOMPLICADA

As principais tendências do setor

A sustentabilidade está em pauta na indústria de cosméticos e higiene pessoal. Entre as principais tendências do setor, ganha destaque a linha de produção que reduz drasticamente ou evita o consumo de água, o uso de plásticos e componentes químicos, conhecida como “waterless washing”.

A lista de produtos que seguem a linha “waterless washing” inclui xampus, condicionadores, itens de maquiagem e

pasta de dente. As embalagens também entram na produção sustentável, sem uso de insu- mos tóxicos e plásticos. A tendência é adotar embalagens biodegradáveis.

Da Coreia do Sul, chega outra novidade: os cosméticos produzidos a partir da fermentação de ingredientes vegetais. A tendência já é realidade no Brasil, com a produção incluindo a fermentação de óleos, plantas e flores. Um dos benefícios desses produtos é manter o pH

estável e o combate aos radicais livres. A fermentação de ingredientes vegetais também estende o prazo de validade dos produtos e ajuda a combater irritações na pele.

O espectro dos ingredientes sustentáveis cresce com os elementos marinhos. Outra tendência da indústria de cosméticos é utilizar ingredientes da flora marinha, como funcho-do-mar e algas, como o kelp. Esses ingredientes reforçam o potencial hidratante, calmante, terapêutico e desintoxicante dos produtos.

Além da sustentabilidade, a indústria de cosméticos e higiene pessoal também busca a simplicidade. Cresce o grupo de consumidores que buscam produtos de fácil e rápida aplicação, como hidratantes labiais, xampus para lavagem a seco e hidratantes em spray. Esse movimento é conhecido como Beauty Sancking.

Para quem busca cuidados pessoais, mas tem orçamento apertado, entra em cena “two-minute make-up bag”. O conceito é poder dispor de recursos para fazer uma maquiagem natural, com técnicas simplificadas e produtos que desempenham várias funções.

EXPEDIENTE

CONTEÚDO E IDEALIZAÇÃO

TCP Partners

EDIÇÃO E REDAÇÃO DE TEXTOS

Suzana Liskauskas/MTb: 17.514

ARTE

Virgula Estúdio/Suzana Jahnel

BANCO DE IMAGENS:

Pexels

GRÁFICA

A TCP Partners é uma empresa de investimentos e gestão, reconhecida por sua excelência em reestruturação de empresas e investment banking services.

Somos membros da BTGGA, uma aliança Global que possui mais de 300 escritórios no mundo.

+ 1.900 profissionais
+ 200 associados

Conheça mais em:
www.tcp-partners.com

+55 11 3062-8634 | +55 11 3045-1359
Av. Pres. Juscelino Kubitschek 1726 | cj 152 | Vila Nova Conceição
CEP 04546-004 | contato@tcp-partners.com

