

Brasil responde por 32% do faturamento de produtos premium HPPC, revela Euromonitor, expositor e palestrante da in-cosmetics Latin America

Presente também na feira, a Factor-Kline apresenta painel sobre matérias-primas com características multifuncionais. Esse tipo de produto, elaborado para aprimorar o desempenho de formulações, cresceu de 40% para 45% no mercado global, ao longo dos últimos anos.

15/08/2016 17:03:34

São Paulo, agosto de 2016 – No Brasil, o mercado premium de HPPC (Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos) é puxado pelas fragrâncias, que representaram 36% do valor de desse nicho da indústria durante 2015. Quem revela esse dado é a Euromonitor International, uma das principais empresas de pesquisa de mercado do mundo, e participante das apresentações de Marketing Trends, palestras gratuitas nas quais os visitantes terão acesso a estudos de mercado e também sobre o que será tendência na avaliação de especialistas. As palestras acontecem na in-cosmetics Latin America, nos dias 5 e 6 de outubro, em São Paulo. O Brasil representa, ainda, 32% do faturamento desse segmento premium em toda a América Latina, mesmo passando por dificuldades econômicas, seguido pelo México (23%), Argentina (15%), Chile (8%) e Colômbia (6%).

Segundo a empresa de pesquisa, a venda de produtos premium de HHPC na América Latina deve crescer uma média de 5% ao ano até 2020, uma desaceleração em comparação com os anos anteriores, quando o segmento chegou a registrar uma média de 8% de crescimento real ao ano de 2010 a 2015. Em um cenário como esse, no qual o poder aquisitivo cai, o público passa a procurar produtos de qualidade, mas com preços mais baixos, os chamados produtos masstige.

"O consumidor de produtos de beleza na América Latina está enfrentando um difícil desafio. Com mais educação, infraestrutura, com a internet garantindo maior autonomia e acesso por diferentes canais, eles estão buscando produtos de qualidade" - analisa Fernando Cruz, analista sênior da Euromonitor International em Santiago. Entretanto, segundo o especialista, com poder de compra limitado e desaceleração em algumas de suas economias, resta a esse consumidor a busca por alternativas para chegar a produtos de melhor qualidade a preços mais baixos.

Como parte integrante do conteúdo educacional que a in-cosmetics oferece aos visitantes, durante o

evento a Euromonitor apresenta o tema O consumidor de produtos de beleza na América Latina: como encontrar oportunidades no segmento “massstige, no dia 5 de outubro, das 11h às 11h45. Nessa apresentação, será traçado um panorama sobre o mercado de beleza na América Latina, e como as empresas estão aplicando inovações do segmento premium a produtos mais acessíveis, com exemplos de melhoria em ingredientes, embalagens e organolepsia, nas categorias de cuidados com a pele, fragrâncias e maquiagem.

Outra tendência importante da indústria de cuidados pessoais é a participação de ingredientes especiais, revela outra companhia de inteligência de mercado que leva seu conhecimento à feira, a Factor-Kline. Para Elaine Gerchon, gerente de Projetos da empresa, esse tipo produto, elaborado para aprimorar desempenho de formulações, cresceu de 40% para 45% no mercado global, ao longo dos últimos anos.

“Essa popularidade cada vez maior dos cosméticos multifuncionais resultou em aumento do consumo de ingredientes especiais, que possuem múltiplas funções associadas a um único ingrediente. Como exemplo, cito o consumo de derivados do polipropilenoglicol (PEG), que atuam como modificador de reologia e possui propriedades emulsificantes”, explica Gerchon. O estudo da Factor-Kline analisou os principais mercados regionais - Brasil, China, Europa, Índia, Japão, Sudeste Asiático e Estados Unidos - em oito categorias: surfactantes, emolientes, modificadores de reologia, polímeros condicionadores, absorvedores UV, polímeros fixadores, conservantes e emulsificantes.

Para a companhia, mundialmente espera-se que o mercado de ingredientes para produtos de cuidados pessoais cresça a uma taxa anual de 2,8% entre 2015 e 2020, ultrapassando os US\$ 10 bilhões até 2020. A categoria dos absorvedores UV deve liderar a tendência de crescimento, seguida pela categoria de conservantes e modificadores de reologia.

Ainda no dia 5, das 12h às 12h45, Elaine Gerchon, da Factor-Kline, apresenta Desafios e oportunidades no mercado de matérias-primas para produtos de Cuidado Pessoal no Brasil.

A programação completa de apresentações sobre MarketingTrends, gratuita, pode ser conferida em www.in-cosmeticslatinamerica.com/en/education/education/

Em 2015, a in-cosmetics Latin America reuniu 184 expositores vindos de mais de 40 países e 2.760 visitantes únicos. Agora, com o reposicionamento da marca e um espectro maior de expositores e visitantes de toda essa região do globo, a expectativa dos organizadores é ainda mais alta.

“Devemos reunir cerca de 3.500 profissionais que conhecerão mais de mil produtos de 200 marcas expositoras” – prevê Daniel Zanetti, diretor do evento.