



RELATÓRIO

RODADA DE NEGÓCIOS VIRTUAL

**Indústria de Cosméticos
& Higiene Pessoal
Cuidados Domésticos**



 1 a 3 de agosto



Apresentação

A Rodada da Indústria de Cosméticos, Higiene Pessoal e Cuidados Domésticos foi a primeira das duas Rodadas planejadas para 2023. Foi realizada de 1 a 3 de agosto de 2023 de forma virtual e contou com o apoio do Conselho da Indústria de Cosméticos, Cuidados Pessoais e Cuidados Domésticos da América Latina (CASIC), que reúne mais de 900 empresas do setor na região da América Latina. Esteve dirigida a fomentar a utilização de insumos regionais pela indústria do setor e constituiu uma oportunidade para que as pequenas, médias e grandes empresas latino-americanas que participam da totalidade do processo produtivo (fabricantes, distribuidores, fornecedores de bens e prestadores de serviços, importadores e exportadores) se conectassem mediante reuniões de negócios. Para as micro, pequenas e médias empresas do setor, foi uma oportunidade para divulgar sua oferta exportável de bens, conectar-se, gerar redes de contato e fazer negócios na região.

Relevância do setor

A indústria de cosméticos, artigos de higiene pessoal e cuidados domésticos teve nos últimos anos um crescimento contínuo, impulsionado pela necessidade de incrementar os hábitos de cuidado na saúde das pessoas, onde os países-membros da ALADI representam um mercado potencial de mais de 565 milhões de consumidores.

Em 2021, os países-membros da ALADI geraram mais de 90 bilhões de dólares entre cosméticos, produtos de higiene pessoal e de cuidados domésticos. A categoria dos cosméticos é a mais importante com mais de 50 bilhões de dólares no ano seguido pelos produtos de higiene pessoal e de cuidados domésticos, com um mercado de 20 bilhões cada um.

Em matéria de comércio exterior, dos quase 10 bilhões de dólares importados anualmente pelos países da ALADI, somente 30% é atendido intrarregionalmente, o qual representa um alto potencial de crescimento para a região.

Finalmente e a fim de avaliar o impacto social do setor, assinala-se que segundo dados do Repositório e Estatísticas da Organização Internacional do Trabalho em 2021, entre Bolívia, Brasil, Chile, Colômbia, Equador, México, Peru e Uruguai, o setor gera mais de 400 mil postos de trabalho diretos, ao que deve-se agregar os indiretos.

Utilidade de uma rodada de negócios para o setor

Com o objetivo de apoiar a integração da cadeia produtiva destes produtos na região ALADI e fomentar a utilização de insumos de origem regional, a rodada de negócios ofereceu um espaço para que as diferentes empresas que participam ao longo da totalidade do processo produtivo (fabricantes, distribuidores, fornecedores de bens e prestadores de serviços, importadores e exportadores) gerem vínculos entre si, podendo tornar visível sua oferta e demanda, e concretizem negócios.

Na Secretaria-Geral são realizadas diversas atividades de apoio técnico: promoção, coordenação com diferentes entidades e instituições, registro e classificação das empresas participantes, a fim de potencializar o comércio do setor.

Quais foram os setores incluídos?

- Cosméticos, produtos de higiene pessoal e cuidados domésticos
- Matérias-primas para a elaboração de cosméticos, produtos de higiene e domésticos
- Produtos conexos à indústria de cosméticos e produtos de higiene
- Embalagens e recipientes

Quem participou?

- Empresas dos países-membros da ALADI em caráter de exportadores e compradores, especialmente PMEs.
- Empresas dos países da América Central e Caribe não membros da ALADI, convidados em caráter de compradores.

Atividade vinculada à rodada:

Antes da realização da Rodada (o evento principal) no dia 11 de julho, foi realizado um seminário web, da qual participaram Rodrigo Hume Figueroa, Embaixador do Chile e Presidente a.i do Comitê de Representantes da ALADI, Sergio Abreu, Secretário-Geral da ALADI, e Ariel Saiz, Diretor-Executivo do Conselho da Indústria de Cosméticos, Cuidados Pessoais e Cuidados Domésticos da América Latina (CASIC), que analisaram a relevância atual, potencialidades e principais desafios enfrentados pelo setor.

Por sua vez, Evangelina Bolis, Procurement Head Argentina para Natura & Co, fez uma apresentação sobre o processo de incorporação de novos fornecedores e os requisitos que buscam os empresários no momento de somar novos parceiros estratégicos para o negócio. A atividade contou com cerca de 80 participantes de diversos países da região.

1. Principais resultados da Rodada de negócios

1.1. Reuniões de negócios

Nesta seção, são analisados os resultados obtidos da participação empresarial e as reuniões de negócios realizadas durante o evento.

Como é habitual, as empresas foram classificadas pelo seu perfil (exportador ou comprador) e habilitadas para poder gerar reuniões de negócios.

Desta maneira, nesta primeira Rodada virtual de negócios do ano 2023, foi confirmado um total de 119 empresas. Do total, 30 foram classificadas como compradores e 89 como exportadores. Ademais, das empresas confirmadas, 102 empresas concretizaram um total de 200 reuniões, de 236 que inicialmente estavam pactuadas e confirmadas, resultando em uma assistência de 85%, mostrando assim o interesse de explorar, concretizar ou desenvolver novos vínculos comerciais.

No tocante aos dados dos montantes de intenções de negócios, estes foram obtidos com base na declaração voluntária de parte das empresas participantes. Deste modo, foi coletada informação de 99 reuniões, nas quais as empresas refletiram em cifras suas intenções de negócios com as correspondentes contrapartes. 69% das respostas manifestaram ter intenções de negócios com montantes até 5.000 dólares.

QUADRO 1. Principais indicadores

Indicadores	Valor
Total de reuniões realizadas efetivas	200
Quantidade de empresas	102
Reuniões com intenção de negócios	99
Média de intenção de negócios (US\$)	
Até 5.000 USD	69%
De 5.000 a 10.000 USD	15%
Mais de 10.000 USD	16%

Fonte: Plataforma e SG-ALADI

Cabe destacar que, embora na Rodada tenham sido concretizadas efetivamente 200 reuniões de negócios, na plataforma foi gerido um total de 328.

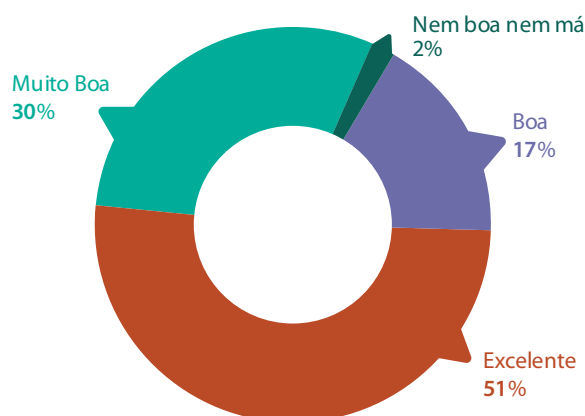
1.2. Avaliação das empresas

Igual que em rodadas de negócios anteriores, foi realizada uma enquete aos compradores, a fim de que avaliassem as reuniões que tiveram durante a rodada. Foram feitas diversas perguntas aos participantes a fim de avaliar as reuniões e seus resultados. Para esses fins e como forma de estimular as respostas, foram incorporados indicadores de valoração e outros conceitos, o qual resultou muito positivo e permitiu aumentar a taxa de resposta dos empresários. Nesta Rodada, a taxa de resposta alcançou 50% das reuniões, enquanto que em 2022 foi 19% para a primeira Rodada, de 16% para a segunda e de 44% para a terceira.

1.2.1 Indicador: Valoração da reunião

A maioria das perguntas apresentaram uma valoração positiva entre excelente, muito boa e boa. Por exemplo, 51% valorou a reunião como excelente, 30% como muito boa e 17% como boa (gráfico 1).

GRÁFICO 1. Valoração da reunião



Fonte: Plataforma e SG-ALADI

1.2.2. Indicador: Valoração dos produtos oferecidos pelas partes vendedoras

85% dos pesquisados manifestou que os produtos oferecidos durante suas reuniões têm potencial para continuar desenvolvendo a relação comercial e o negócio para futuro (mais de 8 de cada 10 pesquisados), enquanto que 9% disse o contrário.

1.2.3 Indicador: Qualificação da contraparte vendedora

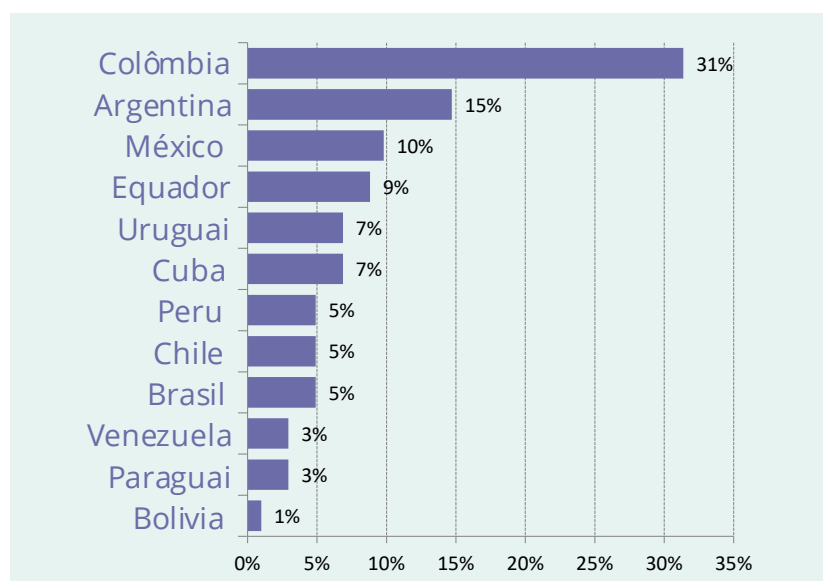
Finalmente 81% dos pesquisados qualificou a contraparte como excelente ou muito boa.

2. Participação de empresas¹

2.1. Por país

De acordo com os lineamentos de participação nas rodadas de negócios da ALADI, foram convidadas empresas exportadoras e compradoras dos 13 países-membros. Os países com mais participação no evento foram: Colômbia, com 31%, Argentina, 15%, e México, com 10% do total de 102 empresas participantes (ver gráfico 2).

GRÁFICO 2. Participação empresas por país



Fonte: Plataforma e SG-ALADI

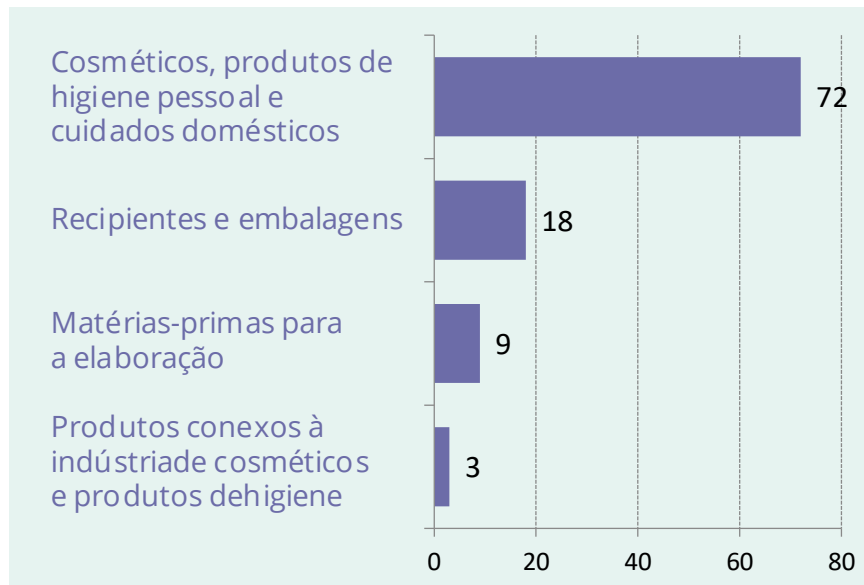
2.2. Por setor

As empresas participantes definiram seu setor principal para a Rodada no momento de sua inscrição. Em função desta informação é possível apresentar os resultados das enquetes da Roda classificados segundo os setores priorizados. Considerando somente as empresas que efetivamente participaram, o setor com

¹ Com reuniões realizadas efetivamente.

maior número de registros foi o de cosméticos, produtos de higiene pessoal e cuidados domésticos com 71%, seguido pelos recipientes e embalagens com 18%, as matérias-primas de elaboração (9%) e os produtos conexos à indústria com 3%.

GRÁFICO 3. Quantidade de empresas participantes por setor



Fonte: Plataforma e SG-ALADI

3. Avaliação geral. Enquete final de satisfação Da Rodada

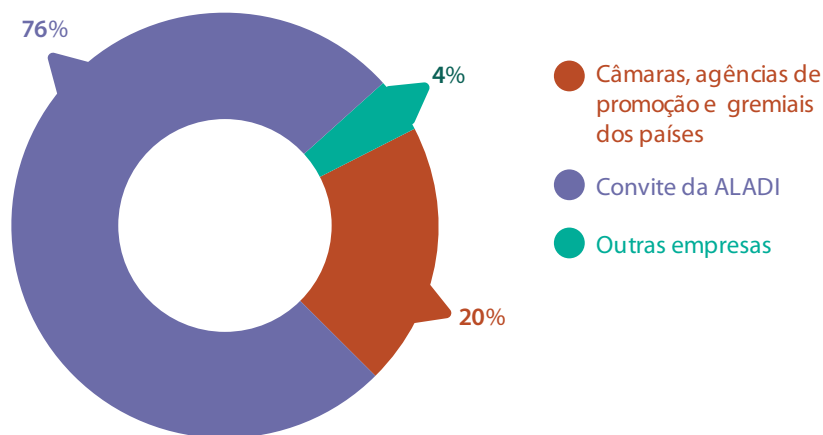
Foram recebidas 45 respostas à enquete de satisfação realizada em cada Rodada e que permite avaliar diferentes aspectos. As perguntas estiveram dirigidas a conhecer:

- a forma em que os participantes ficaram sabendo da realização da rodada,
- que expectativas tinham com respeito às reuniões realizadas
- seus níveis de satisfação em relação a diferentes aspectos operacionais do desenvolvimento da rodada, e
- a valoração geral dos participantes sobre a rodada



3.1. Indicador: Como ficou sabendo da Rodada?

GRÁFICO 4. Como ficou sabendo da Rodada?



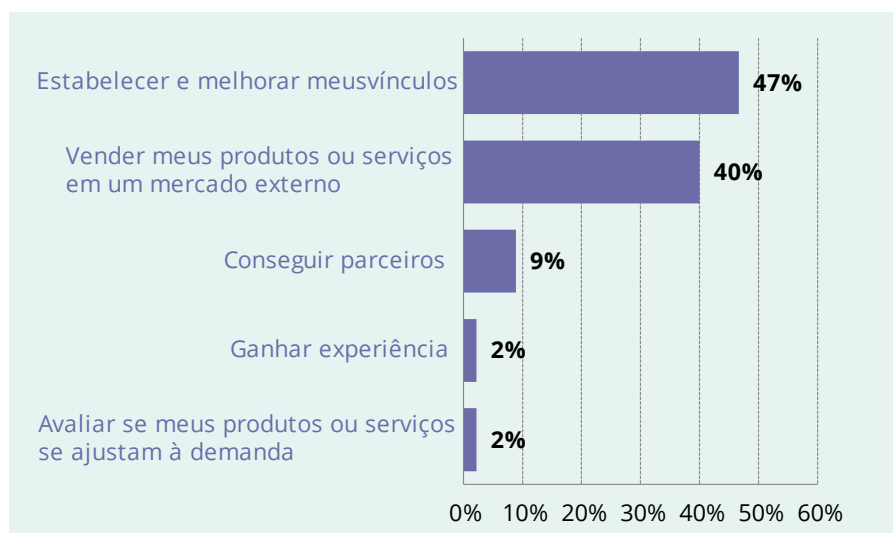
Fonte: Plataforma e SG-ALADI

Buscando conhecer e fortalecer os meios de comunicação da Associação com as empresas dos seus países-membros, os participantes foram consultados com respeito aos canais mediante os quais tomaram conhecimento da rodada de negócios (Gráfico 4).

A esse respeito, cabe assinalar que a maioria (76%) ficou sabendo da Rodada mediante a divulgação realizada na Secretaria-Geral da ALADI, repetindo a situação verificada em rodadas anteriores. No entanto, destaca-se que 20% ficou sabendo por meio das agências nacionais de promoção, câmaras e grêmios de seu país. De todas formas, está claro que ainda há uma ampla margem de participação ativa das agências de promoção comercial dos países na divulgação das rodadas da ALADI.

3.2. Indicador: Expectativas quanto às reuniões de negócios

GRÁFICO 5. Expectativas quanto às reuniões



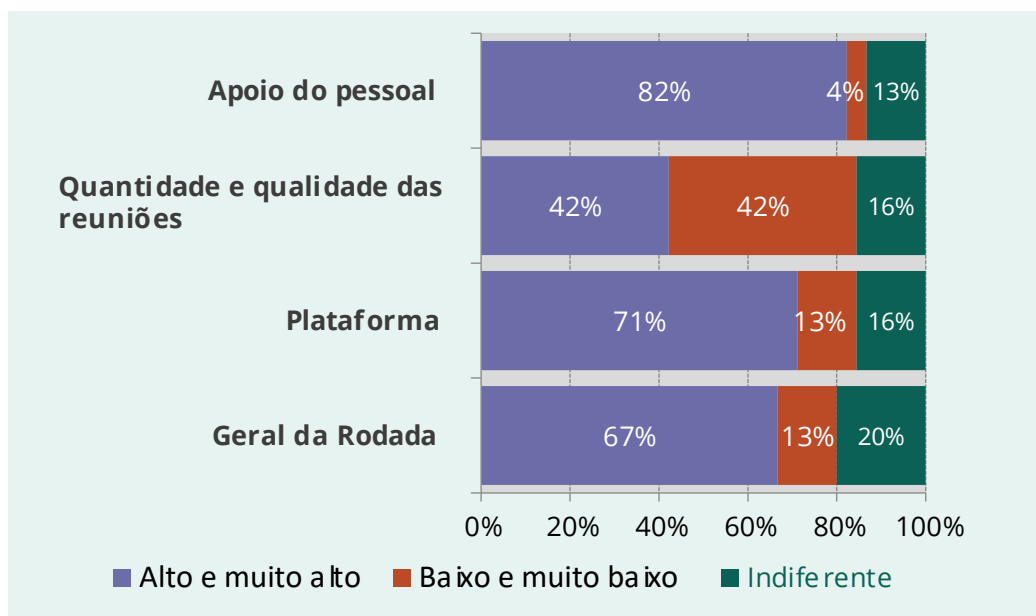
Fonte: Plataforma e SG-ALADI

Cabe destacar o valor que os empresários que participaram da rodada atribuíram à possibilidade de estabelecer “conexões” durante seu desenvolvimento. A 47% dos empresários que manifestou interesse em estabelecer e melhorar vínculos na região pode-se somar 9% que participa para “conseguir parceiros”, alcançando um total de 56% de participantes que valorizam a realização de uma rodada como espaço no qual conectar-se na região, embora durante a referida rodada realizem negócios concretos. De todas formas, a concretização de negócios continua sendo, como é lógico, um objetivo central e assim testemunha 40% dos participantes que participaram com a expectativa de vender seus produtos ou serviços no mercado externo.

Finalmente, 2% tinha como expectativa ganhar experiência e o outro 2% participou da rodada para avaliar se seus produtos ou serviços ajustavam-se à demanda (Gráfico 5).

3.3. Indicador: Nível de satisfação

GRÁFICO 6. Nível de satisfação sobre os seguintes aspectos

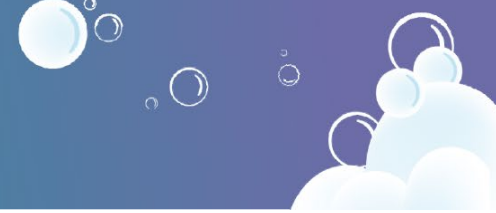


Fonte: Plataforma e SG-ALADI

A valorização de diferentes aspectos operacionais da rodada constitui um insumo fundamental para aperfeiçoar exercícios futuros. A esse respeito, as cifras do gráfico 6 são muito eloquentes.

O apoio do pessoal encarregado na Rodada, neste caso quase exclusivamente funcionários da Secretaria-Geral, foi a categoria melhor valorizada acumulando, os níveis máximos de satisfação, 82% das respostas. Também, a plataforma e o funcionamento geral da Rodada foram os melhor avaliados, com 71% e 67%, respectivamente.

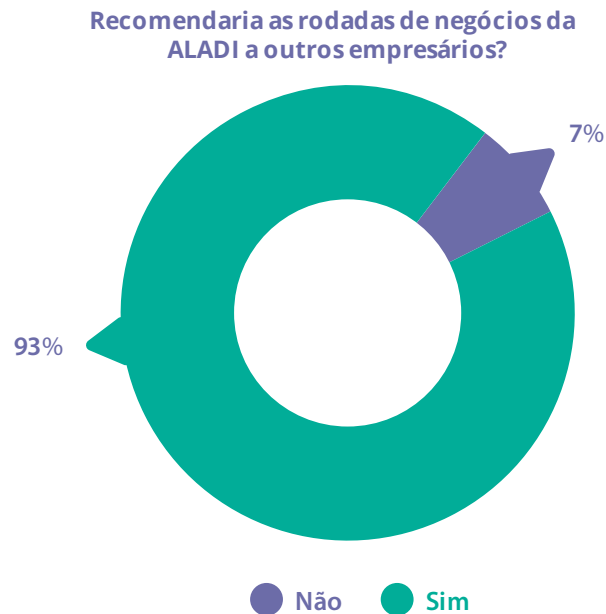
A quantidade e a qualidade das reuniões receberam 42% de valoração positiva, sendo identificada como uma área a melhorar. Esta porcentagem pode ser explicada por diversas causas: problemas de conexão durante as reuniões, horários de realização da rodada, problemas tecnológicos com a plataforma, duração das reuniões, etc.



3.4. Indicador: Recomendação da Rodada

Finalmente, diante da consulta de se recomendaria a Rodada a outros empresários, a resposta foi contundente. 93% dos empresários respondeu afirmativamente, enquanto que somente 7% manifestou que não faria.

GRÁFICO 7. Nível de recomendação da Rodada



Fonte: Plataforma e SG-ALADI





ALADI

Associação Latino-Americana de Integração
sgaladi@aladi.org | aladi.org

