

Hábitos de Beleza - Brasil - Março 2017

Preço do relatório: £3215.29 | \$3995.00 | €3762.21

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



“A recessão econômica pela qual tem passado o Brasil pode ter impactado positivamente os hábitos de beleza dos consumidores brasileiros. Eles revelaram estar usando menos água quando se preparam para sair e estar usando o mesmo produto até o final antes de comprar outro.”

Juliana Martins, Especialista de Beleza e Cuidados Pessoais

Este relatório responde às seguintes questões:

- Como as marcas podem influenciar os consumidores a adotarem hábitos de beleza mais sustentáveis?
- Como conquistar os brasileiros que deixaram de ir a salões e clínicas de beleza?
- Como oferecer cosméticos práticos às consumidoras?
- Como incentivar a classe média a usar mais maquiagem?

Definição

Este relatório vai falar sobre os hábitos de beleza dos consumidores brasileiros. O relatório vai abordar quais são as etapas dos brasileiros em relação a sua rotina de beleza, quais produtos para rosto e cabelo eles usam geralmente, além de tentar entender como a rotina de beleza deles mudou em comparação com 12 meses atrás (se eles têm feito mais tratamentos de beleza em casa ou no salão; se têm usado mais dispositivos de beleza em casa; entre outros).

A pesquisa foi realizada online pela Lightspeed/Mintel com 1.500 usuários da internet com 16 anos ou mais, em janeiro de 2017 (ver Metodologia de Pesquisa para o Brasil para mais informações). Dados detalhados da demografia estão no livro de dados.

**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

Hábitos de Beleza - Brasil - Março 2017

Preço do relatório: £3215.29 | \$3995.00 | €3762.21

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

Maioria das mulheres aplica maquiagem na última etapa da rotina de beleza

Figura 1: Etapas da rotina de beleza – Brasil, janeiro de 2017

Posicionamento de economia de tempo pode atrair mulheres maduras

Figura 2: Uso matinal de produtos para o rosto, por gênero feminino – Brasil, janeiro de 2017

Óleos capilares podem inovar com novas texturas e ingredientes

Figura 3: Uso diário de produtos para o cabelo – Brasil, janeiro de 2017

Produtos 'caseiros' ganham espaço com a tendência "Faça você mesmo"

Figura 4: Mudanças nos hábitos de beleza - Brasil, janeiro de 2017

Texturas, ingredientes e formatos podem inovar categoria de desodorantes

Figura 5: Comportamento em relação à rotina de beleza – Brasil, janeiro de 2017

O que nós pensamos

Tópicos Centrais

Como as marcas podem influenciar os consumidores a adotarem hábitos de beleza mais sustentáveis?

Os fatos

As implicações

Como conquistar os brasileiros que deixaram de ir a salões e clínicas de beleza?

Os fatos

As implicações

Como oferecer cosméticos práticos às consumidoras?

Os fatos

As implicações

Como incentivar a classe média a usar mais maquiagem?

Os fatos

As implicações

O Mercado – O que Você Precisa Saber

Taxa de mulheres desempregadas foi mais alta do que a de homens

Consumo de comidas gordurosas pode afetar qualidade da pele

Fatores que Influenciarão o Mercado

Desemprego entre mulheres em 2016 pode afetar o mercado de beleza

Alimentos gordurosos impactam a qualidade da pele

Quem está Inovando?

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

Hábitos de Beleza - Brasil - Março 2017

Preço do relatório: £3215.29 | \$3995.00 | €3762.21

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

Produtos capilares antipoluição podem conquistar consumidores

Figura 6: Lançamentos globais de produtos para a pele* com posicionamento antipoluição**, por top 5 países e Brasil, janeiro de 2014-dezembro de 2016

Diferentes posicionamentos se abrem para a categoria de barbas e bigodes

Figura 7: Lançamentos de produtos para barba e bigode*, por tipo de lançamento, Brasil, janeiro de 2014-dezembro de 2016

Novo luxo: cosméticos se tornarão cada vez mais personalizados

Espelhos de realidade virtual farão parte da rotina de beleza

O Consumidor – O que Você Precisa Saber

Brasileiros iniciam rotina de beleza com cuidados com a pele do rosto e do corpo

Ações de marketing poderiam impulsionar consumo pelos homens

Condicionadores de limpeza e óleos capilares têm conquistado o público feminino

Tendência DIY e sustentabilidade têm mudado a rotina de beleza brasileira

Quase 7 em cada 10 brasileiros não saem de casa sem desodorante

Etapas da Rotina de Beleza

Maquiagem é o último produto que a maioria das mulheres aplica

Figura 8: Etapas da rotina de beleza, por gênero feminino – Brasil, janeiro de 2017

Produtos para barba/bigode podem ser aplicados no começo e no final da rotina dos homens

Figura 9: Etapas da rotina de beleza, por gênero masculino – Brasil, janeiro de 2017

Uso Matinal de Produtos para o Rosto

Posicionamento de economia de tempo pode atrair mulheres maduras

Figura 10: Uso matinal de produtos para o rosto, por gênero feminino – Brasil, janeiro de 2017

Ações de marketing poderiam aumentar consumo pelos homens

Figura 11: Uso matinal de produtos para o rosto, por gênero masculino – Brasil, janeiro de 2017

Maquiagens com preços acessíveis podem aumentar consumo de mulheres sem emprego

Figura 12: Uso matinal de produtos para o rosto, por tipo de maquiagem e tempo de trabalho – Brasil, janeiro de 2017

Uso Diário de Produtos para o Cabelo

Novos ingredientes e texturas inovam a categoria de óleos capilares

Figura 13: Uso diário de produtos para o cabelo – Brasil, janeiro de 2017

Condicionadores de limpeza atraem jovens entre 16 e 24 anos

Figura 14: Uso diário de condicionadores de limpeza, por gênero feminino e faixa etária – Brasil, janeiro de 2017

Consumo de modeladores pela classe C12 pode aumentar com produtos que dão brilho

Figura 15: Uso diário de protetor térmico e modeladores de cabelo, por classe socioeconômica – Brasil, janeiro de 2017

Mudanças nos Hábitos de Beleza

Produtos 'caseiros' ganham espaço com a tendência "Faça você mesmo"

Figura 16: Mudanças nos hábitos de beleza - Brasil, janeiro de 2017

Homens jovens são os maiores usuários de produtos para os dentes

Figura 17: Mudanças nos hábitos de beleza, por frase selecionada, gênero e faixa etária - Brasil, janeiro de 2017

Ações sustentáveis podem garantir fidelização

Figura 18: Mudanças nos hábitos de beleza, por frase selecionada e gênero - Brasil, janeiro de 2017

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

Hábitos de Beleza - Brasil - Março 2017

Preço do relatório: £3215.29 | \$3995.00 | €3762.21

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

Comportamento em Relação à Rotina de Beleza

Texturas, ingredientes e formatos podem inovar categoria de desodorantes

Figura 19: Comportamento em relação à rotina de beleza – Brasil, janeiro de 2017

Produtos de limpeza dupla podem atrair mulheres maduras

Figura 20: Comportamento em relação à rotina de beleza, por frase selecionada e gênero feminino e faixa etária – Brasil, janeiro de 2017

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