Ativos para o crescimento

ESTIMULADA PELA VAIDADE DAS BRASILEIRAS, PELO INÍCIO DA RETOMADA ECONÔMICA DO PAÍS E TAMBÉM PELO MAIOR INTERESSE DOS HOMENS COM A APARÊNCIA, CATEGORIA DE CUIDADOS COM OS CABELOS GANHA FORÇA NO BRASIL

POR KATHLEN RAMOS

IMAGENS: SHUTTERSTOCK

O setor da beleza, que inclui, entre outros, o mercado de *hair care*, tem o costume de se comportar melhor do que outros ramos em períodos de instabilidade econômica e são muitos os fatores que contribuem com essa realidade.

"Esse mercado se adapta mais rapidamente à crise porque os produtos/serviços entregam valor agregado e ninguém deixa de se cuidar. E além das mulheres, que são as grandes impulsionadoras das compras do setor, agora também temos os homens, cada vez mais preocupados com a aparência", constatou o diretor-geral da Hair Brasil, Jeferson Santos.

A importância que a população nacional dá para a beleza e os cabelos pode ser comprovada por pesquisas do setor. Um levantamento do Serviço de Proteção ao Crédito (SPC) Brasil e da Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL), divulgado no segundo semestre de 2016, mostrou, por exemplo, que seis em cada dez (62,7%) brasileiros consideram-se pessoas vaidosas e preocupadas com sua aparência e 65,7% concordam com a ideia de que cuidar de beleza não é luxo, mas uma necessidade.

Há, inclusive, uma parcela considerável de consumidores que reconhece exagerar nesse tipo de gasto, colocando em risco a saúde financeira: quase um quarto (23,4%) dos consumidores brasileiros assume o hábito de gastar mais do que efetivamente pode com cuidados estéticos.

Quando procurou identificar quais eram os produtos ou serviços que os entrevistados tinham a intenção de adquirir nos próximos três meses para cuidar da aparência, o estudo constatou que os cosméticos estão em primeiro lugar do *ranking*, com mais da metade das citações (50,7%), seguidos por roupas, calçados e acessórios (43,9%) e por cuidados com o cabelo, unha, barba e pelos (42,3%).

TINTURA E COLORAÇÃO

De acordo com a gerente de desenvolvimento de Coloração, da divisão de produtos de grande público da L'Oréal, Delane D'Azevedo, os gastos dos brasileiros com tinturas e colorações, por exemplo, mostram-se altos e frequentes, variando de canal para canal. "Nas perfumarias, a média é de R$ 19,33 por mês; nas drogarias, R$ 21,05; e nos supermercados, R$ 18,88", sinaliza.

Outros dados da Kantar Worldpanel, fornecidos pela Coty, revelam que um lar consome, em média, cerca de R$ 50,32 em coloração por ano (fechamento 2017), valor 11% maior que o ano anterior.

"Os produtos mais consumidos, em valor, são os *kits* de coloração permanente. Em volume, temos um grande destaque para o formato coloração *minikit* (*kit* econômico)", acrescenta a diretora de marketing de Coty Consumer Beauty, Regiane Bueno.

XAMPU E CONDICIONADOR

Já a frequência de compra das linhas de xampus e condicionadores, por exemplo, é relativamente alta, pois os consumidores adquirem esses produtos uma vez por mês, no mínimo.

O PAPEL DOS PÓS-XAMPUS

Máscaras capilares: são direcionadas para hidratação, nutrição ou reconstrução que, em alguns casos, já podem ter tempo de ação de três minutos. A máscara também tem a função de formar um escudo protetor que cobre o cabelo da raiz às pontas, nutrindo os fios ao mesmo tempo em que oferece uma hidratação profunda. A rotina de uso pode ser repetida de duas a três vezes por semana.

Leave-ins/cremes para pentear: finalizadores com objetivo de atenuar o *frizz*, dar forma a cabelos com texturas e preparar os fios para receber o calor de secadores e pranchas. Sobre a aplicação, basta borrifar o produto no cabelo limpo – após o uso do xampu – e não é preciso enxaguar.

Ampolas de tratamento: têm o poder de reparar cada fio danificado pelos processos químicos, dando brilho e fortificando os cabelos. Além de reduzirem o *frizz*, retêm a umidade e dão proteção ativa contra a perda de queratina, resultando em fios mais hidratados, fortes e saudáveis. As ampolas devem ser aplicadas no cabelo ainda úmido, começando do meio até as pontas, deixando-as agir por, aproximadamente, três minutos.

Sérum finalizador: líquido oleoso que tem a finalidade de formar película protetora sobre o fio, protegendo os cabelos e acentuando o brilho.

Fontes: Embelleze e P&G

NA ROTINA DO CONSUMIDOR

XAMPUS E PÓS-XAMPUS

1. Organizar as categorias com blocos de marcas bem definidos, e entre as marcas, a ordem de *performance* deve ser do "melhor para o bom". Na categoria de cabelos, por exemplo, a gôndola deveria iniciar com os itens com maior preço por mL, e seguir assim, até a marca em que valor por mL seja o mais baixo da categoria.
2. No caso de tratamentos para o cabelo, vale focar naqueles que entregam fórmula mais concentrada. Assim, a sugestão de organização dentro das marcas seria seguindo os seguintes passos: 1) Xampu; 2) Condicionador; 3) Máscara; e 4) Ampolas e/ou outros tratamentos.
3. Como a categoria de pós-xampu é a que mais cresce no Brasil, apesar de xampu ser o segmento com maior penetração, é importante manter as linhas próximas para que uma possa impulsionar a outra.

TINTURAS E COLORAÇÕES

1. Deve-se alocar a categoria próxima aos itens de cuidados com os cabelos e agrupá-la por segmento: iniciar o corredor com as colorações semipermanente/tonalizantes, expor as colorações permanentes e, por fim, os descolorantes. O segmento de raízes, novidade no mercado, deve estar bem ao lado dos produtos de coloração permanente, mas separado por marca.
2. Outro passo importante é organizar as nuances por ordem numérica crescente, da esquerda para direita. No topo da gôndola, devem ficar as nuances especiais e retoques de raiz em *spray*, devido ao valor agregado que possuem.
3. Nessa categoria, a indicação fica por agrupar as marcas de acordo com a *performance*, iniciando a exposição pelas mais *premium* e de maior valor agregado, até chegar aos produtos básicos e *minikits* (*kits* econômicos).

Fontes: Coty Consumer Beauty, L'Oréal e P&G

"O segmento de maior penetração é o xampu, porém, a categoria de pós-xampu é a que mais cresce no Brasil. Por isso, as lojas devem garantir abastecimento e sortimento corretos da categoria, isto é, 45% do volume em xampus e 55% em pós-xampus (divididos em 35% condicionador e 20% tratamentos)", sugere a gerente de marketing das marcas de *hair care* da P&G, Isabella Zakzuk.

DESTAQUE PARA AS FARMÁCIAS

O canal farma é altamente reconhecido por ser especializado e essa característica tem se fortalecido entre os consumidores. Afinal, esses espaços recebem os lançamentos e as marcas mais *premiuns* no mercado e, por isso, são considerados como vitrines.

"A tendência é de que a representatividade das farmácias no segmento de beleza aumente, pois a consumidora brasileira, cada dia mais, busca comprar esses produtos em locais especializados e onde tenha a oportunidade de aproveitar um momento para pensar em si mesma, desfrutando de uma experiência diferenciada e única", comenta a executiva.

Uma prova da representatividade dessas lojas se dá na categoria de coloração. Delane, da L'Oréal, indica, por exemplo, que as farmácias constituem o canal de vendas com a segunda maior importância.

O fundamento básico para que essas lojas possam potencializar as vendas da categoria é um sortimento completo. "Um grande erro que pode prejudicar as vendas é a não disponibilidade de cores. ►

Cerca de 80% das consumidoras se dirigem a outra loja caso não encontrem a nuance que procuram", alerta.

Dados da Coty apontam, ainda, que as farmácias independentes representam em torno de 26% das vendas, enquanto as redes refletem 9%.

APELO NATURAL

Os produtos com ingredientes naturais têm crescido no País, inclusive entre as colorações. De acordo com dados do relatório divulgado pela Mintel, fornecidos pela Coty, 41% dos compradores de itens de beleza estão interessados em uma seção mais ampla de produtos com ingredientes naturais nos canais de compra.

"As indústrias estão se movimentando para atender esse público. A Coty se antecipou e o tonalizante Soft Color já possui os ingredientes naturais mais buscados pelas consumidoras: óleo de coco e mel em seu condicionador do *kit* desde 2016", exemplifica Regiane.

Isabella lembra outros ativos com base natural que despontam na categoria. "Podemos citar, por exemplo, óleo de semente de jojoba australiano, considerado excelente para nutrir, amaciar e restaurar os fios; aloe vera, que tem ganhado a preferência do público a cada dia, proporcionando hidratação intensa aliada a muita força e brilho para as madeixas; e alga marinha australiana, rica em minerais e vitaminas essenciais para a saúde e beleza dos cabelos", demonstra.

AS CORES DO OUTONO-INVERNO 2018

LOIROS: a tendência para o loiro fica para os tons mais dourados, por conta de sua versatilidade. Como ele está entre o médio e o escuro, pode ser adaptado para várias tonalidades de pele. O loiro também deve despontar com mechas mais claras e um toque acinzentado, que deixa o visual *fresh*.

RUIVOS: os vermelhos quentes, puxados para o cobre, devem ser destaque; bem como a cor borgonha, que fica entre o marsala e o vinho, e vem conquistando, principalmente, as morenas e negras.

CASTANHOS: o castanho também vai ter tons mais claros puxados para o dourado ou para os tons levemente acobreados. Outro tom de castanho que deve ser destaque é o clássico chocolate, que combina com todos os tipos de pele. O castanho-mel estará igualmente em alta.

PRETOS: os pretos ganham mais suavidade, com nuances puxadas para os tons amadeirados.

Fontes: Coty Consumer Beauty, Koleston e L'Oréal

AS NECESSIDADES DE CADA FIO

SECOS/CRESPOS

Esse tipo de fio merece mais cuidados. Portanto, é importante que a lavagem não agrida as madeixas. O ideal, assim, é o uso de xampus suaves ou dos novos *low poos* (métodos de lavagem com menos ativos químicos).

O uso de condicionadores é essencial nesses casos e o produto deve ser aplicado no fim da lavagem, em pequena quantidade, e nas pontas do cabelo, apenas evitar o uso no couro cabeludo. Ativos oleosos e silicones também são indicados.

OLEOSOS

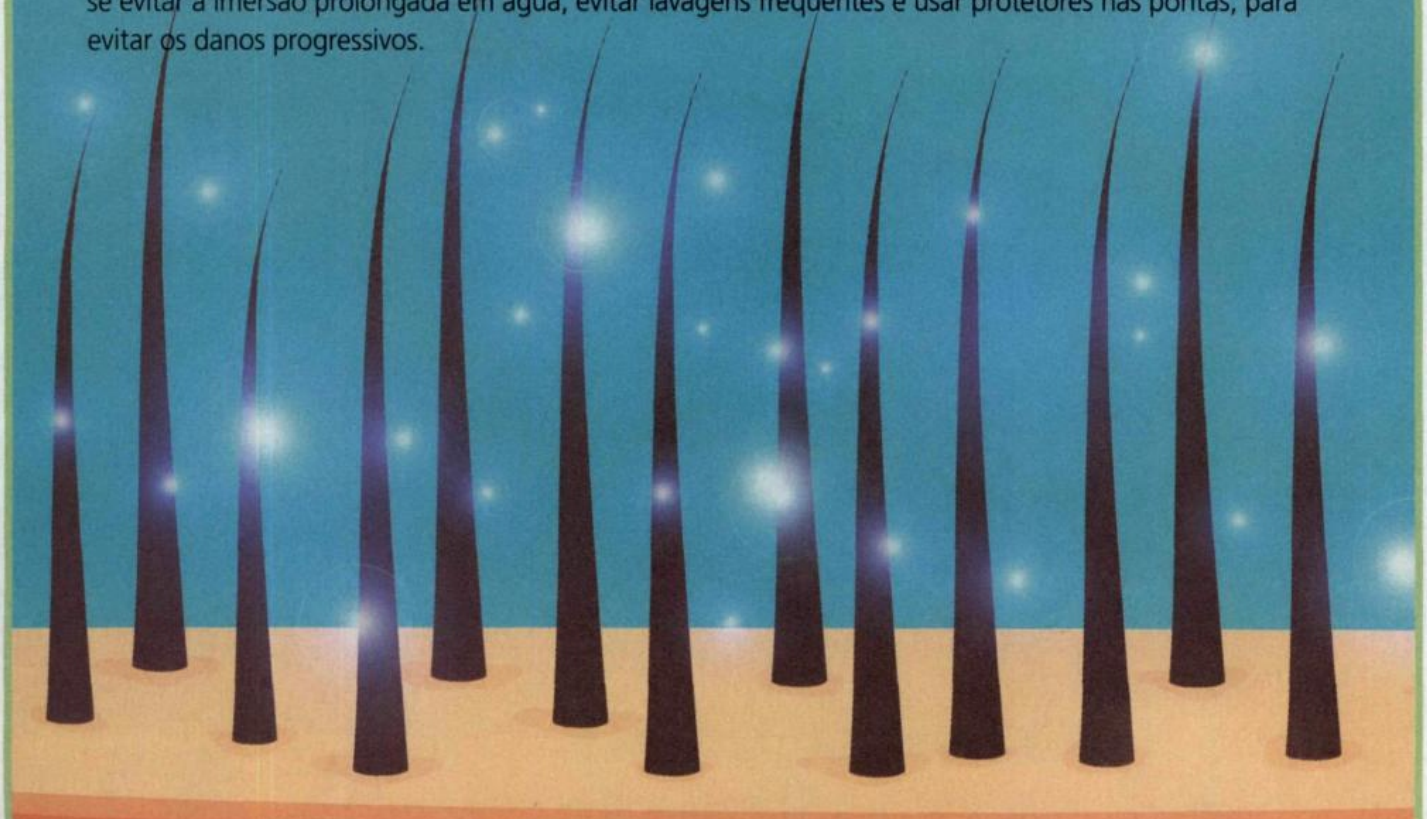
Nessas condições, as lavagens são menos prejudiciais e a aposta deve ser em produtos específicos para essas características. Em regiões mais úmidas, pode-se lavar os cabelos todos os dias. O uso de condicionadores deve ser evitado.

Um bom aliado para esses fios podem ser os xampus secos, ideais para tirar a oleosidade do cabelo e, de quebra, dar volume e textura, sobretudo no dia em que se decide não lavá-lo.

TINGIDOS

Processos químicos de tintura no cabelo requerem cuidados especiais. Mesmo com os cabelos hidratados e cuidados, a tintura capilar tende a trazer alguns problemas aos usuários, como o ressecamento do cabelo, pois a tinta altera as propriedades da queratina, que é um protetor natural dos fios.

Além disso, segundo estudos, é prejudicial ao couro cabeludo deixar a tintura agir por mais tempo do que o prescrito; fazer misturas caseiras; e utilizar itens não indicados pelo fabricante durante o preparo. Deve-se evitar a imersão prolongada em água, evitar lavagens frequentes e usar protetores nas pontas, para evitar os danos progressivos.



Fontes: Biotec Dermocosméticos, Portal da Sociedade Brasileira de Dermatologia (SBD), Portal Seda e Sociedade Brasileira de Dermatologia (SBD)