

Atitudes em Relação aos Dermocosméticos - Brasil - Novembro 2016

Preço do relatório: £3277.28 | \$3995.00 | €3641.38

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



“A categoria de dermocosméticos é ainda pouco explorada no Brasil. Lançamentos de produtos com benefícios como ‘anti-idade’ e ‘proteção solar’ ainda são insignificantes no mercado, comparado com outros países. Consumidores ainda conhecem pouco sobre esses produtos e seus benefícios.”

– **Juliana Martins, Analista de Beleza e Cuidados Pessoais**

Este relatório responde às seguintes questões:

- Como fazer com que os homens usem mais dermocosméticos?
- Como inovar com produtos dermocosméticos hidratantes?
- Há oportunidades para dermocosméticos de uso no banho?

Dermocosmético é uma categoria especial. Esses produtos têm como principal meio de comunicação os médicos e dermatologistas, e são vendidos em poucos locais (físicos) de compra. Para atrair os brasileiros, as marcas de dermocosméticos poderiam trabalhar uma comunicação mais voltada ao bem-estar emocional dos consumidores. É importante também que elas estejam sempre realizando ações e campanhas nos locais de compra, além de estarem cada vez mais próximas dos médicos e dermatologistas para que esses divulguem e indiquem seus produtos aos pacientes.

**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

Atitudes em Relação aos Dermocosméticos - Brasil - Novembro 2016

Preço do relatório: £3277.28 | \$3995.00 | €3641.38

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 consumidor

Dermocosméticos para pele oleosa têm oportunidades no mercado

Figura 1: Tipos de pele – Brasil, julho de 2016

Dermocosméticos podem explorar comunicações mais emotivas

Figura 2: Definição de dermocosméticos – Brasil, julho de 2016

Dermocosméticos têm credibilidade junto a alguns consumidores

Figura 3: Razões de uso de dermocosméticos – Brasil, julho de 2016

Maquiagem dermocosmética poderia diversificar o mercado

Figura 4: Benefícios procurados – Brasil, julho de 2016

O que nós pensamos

Tópicos Centrais

Como fazer com que os homens usem mais dermocosméticos?

Os fatos

As implicações

Como inovar com produtos dermocosméticos hidratantes?

Os fatos

As implicações

Há oportunidades para dermocosméticos de uso no banho?

Os fatos

As implicações

Quem está Inovando?

Há poucos lançamentos de dermocosméticos com claim '100% natural'

Figura 5: Lançamentos globais de produtos dermocosméticos* com posicionamento '100% natural', por top 5 países e Brasil, janeiro de 2013-setembro de 2016

Figura 6: Lançamentos globais de produtos dermocosméticos* com posicionamento 'Anti-idade', por top 5 países e Brasil, janeiro de 2013-setembro de 2016

Dermocosméticos com claim 'proteção UV' ainda têm grandes oportunidades no mercado

Figura 7: Lançamentos globais de produtos dermocosméticos* com posicionamento 'Proteção UV', por top 5 países e Brasil, janeiro de 2013-setembro de 2016

O Consumidor – O Que Você Precisa Saber

Os tipos de pele são bem diversificados entre as idades e os gêneros dos brasileiros

Diferentes definições para os dermocosméticos

São diversas as razões de uso de dermocosméticos pelos brasileiros

Multifuncionalidade é importante para a categoria de dermocosméticos

Tipos de 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

Atitudes em Relação aos Dermocosméticos - Brasil - Novembro 2016

Preço do relatório: £3277.28 | \$3995.00 | €3641.38

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

Dermocosméticos para pele oleosa têm oportunidades no mercado

Figura 8: Tipos de pele – Brasil, julho de 2016

Benefício de hidratação profunda poderia atrair mulheres mais maduras

Figura 9: Tipos de pele, por gênero feminino – Brasil, julho de 2016

Os homens buscam facilidade ao procurar produtos de cuidado pessoal

Figura 10: Tipos de pele, por gênero masculino – Brasil, julho de 2016

Definição de Dermocosméticos

Dermocosméticos podem explorar comunicações mais emotivas

Figura 11: Definição de dermocosméticos – Brasil, julho de 2016

Aplicativos e tecnologias podem atrair os jovens a conhecer os dermocosméticos

Figura 12: Definição de dermocosméticos, por gênero masculino e feminino – Brasil, julho de 2016

Produtos com comprovação clínica atraem consumidores de classes mais altas

Figura 13: Definição de dermocosméticos, por classe socioeconômica – Brasil, julho de 2016

Razões de Uso

Dermocosméticos têm credibilidade junto a alguns consumidores

Figura 14: Razões de uso de dermocosméticos – Brasil, julho de 2016

Consumidores com pele normal procuram pouca indicação médica

Figura 15: Razões de uso de dermocosméticos, concordância com “meu dermatologista/médico recomendou”, por tipo de pele – Brasil, julho de 2016

Algumas pessoas com pele oleosa procuram cuidar da pele

Figura 16: Razões de uso de dermocosméticos, concordância com “para tratar um problema da pele do rosto”, por tipo de pele – Brasil, julho de 2016

Benefícios Procurados

Maquiagem dermocosmética poderia diversificar o mercado

Figura 17: Benefícios procurados - Brasil, julho de 2016

Dermocosméticos corporais atraem mulheres mais jovens

Figura 18: Benefícios procurados, por gênero feminino - Brasil, julho de 2016

Produtos para a pele mista podem interessar as mulheres mais maduras

Figura 19: Benefícios antirrugas e elasticidade, por pele mista – Brasil, julho de 2016

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