



# Hábitos de Cuidados da Casa - 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

- **Tipos de residência e sua influência no consumo de produtos e rotinas de afazeres domésticos**
- **Responsabilidade por desempenho de atividades domésticas e sua influência no consumo de produtos**
- **Consumo de produtos para limpeza da casa, cuidados têxteis, repelentes e aromatizadores de ambientes entre diferentes grupos demográficos**
- **Claims mais valorizados pelos brasileiros ao comprarem produtos de cuidados da casa, e oportunidades para inovação na categoria**
- **Rotinas de afazeres domésticos e sua relação com bem-estar físico e emocional**
- **Comportamentos e atitudes em relação aos cuidados da casa**

O estudo mostrou que a preocupação em relação à proteção da casa contra germes continua elevada, mas em um novo momento da pandemia, os brasileiros também demonstram interesse por soluções que otimizem sua rotina e que lhes ajudem a ter mais tempo disponível para dedicar a outras atividades. A discussão em torno do bem-estar dentro de casa abre oportunidade para que as marcas de cuidados domésticos comuniquem os benefícios das rotinas de afazeres domésticos não só à saúde física, mas também à saúde mental/ emocional dos consumidores.

A preocupação com a saúde e o bem-estar de toda a família, incluindo crianças e animais de estimação, impulsiona a demanda por produtos que tenham certificações de segurança claras. Além disso, a preocupação em relação ao impacto ambiental de produtos de limpeza aumentou o interesse dos brasileiros por produtos com embalagens sustentáveis. Igualmente, a maior consciência em relação ao impacto dos ingredientes à sua saúde, aumentou a busca por fórmulas mais naturais.



“Os Brasileiros têm novas prioridades, mostrando interesse por inovações pautadas por conveniência, sustentabilidade e segurança à saúde. As marcas de cuidados domésticos têm o desafio de abordar temas relacionados à divisão de tarefas domésticas e seus efeitos no bem-estar mental dos consumidores, através de produtos e campanhas educativas.”

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

## Compre este relatório agora

Visite [store.mintel.com](http://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

RESUMO EXECUTIVO

FATORES QUE INFLUENCIARÃO O MERCADO

EMPRESAS, MARCAS E INOVAÇÕES

PRODUTOS PARA LIMPEZA DA CASA

OUTROS PRODUTOS PARA A CASA

ATRIBUTOS IMPORTANTES EM PRODUTOS PARA CUIDADOS DA CASA

ROTINA DE AFAZERES DOMÉSTICOS

INDICADORES DE LIMPEZA

COMPORTAMENTOS EM RELAÇÃO AOS CUIDADOS DO LAR

ATITUDES EM RELAÇÃO AOS CUIDADOS DA CASA

APÊNDICE – ABREVIACÕES

## 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](https://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 Mintel

A Mintel 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 [mintel.com](http://mintel.com) .