



UNICAMP



Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial

Relatório de Acompanhamento Setorial

COSMÉTICOS

VOLUME III

Junho de 2009





RELATÓRIO DE ACOMPANHAMENTO SETORIAL

COSMÉTICOS

Volume III

Equipe:

Célio Hiratuka

Pesquisadores e bolsistas do NEIT/IE/UNICAMP

Rogério Dias de Araújo (ABDI)

Carlos Henrique Mello (ABDI)

Júnia Casadei (ABDI)

Junho de 2009

Esta publicação é um trabalho em parceria desenvolvido pela Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial – ABDI e o Núcleo de Economia Industrial e da Tecnologia do Instituto de Economia da Universidade Estadual de Campinas – Unicamp

SUMÁRIO

1. Introdução	1
2. Desempenho recente da indústria brasileira de cosméticos	2
2.1. Vendas, produção e emprego	2
2.2. Comércio exterior	8
3. Considerações finais	11
Referências bibliográficas	12

1. Introdução

No primeiro Relatório de Acompanhamento Setorial do setor de cosméticos (Hiratuka, 2008a), foram ressaltadas suas características básicas, assim como a evolução recente do setor, com destaque para os indicadores de produção, vendas, comércio exterior e emprego.

O relatório destacou o fato de não existirem grandes barreiras técnicas à entrada, apesar das grandes empresas atuando no segmento explorarem economias de escala e escopo, tanto na utilização de insumos e embalagens, quanto nas atividades de comercialização, através do aproveitamento comum dos canais de distribuição, campanhas de marketing e estratégias de fixação de marcas. As diferentes possibilidades de aproveitamento dessas economias de escala e escopo também ajudam a explicar a diversidade de estratégias de produção e comercialização das empresas que atuam no setor. De um lado pode-se verificar a existência de grandes empresas multinacionais diversificadas que produzem uma ampla gama de produtos de consumo além de cosméticos, como alimentos, produtos de limpeza e produtos farmacêuticos. De outro, estão grandes empresas que atuam de maneira mais especializada no setor de cosméticos, mas que atendem a praticamente todos os segmentos, como produtos para cabelo, maquiagem, perfumes, etc. Finalmente, convivendo com esses dois tipos de empresas, existe um vasto conjunto de pequenas e médias empresas, que em razão das pequenas barreiras técnicas não têm dificuldade para entrar no mercado, mas que encontram restrições para se expandir em função das limitações em termos dos ativos comerciais, em especial marcas e canais de distribuição.

O segundo relatório (Hiratuka, 2008b), por sua vez, destacou as principais tendências internacionais em termos de mercados, produtos e estratégias empresariais, sumarizadas a seguir: i) o maior crescimento relativo do segmento de produtos de beleza e maquiagem, em especial dos produtos associados a cuidados com a pele, inclusive com a incorporação de ingredientes ativos com efeitos anti-sinais, anti-idade, de hidratação, etc.; ii) busca de diferenciação através da incorporação de produtos naturais (extratos de flores, frutas, sementes) e orgânicos¹ e menor uso de ingredientes sintéticos que possam agredir a pele, como corantes e conservantes; iii) aumento da importância dos nutricosméticos, com aproximação e parcerias com empresas do setor de alimentos; iv) maior crescimento relativo nos mercados dos países emergentes. Brasil, China e Rússia aparecem no ranking dos 10 principais mercados em 2007 como respectivamente o terceiro, oitavo e nono mercados mundiais, apresentando ainda, crescimento muito superior ao verificado nos demais países no período 2000 a 2007.

O maior crescimento do setor de cosméticos nos mercados emergentes com certeza está relacionado a fatores estruturais como o processo de urbanização e maior participação de mulheres no mercado de trabalho, mas também reflete o maior crescimento relativo da renda nesses países no último ciclo expansivo da economia mundial. Com o advento da crise internacional e seus reflexos sobre o Brasil, é importante tentar avaliar quais os impactos sobre o setor de cosméticos.

¹ Vale destacar que ainda existe certa dificuldade na definição exata do que é um produto “orgânico” ou “verde”, gerando preocupação dos órgãos de regulação e vigilância sanitária.

Este terceiro relatório tem como objetivo justamente atualizar os dados conjunturais do setor, destacando o seu desempenho recente, em especial no período pós-crise. Trata-se, portanto, de avaliar em que medida o setor de cosméticos foi afetada pelos efeitos da crise internacional e como o setor tem reagido a essas mudanças *vis-a-vis* o restante da indústria.

2. Desempenho recente da indústria brasileira de cosméticos

2.1 Vendas, produção e emprego

De acordo com os números da ANVISA, existiam 1.694 empresas registradas como fabricantes de cosméticos ao final de 2008, número que representou um aumento de cerca de 6,1% em relação às empresas registradas ao final de 2007 (Tabela 1). Como já ressaltado, as pequenas barreiras à entrada no segmento fazem com que em momentos de demanda aquecida o número de empresas aumente de maneira relativamente rápida. De acordo com os dados, esse aumento foi um pouco maior nas regiões Nordeste e Centro-Oeste, o que elevou na margem a participação dessas regiões no total de empresas do setor. A participação das empresas da região Nordeste no total das empresas do setor chegou a 8,6% em 2008 ao passo que a participação da região Centro-Oeste atingiu 6,6% no mesmo ano. Apesar disso, é possível perceber que a região Sudeste continua concentrando a maior parte da produção, com cerca de 64% do número de empresas, seguida pela região Sul, com cerca de 20%.

Tabela 1 – Número de Empresas de Cosméticos (por região)

	2006	%	2007	%	2008	%
Norte	20	1,3	21	1,3	23	1,4
Centro-Oeste	88	5,9	98	6,1	111	6,6
Nordeste	117	7,8	132	8,3	145	8,6
Sudeste	970	64,9	1027	64,3	1079	63,7
Sul	299	20,0	318	19,9	336	19,8
Total	1494	100,0	1596	100,0	1694	100,0

Fonte: Anvisa.

Os dados sobre as vendas do setor apontam para um crescimento médio de 5,8% ao ano no período 2004-2008 em termos de volume, o que é um aumento bastante significativo. Em termos de valor, o crescimento nominal foi ainda maior, chegando a 12,8% ao ano.

Tabela 2 – Evolução das Vendas do setor de Cosméticos. 2004 a 2008, em mil ton. e R\$ milhões

Ano	mil ton.	R\$ milhões
2004	1.252,0	13.390,6
2005	1.344,6	15.379,7
2006	1.418,8	17.550,1
2007	1.496,2	19.516,5
2008	1.570,8	21.654,8
Tx. média de cresc.	5,8	12,8

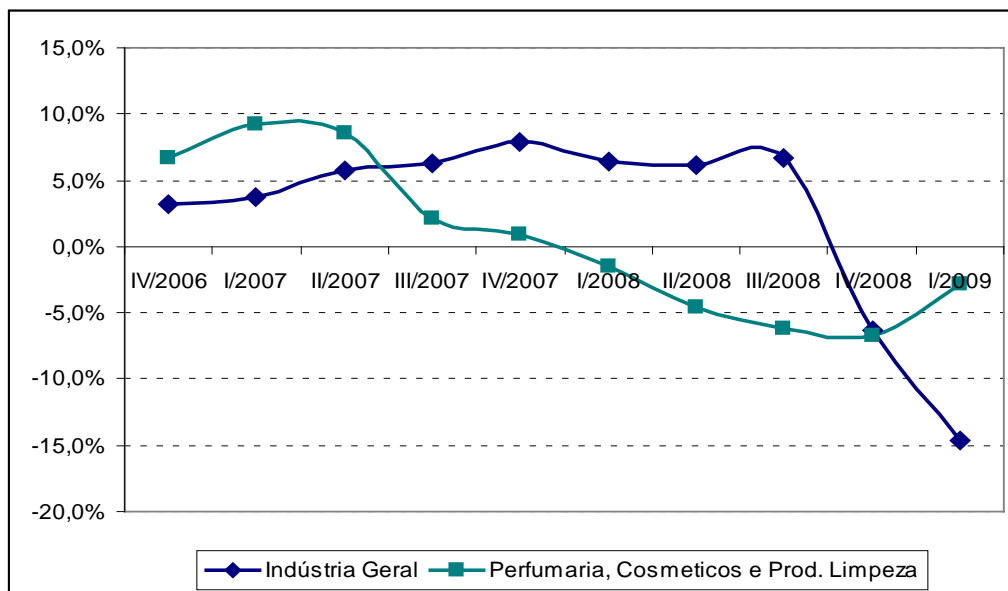
Fonte: Abihpec

Vale destacar, porém, que, ao contrário do observado no total da indústria, que experimentou um crescimento mais forte principalmente em 2007 e 2008, o setor de cosméticos já vinha apresentando um crescimento acelerado, mantendo o crescimento, porém em um patamar um pouco menor em 2007 e 2008 em relação a 2005 e 2006. Em 2005 e 2006, as vendas tiveram um crescimento em valor, deflacionado pelo índice de higiene e beleza da FGV, de cerca de 14%. Em 2007 a expansão foi de 10% e em 2008 de 7%.

No que tange à produção física, os dados obtidos a partir da Pesquisa Industrial Mensal-Produção Física (PIM-PF/IBGE) indicam que a indústria de cosméticos deparou-se, no período compreendido entre o último trimestre de 2006 e o segundo trimestre de 2007, com uma trajetória de crescimento bastante acelerada. No entanto, o ritmo se reduziu ao longo de 2007 e nos primeiros trimestres de 2008, já apresentava retração, contrastando com o ritmo elevado de crescimento do total da indústria. A partir do primeiro trimestre de 2009, porém, o setor de cosméticos apresentou uma redução na tendência de queda, contrastando novamente com a indústria em geral, que continuou apresentando piora.

Ou seja, o setor estava apresentando indicadores negativos de produção antes da crise internacional. No entanto, o setor de cosméticos vem apresentando sinais de recuperação mais rápidos do que o verificado na indústria como um todo o que permite prever que o setor deve apresentar uma recuperação mais rápida em relação ao total da indústria.

Gráfico 1 – Evolução da Produção Física – Taxa de crescimento em relação ao mesmo trimestre do ano anterior (IV/2006 a I/2009)



Fonte: Elaboração NEIT/IE/UNICAMP a partir de dados da PIM-PF/IBGE

**Tabela 3 – Contratações e Desligamentos de Empregados Formais
(I/2007 a I/2009)**

	I/2007	II/2007	III/2007	IV/2007	2007	I/2008	II/2008	III/2008	IV/2008	2008	I/2009
Admitidos	3.395	3.349	3.238	3.096	13.078	3.349	3.618	3.478	3.245	13.690	2.939
Desligados	2.771	3.035	2.797	2.816	11.419	3.130	3.221	3.437	3.043	12.831	3.452
Criação de Vagas	624	314	441	280	1.659	219	397	41	202	859	-513

Fonte: Elaboração NEIT/IE/UNICAMP a partir de dados da CAGED/MTE.

As informações do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED/MTE) sobre o emprego formal gerado no setor mostram que o impacto foi sentido de maneira mais intensa no primeiro trimestre de 2009. Até esse período, apesar da redução no volume de contratação líquida em 2008 em relação a 2007, o fluxo continuava positivo. Somente em 2009 é que o setor passou a acompanhar a tendência geral da indústria, com fluxo líquido de contratação negativo.

Ainda assim, é importante destacar que o saldo de empregos líquidos, embora negativo, representou uma pequena parcela do total da indústria. Além disso, a expectativa é que nos próximos trimestres o setor volte a apresentar contratações líquidas positivas.

Por outro lado, as informações da imprensa sobre os resultados das maiores empresas do setor apontam para um desempenho favorável no primeiro trimestre do ano, com manutenção do crescimento das vendas. Na Natura, o aumento da receita foi de 27% no primeiro trimestre encerrado em março de 2009. Além disso, entre as filiais de empresas estrangeiras presentes no país, o desempenho no Brasil contrasta com o fraco resultado nos países desenvolvidos. As vendas da Nívea do Brasil, filial do grupo alemão Beiersdorf, apresentou o maior crescimento entre todas as filiais no mundo, atingindo 17,4% no primeiro trimestre de 2009, contra queda de 0,5% do grupo como um todo. Na Avon, as vendas no Brasil tiveram crescimento de 12%. Na L’Oreal, embora não estejam disponíveis dados separados para o Brasil, as vendas no conjunto da América Latina cresceram 9,7% contra uma retração global de 4,3% (Valor Econômico, 13/05/2009).

2.2. Comércio exterior

Em termos de comércio exterior, é importante lembrar, como destacado nos relatórios anteriores, o pequeno grau de abertura comercial do setor. Com base em dados de 2007, as exportações representaram cerca de 4,4% do faturamento do setor brasileiro de cosméticos, enquanto o coeficiente de importações no mesmo ano foi de cerca de 2,6%. Com base nessas informações é possível afirmar que, ao contrário de setores com elevado coeficiente de abertura, a retração na demanda mundial deve ter um impacto mais reduzido na produção total do setor, que vai continuar a depender muito mais das condições do mercado interno.

Vale observar, porém, que apesar do baixo grau de abertura, os fluxos comerciais do setor apresentaram uma evolução significativa, com destaque para as exportações, que cresceram cerca de 25% ao ano entre 2000 e 2007, a taxas superiores àquelas das vendas externas brasileiras no mesmo período (16,5% ao ano).

No período mais recente, notamos que as exportações brasileiras de cosméticos apresentaram uma trajetória de crescimento até o último trimestre de 2008, de modo que o total das exportações ao final do quarto trimestre permaneceu praticamente o mesmo em relação ao primeiro trimestre desse mesmo ano (ver tabela 4). Já as importações de cosméticos apresentaram uma trajetória de crescimento, graças ao significativo aumento das importações de águas e colônias e desodorantes e preparações para barbear, chegando a US\$ 83,3 milhões ao final do quarto trimestre de 2008.

Dessa forma, o saldo comercial apresentou queda durante o ano de 2008 passando de US\$ 66,7 milhões no primeiro trimestre para US\$ 44,2 milhões no quarto trimestre. Observa-se assim, um cenário em que tanto as exportações quanto as importações já apresentavam queda no último trimestre de 2008 em relação aos trimestres anteriores.

Essa tendência foi muito mais acentuada no primeiro trimestre de 2009. Na comparação entre o primeiro trimestre de 2009 e o primeiro trimestre de 2008 notamos significativa redução do saldo comercial (cerca de 48%), o que se deve tanto ao aumento das importações (16,8%) quanto a queda das exportações (17,6%). Já na comparação entre o primeiro trimestre de 2009 e o quarto trimestre de 2008 notamos queda não só das exportações mas também das importações. No entanto, a queda mais acentuada das exportações acabou por fazer com que o saldo comercial no primeiro trimestre de 2009 apresentasse redução de cerca de 20% em relação ao quarto trimestre de 2008.

Tabela 4 – Comércio Exterior de Cosméticos (I/2008 a I/2009) (Em US\$ milhões)

	I.2008	II.2008	III.2008	IV.2008	Total 2008	I.2009	Varição I.2008 / I.2009 (%)	Varição IV.2008 / I.2009 (%)
Exportações								
Perfumes e Águas de Colônia	0,8	1,1	1,3	2,7	5,9	1,7	106,8	(36,6)
Produtos de Beleza e Maquiagem	11,6	15,4	17,1	12,9	57,0	10,6	(9,0)	(17,8)
Preparações Capilares	38,4	42,0	42,3	38,8	161,5	38,1	(0,6)	(1,8)
Preparações para Higiene Oral	35,0	37,2	33,1	31,5	136,8	19,4	(44,7)	(38,5)
Desodorantes e Preparações para Barbear	10,5	14,6	14,2	10,0	49,3	11,2	5,9	11,3
Sabonetes e Sabões	29,1	38,0	37,8	31,6	136,4	22,4	(23,1)	(29,1)
Total	125,4	148,3	145,7	127,5	546,9	103,3	(17,6)	(19,0)
Importações								
Perfumes e Águas de Colônia	8,7	18,5	20,7	12,7	60,6	8,4	(3,1)	(33,8)
Produtos de Beleza e Maquiagem	11,6	17,9	21,9	14,5	65,9	15,1	29,7	4,2
Preparações Capilares	5,0	4,3	4,7	6,0	20,0	6,4	28,2	6,1
Preparações para Higiene Oral	5,3	7,0	6,1	9,6	28,0	9,9	86,7	3,6
Desodorantes e Preparações para Barbear	26,4	32,1	37,9	38,4	134,8	27,1	2,6	(29,6)
Sabonetes e Sabões	1,8	1,5	2,2	2,0	7,6	1,8	(0,1)	(12,7)
Total	58,8	81,3	93,5	83,3	316,8	68,7	16,8	(17,5)
Saldo								
Perfumes e Águas de Colônia	(7,9)	(17,5)	(19,4)	(10,0)	(54,7)	(6,7)	(14,6)	33,0
Produtos de Beleza e Maquiagem	(0,0)	(2,5)	(4,8)	(1,6)	(8,9)	(4,5)	(26.406,0)	(179,6)
Preparações Capilares	33,4	37,7	37,6	32,8	141,5	31,8	(4,9)	(3,3)
Preparações para Higiene Oral	29,7	30,3	26,9	21,9	108,8	9,4	(68,2)	(57,0)
Desodorantes e Preparações para Barbear	(15,8)	(17,5)	(23,7)	(28,4)	(85,4)	(15,9)	0,4	44,0
Sabonetes e Sabões	27,3	36,5	35,6	29,5	128,8	20,6	(24,6)	(30,3)
Total	66,7	67,0	52,2	44,2	230,1	34,6	(48,0)	(21,7)

Fonte: Elaboração NEIT/IE/UNICAMP a partir de dados da Secex.

Ou seja, observa-se um movimento assimétrico no comércio exterior do setor, onde as importações, que estão associadas ao desempenho do mercado doméstico, sofreram menor redução do que as exportações, que por sua vez estão mais associadas ao desempenho da economia mundial.

Abrindo os dados por destino, é possível detalhar como melhor as tendências anteriores. Observando os dados de exportação, percebe-se que em geral, nos principais mercados de exportação brasileiros, em sua grande maioria países da América Latina, na comparação entre o primeiro trimestre de 2008 e o primeiro trimestre de 2009, a queda nas exportações foi menor do que a média, com exceção de Paraguai e Angola. Alguns países como Chile e Venezuela, chegaram até a apresentar crescimento.

**Tabela 5 – Exportações de Cosméticos: principais destinos. (I/2008 e I/2009)
(Em US\$ mil e %)**

Ranking	País	I.2008 (mil US\$)	Part. Rel. (%)	País	I.2009 (mil US\$)	Part. Rel. (%)	Variação
1.	Argentina	34.510	27,5	Argentina	31.189	30,2	-9,6%
2.	Chile	16.588	13,2	Chile	17.510	17,0	5,6%
3.	Venezuela	11.761	9,4	Venezuela	11.811	11,4	0,4%
4.	Peru	7.637	6,1	Peru	7.213	7,0	-5,6%
5.	México	6.352	5,1	México	5.767	5,6	-9,2%
6.	Colômbia	4.758	3,8	Colômbia	4.217	4,1	-11,4%
7.	Uruguai	4.098	3,3	Uruguai	4.047	3,9	-1,2%
8.	Paraguai	3.792	3,0	Paraguai	2.814	2,7	-25,8%
9.	Bolívia	2.962	2,4	Bolívia	2.686	2,6	-9,3%
10.	Angola	2.262	1,8	Angola	1.603	1,6	-29,1%
	Subtotal	94.721	75,5	Subtotal	88.858	86,0	-6,2%
	Outros	30.691	24,5	Outros	14.434	14,0	-53,0%
	Total	125.411	100,0	Total	103.292	100,0	-17,6%

Fonte: Elaboração NEIT/IE/UNICAMP a partir de dados da Secex.

Por outro lado, os mercados menos importantes, que são justamente os países agrupados sob a categoria outros, onde estão os países desenvolvidos, onde a crise internacional foi mais intensa, apresentaram redução de mais de 50% no período. Como resultado, observou-se uma concentração maior nos dez maiores mercados de exportações, que representavam 75,5% do total no primeiro trimestre de 2008 e passaram a representar 86% no primeiro trimestre de 2009.

Do ponto de vista das importações também se observou um aumento de concentração nos principais países de origem, embora em menor grau do que o observado nas exportações. Vale destacar a perda de importância relativa da Argentina, que cresceu muito abaixo da média no período considerado. Por outro lado, Canadá e China tiveram um crescimento expressivo (tabela 6).

Em termos de perspectivas, pode-se avaliar, a partir dos dados do primeiro trimestre de 2009, que a evolução das exportações, no curto prazo, dependerá em grande medida das condições de recuperação dos países da América Latina. A condição de exportadores de commodities da maioria desses países, por sua vez, indica que as condições de retomada de crescimento vão depender em grande medida da recuperação desses preços. Por outro lado, as importações, como já ressaltado, dependem muito mais do desempenho da demanda interna brasileira.

Tabela 6 – Importações de Cosméticos: principais destinos. (I/2008 e I/2009)
(Em US\$ mil e %)

Ranking	País	I.2008 (mil US\$)	Part. Rel. (%)	País	I.2009 (mil US\$)	Part. Rel. (%)	Variação
1.	Argentina	21.823	37,1	Argentina	22.321	32,5	2,3%
2.	Estados Unidos	9.036	15,4	Estados Unidos	12.144	17,7	34,4%
3.	França	10.048	17,1	França	11.668	17,0	16,1%
4.	Alemanha	2.879	4,9	Alemanha	4.070	5,9	41,4%
5.	Colômbia	1.865	3,2	Colômbia	3.510	5,1	88,2%
6.	Espanha	2.596	4,4	Espanha	2.960	4,3	14,0%
7.	México	1.880	3,2	México	2.572	3,7	36,8%
8.	Itália	1.685	2,9	Itália	1.867	2,7	10,8%
9.	Canadá	648	1,1	Canadá	1.791	2,6	176,4%
10.	China	540	0,9	China	1.323	1,9	145,2%
	Subtotal	52.999	90,2	Subtotal	64.224	93,6	21,2%
	Outros	5.759	9,8	Outros	4.428	6,4	-23,1%
	Total	58.758	100,0	Total	68.652	100,0	16,8%

Fonte: Elaboração NEIT/IE/UNICAMP a partir de dados da Secex.

2.3 Investimentos

Como ressaltado no item 2.1, as vendas das grandes empresas de cosméticos no Brasil continuaram a apresentar um desempenho bastante positivo, a despeito da crise no mercado internacional e de seus efeitos sobre a economia brasileira.

Como resultado, ao contrário de vários outros setores onde estão sendo anunciados o adiamento ou o cancelamento de investimentos, no caso do setor de cosméticos, os investimentos aparentemente não foram afetados.

No caso dos investimentos em capacidade produtiva pode ser destacado o caso do Boticário, que confirmou investimentos para ampliar a capacidade de produção de sua fábrica localizada em São José dos Pinhais no Paraná. Os investimentos nessa expansão devem somar R\$ 85 milhões até 2012. Além da fábrica, a empresa vai investir outros R\$ 85 milhões em 2009 para construir um centro de distribuição em Registro (SP), com área de 30 mil metros quadrados, e com o objetivo de facilitar a distribuição para o estado de São Paulo (Valor Econômico, 18/02/2009).

A expansão de capacidade de produção também está em discussão na Natura, embora, de acordo como reportagem publicada pelo Valor Econômico (10/06/2009) a expansão possa ocorrer através da terceirização de parte da produção. De qualquer maneira, os bons resultados da empresa no primeiro trimestre apontam para a manutenção dos investimentos.

Além dos investimentos em capacidade de produção, também devem ser destacados os investimentos em marketing e comercialização. No Boticário, o gasto em publicidade deve atingir R\$ 150 milhões, o que significa um aumento de 40% em relação ao ano passado. Na Natura, estão previstos investimentos de R\$ 312 milhões em marketing em 2009 e 2010 (Valor Econômico, 24/04/2009).

As informações divulgadas na imprensa apontam, portanto, para a manutenção dos investimentos das grandes empresas do setor, seja em expansão da capacidade de produção, sejam em marketing ou no lançamento de novos produtos, fato que reflete

Considerações Finais

A indústria de cosméticos brasileira vinha apresentando um dinamismo importante nos últimos anos, sendo um dos setores mais beneficiados pelo aumento do nível de emprego e da renda, característico do ciclo de expansão recente da economia brasileira. Esse dinamismo fez com que o mercado brasileiro ganhasse destaque inclusive em termos mundiais, passando a ocupar o posto de terceiro maior mercado mundial.

A crise internacional que atingiu a economia brasileira de maneira mais contundente a partir de setembro do ano passado também afetou o desempenho do setor. No entanto, apesar da queda de produção industrial, os dados do primeiro trimestre de 2009, embora ainda negativos quando comparados com o mesmo período de 2008, apontam para um desempenho bastante melhor à média da indústria.

Além disso, as informações recolhidas na imprensa especializada sobre os resultados das grandes empresas do setor também confirmam a impressão de que os impactos da crise sobre a indústria de cosméticos brasileira foi moderada e muito menor do que em outros setores da indústria brasileira e do que na indústria de cosméticos de outros países. Pode-se dizer que a das tendências observadas nos últimos anos de maior crescimento das vendas de cosméticos nos países emergentes deve continuar, em especial pelo desempenho do Brasil e da China, que tem sofrido menos as conseqüências da crise internacional.

Um dos aspectos explicativos para o desempenho do setor no Brasil é o pequeno grau de abertura, com o setor externo respondendo por uma pequena parcela das vendas. Dessa forma, a retração das exportações tem tido pequeno impacto sobre a receita das empresas. Além disso, no mercado interno, a demanda é pouco dependente de crédito, estando mais diretamente relacionada com as condições de renda e emprego da população.

Com certeza, o aspecto mais positivo desse desempenho tem sido o fato de que até o momento, as grandes empresas estão mantendo os investimentos programados, seja em expansão de capacidade, seja em marketing e no lançamento de novos produtos. Ou seja, pode-se concluir que a crise, embora tenha afetado o setor, não está representando nenhuma ameaça de desestruturação do setor, com efeitos deletérios sobre o futuro competitivo da indústria.

Referências bibliográficas

- ABIHPEC (2008). **Panorama do Setor 2008/2009 – Higiene pessoal, perfumaria e cosméticos.**
- Capanema, L.X.L., Velasco, L.O.M., Palmeira Filho, P. L. e Noguti, M.B. (2007) **Panorama da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos. BNDES Setorial.**
- Garcia, R., Hiratuka, C., Sabbatini, R. E., Matsusita, A. P. et al. (2000). Indústria de cosméticos: elementos para uma caracterização de sua estrutura e dinâmica com base num enfoque de cadeia produtiva. Campinas e Araraquara. IE/UNICAMP/FCLAr/UNESP.
- Garcia, R., Furtado, J. (2002). Estudo da competitividade de cadeias integradas no Brasil: impactos das zonas de livre comércio – Cadeia de cosméticos. MDIC/MCT/FINEP/UNICAMP/UFRJ. Nota Técnica Final, Campinas.
- Global Cosmetic Industry. Vários Números.
- Hiratuka, C. (2008a) (coord.). **Relatório de Acompanhamento Setorial (Volume I): Cosméticos.** Projeto: Boletim de Conjuntura Industrial, Acompanhamento Setorial e Panorama da Indústria. Convênio: ABDI e NEIT/IE/UNICAMP. Campinas/SP: Maio de 2008.
- Hiratuka, C. (2008b) (coord.). **Relatório de Acompanhamento Setorial (Volume II): Cosméticos.** Projeto: Boletim de Conjuntura Industrial, Acompanhamento Setorial e Panorama da Indústria. Convênio: ABDI e NEIT/IE/UNICAMP. Campinas/SP: Dezembro de 2008.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). **Pesquisa Industrial Anual (PIA).** Vários anos.
- Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC). **Secretaria de Comércio Exterior (SECEX).** Estatísticas de Comércio Exterior. Vários anos.
- Ministério do Trabalho e do Emprego (MTE). **Relatório Anual de Informações Sociais (RAIS).** Vários anos.
- Organização das Nações Unidas (ONU). **United Nations Commodity Trade Statistics Database (Comtrade).** Vários anos.
- Valor Econômico. Vários números.

