

Hábitos de Cuidados da Casa - Brasil - 2023

Preço do relatório: £3265.00 | \$4495.00 | €3940.00

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

Este relatório analisa as seguintes áreas

- Responsabilidade pelos afazeres domésticos
- Compra de produtos de limpeza, cuidados das roupas e cuidados domésticos em geral (ex. repelentes, aromatizadores)
- Comportamentos adotados para economizar dinheiro no último ano
- Interesse e disposição em investir em inovações
- Atitudes em relação à limpeza da casa e aos cuidados das roupas

A categoria de cuidados domésticos teve seu consumo impactado pela mudança significativa do estilo de vida dos brasileiros no último ano. A adoção de um estilo de vida mais híbrido reduziu a priorização das rotinas de limpeza doméstica, fazendo com que os consumidores estejam mais dispostos a migrar para marcas e produtos que os ajudem a economizar tempo e dinheiro.

No entanto, à medida que a relação entre saúde e limpeza doméstica se torna mais clara aos consumidores, as marcas têm a oportunidade de reafirmar seu valor estratégico. Nesse sentido, as redes sociais podem fazer com que as marcas se aproximem dos consumidores por meio de uma linguagem divertida e mais fluida.



“À medida que aderem a um estilo de vida mais híbrido, os brasileiros se mostram menos ávidos pelas rotinas de limpeza e desinfecção da casa, e atributos relacionados a valor tornam-se mais importantes, tanto para a economia de dinheiro, quanto para a economia de tempo. Apesar do interesse dos consumidores por soluções pautadas por sustentabilidade e conveniência, as marcas têm o desafio de torná-las mais acessíveis. As redes sociais podem

ajudar as marcas a ampliar seu alcance de forma mais fluida e divertida.”
Visite store.mintel.com

América Latina +44 (0) 20 7606 4533
Amanda Caridad, analista

Sênior de pesquisa Latam

Américas +1 (312) 943 5250

China +86 (21) 6032 7300

APAC +61 (0) 2 8284 8100

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 cuidados da casa, 2023
- Desafios
- Tecnologia de rápido enxágue é relevante para lares com rotinas mais assíduas de lavagem das roupas
- Embalagens ecológicas precisam ser acessíveis para estimular consumidores a adotar práticas sustentáveis
- Fórmulas concentradas podem ampliar penetração ao comunicar economia e durabilidade
- Oportunidades
- Removedores de manchas sem enxágue podem oferecer praticidade e economia para limpeza de tecidos difíceis de limpar em casa
- Novas tecnologias podem trazer praticidade e economia para rotinas de cuidados das roupas
- Redes sociais podem ajudar marcas de cuidados domésticos a estreitar relação com consumidores

FATORES QUE INFLUENCIARÃO O MERCADO

- Queda do desemprego e da inflação podem sinalizar recuperação da economia brasileira
- Apesar da queda de 5,7% na produção em 2022, ABIPLA prevê crescimento de 2% para setor de cuidados domésticos em 2023
- Brasil ainda tem que evoluir na questão de desigualdade de gênero nos cuidados domésticos

EMPRESAS, MARCAS E INOVAÇÕES

- Empresas e marcas
- Mon Bijou retoma parceria com ator Reynaldo Gianecchini para apresentar portfólio completo de cuidados com as roupas

Figura 2: Mon Bijou apresenta MON Giane elogioso Bijou

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

Preço do relatório: £3265.00 | \$4495.00 | €3940.00

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

- **Unilever e TikTok unem-se em campanha global para compartilhar dicas de limpeza**
Figura 3: Cleanipedia anuncia apoio à tendência #CleanTok
- **Baby Soft estimula consumidores a consumirem de forma consciente**
Figura 4: Baby Soft – Ame Suas Roupas
- **OMO incentiva público a se aventurar em experiências em ação com TV Globo**
Figura 5: OMO realiza ação #SeSujarBem com TV Globo
- **Vanish marca presença no Carvalheira na Fogueira, maior festa junina do país**
Figura 6: Influenciadora Lais Brito aproveita a Carvalheira na Fogueira com Vanish
- **Limppano realiza ação durante a primeira edição do festival SP Gastronomia**
Figura 7: Limppano teve estande para apresentar sua Esponja Multiuso
- **Ypê anuncia parceria inédita com estilista brasileiro durante a SPFW**
Figura 8: Ypê é patrocinadora oficial da SPFW
- **Comfort mostra poder de perfumação de seus amaciantes com Avalanche de Perfume em São Paulo**
Figura 9: Comfort leva avalanche de perfume para a Avenida Paulista
- **Downy reforça dosagem correta do amaciante concentrado em nova campanha**
Figura 10: Downy: Perfume que dura com menos de meia tampinha
- **Estudo de caso**
- **Branch Basics destaca-se ao oferecer soluções livres de toxinas para os cuidados domésticos**
Figura 11: Portfólio da Branch Basics
Figura 12: Branch Basics reúne relatos reais de consumidores
Figura 13: Limpador multiuso Branch Basics The Concentrate

COMPRA DE PRODUTOS PARA LIMPEZA DA CASA

- **Preocupação com germes impulsiona consumo de água sanitária entre mulheres com mais de 35 anos**
Figura 14: Compra de produtos para limpeza da casa – Água sanitária, por gênero e idade, 2023
Figura 15: Candura apresenta portfólio de desinfetantes e águas sanitárias

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

Figura 16: Candura apresenta nova embalagem Candura Cloro Gel

- **Limpadores multiuso devem reforçar apelo de conveniência para ampliar alcance entre mulheres de 55 anos ou mais**

Figura 17: Compra de produtos para limpeza da casa –

Limpador de uso geral, por gênero e idade, 2023

Figura 18: Limpadores multiuso com apelo conveniente

- **Limpadores específicos podem se destacar ao comunicar rapidez e alta performance**

Figura 19: Compra de produtos para limpeza da casa –

Limpador de banheiro e de cozinha, por classificação socioeconômica, 2023

Figura 20: Limpador de banheiro e cozinha que otimizam limpeza

COMPRA DE OUTROS PRODUTOS PARA A CASA

- **Embalagens recarregáveis de detergentes podem ajudar consumidores a economizar dinheiro e reduzir impacto ambiental**

Figura 21: Compra de outros produtos para a casa –

Detergente líquido para louça, por trabalho remoto, 2023

Figura 22: Detergentes para lavar louça com embalagens sustentáveis e que comunicam economia

- **Tecnologia de rápido enxágue é relevante para lares com rotinas mais assíduas de lavagem das roupas**

Figura 23: Compra de outros produtos para a casa –

Amaciante de roupas e Detergente para roupa, por situação parental, 2023

Figura 24: Produtos de cuidados das roupas com tecnologia de rápido enxágue

- **Removedores de manchas sem enxágue podem oferecer praticidade e economia para limpeza de tecidos difíceis de limpar em casa**

Figura 25: Compra de outros produtos para a casa –

Alvejante, por idade, 2023

Figura 26: Removedores de manchas sem enxágue

- **Aromatizadores podem se destacar entre casais ao apostar em bem-estar sexual**

Figura 27: Compra de outros produtos para a casa –

Aromatizadores, por situação de moradia, 2023

Figura 28: Velas aromáticas que inspiram sensualidade

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

COMPORTAMENTOS ADOTADOS PARA ECONOMIZAR DINHEIRO

- Varejistas mais baratos destacam-se entre baby boomers**

Figura 29: Comportamentos adotados para economizar dinheiro – mudou para varejistas mais baratos, por geração, 2023

Figura 30: Assaí divulga preços baixos para amaciantes para roupas da marca Ypê

Figura 31: Roldão disponibiliza descontos exclusivos para Clientes Roldão Mais

- Consumidores com filhos recorrem a embalagens maiores em busca de melhor durabilidade**

Figura 32: Comportamentos adotados para economizar dinheiro – comprou produtos de limpeza doméstica em tamanhos maiores, por situação parental, 2023

Figura 33: Produtos de cuidados domésticos em embalagens maiores

- Novas tecnologias podem trazer praticidade e economia para rotinas de cuidados das roupas**

Figura 34: Comportamentos adotados para economizar dinheiro – lavou e passou roupas com menos frequência, por gênero e idade, 2023

Figura 35: RepelWell e INSIDER oferecem tecnologias para repelir sujeira e controlar o suor

Figura 36: Secadora Brastemp 17kg – BSE17AS

- Ao reforçar uso consciente de água, fabricantes de eletrodomésticos podem estimular consumidores a adotar comportamento econômico**

Figura 37: Comportamentos adotados para economizar dinheiro – usou configuração ecológica com mais frequência, por gênero e idade, 2023

Figura 38: Electrolux destaca economia de água gerada por sua lava-louças

INTERESSE EM INOVAÇÕES

- Preocupação com imunidade impulsiona interesse por probióticos em produtos de limpeza**

Figura 39: Interesse em inovações – produtos de limpeza doméstica com ingredientes que melhoram o sistema imunológico, por filhos morando na residência, 2023

Figura 40: Produtos de limpeza formulados com probióticos

- Produtos para remoção de manchas em movimento podem oferecer economia de tempo e dinheiro a pais de crianças da geração Alfa**

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

Figura 41: Interesse em inovações – removedor de manchas de tecidos que pode ser usado em qualquer lugar, por filhos morando na residência, 2023

Figura 42: Produtos para remoção de manchas em movimento

- **Remoção de mofo pode ser incorporada a fórmulas de limpeza de superfícies e cuidado das roupas**

Figura 43: Interesse em inovações – removedor de mofo, por situação como estudante e de trabalho, 2023

Figura 44: Produtos para limpeza de superfícies que removem manchas de mofo

Figura 45: Produtos para cuidados das roupas que removem cheiro e manchas de mofo

- **Embalagens ecológicas precisam ser acessíveis para estimular consumidores a adotar práticas sustentáveis**

Figura 46: Interesse em inovações – embalagens feitas com materiais ecológicos, por classificação socioeconômica, 2023

Figura 47: Produtos de cuidados domésticos com embalagens ecológicas

ATITUDES EM RELAÇÃO À LIMPEZA DA CASA

- **Fragrâncias inspiradas na aromaterapia continuam relevantes para consumidores brasileiros**

Figura 48: Atitudes em relação à limpeza da casa – item selecionado – CHAID – Árvore de decisão, 2023

Figura 49: Produtos de cuidados domésticos com fragrâncias aromaterápicas

- **Redes sociais podem ajudar marcas de cuidados domésticos a estreitar relação com consumidores**

Figura 50: Atitudes em relação à limpeza da casa – item selecionado, por situação parental e gênero, 2023

Figura 51: Clean My Space oferece dicas de limpeza e organização doméstica

Figura 52: Influenciador Nana Rude mostra aplicação do Comfort Refresh

ATITUDES EM RELAÇÃO AOS CUIDADOS DAS ROUPAS

- **Fórmulas concentradas podem ampliar penetração ao comunicar economia e durabilidade**

Figura 53: Atitudes em relação aos cuidados das roupas – Item selecionado, 2023

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

Figura 54: Detergente e amaciante para roupas com fórmulas concentradas

- **Marcas podem comunicar como fórmulas para tecidos específicos podem prolongar seu tempo de vida útil**

Figura 55: Atitudes em relação aos cuidados das roupas – item selecionado, por classificação socioeconômica, 2023

Figura 56: Detergentes para lavar tipos de tecidos específicos

- **Ação antibacteriana continua relevante, mas deve ser acessível para grupos com influência na decisão de compra**

Figura 57: Atitudes em relação aos cuidados das roupas – item selecionado, por gênero e idade, 2023

Figura 58: Produtos para cuidados das roupas com ação antibacteriana

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

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](https://www.mintel.com)**.