

Mercado de cosméticos cresce e marcas devem investir em PDVs

Leticia Muniz

Setor é um dos que mais se desenvolve no país, apresentando um faturamento anual na casa dos US\$ 43 bilhões. Apenas no ano passado, expansão chegou a 18,9%



O mercado de cosméticos é um dos que mais cresce no Brasil, apresentando faturamento anual na casa dos US\$ 43 bilhões. Apenas no ano passado, o setor apresentou uma expansão de 18,9%, segundo dados do Euromonitor, o maior índice entre os 10 principais mercados do mundo, atrás apenas dos Estados Unidos, com 14,8% e do Japão, com 11,1%. O aumento no consumo é atribuído principalmente à escalada financeira da Classe C, que gerou uma folga de renda para a utilização em cuidados com cabelo, corpo e unhas.

A maior circulação de dinheiro também é apontada como responsável pela mudança no comportamento das consumidoras com relação aos pontos de venda. Uma pesquisa realizada pela associação de Marketing de Varejo Popai Brasil apontou que a maioria das pessoas prefere comprar os produtos em lojas especializadas, ao invés de farmácias e drogarias.

O estudo entrevistou 1.034 mulheres entre 26 e 45 anos de idade na cidade de São Paulo e mostrou que 46% delas optam por comprar seus produtos de beleza em perfumarias e lojas de cosméticos, enquanto 26% adquirem em farmácias de manipulação e 28% nas drogarias. Entre os itens considerados propulsores deste mercado estão os para cabelo como shampoos, condicionadores e máscaras capilares.

A minoria, apenas 13%, adquire estes artigos nos supermercados. "Neste local é onde a compra é feita por oportunidade. A consumidora está ali e acaba encontrando nas gôndolas aquilo que estava precisando. O importante é lembrar que isto não significa que esta mulher não compra nos outros pontos de venda, como as lojas, drogarias ou as vendas de porta em porta, que representam 22% deste mercado no Brasil", explica Fernando Menezes, Diretor da empresa Pesquise Já e um dos responsáveis pelo estudo da Popai Brasil, em entrevista ao Mundo do Marketing.

Aumento na frequência de compra

A frequência de compra dos cosméticos também vem crescendo. De acordo com a pesquisa, mais de 50% das consumidoras adquirem produtos de beleza ao menos uma vez por semana. Destas, 32% realizam compras toda semana, 29% duas vezes na semana e 9% têm

frequência superior a duas vezes na semana. Do total de entrevistadas, 30% disseram comprar uma vez a cada quinze dias.

Outro ponto avaliado na pesquisa foi o gasto médio com as compras, que mostra o crescimento da renda, especialmente da Classe C. A maioria das mulheres gasta entre R\$ 100,00 e R\$ 200,00 em cosméticos, representando um percentual de 43%. As consumidoras com gastos até R\$ 100,00 correspondem a 32%, enquanto as que gastam entre R\$ 200,00 e R\$ 300,00 representam 17%. Já 8% das pesquisadas afirmaram gastar mais de R\$ 300,00 mensalmente com produtos de beleza.

Os dados mostram que o poder de compra aumentou. "Podemos dizer que esse poder cresceu entre 6% e 7% principalmente na Classe C. Se formos avaliar, em 1994, a Classe C representava 32% da população e hoje representa 52,45%. Eram pessoas que antes não tinham o poder aquisitivo disponível para investir em cuidados de beleza. Outro ponto importante a ser ressaltado é que de 15 anos para cá cresceu o que chamamos de culto à beleza. Há muito mais mídia relacionada a esses produtos. Antes tínhamos o básico, hoje o mercado se expandiu e está centrado na inovação", diz Fernando Menezes.

A importância do ponto de venda

A abordagem no ponto de venda tem um papel fundamental na conquista das consumidoras de cosméticos. Pelo menos 60% das mulheres já chegam às lojas sabendo o que querem comprar, no entanto, o mercado é dominado pelo impulso. "As marcas estão perdendo uma grande oportunidade de conquistar estas compradoras, principalmente com ações de sampling. Isso porque, mesmo sabendo o que querem adquirir, as mulheres estão propensas a trocarem uma marca de cosmético se a experiência for positiva após a experimentação", conta o responsável pelo estudo.

Outra questão levantada na pesquisa é o interesse das mulheres pelos cosméticos faciais e corporais importados. Do total de entrevistados, 26% afirmaram não encontrar produtos importados para o rosto com facilidade, 30% não encontram os itens para cabelo e 36% sentem falta dos importados corporais nas gôndolas.

Esse dado mostra uma oportunidade de mercado que já vem mudando o perfil de algumas redes de drogarias nos centros urbanos. "O que vemos hoje são as drogarias se transformando em lojas de conveniência de medicamentos e cosméticos. As redes maiores estão investindo nas marcas importadas como uma forma de obter uma margem de lucro maior, já que os medicamentos são commodities quase sem diferenças de preço de um estabelecimento para outro. O que vemos é um cenário muito promissor nos cosméticos principalmente para os importados e os artigos infantis, já que as crianças atuam hoje como decisores no processo de compra", pondera Fernando Menezes, em entrevista ao Mundo do Marketing.



Fonte: Mundo do Marketing. [Portal]. Disponível em: <<http://www.mundodomarketing.com.br/reportagens/pesquisa/25913/mercado-de-cosmeticos-cresce-e-marcas-devem-investir-em-pdvs.html>>. Acesso em: 9 nov. 2012.

A utilização deste artigo é exclusiva para