

Produtos para Cuidados com o Corpo - Brasil - Janeiro 2016

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 mercado de produtos para cuidados com o corpo sofreu uma grande redução nas vendas no varejo em 2015 por causa das novas medidas de ajuste fiscal impostas pelo governo e pela forte recessão pela qual passa o Brasil.”
– Juliana Martins, Analista de Beleza e Cuidados Pessoais

Este relatório responde às seguintes questões:

- Em qual, ou quais, momentos do dia, os brasileiros usam produtos corporais?
- Quais qualidades um produto corporal deve ter, segundo os brasileiros, para que ele seja um bom hidratante?
- Quais são as barreiras que impedem que os brasileiros comprem mais produtos corporais?
- Quais são os hábitos de uso de produtos corporais pelos brasileiros?

Apesar disso, as marcas ainda têm diversas oportunidades de crescimento no mercado, lançando produtos que ajudem os consumidores a não perderem tempo cuidando da pele e que possuam texturas e formatos inovadores

Os produtos para cuidados com o corpo multifuncionais entraram de vez no mercado brasileiro. Mais da metade dos consumidores disseram usar esse tipo de produto, que eles consideram um bom aliado contra a falta de tempo para cuidar da pele. Outros produtos, como os óleos corporais, conquistaram também a confiança de muitos brasileiros. Esses consumidores de produtos corporais buscam hidratantes que sejam absorvidos rapidamente e que deixem uma sensação de frescor e fragrância duradoura na pele.

**COMPRE ESTE
Relatório agora**

VISITE:
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

Você sabia?

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

Produtos para Cuidados com o Corpo - Brasil - Janeiro 2016

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

Visão Geral

Definição

Resumo Executivo

O mercado

Crise econômica foi ressentida no mercado de produtos corporais

Figura 1: Previsão de vendas no varejo de produtos para cuidados com o corpo*, por valor – Brasil, 2010-20

Participação de mercado

Líderes do mercado possuem juntos quase metade de participação nas vendas no varejo

Figura 2: Participação dos líderes de vendas no varejo de produtos para cuidados com o corpo*, por valor – Brasil, 2013-14

O consumidor

Óleos corporais podem crescer no mercado explorando benefícios emocionais

Figura 3: Ocasões de uso de produtos para cuidados com o corpo – Brasil, novembro de 2015

Produtos corporais que sequeam rápido são importantes para os brasileiros

Figura 4: Benefícios procurados ao comprar produtos para cuidados com o corpo – Brasil, novembro de 2015

Preço alto é barreira de compra para mulheres mais maduras

Figura 5: Barreiras à compra de mais produtos para cuidados com o corpo – Brasil, novembro de 2015

Produtos para momentos específicos do dia podem incentivar uso de cremes para mãos e pés

Figura 6: Atitudes de uso de produtos para cuidados com o corpo, Brasil, novembro de 2015

O que nós pensamos

Tópicos Centrais

Como atrair os consumidores com fragrâncias duradouras?

Os fatos

As implicações

Como explorar o mercado de produtos multifuncionais para o corpo?

Os fatos

As implicações

Como driblar a falta de tempo e fazer com que os consumidores usem produtos corporais?

Os fatos

As implicações

O Mercado – O Que Você Precisa Saber

Desemprego, inflação e novas medidas fiscais impactaram a categoria

Os lançamentos de produtos para o corpo sofreram redução em 2015

Os consumidores estão cada vez mais conscientes da falta d'água e buscando benefícios emocionais ao usarem seus produtos de beleza

Mercado e Previsão

A categoria de cuidados corporais também sentiu a crise econômica

Figura 7: Vendas no varejo de produtos para cuidados com o corpo*, em valor – Brasil, 2010-20

COMPRE ESTE
relatório agora

VISITE: 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

Produtos para Cuidados com o Corpo - Brasil - Janeiro 2016

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.

Figura 8: Previsão de vendas no varejo de produtos para cuidados com o corpo*, por valor – Brasil, 2010-20

Figura 9: Vendas no varejo de produtos para cuidados com o corpo, em valor, por segmento – Brasil, 2013-14

Fatores que Influenciarão o Mercado

- Escassez de água abre portas para novos produtos
- Oportunidades para os cosméticos que influenciam o humor e o estresse

Empresas, Marcas e Inovações – O Que Você Precisa Saber

- Natura lança novo aplicativo e espera abrir lojas físicas em 2016
- Grupo Boticário subiu 2,4 pontos percentuais em participação de vendas
- Monange e Paixão são vendidas para a empresa francesa Coty

Participação de Mercado

- Natura e Grupo Boticário possuem, juntos, quase metade de participação de mercado
- Figura 10: Participação dos líderes de vendas no varejo de produtos para cuidados com o corpo*, por valor–Brasil, 2013-14

Quem está Inovando?

- Hidratantes de 'longa duração' podem atrair os consumidores da categoria
 - Figura 11: lançamentos de produtos corporais com posicionamento 'longa duração', em relação ao total da categoria, por top 5 países e Brasil, 2013 - dezembro de 2015
- Ingredientes naturais tornam-se prioridade para os consumidores
 - Figura 12: lançamentos de produtos corporais com posicionamento 'natural'*, em relação ao total da categoria, por total país, Índia, França, EUA, Reino Unido e Brasil, 2013 – dezembro de 2015
- Outros posicionamentos poderiam atrair consumidores a usar esfoliantes e loções firmadoras
 - Figura 13: Lançamentos de produtos corporais com posicionamento 'esfoliante' e 'ação firmadora', em relação ao total de lançamentos da categoria, por total país, Reino Unido, França, EUA, Alemanha e Brasil, 2013 - dezembro de 2015

O Consumidor – O Que Você Precisa Saber

- Óleos corporais e produtos para mãos e pés oferecem oportunidades às marcas
- Absorção rápida na pele é o benefício mais procurado pelos usuários brasileiros
- Marcas devem investir em comunicação para conquistar a confiança dos consumidores
- Há espaço no mercado para produtos com novas texturas e formatos

Ocasões de Uso

- Óleos corporais podem crescer no mercado explorando benefícios emocionais
 - Figura 14: uso de produtos para cuidados com o corpo – Brasil, novembro de 2015
- Produtos para os pés com benefício de relaxamento podem atrair os consumidores
 - Figura 15: Ocasões de uso de produtos para cuidados com o corpo, por período do dia – Brasil, novembro de 2015
- Homens jovens entre 16 e 24 anos podem ser atraídos por produtos de uso pós-esporte
 - Figura 16: uso de produtos para cuidados com o corpo, por gênero masculino e faixa etária – Brasil, novembro de 2015

Benefícios Procurados

- Produtos corporais que sequeam rápido são importantes para os brasileiros
 - Figura 17: Benefícios procurados ao comprar produtos para cuidados com o corpo – Brasil, novembro de 2015
- Ingredientes leves e refrescantes atraem principalmente os homens
 - Figura 18: Benefícios procurados ao comprar produtos para cuidados com o corpo, por gênero – Brasil, novembro de 2015
- CC creams corporais têm chances de atrair mulheres mais jovens

COMPRE ESTE
relatório agora

VISITE: 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

Produtos para Cuidados com o Corpo - Brasil - Janeiro 2016

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.

Figura 19: Benefícios procurados ao comprar produtos para cuidados com o corpo, por gênero feminino e faixa etária – Brasil, novembro de 2015

Barreiras à Compra

Preço alto é barreira à compra para mulheres mais maduras

Figura 20: Barreiras à compra de mais produtos para cuidados com o corpo – Brasil, novembro de 2015

Amostras grátis poderiam atrair homens que não acreditam nos benefícios prometidos em relação à hidratação

Figura 21: Barreiras à compra de mais produtos para cuidados com o corpo, por gênero masculino e faixa etária – Brasil, novembro de 2015

Produtos em miniatura e de efeito instantâneo são oportunidades para conquistar mulheres mais jovens

Figura 22: Barreiras à compra de mais produtos para cuidados com o corpo, por gênero feminino e faixa etária – Brasil, novembro de 2015

Atitudes de Uso

Produtos para momentos específicos do dia podem incentivar uso de cremes para mãos e pés

Figura 23: Atitudes de uso de produtos para cuidados com o corpo, Brasil, novembro de 2015

Produtos multifuncionais têm espaço para atrair a confiança das mulheres mais maduras

Figura 24: Atitudes de uso de produtos para cuidados com o corpo, por faixa etária e atitude selecionada, Brasil, novembro de 2015

Diferentes formatos atraem principalmente mulheres entre 25 e 34 anos

Figura 25: Atitudes de uso de produtos para cuidados com o corpo, por mulheres e faixa etária, Brasil, novembro de 2015

Apêndice – Tamanho de Mercado e Previsão

Figura 26: Vendas no varejo de produtos para cuidados com o corpo*, em valor, no Brasil – 2010-20

Figura 27: Previsão de vendas no varejo de produtos para cuidados com o corpo*, por valor, Brasil – 2010-20

Figura 28: Vendas no varejo de produtos para cuidados com o corpo, em valor, por segmento, Brasil – 2013-14

Apêndice – Metodologia e Abreviações

Fatores usados na previsão

Abreviações

COMPRE ESTE
relatório agora

VISITE: 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