

TRABALHO DE GRADUAÇÃO – CST EM COSMÉTICOS

TENDÊNCIAS DO MERCADO BRASILEIRO DE PERFUMARIA MASCULINA

Regiane da Cunha Dias¹; Célio Takashi Higuchi²
^{1,2}Faculdade de Tecnologia de Diadema Luigi Papaiz
¹regiane.dias01@fatec.sp.gov.br, ²celio.higuchi@fatec.sp.gov.br

INTRODUÇÃO

O Brasil possui o quarto maior mercado consumidor de cosméticos no mundo, ficando atrás somente dos Estados Unidos, China e Japão. Em categorias de produtos, o país apresentou, em 2018, a segunda posição em desodorantes, perfumes e produtos masculinos, sendo que, para esta última categoria, a maioria dos lançamentos ocorridos no período foram de perfumes. A representatividade desses segmentos no mercado brasileiro é alta, principalmente devido aos aspectos culturais. Os perfumes fazem parte da cultura e das raízes do Brasil, sendo que, a cada 10 brasileiros, 6 utilizam perfumes (ABIHPEC, 2019).

JUSTIFICATIVA

Os homens passaram a não considerar mais os cuidados com o corpo e cabelo exclusivamente feminino e ganharam espaços e produtos para investirem no autocuidado. Fatores que impulsionaram o setor tomando como base a mudança do comportamento masculino em relação à própria beleza. É por causa desse crescimento que as empresas sentem a necessidade de se atualizarem e investirem mais nesse mercado. Esta característica é refletida em outras categorias de produtos tais como cuidados com os cabelos e cuidados com a pele, que apresentam em sua composição fragrâncias para aumentar a aceitabilidade pelo consumidor. Hoje em dia, os perfumes são tão importantes na forma como alguém se apresenta que podem até ser considerados como parte da personalidade das pessoas (SEBRAE, 2019).

OBJETIVO

- Apontar as preferências olfativas masculinas no mercado brasileiro.
- Pesquisar e levantar os principais hábitos e motivações masculinas que influenciam na escolha do perfume.

MATERIAL E MÉTODOS

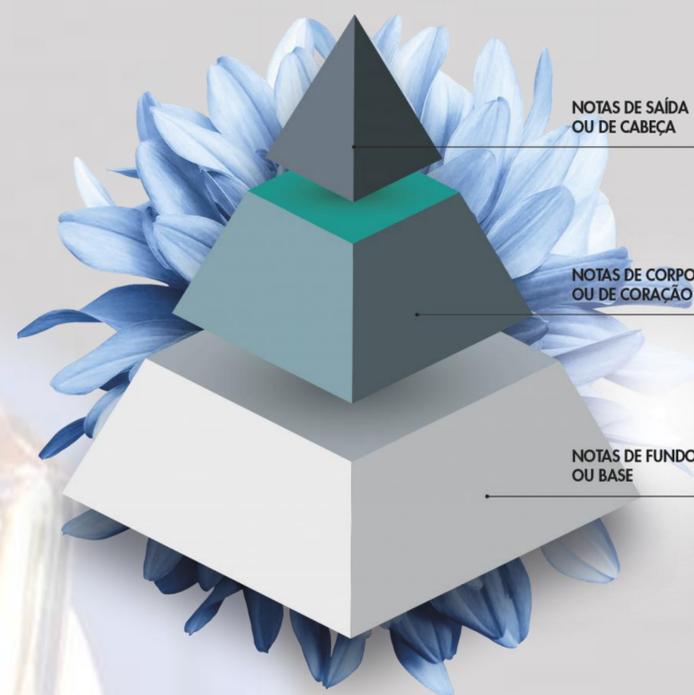
A pesquisa será realizada através de acesso a informações e materiais técnicos, além de pesquisas através de bibliotecas digitais. revistas como:



RESULTADOS ESPERADOS

Espera-se que, com os resultados das pesquisas realizadas, possamos atender aos valores, perfis e estilos de vida que mais influenciaram nas características do tipo de nota das fragrâncias escolhidas, atendendo às exigências o consumidor masculino.

Figura 1 – Exemplo de pirâmide olfativa



Fonte: <https://amakhaparis.com.br/a-arvore-olfativa/>

CRONOGRAMA

Atividade/Mês	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro
Revisão bibliográfica	X				
Readequação da proposta	X	X			
Captação de recursos/materiais			X		
Organização bibliografia e dos fichamentos				X	
Escrita do artigo e apresentação para a banca de avaliadores					X

REFERÊNCIAS

ABIHPEC - ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE HIGIENE PESSOAL, PERFUMARIA E COSMÉTICOS. **Caderno de Tendências 2019-2020**. São Paulo. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/CADERNO%20DE%20TENDENCIAS%202019-2020%20Sebrae%20Abihpec%20vs%20final.pdf>. Acesso em: 18 abr. 2021.
 SEBRAE. **Demanda do público masculino pelo mercado da beleza**. Paraíba. Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pb/artigos/demanda-do-publico-masculino-pelo-mercado-da-beleza,e2bd83c66797a610VgnVCM100004c00210aRCRD>. Acesso em: 24 mai. 2021.