

Cuidados com a Pele do Rosto: Incluindo Impacto da COVID-19 - Brasil - Junho 2020

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.



“Os brasileiros estão cada vez mais conscientes sobre a importância de cuidar da pele do rosto, e a categoria promete crescer durante e após a pandemia provocada pela COVID-19. Além dos benefícios de beleza, a demanda por produtos que evoquem experiências indulgentes promete nortear os desenvolvimentos futuros da categoria.”
– Amanda Caridad, Analista Sênior de Beleza e Cuidados Pessoais

Este relatório responde às seguintes questões:

- O impacto da COVID-19 no comportamento do consumidor e no mercado de produtos para cuidados da pele do rosto
- Como o segmento de cuidados da pele do rosto será impactado pela recessão econômica
- Comportamentos entre diferentes grupos demográficos para o consumo de produtos de cuidados com a pele do rosto
- Inovações em produtos para a categoria durante e após a pandemia

Durante o isolamento social os cuidados com a pele do rosto ganharam destaque entre os consumidores brasileiros. Além dos benefícios de beleza, como ação hidratante, anti-idade e antiacne, e proteção da pele contra os elementos, como os raios UV e a luz azul, durante o isolamento os brasileiros passaram a buscar em produtos de cuidados faciais a experiência de indulgência. Com a crescente preocupação com a saúde, dermocosméticos e nutracêuticos florescem como categorias em ascensão, e seu uso promete perdurar em longo prazo.

**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

Cuidados com a Pele do Rosto: Incluindo Impacto da COVID-19 - Brasil - Junho 2020

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
- Principais questões abordadas neste relatório
- Definição

Resumo Executivo

Impacto da COVID-19 nos cuidados com a pele do rosto

Figura 1: Impactos de curto, médio e longo prazo da COVID-19 na categoria de produtos de cuidados com a pele do rosto, maio 2020

Impactos até o momento

Interesse por produtos que protejam a pele da luz azul cresce entre brasileiros

Cosméticos ajudam a aliviar o estresse e tensão do isolamento

Preocupados com sua situação financeira, brasileiros procuram meios acessíveis para cuidar da aparência

Impactos de curto e médio prazo (até 2 anos)

Uso obrigatório da máscara facial traz novos desafios aos cuidados da pele do rosto

Marcas de cosméticos têm o desafio de oferecerem soluções seguras e higiênicas para uso de produtos em movimento

Longo prazo (2-5 anos)

Nutracêuticos ganham destaque entre brasileiros, cada vez mais interessados em "beleza de dentro para fora"

Desafios

Consumidoras com peles maduras e sensíveis encontram poucas opções de produtos para seu tipo de pele

Marcas de protetor solar podem reforçar benefícios do seu uso para homens de 16 a 24 anos que sofrem com acne

Apesar do interesse dos homens por nutracêuticos, existem poucas opções voltadas exclusivamente à beleza masculina

Oportunidades

Marcas podem inovar ao oferecerem benefícios antipoluição a fim de atenuar poros dilatados

Dermocosméticos podem comunicar benefícios após cirurgias e procedimentos estéticos para brasileiros das classes A e B

Jovens da geração Z podem ser atraídos por esfoliantes com fórmulas naturais e orgânicas

O que nós pensamos

Fatores que Influenciarão o Mercado

Brasil pode enfrentar sua pior recessão econômica em 2020

Isolamento social pode aumentar demanda por produtos de beleza que ofereçam bem-estar

Produtos de higiene tornam-se prioridade dos brasileiros durante a pandemia

Empresas, Marcas e Inovações – O que você precisa saber

Após aquisição da Avon, Natura torna-se líder na categoria de cuidados faciais

L'Oréal reforça seu compromisso com a diversidade, enquanto Creamy reafirma minimalismo com parceria inusitada

Existem oportunidades para inovação em nutracêuticos com propriedades anti-idade e em dermocosméticos para peles sensíveis

Indie brands destacam-se com formulações com forte respaldo científico e oferecendo resultados clínicos satisfatórios

Participação de Mercado

Com aquisição da Avon, Natura pode se tornar líder em cuidados faciais, ultrapassando a L'Oréal

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

Cuidados com a Pele do Rosto: Incluindo Impacto da COVID-19 - Brasil - Junho 2020

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.

Figura 2: Participação dos líderes de vendas no varejo de produtos para cuidados com a pele do rosto, por valor – Brasil, 2017-18

Campanhas e Ações de Marketing

Marcas se unem em prol de ação social, oferecendo descontos em itens cosméticos e de cuidados pessoais

L'Oréal Paris contrata vencedora da vigésima edição do BBB para seu time de influenciadores

Figura 3: L'Oréal Brasil aposta em diversidade com time de influenciadores da marca

Natura inova ao realizar sua primeira campanha em formato live pelas redes sociais

Figura 4: #ForçaDeMãe - Dia das Mães Natura - Uma homenagem a quem nos ensinou a ser fortes – Brasil, abril de 2020

Eudora oferece apoio a consultoras durante pandemia através de campanha nas redes sociais,

Dove homenageia profissionais da saúde com campanha emblemática

Figura 5: Dove | Courage is Beautiful

Creamy Skincare fecha parceria com estúdio Warner Bros.

Figura 6: Parceria entre marca brasileira Creamy Skincare e estúdio Warner Bros. – Brasil, fevereiro de 2020

Cantora Iza é embaixadora de nova marca de cuidados faciais da L'Oréal

Figura 7: L'Oréal lança Garnier SkinActive Uniform&Matte – Brasil, fevereiro de 2020

Quem Está Inovando?

Existem oportunidades para explorar os benefícios holísticos de nutracêuticos anti-idade

Figura 8: Lançamentos de vitaminas e suplementos alimentares com posicionamento "funcional – benefícios de beleza" por top regiões e top 3 claims – 2017-2019

Figura 9: Suplementos embelezadores com ação anti-idade e antioxidante

Máscaras de tratamento podem ser incluídas na rotina de cuidados de consumidores com pele sensível

Figura 10: Lançamentos de produtos para cuidados faciais/pescoço para peles sensíveis** por top 5 mercados – 2017-2019

Figura 11: Máscaras para o tratamento de peles sensíveis

Estudo de Caso

Acaderma ganha atenção da comunidade científica com linha de cuidados faciais com ativos exclusivos

Figura 12: Produtos da marca Acaderma destacam-se pela inovação tecnológica

Marca biophile é premiada pela tecnologia obtida através de biofermentação, que oferece benefícios à pele do rosto

Figura 13: Produtos da biophile oferecem cuidado à pele do rosto inspirado pela bio-fermentação

O Consumidor – O que você precisa saber

Marcas devem se atentar ao tipo de pele dos consumidores para oferecerem produtos de maneira mais assertiva

Pais e mães requerem produtos convenientes para cuidarem das olheiras

Jovens da geração Z são atraídos por esfoliantes naturais e orgânicos

Brasileiros associam dermocosméticos a produtos premium, com eficácia clínica e disponíveis no canal farmacêutico

Dermocosméticos que ofereçam benefícios após cirurgias e procedimentos estéticos podem interessar a consumidores das classes A e B

Hidratantes que suavizem olheiras podem interessar a consumidores com peles normais

Marcas de nutracêuticos podem promover benefícios que esses produtos podem oferecer durante o isolamento social

Consumidores de pele oleosa demonstram interesse em nutracêuticos que promovam hidratação da pele

Marcas de dermocosméticos podem se unir a influenciadores de beleza para oferecerem amostras

Tipo de Pele do Rosto

Consumidores com pele mista podem se interessar por produtos que ofereçam hidratação equilibrada

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

Cuidados com a Pele do Rosto: Incluindo Impacto da COVID-19 - Brasil - Junho 2020

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.

Figura 14: Tipo de pele do rosto – Brasil, fevereiro de 2020

Figura 15: Produtos faciais para peles sensíveis e acneicas

Marcas podem conscientizar homens com pele oleosa sobre importância de produtos específicos para sua pele nas redes sociais

Figura 16: Tipo de pele do rosto, por gênero e idade – Brasil, fevereiro de 2020

Figura 17: Produtos para limpeza e tonificação de peles oleosas desenvolvidos para homens

Problemas de Pele

Pais e mães que sofrem com olheiras podem se interessar por máscaras em formato 'patch' para atenuar olheiras e inchaço na região dos olhos

Figura 18: Problemas de pele, por situação parental – Brasil, fevereiro de 2020

Figura 19: Máscaras peel-off para redução de olheiras

Marcas podem inovar ao oferecerem benefícios anti-poluição a fim de atenuar poros dilatados,

Figura 20: Problemas de pele, por gênero e idade – Brasil, fevereiro de 2020

Figura 21: Produtos de cuidados faciais para poros dilatados

Brasileiras com peles maduras e sensíveis encontram poucas opções de produtos para seu tipo de pele

Figura 22: Problemas de pele, por gênero e idade – Brasil, fevereiro de 2020

Figura 23: Produtos para cuidados da pele madura e sensível

Compra de Produtos para Cuidados Faciais

Jovens da geração Z podem ser atraídos por esfoliantes com fórmulas naturais e orgânicas

Figura 24: Compra de produtos para cuidados faciais – Brasil, fevereiro de 2020

Figura 25: Esfoliantes com posicionamento natural

Máscaras faciais "peel-off" podem ser comunicadas como um tratamento mais acessível para peles oleosas

Figura 26: Compra de produtos para cuidados faciais por problemas de pele – Brasil, fevereiro 2020

Figura 27: Máscaras "peel-off" para tratamento da pele oleosa

Categoria de hidratantes faciais pode comunicar benefícios para peles com tom irregular

Figura 28: Compra de produtos para cuidados faciais por problemas de pele – Brasil, fevereiro de 2020

Figura 29: Hidratantes faciais que uniformizam tom de pele

Percepção de Dermocosméticos

Dermocosméticos são associados a produtos que oferecem eficácia clínica e posicionamento premium no canal farmacêutico

Figura 30: Análise TURF – Percepção de dermocosméticos, Fevereiro de 2020

Figura 31: Dermocosméticos aprovados por dermatologistas e para problemas de pele específicos

Marcas de dermocosméticos podem se aliar a dermatologistas para atrair público sênior nas redes sociais

Figura 32: Percepção de dermocosméticos, por geração – Brasil, fevereiro de 2020

Figura 33: Coming Soon: Talk Skin To Me! – Estados Unidos, Novembro de 2019

Figura 34: Ação da Skinceuticals em parceria com o dermatologista Dr. Jason Smith – Estados Unidos, abril de 2020

Formulações com poucos ingredientes podem atrair consumidores com peles sensíveis

Figura 35: Percepção de dermocosméticos por problemas de pele – Brasil, Fevereiro 2020

Figura 36: one.two.free! - Clean Beauty made simple I Douglas Cosmetics – Alemanha, fevereiro de 2020

Figura 37: one.two.free! Goodbye, Wrinkles! Ultimate Glow Cream – Alemanha, abril de 2020

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

Cuidados com a Pele do Rosto: Incluindo Impacto da COVID-19 - Brasil - Junho 2020

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.

Razões Para a Compra de Dermocosméticos

Avaliações de produtos nas redes sociais podem motivar compra de dermocosméticos entre mulheres da geração Z

Figura 38: Razões para a compra de dermocosméticos, por gênero e idade – Brasil, fevereiro de 2020

Figura 39: Influenciadoras digitais participam de ação publicitária com marca CeraVe no Brasil

Produtos que ofereçam benefícios múltiplos são interessantes para consumidores que têm mais de um problema de pele

Figura 40: Razões para a compra de dermocosméticos, por repertório de problemas de pele – Brasil, fevereiro de 2020

Figura 41: m-61 Labs Hydraboost Jelly Cleanse – Estados Unidos, abril de 2020

Dermocosméticos podem comunicar benefícios após cirurgias e procedimentos estéticos para brasileiros das classes A e B

Figura 42: Razões para a compra de dermocosméticos, por gênero – Brasil, fevereiro de 2020

Figura 43: Tônico facial hidratante Dr. Magic Purification + Energy

Benefícios Esperados de Dermocosméticos

Hidratantes que suavizam olheiras podem interessar a consumidores com peles normais

Figura 44: Benefícios esperados de dermocosméticos, por tipo de pele – Brasil, fevereiro de 2020

Figura 45: Antioxidante Hidratante Sallve – Brasil, agosto de 2019

Dermocosméticos com proteção solar podem reforçar benefícios do seu uso para homens de 16 a 24 anos que sofrem com acne

Figura 46: Benefícios esperados de dermocosméticos, por tipo de pele – Brasil, fevereiro de 2020

Figure 47: Hidratante facial SeneGence com FPS 20 e fórmula não-comedogênica. EUA, fevereiro de 2020

Percepção de Nutracêuticos

Nutracêuticos podem aumentar sua penetração ao combinarem ativos naturais que promovam saúde e beleza de dentro para fora

Figura 48: Análise TURF – Percepção de nutracêuticos, Fevereiro 2020

Figura 49: Nutracêuticos com ingredientes naturais que promovem embelezamento

Nutracêuticos podem ser comunicados como cosméticos que oferecem praticidade à rotina de consumidores com estilo de vida ocupado

Figura 50: Percepção de nutracêuticos, por situação como estudante e trabalho – Brasil, fevereiro de 2020

Figura 51: Nutracêuticos que aliam conveniência a benefícios embelezadores

Marcas de nutracêuticos podem promover benefícios que esses produtos podem oferecer durante o isolamento social

Figura 52: Percepção de nutracêuticos – Brasil, Fevereiro de 2020

Figura 53: Exemplos de ações e campanhas de marcas de nutracêuticos nas redes sociais

Interesse em Nutracêuticos

Consumidores de pele oleosa demonstram interesse em nutracêuticos que promovam hidratação da pele

Figura 54: Interesse em nutracêuticos, por tipo de pele do rosto – Brasil, fevereiro de 2020

Figura 55: Nutracêuticos com propriedades hidratantes para a pele

Nutracêuticos que protejam a pele contra a luz azul podem ter aumento na demanda

Figura 56: Interesse em nutracêuticos – Brasil, fevereiro de 2020

Figura 57: Nutracêuticos que oferecem proteção contra agressores externos

Ainda existe pouca variedade de nutracêuticos destinados ao público masculino

Figura 58: Interesse em nutracêuticos, por gênero e idade – Brasil, fevereiro de 2020

Figura 59: Nutracêuticos designados para homens e que oferecem benefícios à pele

Comportamento em Relação a Cuidados Faciais

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

Cuidados com a Pele do Rosto: Incluindo Impacto da COVID-19 - Brasil - Junho 2020

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.

Colaborações entre influenciadores e varejistas para conceder amostras de produtos é estratégica para marcas dermocosméticas

Figura 60: Comportamento em relação a cuidados faciais – Brasil, fevereiro de 2020

Figura 61: Campanha da Época cosméticos em parceria com a influenciadora de beleza Cinthia Ferreira

Consumidores de peles mistas requerem atenção de marcas para produtos que atendam a suas necessidades

Figura 62: Comportamento em relação a cuidados faciais, por tipo de pele – Brasil, fevereiro de 2020

Figura 63: Dermocosméticos para cuidados de peles mistas

Apêndice – Abreviações

Abreviações

Apêndice – Tamanho de Mercado e Participação

Tamanho de mercado

Figura 64: Vendas no varejo para cuidados com a pele, em valor – Brasil, 2014-19

Participação de mercado

Figura 65: Participação dos líderes de vendas no varejo para cuidados com a pele, por valor – Brasil, 2018-19

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