

## Produtos de Higiene Pessoal para Bebês e Crianças - Brasil - Outubro 2015

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.



“Produtos básicos de higiene infantil, como xampus, condicionadores, escovas e pastas dentais e sabonetes continuam sendo os itens mais comprados pelos pais com filhos entre 0 e 12 anos. Exigentes na hora da compra, muitos desses pais disseram preferir comprar produtos recomendados pela família ou por amigos.”  
 – Juliana Martins, Analista de Beleza e Cuidados Pessoais

Este relatório responde às seguintes questões:

- Quais produtos de higiene pessoal desenvolvidos especificamente para bebês e crianças são mais comprados pelos pais?
- Quais fatores influenciam os consumidores ao comprar produtos de higiene pessoal para seus filhos?
- Quais são os benefícios procurados pelos pais ao escolherem produtos de higiene pessoal para seus filhos?
- Quais são as atitudes dos pais em relação aos produtos de higiene pessoal existentes no mercado?

O relatório vai abordar temas relacionados a produtos de higiene pessoal para bebês e crianças de 0 a 12 anos. A seção de mercado inclui o desempenho do mercado de 2010 a 2014 e a previsão para a categoria de fraldas descartáveis regulares e de fraldas descartáveis pull-up (que incluem fraldas para piscina). Além disso, serão mostrados os desempenhos dos mercados em 2013 e 2014 das seguintes categorias: xampu, condicionador, lenços umedecidos, perfumes/colônia, sabonete em barra e/ou líquido e creme dental.

COMPRE ESTE  
Relatório agora

VISITE:  
[store.mintel.com](http://store.mintel.com)

LIGUE:  
EMEA  
+44 (0) 20 7606 4533

Brasil  
0800 095 9094

Américas  
+1 (312) 943 5250

China  
+86 (21) 6032 7300

APAC  
+61 (0) 2 8284 8100

EMAIL:  
[reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)

Você sabia?

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

# Produtos de Higiene Pessoal para Bebês e Crianças - Brasil - Outubro 2015

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

Definição

Abreviações

### Resumo Executivo

O mercado

Figura 1: Previsão de vendas no varejo de fraldas descartáveis\*, por valor, Brasil – 2010-20

Empresas e marcas

Figura 2: Participação dos líderes de vendas no varejo de fraldas descartáveis, por valor, Brasil 2012-14

O consumidor

43% dos brasileiros com filhos de 0 a 12 anos disseram ter comprado loções hidratantes nos últimos seis meses

Figura 3: Tipos de produtos de higiene pessoal para bebês e crianças comprados, Brasil – Agosto de 2015

Recomendação de família e amigos é importante para 45% dos pais

Figura 4: Comportamento de compra de produtos de higiene pessoal para bebês e crianças, Brasil – Agosto de 2015

58% dos pais buscam produtos infantis que tenham aprovação médica

Figura 5: Benefícios ao escolher produtos de higiene pessoal para bebês e crianças, Brasil – Agosto de 2015

54% dos pais se preocupam com as reações alérgicas que marcas que eles não conhecem possam causar na pele das crianças

Figura 6: Atitudes em relação a produtos de higiene pessoal para bebês e crianças, Brasil – Agosto de 2015

O que pensamos

### Mercado – Tópicos Centrais

Como continuar atraindo os pais com filhos entre 8 e 12 anos a comprar produtos de higiene infantil?

Já que muitos pais acham importante ler a composição de cada produto antes de comprá-lo, como facilitar esta comunicação aos clientes?

Há espaço para as marcas continuarem inovando em produtos de higiene oral para crianças?

### Quem está Inovando?

Tópicos centrais

Apesar de alguns pais buscarem produtos que não contenham perfume, os lançamentos no Brasil de produtos sem fragrância são irrelevantes

Figura 7: Lançamentos de produtos de beleza e cuidados pessoais para bebês e crianças de 0 a 12 anos com posicionamento 'sem fragrância', por top 5 países e Brasil, 2013 – Agosto de 2015

Produtos com posicionamentos 'orgânico' e '100% natural' são escassos no Brasil

Figura 8: Lançamentos de produtos de beleza e cuidados pessoais para bebês e crianças de 0 a 12 anos com posicionamento 'orgânico' e '100% natural', por top 5 países e Brasil, 2013 – Agosto de 2015

A participação de maquiagens infantis vêm aumentando sua representatividade nos lançamentos anuais do setor

Figura 9: Lançamentos de produtos de beleza e cuidados pessoais para bebês e crianças de 0 a 12 anos, por tipo de categoria, Brasil, 2013 – Agosto de 2015

### Mercado e Previsão

Tópicos centrais

Inovações e preços acessíveis fizeram o mercado de fraldas crescer em ritmo acelerado entre 2012 e 2014

Figura 10: Vendas no varejo de fraldas descartáveis\*, em valor, no Brasil – 2010-20

Figura 11: Vendas no varejo de fraldas regulares e fraldas pull-up\*, em valor, no Brasil – 2013-14

COMPRE ESTE  
relatório agora

VISITE: [store.mintel.com](http://store.mintel.com)

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

Américas +1 (312) 943 5250 | China +86 (21) 6032 7300

APAC +61 (0) 2 8284 8100 |

EMAIL: [reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)

# Produtos de Higiene Pessoal para Bebês e Crianças - Brasil - Outubro 2015

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 tendência para 2015 é de busca por produtos mais baratos por parte dos consumidores

Figura 12: Previsão de vendas no varejo de fraldas descartáveis\*, em valor, Brasil – 2010-20

Fatores usados na previsão

A subcategoria de lenços umedecidos é a que mais faturou entre 2013 e 2014

Figura 13: Vendas no varejo de alguns produtos de higiene infantil, em valor, no Brasil – 2013-14

## Participação de Mercado

Tópicos centrais

A Procter & Gamble é líder do mercado graças a sua marca Pampers, que possui várias linhas diferentes de fraldas

Figura 14: Participação dos líderes de vendas no varejo de fraldas descartáveis, por valor, Brasil 2012-14

## Empresas e Marcas

Procter & Gamble

Kimberly-Clark

Hypermarcas S.A.

## O Consumidor – Produtos Comprados

Tópicos centrais

43% dos brasileiros com filhos de 0 a 12 anos disseram ter comprado loções hidratantes nos últimos seis meses

Figura 15: Tipos de produtos de higiene pessoal para bebês e crianças comprados, Brasil – Agosto de 2015

Colônias são mais compradas pelos pais de bebês, enquanto que protetores solares atraem mais os pais de crianças de 3 a 7 anos

Figura 16: Tipos de produtos de higiene pessoal para bebês e crianças comprados, por pais com filhos de menos de 3 anos e pais com filhos entre 3 e 7 anos, Brasil – Agosto de 2015

Produtos básicos de higiene são menos comprados pelos pais com filhos de 8 a 12 anos

Figura 17: Tipos de produtos de higiene pessoal para bebês e crianças comprados, por pais com filhos com menos de 3 anos, pais com filhos de 3 a 7 anos e pais com filhos de 8 a 12 anos, Brasil – Agosto de 2015

## O Consumidor – Comportamento de Compra

Tópicos centrais

Recomendação de família e amigos é importante para 45% dos pais

Figura 18: Comportamento de compra de produtos de higiene pessoal para bebês e crianças, Brasil – Agosto de 2015

Os homens são mais propensos do que as mulheres a preferir comprar produtos em supermercados e farmácias

Figura 19: Comportamento de compra de produtos de higiene pessoal para bebês e crianças, por gênero, Brasil – Agosto de 2015

Os habitantes do Nordeste tendem mais a buscar produtos em promoção e produtos mais baratos para os filhos

Figura 20: Comportamento de compra de produtos de higiene pessoal para bebês e crianças, por região, Brasil – Agosto de 2015

## O Consumidor – Benefícios Importantes

Tópicos centrais

58% dos pais buscam produtos infantis que tenham aprovação médica

Figura 21: Benefícios ao escolher produtos de higiene pessoal para bebês e crianças, Brasil – Agosto de 2015

Algumas mães parecem buscar mais produtos que tenham proteção solar, enquanto os pais buscam produtos de fácil aplicação

Figura 22: Benefícios ao escolher produtos de higiene pessoal para bebês e crianças, por gênero, Brasil – Agosto de 2015

Embalagens com personagens infantis e produtos específicos para meninos ou meninas atraem pais com filhos de 3 a 7 anos

Figura 23: Benefícios ao escolher produtos de higiene pessoal para bebês e crianças, por pais com filhos com menos de 3 anos e pais com filhos de 3 a 7 anos, Brasil – Agosto de 2015

COMPRE ESTE  
relatório agora

VISITE: [store.mintel.com](http://store.mintel.com)

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

Américas +1 (312) 943 5250 | China +86 (21) 6032 7300

APAC +61 (0) 2 8284 8100 |

EMAIL: [reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)

## Produtos de Higiene Pessoal para Bebês e Crianças - Brasil - Outubro 2015

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.

### O Consumidor – Atitudes em Relação aos Produtos Infantis

#### Tópicos centrais

54% dos pais se preocupam com as reações alérgicas que marcas que eles não conhecem possam causar na pele das crianças

Figura 24: Atitudes em relação a produtos de higiene pessoal para bebês e crianças, Brasil – Agosto de 2015

Os homens são mais propensos do que as mulheres a considerar boa a qualidade de marcas nacionais e as marcas próprias

Figura 25: Atitudes em relação a produtos de higiene pessoal para bebês e crianças, por gênero, Brasil – Agosto de 2015

Os pais de crianças de 3 a 7 anos confiam na qualidade e na diversão que produtos de marcas licenciadas possam proporcionar aos filhos

Figura 26: Atitudes em relação a produtos de higiene pessoal para bebês e crianças, por pais com filhos com menos de 3 anos, pais com filhos de 3 a 7 anos e pais com filhos de 8 a 12 anos, Brasil – Agosto de 2015

COMPRE ESTE  
relatório agora

VISITE: [store.mintel.com](http://store.mintel.com)

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

Américas +1 (312) 943 5250 | China +86 (21) 6032 7300

APAC +61 (0) 2 8284 8100 |

EMAIL: [reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)