

## O MERCADO DE COSMÉTICOS À BASE DE PRODUTOS NATURAIS E SUA INFLUÊNCIA NA INTERNACIONALIZAÇÃO DAS EMPRESAS DO POLO DE COSMÉTICOS EM DIADEMA-SP

Giovanna Casé Nutti<sup>1</sup>, Aline Correia de Sousa Colantuono<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Graduanda em Comércio Exterior pela Fatec de São Caetano do Sul, giovanna.nutti@fatec.sp.gov.br.

<sup>2</sup> Doutora em Desenvolvimento Econômico pela UNICAMP e Professora da Fatec de São Caetano do Sul, aline.colantuono@fatec.sp.gov.br.

### RESUMO

Pesquisas atuais demonstram que os consumidores contemporâneos têm valorizado fortemente os ingredientes naturais utilizados na produção de cosméticos. Portanto, este trabalho nasceu através da relevância que o mercado nacional e internacional do segmento de "cosméticos verdes" apresenta atualmente. Nesse contexto, o APL de cosméticos em Diadema, São Paulo, tornou-se o cenário do estudo desta pesquisa, cujo objetivo geral é analisar as diferentes maneiras de internacionalização de empresas participantes do referido APL, bem como observar quais delas são as mais frequentes entre as firmas que o compõem. Para tanto, utiliza-se o método de pesquisa documental e descritiva, para realizar um estudo detalhado, com coleta, análise e interpretação de dados. Nos itens 1 e 2 deste resumo expandido, há a introdução e o desenvolvimento do tema, respectivamente. A partir do item 2.1, tem-se a apresentação de conceitos considerados necessários para a realização desta pesquisa, tais como o que é internacionalização, qual a diferença entre APL e *cluster* e o que são cosméticos naturais. Constatou-se que apesar de ser um nicho de mercado em expansão, a maioria dos consumidores ainda não consegue diferenciar um cosmético convencional de um cosmético natural ou orgânico. Assim, advém a necessidade de aprofundamento no tema.

**Palavras-chave:** Internacionalização. APL de Diadema. Cosméticos Naturais e Orgânicos.

### 1 INTRODUÇÃO

É intrínseco às características do ser humano o desejo de se manter belo e jovem. Conseqüentemente, o mercado de cosméticos apresenta um crescimento maior nas últimas décadas, fato justificado por diversos motivos, tais como: a maior participação da mulher no mercado de trabalho; a utilização de tecnologia em ponta, o que aumenta a produtividade e favorece a competitividade dos preços do setor; e o aumento da expectativa de vida da população mundial, o que propicia a necessidade de conservar a jovialidade (CGEE/ABDI, 2009).

Conforme Euromonitor (2011, apud MIGUEL, 2012), o mercado internacional de produtos naturais para cuidado pessoal tem apresentado um crescimento anual maior do que o de produtos sintéticos. Paralelamente, de acordo com Romero *et al.* (2018), observa-se uma tendência, em diversas indústrias que compõem o setor de cosméticos, de almejar tanto uma produção ecologicamente correta, bem como o comércio de insumos sustentáveis.

Nesse contexto, o Arranjo Produtivo Local (APL) de cosméticos em Diadema possui extrema relevância. A cidade de Diadema integra a Região Metropolitana de São Paulo, a qual é formada por 39 municípios e está inserida na região conhecida como Grande ABC Paulista. O

Polo Cosmético de Diadema e Região envolve a indústria da Região do Grande ABC, da cidade de Diadema e da Região Metropolitana de São Paulo. Atualmente, são 319 empresas industriais que geram 14.132 empregos diretos que, por sua vez, representam 32% dos empregos do setor no Brasil (POLO COSMÉTICO DIADEMA E REGIÃO, 2018).

Isso posto, o objetivo principal deste trabalho é analisar as diferentes maneiras de internacionalização de empresas participantes do referido APL, bem como observar quais delas são as mais frequentes entre as firmas que o compõem. Para tanto, utiliza-se o método de pesquisa documental e descritiva, para realizar um estudo detalhado, com coleta, análise e interpretação de dados.

## 2 REVISÃO DA LITERATURA

Inicialmente, fez-se um levantamento de informações sobre internacionalização, por meio de pesquisa bibliográfica e documental. O porquê e como as empresas se internacionalizam foram algumas das questões levantadas. Em seguida, estudou-se mais profundamente o conceito de APL e *Cluster*, bem como suas semelhanças e diferenças. Posteriormente, deu-se início ao estudo sobre as particularidades dos seguintes tipos de cosméticos: convencionais, naturais, à base de ativos naturais, orgânicos, veganos e *cruelty-free*.

### 2.1 O PROCESSO DE INTERNACIONALIZAÇÃO E SEUS TIPOS

Pode-se conceituar internacionalização como o fenômeno conhecido como globalização da economia mundial (PINHO; VASCONCELLOS; TONETO JR., 2011). Para tanto, constatou-se que as empresas se internacionalizam para diversificar mercados, conseguir maiores lucros em economias mais estáveis, aproveitar incentivos nacionais para exportação, beneficiar-se de incentivos fiscais e financeiros no país escolhido e ter acesso às tecnologias de mercados mais avançados. Ademais, a internacionalização possibilita que a empresa crie uma marca global que, por sua vez, aumenta a credibilidade da organização e reforça o reconhecimento da marca pelos consumidores brasileiros (IBE, 2019; GREGO, 2017).

Uma vez entendido o porquê as empresas expandem seu mercado para o exterior, torna-se necessário entender de quais formas uma organização pode se internacionalizar. Para o escopo deste estudo, considerou-se relevante explorar o conceito de Exportação Indireta, Exportação Direta e Licenciamento, os quais são descritos sucintamente no Quadro 1 a seguir.

**Quadro 1.** Modalidades de exportação

<p><b>EXPORTAÇÃO INDIRETA (EXPORTAÇÃO POR MEIO DE TERCEIROS)</b></p>	<p>É REALIZADA POR MEIO DE UMA TERCEIRA EMPRESA, SEJA UMA TRADING COMPANY OU UMA COMERCIAL EXPORTADORA. PORTANTO, A ELABORAÇÃO DA MERCADORIA FICA A CARGO DO VENDEDOR, E AS DEMAIS ATRIBUIÇÕES, COMO PESQUISA, MARKETING, COMERCIALIZAÇÃO E DISTRIBUIÇÃO EXTERNA SÃO DE RESPONSABILIDADE DA EMPRESA CONTRATADA.</p>
<p><b>EXPORTAÇÃO DIRETA</b></p>	<p>A EXPORTAÇÃO DIRETA CONSISTE NA VENDA DIRETA AO COMPRADOR SITUADO EM OUTRO PAÍS. OU SEJA, O PRODUTO EXPORTADO É FATURADO PELO PRÓPRIO PRODUTOR AO IMPORTADOR.</p>
<p><b>LICENCIAMENTO</b></p>	<p>NO LICENCIAMENTO, HÁ UMA EMPRESA LICENCIADORA QUE CONCEDE O DIREITO DE USO, ATRAVÉS DE CONTRATO, PARA QUE OUTRA EMPRESA NO EXTERIOR EXPLORE SUA PATENTE, SEGREDO COMERCIAL OU MARCA, TENDO COMO CONTRAPARTIDA O PAGAMENTO DE ROYALTIES.</p>

**Fonte:** Adaptado a partir de Valente (2010), Conexos (2018) e SEBRAE (2020).

## 2.2 DEFINIÇÃO DE APL E CLUSTER

Para entender como os principais processos de internacionalização de empresas se conectam ao APL de Diadema, objeto de estudo deste trabalho de iniciação científica, é necessário analisar, mais minuciosamente, o que é e como funciona um APL. Porém, convém ressaltar que o conceito de APL é muito semelhante ao de *cluster*, por esse motivo, também se considerou necessário apresentar a definição desse termo, bem como as características que o diferenciam de APL. Dessa forma, apresentam-se as definições de *cluster* e APL no Quadro 2.

Baseando-se na análise feita, foi constatado que embora os termos APL e *cluster* possam parecer sinônimos, há uma tênue diferença entre eles com relação ao grau de cooperação entre as empresas envolvidas nessas formas de aglomeração produtiva e espacial, uma vez que a cooperação é mais intensa nos *clusters* do que nos APLs. Dessa forma, neste estudo, optou-se por usar o conceito de APL, pois ele é mais adequado à realidade das aglomerações produtivas e geográficas encontradas no Brasil.

Apresentadas as definições de *cluster* e de APL, foi possível prosseguir com a pesquisa bibliográfica e documental, a fim de se compreender melhor o objeto do estudo em questão, ou seja, o setor de cosméticos.

## Quadro 2. Conceitos de *cluster* e APL

<b>CLUSTER</b>	<b>AGLOMERADO DE EMPRESAS, EM UM ESPAÇO GEOGRÁFICO, DO MESMO SEGMENTO, CUJA REDE DE RELACIONAMENTO CRIADA ENTRE ELAS ALMEJA VANTAGENS TANTO PARA CADA EMPRESA SEPARADA, QUANTO PARA O AGLOMERADO COMO UM TODO. UM DOS EXEMPLOS MAIS CONHECIDOS DE CLUSTER É O DE MICROELETRÔNICA DE VALE DO SILÍCIO, NOS ESTADOS UNIDOS</b>
<b>ARRANJOS PRODUTIVOS LOCAIS (APLS)</b>	<b>AGLOMERAÇÕES DE EMPRESAS E EMPREENDIMENTOS, LOCALIZADOS EM UM MESMO TERRITÓRIO, QUE APRESENTAM ESPECIALIZAÇÃO PRODUTIVA, ALGUM TIPO DE GOVERNANÇA E MANTÊM VÍNCULOS DE ARTICULAÇÃO, INTERAÇÃO, COOPERAÇÃO E APRENDIZAGEM ENTRE SI E COM OUTROS ATORES LOCAIS, TAIS COMO: GOVERNO, ASSOCIAÇÕES EMPRESARIAIS, INSTITUIÇÕES DE CRÉDITO, ENSINO E PESQUISA.</b>

**Fonte:** Adaptado a partir de Bastos (2015), Porter (1989, apud VALENTE, 2010), Szafir-Goldstein e Toledo (2004), Aquino e Bresciani (2005).

### 2.3 ORIGEM E DEFINIÇÕES DE COSMÉTICOS

Atualmente, a indústria de cosméticos tem sofrido transformações com o desenvolvimento de uma produção ecologicamente correta e com o comércio de insumos provenientes da biodiversidade. Nesse novo contexto, nasceram os conceitos de cosméticos naturais, orgânicos, veganos e *cruelty-free*. Para o escopo deste trabalho, considerou-se relevante também explorar os cosméticos à base de ativos naturais. Excluindo os tipos veganos e *cruelty-free*, a diferença entre as modalidades de cosméticos é o percentual de matérias-primas de origem natural ou orgânica que elas devem conter em suas formulações. No Quadro 3 a seguir, apresentam-se as características dos cosméticos convencionais, naturais, à base de ativos naturais e orgânicos, de acordo com a porcentagem permitida de ingredientes sintéticos, de derivados do petróleo e/ou de ativos geneticamente modificados presente nesses produtos.

Já os cosméticos veganos e *cruelty-free* devem ser abordados de maneira diferente dos anteriores. Esses cosméticos não são categorizados de acordo com a presença de ingredientes naturais ou orgânicos. O que importa para a classificação vegana é a exclusão de ingredientes de origem animal, mesmo que indireta, sendo proibida sua utilização durante processos de fabricação de ingredientes sintéticos ou mesmo vegetais. Além disso, a não realização de testes em animais, seja dos ingredientes utilizados na formulação ou do produto, também é uma exigência. Dessa forma, nasce a necessidade de abordá-los de uma forma diferente, visto que a

nomenclatura inicialmente pode causar a impressão de que todos esses tipos de cosméticos são iguais.

**Quadro 3.** Modalidades de cosméticos, conforme suas composições e rotulagens

	COSMÉTICO CONVENCIONAL	COSMÉTICO NATURAL	COSMÉTICO À BASE DE ATIVOS NATURAIS	COSMÉTICO ORGÂNICO
<b>DEFINIÇÃO</b>	Preparações 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 e principal de limpá-las, alterar sua aparência e ou corrigir odores corporais e ou protegê-las ou mantê-las em bom estado			
<b>DESCRIÇÃO</b>	A FORMULAÇÃO NÃO PRECISA TER INGREDIENTES NATURAIS E/OU ORGÂNICOS CERTIFICADOS	ATÉ 5% DE MATÉRIAS-PRIMAS CERTIFICADAS ORGÂNICAS.OS 95% RESTANTES DA FORMULAÇÃO PODEM SER COMPOSTOS POR MATÉRIAS-PRIMAS NATURAIS NÃO CERTIFICADAS OU PERMITIDAS PARA FORMULAÇÕES NATURAIS	DEVEM CONTER NO MÍNIMO 70% E NO MÁXIMO 95% DOS COMPONENTES DA FORMULAÇÃO, COM CERTIFICADOS ORGÂNICOS	PELO MENOS 95% DE INGREDIENTES ORGÂNICOS CERTIFICADOS NA SUA COMPOSIÇÃO.
<b>ROTULAGEM</b>	EM ACORDO ÀS EXIGÊNCIAS DA ANVISA DE ROTULAGEM NACIONAL (RDC N°7 DE 10/02/2015	SELO "PRODUTO NATURAL" IMPRESSO JUNTAMENTE COM O NOME DA EMPRESA CERTIFICADORA; NÃO É OBRIGATÓRIO	O PRODUTO APRESENTARÁ NA EMBALAGEM A INFORMAÇÃO DOS PERCENTUAIS DAS MATÉRIAS-PRIMAS ORGÂNICAS	SELO "ORGÂNICO BRASIL" IMPRESSO JUNTAMENTE COM O NOME DA EMPRESA CERTIFICADORA, CONFORME LEI N° 10.831, DE 23/12/2003

**Fonte:** Adaptado a partir de Romero *et al.* (2018, p.190) e Kieltyka e Valentin (2017, apud MORAES *et al.* 2019).

Sucintamente, um cosmético vegano não possui nenhum ativo de origem animal, tais como mel e cera de abelha. Já se um cosmético é *cruelty-free* (em tradução livre para o português, significa “livre de crueldade”), significa que ele não foi testado em animais. Todavia, isto não significa que não existem matérias-primas provenientes de origem animal na composição de um cosmético *cruelty-free*. Ou seja, um cosmético *cruelty-free* não é necessariamente vegano, porém um cosmético vegano sempre será *cruelty-free*. Também é preciso ressaltar que os cosméticos veganos nem sempre são cosméticos naturais ou orgânicos. De fato, é possível que um produto seja inteiramente sintético e, ainda assim, vegano. Por exemplo, os fabricantes podem substituir cera de abelha pela parafina ou vaselina, substâncias derivadas do petróleo e não biodegradáveis (PENTEADO, 2018).

### 3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao decorrer deste trabalho, foi possível constatar o seguinte:

- I. A exportação indireta é considerada a modalidade mais rápida e prática de internacionalizar, dado que o vendedor não precisa desenvolver o *know-how* para exportar. Todavia, nessa modalidade de exportação, a empresa contratante não adquire visibilidade no exterior, impossibilitando o ganho de conhecimento de mercado;
- II. A exportação direta possibilita maior autonomia, se comparada com a Exportação Indireta, para buscar mercados e parcerias, e predispõe a criação de estratégias de negócios próprias para atender a demanda internacional. Em contrapartida, esse processo de exportação pode ser mais lento em relação à modalidade realizada por um terceiro já especializado no assunto;
- III. O licenciamento é uma opção atrativa para empresas sem capital em demasia para desenvolver operações no exterior, pois através de um acordo comum de licenciamento internacional, a empresa licenciadora não tem de arcar com os custos de desenvolvimento do negócio e com o risco associado à abertura de um novo mercado externo, por exemplo. No entanto, o licenciamento pode implicar a perda sobre o controle do *know-how* tecnológico da empresa, já que o conhecimento tecnológico será licenciado para empresas estrangeiras;
- IV. Embora os termos APL e *cluster* possam parecer sinônimos, há uma tênue diferença entre eles com relação ao grau de cooperação entre as empresas envolvidas nessas formas de aglomeração produtiva e espacial, uma vez que a cooperação é mais intensa nos *clusters* do que nos APLs. Dessa forma, neste estudo, optou-se por usar o conceito de APL, pois ele é mais adequado à realidade das aglomerações produtivas e geográficas encontradas no Brasil.
- V. Nem todo cosmético natural é necessariamente orgânico; todo cosmético orgânico é natural; um cosmético vegano não necessariamente é natural; diferente dos orgânicos, a maioria dos cosméticos naturais não possui certificação; um cosmético pode ser *cruelty-free* sem ser vegano; todo cosmético vegano é *cruelty-free*; um cosmético vegano não é necessariamente natural ou orgânico;
- VI. Este trabalho apresentou apenas o arcabouço teórico que norteará a pesquisa para se chegar o objetivo proposto. Contudo, tem-se como hipóteses que o APL de Diadema apresenta baixo nível de internacionalização, estando ainda no início de tal processo; e que poucas empresas participantes do APL produzem as variedades

de cosméticos apresentadas neste trabalho, e tampouco os exportam. No entanto, é um nicho de mercado a se pensar, especialmente como uma estratégia de diferenciação de produto para se internacionalizar para mercados mais exigentes e competitivos.

#### 4 REFERÊNCIAS

ANVISA: Agência Nacional de Vigilância Sanitária. *In: Acompanhamento dos temas - Cosméticos*. [S. l.], 2020. Disponível em: <http://portal.anvisa.gov.br/2017-2020/cosmeticos>. Acesso em: 29 jul. 2020.

AQUINO, André Luiz; BRESCIANI, Luis Paulo. Arranjos Produtivos Locais: Uma Abordagem Conceitual: Clusters: a conceptual framework. *Revista Organizações em Contexto*, [s. l.], v. 1, ed. 2, p. 153-167, 2005. DOI <http://dx.doi.org/10.15603/1982-8756/roc.v1n2p%20153%20-%20167>. Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-metodista/index.php/OC/article/view/1257>. Acesso em: 26 maio 2020.

BASTOS, Ercília. O que são clusters?. *Portal Gestão*, [S. l.], p. 1, 26 maio 2015. Disponível em: <https://www.portal-gestao.com/artigos/7688-o-que-s%C3%A3o-clusters.html>. Acesso em: 24 jun. 2020.

CENTRO DE GESTÃO E ESTUDOS ESTRATÉGICOS (CGEE)/AGÊNCIA BRASILEIRA DE DESENVOLVIMENTO INDUSTRIAL (ABDI). *Estudo Prospectivo Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos*. Brasília: ABDI, 2009. (Série Cadernos da indústria ABDI XIII).

CONEXOS. *In: Exportação direta e indireta: entenda mais sobre elas*. [S. l.], 2 abr. 2018. Disponível em: <https://blog.conexos.com.br/exportacao-direta-e-indireta-entenda-mais-sobre/>. Acesso em: 29 maio 2020.

GREGO, Emilson. **10 motivos para internacionalizar sua empresa**. [S. l.], 7 mar. 2018. Disponível em: <https://novaamerica.net/10-motivos-para-internacionalizar-sua-empresa/>. Acesso em: 18 jun. 2020.

IBE Business Education. *In: 7 Motivos para Pensar na Internacionalização de Empresas*. [S. l.], 27 fev. 2019. Disponível em: <https://www.ibe.edu.br/7-motivos-para-pensar-na-internacionalizacao-de-empresas/>. Acesso em: 18 jun. 2020.

MIGUEL, Laís Mourão. **A Biodiversidade na Indústria de Cosméticos: contexto internacional e mercado brasileiro**. 2012. Tese de doutorado (Doutorado em Geografia) - Universidade de São Paulo, [S. l.], 2012. Disponível em: <https://teses.usp.br/teses/disponiveis/8/8136/tde-12062013-112427/pt-br.php>. Acesso em: 20 nov. 2019.

MORAES, Amanda Luzia Soares *et al.* Cosmetologia: Origem, Evolução E Tendências Cosmetology: Origin, Evolution and Trends. *Única Cadernos Acadêmicos*, v. 2, n. 1, p. 1-13, 2019. Disponível em: <http://co.unicaen.com.br:89/periodicos/index.php/UNICA/article/view/119>. Acesso em: 29 jul. 2020.

PENTEADO, Olga. **Cosmético orgânico, vegano, natural, cruelty-free: entenda as diferenças.** Vogue, [S. l.], p. 1-2, 25 jul. 2018. Disponível em: <https://vogue.globo.com/beleza/noticia/2018/07/cosmetico-organico-vegano-natural-cruelty-free-entenda-diferencas.html>. Acesso em: 4 ago. 2020.

PINHO, Diva Benevides; VASCONCELLOS, Marco Antonio Sandoval; TONETO JÚNIOR, Rudinei. **Manual de Economia:** Equipe de professores da USP. 6. ed. São Paulo: Saraiva, 2011. 670 p. ISBN 9788502135055.

POLO COSMÉTICO DIADEMA E REGIÃO. **Boletim do Polo Cosmético.** Ano I, Boletim nº3, 2018. Diadema: Observatório Econômico e Trabalho Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Trabalho. Disponível em: [http://www.diadema.sp.gov.br/dmp/comunicacao/Comunicacao/Site2/Boletim\\_Polo\\_Cosmetico.pdf](http://www.diadema.sp.gov.br/dmp/comunicacao/Comunicacao/Site2/Boletim_Polo_Cosmetico.pdf). Acesso em: 5 dez. 2019.

ROMERO, Valeria *et al.* Diferenças entre cosméticos orgânicos e naturais: literatura esclarecedora para prescritores. **Surgical & Cosmetic Dermatology**, v. 10, n. 3, p. 188–193, 2018. DOI <http://www.dx.doi.org/10.5935/scd1984-8773.20181031087>. Disponível em: <http://www.surgicalcosmetic.org.br/detalhe-artigo/646/Diferencas-entre-cosmeticos-organicos-e-naturais--literatura-esclarecedora-para-prescritores>. Acesso em: 30 jul. 2020.

SEBRAE. **Arranjo produtivo local - Série Empreendimentos Coletivos:** Publicação mostra tudo o que o empreendedor precisa saber para unir forças com outros empresários para criar ou desenvolver um APL.. [S. l.], 8 nov. 2017. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/bis/arranjo-produtivo-local-serie-empreendimentos-coletivos,5980ce6326c0a410VgnVCM1000003b74010aRCRD>. Acesso em: 31 maio 2020.

SEBRAE: MERCADO E VENDAS. *In: Formas de estabelecer o comércio exterior no negócio.* [S. l.], 2020. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/formas-de-estabelecer-o-comercio-exterior-no-negocio,6a7e438af1c92410VgnVCM100000b272010aRCRD>. Acesso em: 29 maio 2020.

SZAFIR-GOLDSTEIN, Cláudia; TOLEDO, Geraldo Luciano. VII SEMEAD, 2004, São Paulo. **Vantagens Competitivas em Clusters Industriais [...].** [S. l.: s. n.], 2004. Disponível em: [http://sistema.semead.com.br/7semead/paginas/artigos%20recebidos/Pnee/PNEE18\\_-\\_Vantagens\\_Competitivas\\_em\\_clusters.PDF](http://sistema.semead.com.br/7semead/paginas/artigos%20recebidos/Pnee/PNEE18_-_Vantagens_Competitivas_em_clusters.PDF). Acesso em: 24 jun. 2020.

VALENTE, Edna Agostinho. **A Influência do Relacionamento em Rede na Internacionalização das Empresas do Pólo Brasileiro de Cosméticos de Diadema – SP.** 2010. 126 p. Dissertação de Mestrado (Mestre em Administração) - Universidade Municipal de São Caetano do Sul, [S. l.], 2010. Disponível em: <http://repositorio.uscs.edu.br/handle/123456789/196>. Acesso em: 18 maio 2020.

#### AGRADECIMENTOS

[Agradecemos ao apoio do Programa Institucional de Iniciação Científica e Tecnológica – PCITec da Fatec de São Caetano do Sul – Antonio Russo].