

Produtos para Cuidados com o Corpo - Brasil - Setembro 2018

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 maioria dos brasileiros usa produtos para o corpo, mãos e pés e desodorantes somente após o banho. Porém, há espaço no mercado para diversas inovações nessas categorias.”

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

Este relatório responde às seguintes questões:

- **Brasileiros com pele seca precisam aumentar uso de produtos corporais**
- **Mercado carece de desodorantes femininos voltados à prática de esportes**
- **Marcas de produtos naturais precisam olhar também para as classes mais baixas**

As vendas no varejo de produtos para cuidados com o corpo cresceram apenas 6,5% em 2016 e 7,2% em 2017, de acordo com estimativas da Mintel. Os anos de 2016 e 2017 foram de crescimento lento por causa da instabilidade econômica do Brasil, que apresentou inflação alta, aumento do desemprego e reajustes de preço de alguns produtos de beleza, afetando assim o consumo das famílias brasileiras.

**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

Produtos para Cuidados com o Corpo - Brasil - Setembro 2018

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

Brasileiros com pele seca precisam aumentar uso de produtos corporais

Figura 1: Tipos de pele do corpo, por rotina de produtos para cuidados com o corpo 'somente após o banho', junho de 2018

Mercado carece de desodorantes femininos voltados à prática de esportes

Figura 2: Rotina de produtos para cuidados com o corpo, por desodorantes e gênero, junho de 2018

Marcas de produtos naturais precisam olhar também para as classes mais baixas

Figura 3: Benefícios importantes, por classe socioeconômica, junho de 2018

Oportunidades

Produtos corporais podem comunicar benefícios de vitaminas e suplementos

Desodorantes com fragrâncias de perfumes podem conquistar jovens

Figura 4: Atitudes em relação a desodorantes, por faixa etária, junho de 2018

Produtos corporais que ajudem o consumidor a relaxar durante o banho podem atrair brasileiros

Figura 5: Atitudes em relação a produtos para cuidados com o corpo, junho de 2018

O que nós pensamos

O Mercado – O Que Você Precisa Saber

Instabilidade econômica impactou categoria de produtos corporais

Marcas podem atrair consumidores com produtos voltados à prática de esportes

Produtos corporais podem se inspirar em benefícios entregues por vitaminas e suplementos

Mercado e Previsão

Cenário econômico instável continuará a impactar a indústria de produtos corporais

Figura 5: Vendas no varejo de produtos para cuidados com o corpo, em valor – Brasil, 2013 - 2023

Figura 6: Previsão de vendas no varejo de produtos para cuidados com o corpo, por valor – Brasil, 2013 - 2023

Produtos para o corpo são os maiores impulsionadores da categoria

Figura 7: Vendas no varejo de produtos para cuidados com o corpo, em valor, por segmento – Brasil, 2016 -2017

Fatores Que Influenciarão o Mercado

Categoria tem oportunidades em produtos que sejam usados durante prática de esportes

Produtos corporais podem comunicar benefícios de vitaminas e suplementos

Mercado poderia desenvolver produtos que acompanhassem as mudanças climáticas

Empresas, Marcas e Inovações – O Que Você Precisa Saber

Natura continuou na liderança das vendas de produtos corporais

Campanhas em diferentes mídias têm se destacado na categoria

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

Produtos para Cuidados com o Corpo - Brasil - Setembro 2018

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.

Proteção UV, anti-idade e formato bastão são oportunidades de inovação

Participação de Mercado

Marcas brasileiras lideram mercado de produtos corporais

Figura 8: Participação dos líderes de vendas no varejo de produtos para cuidados com o corpo, por valor – Brasil, 2016-17

Campanhas e Ações de Marketing

Natura realiza parceria inédita com o site Dafiti

Natura procura reconectar mulheres com seus próprios corpos

Figura 9: Campanha "Vista sua pele. #OcupeSeuCorpo" da Natura, junho de 2017

Campanha recente da Natura enaltece o corpo feminino

Figura 10: Campanha #Vivasuabelezaviva, Natura Tododia Cereja e Avelã, junho de 2018

Monange lançou campanha em 2017 para mostrar novo posicionamento

Figura 11: Campanha "Siga seu coração", da Monange, agosto de 2017

Vídeos mostram as novas embalagens dos hidratantes da Monange

Figura 12: Propaganda dos hidratantes Monange, junho de 2018

Nivea Men veicula campanha com jogadores de futebol

Figura 13: Campanha "#Prontoprojogo" da Nivea Men, abril de 2018

Cantoras participam de campanha da Nivea Brasil

Figura 14: Campanha "Você Sente na Pele" da Nivea Brasil, abril de 2018

O Boticário realizou promoção online por tempo determinado

Figura 15: Campanha da nova loção hidratante Nativa Spa Ameixa Negra de O Boticário, fevereiro de 2018

O Boticário inova com a sua principal marca de perfumaria nacional, Malbec

Figura 16: Campanha "Despertador" da nova linha Malbec Club, de O Boticário, julho de 2018

Campanha mostra os diferentes formatos dos antitranspirantes da Rexona

Figura 17: Campanha da Rexona intitulada "Quem tem Rexona não tem dúvida", junho de 2018

Já a marca Rexona Men lança campanha durante a Copa do Mundo

Figura 18: Campanha do desodorante da Rexona Men Torcedor Fanático, maio de 2018

Gillette lança campanha para mostrar novo desodorante em gel

Figura 19: Campanha do desodorante antibacteriano da Gillette, abril de 2018

Paixão lança campanha com Paolla Oliveira

Figura 20: Campanha da nova linha de hidratantes da Paixão, fevereiro de 2018

Avon investe em campanha com cantoras Maiara & Maráisa

Figura 21: Campanha da nova linha de hidratantes da Avon, fevereiro de 2017

Quem Está Inovando?

Produtos com proteção solar podem inovar com diferentes momentos de aplicação

Figura 22: Lançamentos de produtos para corpo, mãos e pés, por posicionamento "proteção UV", por top 5 países e Brasil, janeiro de 2016 - junho de 2018

Poucos produtos corporais anti-idade são lançados no Brasil

Figura 23: Lançamentos globais de produtos para corpo, mãos e pés, por palavra-chave "anti-idade"*, top 5 países e Brasil, janeiro de 2016 - junho de 2018

Formato bastão pode ser comunicado de diversas formas

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

Produtos para Cuidados com o Corpo - Brasil - Setembro 2018

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 24: Lançamentos de desodorantes, por tipo de formato, Brasil, janeiro de 2016 - junho de 2018

O Consumidor – O Que Você Precisa Saber

- Marcas precisam comunicar melhor seus produtos de acordo com o tipo de pele corporal
- Desodorantes femininos com claim voltado à atividade física podem atrair algumas mulheres
- Análise revela quais benefícios teriam o produto corporal ideal para os brasileiros
- Desodorantes antibacterianos atraem interesse de mais da metade dos brasileiros
- Produtos corporais que melhorem o bem-estar dos consumidores têm espaço no mercado
- Alguns formatos poderiam interessar os brasileiros, como desodorantes spray para o corpo todo e máscaras corporais

Tipos de Pele do Corpo

- Brasileiros com pele seca precisam aumentar uso de produtos corporais
 - Figura 25: Tipos de pele do corpo, por rotina de produtos para cuidados com o corpo 'somente após o banho', junho de 2018
- Marcas deveriam atrair consumidores de pele oleosa com mensagens diferentes
 - Figura 26: Tipos de pele do corpo, por rotina de produtos para cuidados com o corpo 'não uso este produto', junho de 2018
- Tecnologias que ajudem a melhorar a pele podem atrair consumidores de pele mista
 - Figura 27: Tipos de pele do corpo, por atitude selecionada em relação a produtos para cuidados com o corpo, junho de 2018

Rotina de Produtos para Cuidados com o Corpo

- Mercado carece de desodorantes femininos voltados à prática de esportes
 - Figura 28: Rotina de produtos para cuidados com o corpo, por desodorantes e gênero, junho de 2018
- Marcas têm espaço para inovar com produtos noturnos para mãos e pés
 - Figura 29: Rotina de produtos para cuidados com o corpo, por produtos selecionados e faixa etária, junho de 2018
- Produtos que comuniquem cheiro agradável podem conquistar alguns sulistas
 - Figura 30: Rotina de produtos para cuidados com o corpo, por produtos selecionados e região, junho de 2018

Benefícios Importantes

- Produto corporal ideal para brasileiros é desafio para o mercado
 - Figura 31: Análise TURF* – Benefícios importantes, junho 2018
- Jovens mulheres podem se interessar por produtos que possam ser feitos em casa com ingredientes antipoluição
 - Figura 32: Benefícios importantes, por gênero feminino e faixa etária, junho de 2018
- Marcas de produtos naturais precisam olhar também para as classes mais baixas
 - Figura 33: Benefícios importantes, por classe socioeconômica, junho de 2018

Atitudes em Relação a Desodorantes

- Mais da metade dos brasileiros diz ter interesse em desodorantes antibacterianos
 - Figura 34: Atitudes em relação a desodorantes, junho de 2018
- Desodorantes com fragrâncias de perfumes podem conquistar jovens
 - Figura 35: Atitudes em relação a desodorantes, por faixa etária, junho de 2018

Atitudes em Relação a Produtos para Cuidados com o Corpo

- Produtos corporais que ajudem o consumidor a relaxar durante o banho podem atrair brasileiros
 - Figura 36: Atitudes em relação a produtos para cuidados com o corpo, junho 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

Produtos para Cuidados com o Corpo - Brasil - Setembro 2018

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.

Hidratantes para o banho que possam ser usados no corpo e no rosto podem atrair brasileiros que buscam economizar tempo
Figura 37: Atitudes em relação a produtos para cuidados com o corpo, junho de 2018

Interesse Em Formatos

Desodorantes para todo o corpo podem ser comunicados de diversas maneiras
Figura 38: Interesse em formatos, junho de 2018

Marcas podem inovar com máscaras hidratantes corporais
Figura 39: Interesse em formatos, por faixa etária feminina, junho de 2018

Alguns brasileiros poderiam se interessar por lenços umedecidos livres de ingredientes químicos
Figura 40: Interesse em formatos, por benefício "sem ingredientes químicos", junho de 2018

Apêndice – Abreviações

Abreviações

Apêndice – Tamanho de Mercado e Previsão

Mercado e previsão

Figura 41: Vendas no varejo de produtos para cuidados com o corpo, em valor – Brasil, 2013 - 2023

Figura 42: Previsão de vendas no varejo de produtos para cuidados com o corpo, por valor – Brasil, 2013 - 2023

Figura 43: Participação dos líderes de vendas no varejo de produtos para cuidados com o corpo, 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