

Produtos para os Cuidados com a Pele do Rosto - Brasil - Junho 2014

Preço do relatório: £2466.89 | \$3995.00 | €3133.71

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.



"A categoria de produtos para cuidados com a pele do rosto ainda possui uma baixa penetração no Brasil, com apenas sete em cada dez brasileiros afirmando usar produtos do tipo. A sensibilidade dos consumidores aos preços da categoria pode ser apontada como uma barreira à sua popularização."

– Iris Ramirez, Analista Sênior de Beleza e Cuidados Pessoais

Este relatório responde às seguintes questões:

- Quais os tipos de pele mais comuns entre os brasileiros?
- Quais as principais razões para o uso de produtos faciais?
- Quanto os brasileiros estão acostumados a gastar com diferentes produtos faciais?
- Quais são os segmentos mais utilizados?
- Quais são as principais tendências e inovações neste mercado?

Existem oportunidades para utilização de formadores de opinião para instruir os consumidores sobre os benefícios dos produtos, assim como para inovações e extensões de linhas de produtos direcionadas a certos grupos demográficos, como homens e jovens. Inovações – como produtos com apelo antipoluição, nutricosméticos e produtos multifuncionais – estão chegando ao mercado e têm potencial para expansão nos próximos anos.

COMPRE ESTE
Relatório agora

VISITE:
store.mintel.com

LIGUE:
EMEA
+44 (0) 20 7606 4533

Brasil
0800 095 9094

Américas
+1 (312) 943 5250

APAC
+61 (0) 2 8284 8100

EMAIL:
oxygen@mintel.com

Você sabia?

Este relatório é parte de uma série de relatórios produzidos para lhe proporcionar uma visão mais holística do mercado

Produtos para os Cuidados com a Pele do Rosto - Brasil - Junho 2014

Preço do relatório: £2466.89 | \$3995.00 | €3133.71

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

Sumário

Introdução

Definições

Abreviações

Resumo Executivo

O mercado

Figure 1: Previsão de melhor e pior cenários de valor de vendas de produtos de cuidados com o rosto, Brasil 2009-19

Empresas, marcas e inovações

Três empresas são responsáveis por quase metade das vendas no mercado

Figure 2: Participação das empresas no mercado brasileiro de produtos para cuidados com a pele do rosto, por % valor de vendas no varejo, 2012-13

O consumidor

Normal e oleosa são as principais descrições para a pele do rosto dos brasileiros

Figura 3: Tipos de pele do brasileiro, abril 2014

Limpeza, proteção e tratamento de problemas específicos são os principais motivos para o uso de produtos para cuidados faciais

Figura 4: Principais motivos para o uso de produtos faciais, Abril 2014

Apenas uma pequena parcela de usuários de produtos faciais gasta mais de R\$ 60,00 nos diversos segmentos

Figura 5: média de gastos dos brasileiros com cada produto facial, abril 2014

Atitudes dos consumidores são influenciadas pela forte presença das marcas nacionais

Figura 6: Atitudes dos consumidores de produtos faciais, Abril 2014

O que pensamos

Mercado – Tópicos Centrais

Como o benefício antioleosidade tem potencial para atingir metade da população brasileira?

Quais produtos podem ajudar na limpeza da pele, já que este é o principal motivo para o uso de produtos para cuidados com a pele do rosto no Brasil?

Investir em formadores e influenciadores de opinião pode ajudar a aumentar o gasto médio da categoria de cuidados com o rosto

Tendências Aplicadas

Tendência: Man in the Mirror (Homem no espelho)

Tendência: Rebirth of the Cities (Renascimento das Cidades)

Quem Está Inovando?

Tópicos centrais

Avançando em ordem alfabética: depois dos BB Creams a tendência em inovação agora são os CC creams

Resultados profissionais: o tratamento em casa por meio de dispositivos de beleza

A inovação através de apelo mais específico: antipoluição

Mixando a categoria de cuidados com a pele do rosto com a categoria de alimentos: nutricosméticos

Mercado e Previsão

Tópicos centrais

COMPRE ESTE
relatório agora

VISITE: store.mintel.com

LIGUE: EMEA +44 (0) 20 7606 4533 | Brasil 0800 095 9094

Américas +1 (312) 943 5250 | APAC +61 (0) 2 8284 8100

EMAIL: oxygen@mintel.com

Produtos para os Cuidados com a Pele do Rosto - Brasil - Junho 2014

Preço do relatório: £2466.89 | \$3995.00 | €3133.71

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

Em 2013, produtos anti-idade e hidratantes impulsionaram o crescimento da categoria

Figure 7: Valor de vendas no varejo brasileiro de produtos para cuidados com a pele do rosto, 2009-19

Figura 8: Valor de vendas no varejo brasileiro de produtos para cuidados com a pele do rosto, por segmento, 2009-13

A perspectiva é de crescimento para os próximos cinco anos

Figure 9: Previsão de melhor e pior cenários do valor de vendas no varejo de produtos de cuidados com o rosto, Brasil 2009-19

Anti-idade

Figure 10: Previsão de melhor e pior cenários do valor de vendas no varejo de produtos anti-idade, Brasil 2009-19

Produtos de limpeza da pele

Figure 11: Previsão de melhor e pior cenários do valor de vendas no varejo de produtos de limpeza de pele, Brasil 2009-19

Hidratantes

Figure 12: Previsão de melhor e pior cenários do valor de vendas no varejo de produtos hidratantes, Brasil 2009-19

Máscaras

Figure 13: Previsão de melhor e pior cenários do valor de vendas no varejo de máscaras, Brasil 2008-18

Produtos especializados

Figure 14: Previsão de melhor e pior cenários do valor de vendas no varejo de produtos especializados, Brasil 2009-19

Fatores usados na previsão

Participação de Mercado

Tópicos centrais

Três empresas são responsáveis por quase metade das vendas no mercado

Figure 15: Participação das empresas no mercado brasileiro de produtos para cuidados com a pele do rosto, por % valor de vendas no varejo, 2012-13

Empresas e Marcas

Avon

Natura

L'Oréal

O Consumidor – Tipo de Pele do Rosto

Tópicos centrais

Normal e oleosa são as principais descrições dos brasileiros sobre a pele do rosto

Figura 16: Tipos de pele do brasileiro, abril 2014

As diferenças de percepção entre homens e mulheres...

Figura 17: Tipos de pele do brasileiro, por gênero, abril 2014

...e as diferenças de percepção entre as regiões do Brasil

Figura 18: Tipos de pele do brasileiro, por região, abril 2014

O Consumidor – Principais Motivos para o Uso de Produtos para Cuidados Faciais

Tópicos centrais

Limpeza, proteção e tratamento de problemas específicos são os principais motivos para o uso de produtos para cuidados faciais

Figure 19: Principais motivos para uso de produtos faciais, Abril 2014

Tratar/Prevenir acne é preocupação dos jovens adultos...

Figure 20: Razão para uso, tratar/prevenir acne, por faixa etária, Abril 2014

COMPRE ESTE
relatório agora

VISITE: store.mintel.com

LIGUE: EMEA +44 (0) 20 7606 4533 | Brasil 0800 095 9094

Américas +1 (312) 943 5250 | APAC +61 (0) 2 8284 8100

EMAIL: oxygen@mintel.com

Produtos para os Cuidados com a Pele do Rosto - Brasil - Junho 2014

Preço do relatório: £2466.89 | \$3995.00 | €3133.71

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

...enquanto diminuir linhas de expressão é preocupação do público de meia-idade

Figura 21: Razão para uso, diminuir a aparência de rugas e linhas de expressão, abril 2014

O Consumidor – Gastos com Produtos para Cuidados Faciais

Tópicos centrais

Apenas uma pequena parcela de usuários de produtos faciais gasta mais de R\$ 60,00 nos diversos segmentos

Figura 22: média de gastos dos brasileiros com cada produto facial, abril 2014

Produtos anti-idade têm potencial de agregar valor à categoria através de dermocosméticos

Figura 23: Penetração de produtos faciais anti-idade entre as mulheres, por faixa etária, Abril 2014

Figura 24: Gastos das mulheres com produtos faciais anti-idade, por faixa etária, Abril 2014

O Consumidor – Atitudes em Relação aos Produtos para Cuidados Faciais

Tópicos centrais

Atitudes dos consumidores são influenciadas pela forte presença de marcas nacionais

Figura 25: Atitudes dos consumidores quanto a produtos faciais, Abril 2014

As marcas nacionais têm potencial para conquistar os jovens

Figura 26: Atitude dos usuários de produtos faciais, por faixa etária, abril 2014

Apêndice – O Mercado

Figure 27: Previsão de melhor e pior cenários do valor de vendas no varejo de produtos para cuidados com o rosto, Brasil 2014-19

Figure 28: Previsão de melhor e pior cenários do valor de vendas no varejo de produtos anti-idade, Brasil 2014-19

Figure 29: Previsão de melhor e pior cenários do valor de vendas no varejo de produtos de limpeza, Brasil 2014-19

Figure 30: Previsão de melhor e pior cenários do valor de vendas no varejo de produtos de hidratacao, Brasil 2014-19

Figure 31: Previsão de melhor e pior cenários do valor de vendas no varejo de mascara, Brasil 2014-19

Figure 32: Previsão de melhor e pior cenários do valor de vendas no varejo de produtos especializados, Brasil 2014-19

Apêndice – O Consumidor

Tipos de pele

Figura 33: Tipos de pele, Abril 2014

Figura 34: Tipos de pele, pela demografia, Abril 2014

Razões de uso

Figura 35: Razões de uso, Abril 2014

Figura 36: Razões de uso, pela demografia, Abril 2014

Figura 37: Razões de uso, pela demografia, Abril 2014 (cont.)

Média de gasto por produto

Figura 38: média de gasto por produto, Abril 2014

Figura 39: média de gasto por produto – Produto de limpeza facial, pela demografia, Abril 2014

Figura 40: média de gasto por produto – Tônico, pela demografia, Abril 2014

Figura 41: média de gasto por produto – Hidratante facial, pela demografia, Abril 2014

Figura 42: média de gasto por produto – Hidratante anti-idade, pela demografia, Abril 2014

Figura 43: média de gasto por produto – Produtos para tratamento da acne, pela demografia, Abril 2014

Figura 44: média de gasto por produto – Gel/Crema para os olhos, pela demografia, Abril 2014

COMPRE ESTE
relatório agora

VISITE: store.mintel.com

LIGUE: EMEA +44 (0) 20 7606 4533 | Brasil 0800 095 9094

Américas +1 (312) 943 5250 | APAC +61 (0) 2 8284 8100

EMAIL: oxygen@mintel.com

Produtos para os Cuidados com a Pele do Rosto - Brasil - Junho 2014

Preço do relatório: £2466.89 | \$3995.00 | €3133.71

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

Atitudes sobre produtos para cuidado com a pele do rosto

Figura 45: Atitudes sobre produtos para cuidado com a pele do rosto, Abril 2014

Figura 46: Atitudes sobre produtos para cuidado com a pele do rosto, pela demografia, Abril 2014

Figura 47: Atitudes sobre produtos para cuidado com a pele do rosto, pela demografia, Abril 2014 (cont.)

Figura 48: Atitudes sobre produtos para cuidado com a pele do rosto, pela demografia, Abril 2014 (cont.)

COMPRE ESTE
relatório agora

VISITE: store.mintel.com

LIGUE: EMEA +44 (0) 20 7606 4533 | Brasil 0800 095 9094

Américas +1 (312) 943 5250 | APAC +61 (0) 2 8284 8100

EMAIL: oxygen@mintel.com