

April 2017

Fragrâncias - Brazil

"O mercado de fragrâncias no Brasil vem crescendo principalmente no segmento masculino, indicando a oportunidade de se explorar outros tipos de formatos para este público. Considerando o consumidor em geral, vemos que alguns produtos ajudam a manter a frequência de uso, como formatos custo-benefício que garantem maior duração, e opções ...

January 2017

Bronzeador e Protetor Solar - Brazil

"Um terço dos brasileiros entrevistados (33%) disse usar produtos de cuidados com o sol todos os dias, inclusive durante o inverno. Porém, 35% deles afirmaram que geralmente esquecem de aplicar produtos de cuidados com o sol. Explicar aos brasileiros os riscos da exposição ao sol e educá-los a usar ...

December 2016

Estilos de Vida Saudável - Brazil

"As atitudes dos brasileiros em relação à saúde são bem distintas. Enquanto que as mulheres priorizam alimentação e peso, os homens tendem a se concentrar mais no exercício físico. Hábitos saudáveis aumentam em relação direta a renda mensal e faixa etária. No entanto o crescente interesse em certas soluções de ...

Atitudes em Relação aos Dermocosméticos - Brazil

"A categoria de dermocosméticos é ainda pouco explorada no Brasil. Lançamentos de produtos com benefícios como 'anti-idade' e 'proteção solar' ainda são insignificantes no mercado, comparado com outros países. Além disso, 30% dos brasileiros entrevistados afirmaram nunca ter usado dermocosméticos, o que revela que esses consumidores ainda conhecem pouco sobre ...

May 2016

Maquiagem e Esmalte para Unhas - Brazil

"A categoria de maquiagem e esmalte para unhas é única em se tratando de experiência de compra: ao mesmo tempo em que as consumidoras buscam a experimentação sensorial dos produtos, elas têm recorrido cada vez mais a aplicativos de celular e

plataformas virtuais a fim de aprender técnicas e como
...

April 2016

Cuidados com o Cabelo - Brazil

“Tanto o mercado de xampus e condicionadores, quanto o de modeladores, vai continuar tendo dificuldades de crescimento devido à crise econômica atual. Desenvolver produtos com novos ingredientes, como o óleo de coco, e aproveitar certas oportunidades (como o Bepantol aproveitou com a chegada do ‘xampu bomba’, por exemplo), são ideias ...

March 2016

Absorventes e Produtos de Higiene Íntima Feminina - Brazil

“As consumidoras brasileiras gostam de se sentir limpas, e com os absorventes e produtos de higiene íntima feminina não é diferente. Dentre as preocupações citadas por elas, estão possíveis vazamentos, possíveis problemas para a saúde e produtos que não sejam higiênicos. As marcas têm, portanto, alguns desafios para atrair essas ...

January 2016

Produtos Farmacêuticos - Brazil

“A fim de ter dinheiro suficiente para comprar medicamentos, idosos e quase idosos podem precisar trabalhar depois da aposentadoria. Diante disso, varejistas e marcas poderiam educar os consumidores sobre a melhor forma de administrar seu dinheiro e de se preparar para o futuro. O preço de produtos e serviços desempenha ...

Produtos para Cuidados com o Corpo - Brazil

“O mercado de produtos para cuidados com o corpo sofreu uma grande redução nas vendas no varejo em 2015 por causa das novas medidas de ajuste fiscal impostas pelo governo e pela forte recessão pela qual passa o Brasil. Apesar disso, as marcas ainda têm diversas oportunidades de crescimento no ...