

Desodorantes e Produtos Corporais - Brasil - 2022

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.

Este relatório analisa as seguintes áreas

- Cor da pele e desordens cutâneas, e como influenciam no consumo de desodorantes/ antitranspirantes e produtos corporais
- Uso de desodorantes, antitranspirantes e produtos corporais
- Formatos de desodorantes e antitranspirantes mais consumidos
- Razões para o uso de desodorantes e antitranspirantes
- Claims importantes em desodorantes e antitranspirantes
- Claims importantes em produtos corporais
- Interesse e disposição para investir em inovações em desodorantes e antitranspirantes
- Atitudes em relação ao uso de desodorantes, antitranspirantes e produtos corporais

A categoria de produtos corporais manteve-se como uma das mais consumidas pelos brasileiros durante os últimos anos, com destaque para desodorantes/ antitranspirantes e loções hidratantes para o corpo. No caso dos desodorantes/ antitranspirantes, eles têm potencial para serem mais do que uma extensão das rotinas de higiene e produtos usados para combater o suor e mau cheiro. Isso porque os brasileiros demonstram interesse por fórmulas que associem benefícios de cuidados com a pele, ampliando assim as oportunidades para inovação na categoria. A preocupação dos brasileiros com sua saúde também amplia a busca por desodorantes naturais livres de substâncias tóxicas e controversas, colocando em evidência opções alternativas que sejam eficazes no combate ao suor e mau cheiro.

No caso de produtos corporais, a discussão crescente em relação ao positivismo corporal e à desestigmatização das imperfeições ampliou a busca dos consumidores por produtos que ajudem a lidar com desordens cutâneas que até então eram tidas como constrangedoras, como é o caso da acne corporal, pelos encravados e estrias. Com isso, as marcas podem buscar inspiração em produtos de cuidados faciais,



“Os desodorantes e produtos corporais são produtos essenciais na rotina dos brasileiros. Nos últimos anos a busca por fórmulas que associem benefícios encontrados em produtos faciais tem sido estimulada em grande parte pela consciência dos consumidores em relação às desordens cutâneas e à priorização dos cuidados com a pele do corpo.”

– **Amanda Caridad, analista sênior de Beleza e Cuidados Pessoais - Latam**

Compre este relatório agora

Visite	store.mintel.com
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

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

incorporando em suas fórmulas ativos conhecidos e que têm percepção positiva por parte dos consumidores.

O que está incluído

Resumo Executivo

Relatório Completo (PDF)

Visão Geral Infográfica

Apresentação (PowerPoint)

Livro de Dados Interativo

Edições Anteriores

Você sabia?

Este relatório faz parte de uma série de relatórios elaborados para oferecer uma visão mais holística deste mercado.

Todos os relatórios da Mintel de 2020 contêm pesquisas e previsões específicas relacionadas à pandemia de COVID-19. As marcas líderes mundiais confiam nos relatórios da Mintel para obter inteligência de mercado de forma completa, objetiva e prática.

Compre este relatório agora

Visite store.mintel.com

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

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
- Principais pontos deste Relatório
- Definição

RESUMO EXECUTIVO

- Visão geral do mercado
- Perspectiva do analista
Figura 1: Perspectiva do analista para a categoria de desodorantes e produtos corporais, agosto de 2022
- Desafios
- Desodorantes com fórmulas seguras e eficientes podem atrair pais de crianças no início da puberdade
- Novas rotinas de depilação podem aumentar interesse por fórmulas que inibem o crescimento de pelos
- Uso frequente de antitranspirantes pode impulsionar demanda por fórmulas mais suaves para a pele das axilas
- Oportunidades
- Skincare do bumbum pode ampliar demanda por esfoliantes corporais
- Ceramidas podem ser empregadas em produtos corporais para peles que sofrem com acne e ressecamento
- Preocupação com saúde impulsiona interesse por desodorantes naturais sem alumínio

FATORES QUE INFLUENCIARÃO O MERCADO

- Desemprego cai para menor patamar desde 2015, mas inflação segue impactando rendimento salarial de brasileiros
- Apesar de queda em junho, a inflação segue acima de dois dígitos pelo décimo mês consecutivo
- Conflito na Ucrânia impacta cadeia produtiva da indústria cosmética
- Categoria de higiene, perfumaria e cosméticos cresce 6,5% no primeiro trimestre de 2022

EMPRESAS, MARCAS E INOVAÇÕES

- Empresas e marcas
- Coty inova ao desenvolver alternativa ao silicone D5 em fórmula de desodorantes antitranspirantes aerossóis
- Natura faz convite para o autocuidado com linha Tododia

O que está incluído

Resumo Executivo

Relatório Completo (PDF)

Visão Geral Infográfica

Apresentação (PowerPoint)

Livro de Dados Interativo

Edições Anteriores

Você sabia?

Este relatório faz parte de uma série de relatórios elaborados para oferecer uma visão mais holística deste mercado.

Todos os relatórios da Mintel de 2020 contêm pesquisas e previsões específicas relacionadas à pandemia de COVID-19. As marcas líderes mundiais confiam nos relatórios da Mintel para obter inteligência de mercado de forma completa, objetiva e prática.

Compre este relatório agora

Visite store.mintel.com

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

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

Figura 2: Natura apresenta Cartas de Autocuidado – Brasil, julho de 2022

- **Nivea reforça celebração da ancestralidade negra com produtos exclusivos para pele negra e websérie inédita**

Figura 3: Nivea apresenta Beleza Radiante – Brasil, julho de 2022

Figura 4: Nivea apresenta websérie Poder do Toque – Brasil, julho de 2022

Figura 5: Nivea e Marie Claire celebram Dia Internacional da Mulher Negra Latinoamericana e Caribenha – Brasil, julho de 2022

- **Rexona convida atletas LGBTQIAP+ para compartilhar suas histórias de superação por meio do movimento**

Figura 6: Rexona: Movimento é Nosso Orgulho – Brasil, junho de 2022

- **Boticário lança Nativa SPA Morango Ruby com ativação em múltiplos canais**

Figura 7: Nativa SPA Morango Ruby – Brasil, junho de 2022

- **B.O.B ingressa na categoria de cuidados corporais com desodorantes sólidos**

Figura 8: B.O.B apresenta novos desodorantes sólidos – Brasil, maio de 2022

- **Natural & Essencial de Nivea busca inspiração na natureza para oferecer soluções mais sustentáveis**

Figura 9: Nivea apresenta Natural & Essencial – Brasil, maio de 2022

- **Nativa SPA inova ao trazer fórmulas que combatem o inchaço corporal**

Figura 10: Novo Nativa SPA Ginseng e Caféina – Brasil, março de 2022

- **P&G anuncia chegada da marca de desodorantes femininos Secret ao Brasil**

Figura 11: Secret chega ao Brasil – Brasil, janeiro de 2022

- **Estudos de caso**
- **AKT inicia plano de expansão para outros mercados após aporte de US\$ 2 milhões**

Figura 12: The Deodorant Balm AKT

- **Fussy conquista consumidores britânicos ao oferecer desodorantes naturais e sustentáveis**

Figura 13: Desodorantes Fussy

O que está incluído

Resumo Executivo

Relatório Completo (PDF)

Visão Geral Infográfica

Apresentação (PowerPoint)

Livro de Dados Interativo

Edições Anteriores

Você sabia?

Este relatório faz parte de uma série de relatórios elaborados para oferecer uma visão mais holística deste mercado.

Todos os relatórios da Mintel de 2020 contêm pesquisas e previsões específicas relacionadas à pandemia de COVID-19. As marcas líderes mundiais confiam nos relatórios da Mintel para obter inteligência de mercado de forma completa, objetiva e prática.

Compre este relatório agora

Visite store.mintel.com

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

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

USO DE DESODORANTES/ANTITRANSPIRANTES E PRODUTOS CORPORAIS

- Desodorantes com fórmulas seguras e eficientes podem atrair pais de crianças no início da puberdade**
Figura 14: Uso de desodorantes/antitranspirantes e produtos corporais, por situação parental – Brasil, 2022
Figura 15: Desodorantes com fórmulas exclusivas para crianças
- Crems para as mãos podem atrair baby boomers ao oferecer proteção contra o fotoenvelhecimento**
Figura 16: Uso de desodorantes/antitranspirantes e produtos corporais, por geração – Brasil, 2022
Figura 17: Crems para as mãos que previnem o fotoenvelhecimento
- Skincare do bumbum pode ampliar demanda por esfoliantes corporais**
Figura 18: Uso de desodorantes/antitranspirantes e produtos corporais, por gênero e idade – Brasil, 2022
Figura 19: Esfoliantes corporais para tratamento da acne corporal

FORMATOS DE DESODORANTES E ANTITRANSPIRANTES

- Formato aerossol é o predileto de consumidores com estilo de vida ativo**
Figura 20: Formatos de desodorantes e antitranspirantes, por idade – Brasil, 2022
Figura 21: Antitranspirantes que oferecem alta eficácia na proteção contra o suor e o mau cheiro
- Consumidoras que usam outros produtos perfumados são mais propensas à escolha de desodorantes roll-on sem perfume**
Figura 22: Formatos de desodorantes e antitranspirantes, por gênero e idade – Brasil, 2022
Figura 23: Desodorantes roll-on sem perfume e com ação antitranspirante
- Novas rotinas de depilação podem aumentar interesse por fórmulas que inibem o crescimento de pelos**
Figura 24: Formatos de desodorantes e antitranspirantes, por trabalho remoto – Brasil, 2022
Figura 25: Desodorantes que inibem ou retardam o crescimento de pelos

O que está incluído

- Resumo Executivo
- Relatório Completo (PDF)
- Visão Geral Infográfica
- Apresentação (PowerPoint)
- Livro de Dados Interativo
- Edições Anteriores

Você sabia?

Este relatório faz parte de uma série de relatórios elaborados para oferecer uma visão mais holística deste mercado.

Todos os relatórios da Mintel de 2020 contêm pesquisas e previsões específicas relacionadas à pandemia de COVID-19. As marcas líderes mundiais confiam nos relatórios da Mintel para obter inteligência de mercado de forma completa, objetiva e prática.

Compre este relatório agora

Visite	store.mintel.com
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

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

RAZÕES PARA O USO DE DESODORANTES E ANTITRANSPIRANTES

- **Como uma extensão das rotinas de higiene pessoal, desodorantes devem focar em experiência sensorial dos consumidores**

Figura 26: Razões para o uso de desodorantes e antitranspirantes, por gênero e idade – Brasil, 2022

Figura 27: Desodorantes que comunicam claim de rápida secagem

- **Performance superior de fórmulas “clinical” pode representar diferencial estratégico, apesar de barreira em relação ao preço desses produtos**

Figura 28: Razões para o uso de desodorantes e antitranspirantes, por gênero e idade – Brasil, 2022

Figura 29: Desodorantes antitranspirantes “clinical” com posicionamento econômico

- **Antitranspirantes sem alumínio são alternativas mais suaves para mulheres que sofrem com hiperidrose**

Figura 30: Razões para o uso de desodorantes e antitranspirantes – Total, por gênero – Brasil, 2022

Figura 31: Desodorantes e antitranspirante sem sais de alumínio indicados para indivíduos com hiperidrose

Figura 32: Kit Adeus Suor® da Visto.Bio

CLAIMS IMPORTANTES EM DESODORANTES E ANTITRANSPIRANTES

- **Desodorantes e antitranspirantes podem ampliar participação ao investir em tecnologia invisível e fragrâncias agradáveis**

Figura 33: Análise TURF – Claims importantes em desodorantes e antitranspirantes – Brasil, 2022

Figura 34: Desodorantes e antitranspirantes que reúnem atributos valorizados por brasileiros

- **Proteção contra manchas pode explicar desejo por prolongação do tempo de vida das roupas**

Figura 35: Claims importantes em desodorantes e antitranspirantes, por gênero e idade – Brasil, 2022

Figura 36: Desodorantes e antitranspirantes que protegem os tecidos de manchas

- **Conveniência é atributo valorizado por público sênior, e pode melhorar experiência de uso de desodorantes**

Figura 37: Claims importantes em desodorantes e antitranspirantes, por idade – Brasil, 2022

O que está incluído

Resumo Executivo

Relatório Completo (PDF)

Visão Geral Infográfica

Apresentação (PowerPoint)

Livro de Dados Interativo

Edições Anteriores

Você sabia?

Este relatório faz parte de uma série de relatórios elaborados para oferecer uma visão mais holística deste mercado.

Todos os relatórios da Mintel de 2020 contêm pesquisas e previsões específicas relacionadas à pandemia de COVID-19. As marcas líderes mundiais confiam nos relatórios da Mintel para obter inteligência de mercado de forma completa, objetiva e prática.

Compre este relatório agora

Visite store.mintel.com

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

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

Figura 38: Desodorantes e antitranspirantes posicionados como fáceis de usar

CLAIMS IMPORTANTES EM PRODUTOS CORPORAIS

- **Produtos corporais podem impulsionar consumo entre mulheres jovens ao oferecer tratamentos profissionais para cuidado das estrias**

Figura 39: Claims importantes em produtos corporais, por gênero e idade – Brasil, 2022

Figura 40: Produtos de tratamento corporal para estrias

- **Ceramidas podem ser empregadas em produtos corporais para peles que sofrem com acne e ressecamento**

Figura 41: Claims importantes em produtos corporais, por gênero e idade – Brasil, 2022

Figura 42: Produtos corporais formulados com ceramidas para o tratamento de peles acneicas e secas

INOVAÇÕES EM DESODORANTES E ANTITRANSPIRANTES

- **Embalagens reutilizáveis podem atrair brasileiros da região Norte que demonstram preocupação com desperdício e impacto ambiental**

Figura 43: Inovações em desodorantes e antitranspirantes, por região – Brasil, 2022

Figura 44: Desodorantes com embalagens reutilizáveis em bastão

Figura 45: Desodorante Morning Glory da marca Haan

- **Preocupação com saúde impulsiona interesse por desodorantes naturais sem alumínio**

Figura 46: Inovações em desodorantes e antitranspirantes, por classificação socioeconômica – Brasil, 2022

Figura 47: Desodorantes naturais com fórmulas isentas de alumínio

- **Além das axilas, probióticos podem ajudar no controle de bactérias que causam o mau cheiro em outras partes do corpo**

Figura 48: Inovações em desodorantes e antitranspirantes, por classificação socioeconômica – Brasil, 2022

Figura 49: Desodorantes corporais formulados com prebióticos e probióticos

O que está incluído

Resumo Executivo

Relatório Completo (PDF)

Visão Geral Infográfica

Apresentação (PowerPoint)

Livro de Dados Interativo

Edições Anteriores

Você sabia?

Este relatório faz parte de uma série de relatórios elaborados para oferecer uma visão mais holística deste mercado.

Todos os relatórios da Mintel de 2020 contêm pesquisas e previsões específicas relacionadas à pandemia de COVID-19. As marcas líderes mundiais confiam nos relatórios da Mintel para obter inteligência de mercado de forma completa, objetiva e prática.

Compre este relatório agora

Visite store.mintel.com

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

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

ATITUDES EM RELAÇÃO A DESODORANTES, ANTITRANSPIRANTES E PRODUTOS CORPORAIS

- **Marcas de cuidados corporais têm o desafio de ajudar consumidores a lidar com imperfeições por meio de uma linguagem inclusiva e diversa**

Figura 50: Atitudes em relação a desodorantes, antitranspirantes e produtos corporais, por situação como estudante – Brasil, 2022

Figura 51: Bando de imagens do programa Diversa Beleza do Grupo Boticário

- **Uso frequente de antitranspirantes pode impulsionar demanda por fórmulas mais suaves para a pele das axilas**

Figura 52: Atitudes em relação a desodorantes, antitranspirantes e produtos corporais, por situação parental por gênero – Brasil, 2022

Figura 53: Desodorantes com fórmulas suaves indicados para tratar pelos encravados

- **Uso de acessórios pode ajudar consumidores a potencializar benefícios de produtos para a pele do corpo**

Figura 54: Atitudes em relação a desodorantes, antitranspirantes e produtos corporais, por situação como estudante e de trabalho – Brasil, 2022

Figura 55: Weleda e Holistix se unem para oferecer rotinas de autocuidado

Figura 56: Produtos para drenagem corporal em casa

APÊNDICE – ABREVIÇÕES

APÊNDICE – TAMANHO DE MERCADO E PARTICIPAÇÃO

- **Tamanho de mercado**

Figura 57: Vendas no varejo de desodorantes e antitranspirantes, por valor – Brasil, 2014-2022

Figura 58: Vendas no varejo de produtos corporais, por valor – Brasil, 2014-2022

- **Participação de mercado**

Figura 59: Participação dos líderes de vendas no setor de desodorantes e antitranspirantes, por valor – Brasil, 2019-20

Figura 60: Participação dos líderes de vendas no setor de produtos corporais, por valor – Brasil, 2019-20

O que está incluído

Resumo Executivo

Relatório Completo (PDF)

Visão Geral Infográfica

Apresentação (PowerPoint)

Livro de Dados Interativo

Edições Anteriores

Você sabia?

Este relatório faz parte de uma série de relatórios elaborados para oferecer uma visão mais holística deste mercado.

Todos os relatórios da Mintel de 2020 contêm pesquisas e previsões específicas relacionadas à pandemia de COVID-19. As marcas líderes mundiais confiam nos relatórios da Mintel para obter inteligência de mercado de forma completa, objetiva e prática.

Compre este relatório agora

Visite store.mintel.com

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



Sobre a Intel

A Intel é **especialista em identificar o que os consumidores desejam e por quê**. Como líderes mundiais em inteligência de mercado, nossas análises de consumidores, mercados, inovações de produtos e cenários competitivos fornecem uma perspectiva única sobre as economias globais e locais. Desde 1972, nossas análises preditivas e recomendações de especialistas permitem que nossos clientes tomem melhores decisões de negócios com mais rapidez.

Nosso objetivo é ajudar empresas e pessoas a crescer. Para saber como fazemos isso, visite [intel.com](https://www.mintel.com).