

December 2014**Varejo de Produtos de Beleza -
Brazil**

“O mercado brasileiro de produtos de beleza é caracterizado por vendas multicanal. O sistema de vendas porta a porta continua sendo um importante canal neste setor, mas enfrenta forte concorrência da internet. O desafio para as empresas que operam no sistema de vendas diretas é manter um balanço entre as ...

October 2014**Fragrâncias - Brazil**

“Os perfumes importados têm a preferência dos consumidores de idade madura e/ou meia idade, com alto grau de conhecimento/envolvimento com a categoria. Isso ocorre porque, esses consumidores veem os importados como sendo de qualidade superior, algo que os nacionais, até agora, parecem pouco preocupados em demonstrar a eles ...

**Sabonetes e Produtos para o
Banho - Brazil**

“A penetração dos sabonetes em barra no mercado brasileiro já é alta, portanto o crescimento da categoria de sabonetes e produtos para banho pode ser impulsionado por outros segmentos que possuam índices menores de penetração, como sabonetes líquidos e gel de banho. Os consumidores mais jovens usam mais estes tipos ...

September 2014**Produtos de Higiene Pessoal
Masculina - Brazil**

“O homem brasileiro aprendeu a conciliar um estilo de vida agitado com a rotina de compra de produtos de cuidado pessoal. A pressão da vida moderna não o impede de comprar estes produtos, muito pelo contrário. Entretanto, ele já não mais pede para que a parceira/esposa compre seu desodorante ...

August 2014**Desodorantes - Brazil**

“O uso de desodorante é visto pelos brasileiros como parte da rotina básica de cuidados pessoais, e a maioria das pessoas o usam mais de uma vez ao dia. Apesar do seu uso quase universal, o mercado continua a mostrar um crescimento significativo, impulsionado principalmente pela demanda dos consumidores por ...

July 2014**Produtos para os Cuidados com a
Pele do Rosto - Brazil**

"A categoria de produtos para cuidados com a pele do rosto ainda possui uma baixa penetração no Brasil, com apenas sete em cada dez brasileiros afirmando usar produtos do tipo. A sensibilidade dos consumidores aos preços da categoria pode ser apontada como uma barreira à sua popularização. Existem oportunidades para ...

May 2014**Produtos de Cuidados com os
Cabelos - Xampu,
Condicionadores e Modeladores -
Brazil**

"As mulheres são as maiores usuárias de produtos para os cabelos, mas o alcance entre os homens brasileiros é muito relevante em comparação com outros países. Enquanto entre os homens o desafio principal é aumentar a base de consumidores, entre as mulheres há oportunidade para aumentar a frequência de uso ...

Higiene Oral - Brazil

"Os segmentos de creme e escova dental possuem alta penetração e frequência de uso na população, mas há oportunidades para desenvolver mais benefícios específicos (como adição de vitaminas, mais proteção, dentes sensíveis), já que estes são fatores de alta relevância na experiência de consumo. Produtos auxiliares (como fios dentais) e ...

April 2014**Bronzeador e Protetor Solar -
Brazil**

"O mercado de produtos de proteção solar alcançou R\$ 1,9 bilhão em 2013, o que representa um crescimento de 11,5% em comparação a 2012, uma expansão impulsionada, principalmente, pelo segmento de protetores solares. O aumento da renda disponível e a estabilização da economia estimularam o crescimento não só ...

February 2014**Vitaminas e Suplementos - Brazil**

"Apesar do mercado de VMS ter apresentado um crescimento bem significativo nos últimos anos, haverá uma desaceleração a partir de 2018 com a queda do crescimento econômico. As marcas podem concentrar-se em criar produtos mais específicos para seus



Produtos de Cuidados Pessoais e Beleza - Brazil

públicos-alvos, a fim de gerar um maior gasto por
produto e atrair ...