

Sabonetes e Produtos para o Banho - O que os consumidores buscam e como isso pode influenciar a indústria - Brasil - Janeiro 2019

Preço do relatório: £2958.60 | \$3995.00 | €3329.61

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



“A categoria de sabonetes e produtos para o banho tem alguns desafios no Brasil. A indústria precisa estar atenta aos riscos que certos materiais causam ao meio ambiente e aos seres humanos. Além disso, é necessário que sabonetes e produtos para o banho façam cada vez menos uso de água.”

– **Juliana Martins, Especialista Sênior de Beleza e Cuidados Pessoais**

Este relatório responde às seguintes questões:

- **Marcas precisam repensar a maneira na qual fabricam seus produtos para o banho**
- **Consumidores veem sabonetes líquidos como mais seguros e suaves do que os sabonetes em barra**

A categoria de sabonetes e produtos para o banho é liderada por três empresas principais: Unilever, Colgate-Palmolive e Natura. Juntas, elas possuem mais da metade da participação de mercado nas vendas no varejo no Brasil. Elas trouxeram diferenciação ao mercado, como os produtos antibacterianos para consumo em massa (se aproveitando da chegada da gripe Influenza A no país). Porém, as marcas precisam inovar. Produtos à base de probióticos poderiam ser outro exemplo, se aproveitando da tendência do uso de boas bactérias presentes nos cosméticos no segmento de beleza e cuidados pessoais.

**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

Sabonetes e Produtos para o Banho - O que os consumidores buscam e como isso pode influenciar a indústria - Brasil - Janeiro 2019

Preço do relatório: £2958.60 | \$3995.00 | €3329.61

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

Desafios

Marcas precisam repensar a maneira na qual fabricam seus produtos para o banho

Consumidores veem sabonetes líquidos como mais seguros e suaves do que os sabonetes em barra

Figura 1: Sabonetes em barra vs sabonetes líquidos, novembro de 2018

Oportunidades

Sabonetes líquidos que eliminem odor de comida das mãos podem interessar as classes DE

Figura 2: Uso e interesse em produtos, por produto selecionado e classe socioeconômica, novembro de 2018

Espanjas embebidas com sabonetes faciais ou corporais podem trazer inovação ao mercado

Figura 3: Atitudes em relação a sabonetes e produtos para o banho, por atitude selecionada e gênero, novembro de 2018

Produtos de uso único poderiam diminuir chances de compartilhamento entre pessoas

Figura 4: Comportamentos em relação a sabonetes e produtos para o banho, por gênero, novembro de 2018

O que nós pensamos

Fatores Que Influenciarão o Mercado

Escassez de água precisa ser levada em conta durante o processo de fabricação de produtos

Aumento de acesso à internet pode alavancar venda de produtos que protejam a pele da luz azul

Sabonetes podem aproveitar oportunidades que surgem com aquecimento climático e poluição

Existe oportunidade para as marcas investirem mais em produtos para peles maduras

Dólar pode aumentar preço final de produtos ao consumidor

Empresas, Marcas e Inovações – O Que Você Precisa Saber

As três líderes de mercado possuem mais da metade da participação nas vendas

Marcas realizam reposicionamentos de seus produtos

Inovações existentes no mercado mundial poderiam trazer diferenciação ao Brasil

Kleenex e Alepia inovam de maneiras diferentes

Participação de Mercado

Unilever domina categoria de produtos para banho

Figura 5: Participação dos líderes de vendas no varejo de sabonetes e produtos para o banho, por valor – Brasil, 2016-17

Campanhas e Ações de Marketing

Sabonetes Francis passam por reposicionamento de marca

Figura 6: Filme "Dia de Foto" de Francis, agosto de 2018

Francis realiza promoção para engajar seus consumidores

Figura 7: Promoção dos sabonetes Francis, "Achou, ganhou", agosto de 2018

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

Sabonetes e Produtos para o Banho - O que os consumidores buscam e como isso pode influenciar a indústria - Brasil - Janeiro 2019

Preço do relatório: £2958.60 | \$3995.00 | €3329.61

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

Natura oferece personalização de sabonetes para o Dia dos Namorados

Dermafeme apresenta cantoras sertanejas como embaixadoras da marca

Figura 8: Campanha da Dermafeme "Ouça seu corpo e #cuideseprimeira, agosto de 2018

Para celebrar novo conceito, Lux Botanicals realiza diversas ações

Figura 9: Campanha da Lux Botanicals, julho de 2018

Protex lança linha de sabonetes com amostras de produtos

Johnson & Johnson renova a linha de produtos infantis

L'Occitane au Brésil realiza parceria com ótica

Natura e companhia aérea Azul distribuem sabonetes a passageiros

Mães recebem homenagem em campanha da Baby Dove

Figura 10: Campanha de Baby Dove Brasil para o Dia das Mães, maio de 2018

Novos sabonetes íntimos da Dermacyd são lançados

Figura 11: Filme publicitário da Dermacyd intitulado "Descubra Uma Nova Sensação", maio de 2017

Quem Está Inovando?

Sabonetes antibacterianos podem se beneficiar da tendência dos probióticos

Figura 12: Lançamentos globais de sabonetes e produtos para o banho, por posicionamento "antibacteriano", top 5 países e Brasil, janeiro de 2010-dezembro de 2018

Produtos têm o poder de dar aos consumidores uma experiência sensorial única durante o banho

Figura 13: Lançamentos globais de sabonetes e produtos para o banho, por posicionamento "sazonal", top 5 países e Brasil, janeiro de 2015-novembro de 2018

Sabonetes que controlem o odor podem trazer inovação ao público masculino

Figura 14: Lançamentos globais de sabonetes e produtos para o banho com posicionamento "masculino", janeiro de 2016-novembro de 2018

Estudos de Caso

Kleenex, conhecida marca de lenços de papel, lança sabonetes em barra no México

Figura 15: Lançamento do sabonete em barra da Kleenex, agosto de 2015

Alepia recria sabonetes ancestrais de Aleppo, da Síria

Figura 16: Vídeo sobre a fabricação dos sabonetes Alepia, março de 2018

O Consumidor – O Que Você Precisa Saber

Brasileiros demonstram interesse por produtos como esfoliantes corporais

Alguns consumidores tomam banho de manhã para acordar

Consumidores demonstram como diferenciam os sabonetes em barra dos líquidos

Millennials podem ser atraídos por produtos naturais e mulheres por inovações em esponjas

Pesquisa demonstra que muitos brasileiros estocam sabonetes em casa

Uso e Interesse em Produtos

Esfoliantes multifuncionais podem inovar no mercado

Figura 17: Uso e interesse em produtos, por produtos selecionados, novembro de 2018

Classes DE podem se interessar por sabonetes líquidos que eliminem o odor de comida das mãos

Figura 18: Uso e interesse em produtos, por produto selecionado e classe socioeconômica, novembro de 2018

Sabonetes em barra multifuncionais podem atrair mulheres com 55 anos ou mais

Figura 19: Uso e interesse em produtos, por produto selecionado e faixa etária feminina, novembro de 2018

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

Sabonetes e Produtos para o Banho - O que os consumidores buscam e como isso pode influenciar a indústria - Brasil - Janeiro 2019

Preço do relatório: £2958.60 | \$3995.00 | €3329.61

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

Comportamentos em Relação ao Banho

Fórmulas à base de café e guaraná poderiam ajudar os indivíduos a despertar de manhã

Figura 20: Comportamentos em relação ao banho, novembro de 2018

Sabonetes de limpeza facial em bastão podem facilitar a vida de quem toma banho mais de uma vez ao dia

Figura 21: Comportamentos em relação ao banho, por comportamento selecionado e interesse em produtos, novembro de 2018

Produtos rápidos de usar e que facilitem o barbear e a depilação poderiam atrair os homens mais jovens

Figura 22: Comportamentos em relação ao banho, por comportamento selecionado e faixa etária masculina, novembro de 2018

Sabonetes em Barra vs Sabonetes Líquidos

Sabonetes em barra têm oportunidades de serem vistos como suaves e seguros para peles sensíveis

Figura 23: Sabonetes em barra vs sabonetes líquidos, novembro de 2018

Linhas completas de produtos para a casa com fragrâncias fortes poderiam agradar classes AB

Figura 24: Sabonetes em barra vs sabonetes líquidos, por classe socioeconômica, novembro de 2018

Marcas e lojas podem incentivar homens a comprar sabonetes líquidos em refil

Figura 25: Sabonetes em barra vs sabonetes líquidos, por gênero, novembro de 2018

Figura 26: Vídeo sobre o Naked Shower Gel (sabonete líquido) da Lush, setembro de 2017

Atitudes em Relação a Sabonetes e Produtos para o Banho

Millennials pagariam mais por produtos com ingredientes naturais

Figura 27: Atitudes em relação a sabonetes e produtos para o banho, novembro de 2018

Esponjas embebidas com sabonetes faciais ou corporais podem trazer inovação ao mercado

Figura 28: Atitudes em relação a sabonetes e produtos para o banho, por atitude selecionada e gênero, novembro de 2018

Comportamentos em Relação a Sabonetes e Produtos para o Banho

Marcas de venda direta poderiam realizar promoções focando nos consumidores com 55 anos ou mais

Figura 29: Comportamentos em relação a sabonetes e produtos para o banho, novembro de 2018

Produtos de uso único poderiam diminuir chances de compartilhamento entre pessoas

Figura 30: Comportamentos em relação a sabonetes e produtos para o banho, por gênero, novembro de 2018

Sabonetes com claims específicos poderiam fazer com que menos homens usassem o mesmo sabonete para o banho e para as mãos

Figura 31: Comportamentos em relação a sabonetes e produtos para o banho, por gênero, novembro de 2018

Apêndice – Abreviações

Abreviações

Apêndice – Tamanho de Mercado

Tamanho de mercado

Figura 32: Vendas no varejo de sabonetes e produtos para o banho, em valor – Brasil, 2013-17

Participação de mercado

Figura 33: Participação dos líderes de vendas no varejo de sabonetes e produtos para o banho, por valor – Brasil, 2016-17

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