

Mudanças nos Hábitos de Limpeza de Casa - 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 maior participação dos jovens consumidores em tarefas de limpeza doméstica e a necessidade de economizar tempo e dinheiro são alguns dos principais fatores que influenciam as compras dos consumidores e lançamentos de produtos."

– **Renata Pompa de Moura, Gerente de Pesquisa**

Este relatório responde às seguintes questões:

- Aliando limpeza à melhora do humor
- Produtos e serviços que economizam tempo têm potencial entre os consumidores AB
- Benefícios antibacterianos em produtos naturais

Os hábitos de limpeza de casa e os comportamentos de compra dos consumidores mudaram significativamente nos últimos anos. Aumenta a demanda dos consumidores por produtos que economizem tempo, possuem forte poder de limpeza e sejam suaves na pele e roupa. Os consumidores estão com pouco dinheiro devido a atual crise econômica, portanto, marcas e varejistas enfrentam um grande desafio para manter a fidelidade desses consumidores.

**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

Mudanças nos Hábitos de Limpeza de Casa - 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

O que você precisa saber

Definição

Resumo Executivo

O consumidor

Membros da família participam mais em tarefas domésticas

Figura 1: Responsabilidade pela limpeza, janeiro 2017

Produtos de limpeza multiuso, alvejantes e limpadores de sanitário são os produtos usados com mais frequência

Figura 2: Frequência de uso de produtos de limpeza, janeiro 2017

Aroma de frescor no banheiro é importante aos brasileiros

Figura 3: Hábitos de limpeza de casa, janeiro de 2017

Embalagens grandes são consideradas como boa economia

Figura 4: Hábitos de compra, janeiro 2017

Consumidores buscam produtos suaves para as mãos

Figura 5: Interesse em inovação de produtos, janeiro 2017

O que pensamos

Tópicos Centrais

Aliando limpeza à melhora do humor

Os fatos

As implicações

Produtos e serviços que economizam tempo têm potencial entre os consumidores AB

Os fatos

As implicações

Benefícios antibacterianos em produtos naturais

Os fatos

As implicações

O Mercado – O Que Você Precisa Saber

Desemprego irá afetar empregados domésticos

Jovens voltam a morar com os pais

Inflação está diminuindo

Fatores Que Irão Influenciar o Mercado

Direitos das empregadas domésticas entram em vigor

Desemprego impacta empregadas domésticas

Inflação diminui em 2016

Figura 6: Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo – IPCA, %, 2010-16

Mais pessoas voltam a morar com os pais

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

Mudanças nos Hábitos de Limpeza de Casa - 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.

O Consumidor – O Que Você Precisa Saber

- Jovens consumidores estão compartilhando mais a responsabilidade de limpar a casa
- Limpadores perfumados apresentam alta frequência de uso
- Limpadores multiuso são altamente utilizados para limpeza do chão
- Água está sendo menos usada na limpeza da casa
- Varejistas de preço baixo ganham espaço
- Ação antibacteriana poderia atrair mais consumidores através de propriedades repelentes
- Consumidores maduros estão interessados em produtos suaves nas roupas

Responsabilidade pela Limpeza

- Membros da família estão compartilhando mais as tarefas domésticas
Figura 7: Responsabilidade pela limpeza, janeiro 2017
- Mulheres continuam sendo as principais responsáveis por tarefas domésticas
Figura 8: Concordância com responsabilidade pela limpeza, por gênero, janeiro de 2017
- Jovens não são os principais responsáveis pela limpeza mas dividem a responsabilidade com outras pessoas
Figura 9: Concordância com responsabilidade pela limpeza, por faixa etária, janeiro de 2017
- Jovens do sexo masculino participam da limpeza doméstica
Figura 10: Concordância com responsabilidade pela limpeza, por faixa etária e gênero, janeiro de 2017

Frequência de Uso de Produtos de Limpeza

- Produtos multiuso, limpador sanitário e alvejantes/desinfetantes são os produtos usados com mais frequência
Figura 11: Frequência de uso de produtos de limpeza, janeiro 2017
- Limpadores de forno têm a menor penetração entre os consumidores
- Limpadores perfumados apresentam alto índice de uso
Figura 12: Frequência de uso de produtos de limpeza, janeiro 2017
- Desodorizadores e aromatizantes também são usados com grande frequência

Hábitos de Limpeza

- Brasileiros preferem banheiro com aroma de frescor
Figura 13: Hábitos de limpeza da casa, janeiro 2017
- Limpadores multiuso são altamente utilizados pra a limpeza de pisos
- Brasileiros estão usando menos água na limpeza de casa
Figura 14: Concordância com afirmação "Estou usando menos água na limpeza de casa em comparação a 12 meses atrás", por grupo socioeconômico, janeiro de 2017
- Diluir produtos em água é uma maneira de economizar dinheiro

Hábitos de Compra

- Embalagens grandes representam boa economia
Figura 15: Hábitos de limpeza da casa, janeiro 2017
- Varejistas mais baratos ganham espaço
- Marcas de preço baixo também ganham espaço
- Consumidores da classe média passam a comprar produtos de limpeza mais baratos
Figura 16: Concordância com a afirmação "Estou optando por comprar formatos mais baratos (ex. detergente em pó) para lavar roupas", por grupo socioeconômico, 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

Mudanças nos Hábitos de Limpeza de Casa - 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.

Consumidores na região Nordeste são mais abertos a inovações

Figura 17: Concordância com a afirmação "Muitas vezes experimento novos produtos de limpeza de casa", por região, janeiro de 2017

Poder de remoção de gordura/sujeira é fator mais importante para muitos consumidores

Ação antibacteriana poderia ganhar mais espaço com benefícios repelentes

Interesse em Inovação

Consumidores querem produtos suaves para as mãos

Figura 18: Interesse em inovação de produtos, janeiro de 2017

Consumidores maduros demandam detergentes suaves para as roupas

Figura 19: Interesse em produtos para lavar roupa que sejam suaves nas roupas (não danifiquem os fios), janeiro de 2017

Harmonização de perfumes em produtos de limpeza é tendência

Figura 20: Concordância com inovações selecionadas, janeiro de 2017

Produtos de limpeza que deixam uma camada protetora na superfície para repelir a sujeira têm bom potencial

Apêndice – Abreviações

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