

September 2020**Atitudes dos Homens com
Produtos de Beleza e Cuidados
Pessoais: Incluindo Impacto da
COVID-19 - Brazil**

“Os homens brasileiros têm uma rotina simples de cuidados pessoais, mas são motivados a comprar produtos que tenham benefícios com eficácia clínica comprovada. Em função da pandemia causada pela COVID-19, esses consumidores têm adotado um perfil mais moderado de consumo, principalmente devido ao impacto financeiro causado pelo agravamento da recessão ...

August 2020**Desodorantes e Produtos
Corporais: Incluindo Impacto da
COVID-19 - Brazil**

“As categorias de cuidados corporais e desodorantes fazem parte da rotina diária de muitos brasileiros. Além de seu uso ser associado a uma extensão da rotina de higiene corporal, os brasileiros demonstram interesse elevado por formulações que entreguem benefícios relacionados à saúde e ao bem-estar, por meio de fragrâncias aromaterápicas ...

**Marketing para Pessoas Acima de
55 Anos: Incluindo Impacto da
COVID-19 - Brazil**

“Os brasileiros de 55 anos ou mais são um dos grupos mais afetados pela pandemia de COVID-19. O surto, além de resultar em cuidado redobrado com a limpeza e higiene, acelerou a adoção de tecnologias por esse público. No entanto, um quarto dos seniores relata dificuldades para transpor a realidade ...