

Não são só elas: 25% dos homens brasileiros já deixaram de economizar para comprar tratamentos de beleza

61,9% acreditam que cuidar da beleza é uma necessidade e não um luxo. 7% declararam estar com o nome sujo por causa dessas compras

Uma pesquisa nacional feita pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) e pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) comprova que o homem também deixa de economizar e até mesmo se descontrola na hora das compras de produtos ou serviços relacionados a beleza e estética. Cerca de um quarto (25,4%) dos brasileiros entrevistados afirmam já ter deixado de guardar dinheiro para esse tipo de consumo e outros 6,5% já deixaram até mesmo de cumprir compromissos financeiros para priorizar estas compras.

Afirmando que se esforçam para estar sempre bem vestidos (74,9%) e que acreditam que cuidar da beleza é uma necessidade e não um luxo (61,9%), os homens podem acabar sentindo o impacto do consumo desenfreado de produtos de beleza no bolso: 6,8% dos homens declararam que estão com o nome registrado em serviços de proteção ao crédito por atrasos no pagamento de produtos relacionados à beleza, como roupas, calçados e acessórios, cosméticos, maquiagens, tratamentos estéticos e odontológicos. De acordo com a pesquisa, 31,5% afirmam que costumam comprar itens desse segmento quando não estão muito felizes para se sentirem melhor. Para especialistas, é aí que está o perigo.

“A vaidade e preocupação com a aparência física, se não bem administradas, podem prejudicar a saúde financeira dos consumidores”, afirma o educador financeiro do SPC Brasil, José Vignoli. “De uma forma geral, a pesquisa constata o que muitos pensavam acontecer apenas com as mulheres: o orçamento dos homens também sofre forte impacto em função dos gastos provenientes com os cuidados pessoais e de beleza”, explica.

Para Vignoli, cuidar da aparência é fundamental para manter a autoestima e importante até mesmo para o mercado de trabalho, mas o especialista tem ressalvas: “Isso pode e deve ser feito sem prejudicar o orçamento doméstico. O consumidor pode fazer uma lista de prioridades e ajustar seus hábitos de consumo ao tamanho do bolso”.

Valor médio gasto mensalmente com produtos de beleza é de R\$ 95

A pesquisa mostra que os cosméticos mais utilizados no dia a dia pelos homens são principalmente de uso básico, como shampoo (73,1%), perfumes (60,1%) e produtos pré e pós-barba (41,2%). Os principais diferenciais na escolha dos produtos e serviços de beleza são a qualidade (76,3%), o cheiro (68,2%) e o preço (65,5%). O gasto médio com este segmento é de aproximadamente R\$ 95 por mês e as compras são feitas principalmente em supermercados ou hipermercados (59,8%), farmácias (41,1%) e com revendedoras de cosméticos (34,5%). A escolha da marca dos produtos leva em consideração marcas conhecidas e associadas a um bom preço (60,2%) e, para a escolha do local de compra, o preço (57,1%), a qualidade (46,5%) e o atendimento (34,0%) são os principais fatores de decisão.

Já os principais locais onde os serviços de cuidados com beleza são realizados são os salões de beleza (45,5%), academia (44,2%) e clínica dermatológica (12,6%), e o tempo passado nestes espaços representam para os homens uma necessidade (39,1%), seguido por satisfação (23,3%).

Considerando a demanda de produtos desse segmento para os próximos três meses, os mais significativos são roupas, calçados e acessórios (47,2%), produtos relacionados aos cuidados com os cabelos, unha e barba (36,2%) e cosméticos em geral para pele, corpo e cabelos (32,7%). Já em relação aos tratamentos de maior valor financeiro que os entrevistados desejam realizar pelos próximos 12 meses, os mais mencionados são clareamento dentário (23,1%), aparelho ortodôntico (20,7%) e porcelana nos dentes (12,6%).

Na categoria de procedimentos mais invasivos, a maioria (57,4%) dos homens nunca realizou algum procedimento. Entre os que já fizeram (42,6%), 86,8% comentaram com conhecidos e não veem problemas nisso, e o tratamento mais usual é o clareamento dentário (30,3%) seguido por porcelana nos dentes (13,5%) e pelo uso de remédios para emagrecer (11,4%). Apesar de terem vontade, mais de seis em cada dez homens (63,5%) nunca realizaram algum procedimento invasivo por falta de dinheiro.

Aproximadamente 73,4% dos entrevistados buscam informações antes de adquirir produtos e serviços relacionados à beleza e estética. As principais fontes para a pesquisa são amigos e familiares (44,6%), seguido por sites especializados (38,8%) e redes sociais (17,6%).

Mercado de beleza para homens é promissor

Entre os principais cuidados que os homens têm para se sentirem mais bonitos e confiantes estão alimentação saudável (43,0%), atividades físicas (41,3%) e cuidados com os dentes (37,5%). Perguntados sobre como se vêem em relação



a sua aparência física, 64,9% se consideram normais e apenas 22,0% se enxergam como bonitos. Ainda assim, 47,6% acreditam que o uso de produtos e serviços de beleza podem modificar a própria aparência, evidenciando que uma parcela significativa dos homens percebe o potencial destes artifícios. Para eles, os principais motivos para os cuidados com a beleza são a melhora da autoestima (72,5%) e a percepção de que as outras pessoas respeitam mais quem tem uma boa aparência (25%) – além disso, a maioria dos homens concordam que pessoas parecem profissionais melhores quando estão arrumadas (74,7%).

Para a economista-chefe do SPC Brasil, Marcela Kawauti, ainda há um mercado enorme a ser conquistado com foco no segmento masculino. “A pesquisa é um indicativo de que empresários do ramo de beleza precisam investir em itens capazes de corresponder às expectativas de qualidade do público masculino, pois eles estão consumindo cada vez mais produtos e serviços de beleza, sejam invasivos ou não. Além dos produtos de consumo básico, há espaço para empresas que sejam inovadoras e tenham plataformas de vendas modernas, seja por e-commerce ou aplicativos”, analisa Kawauti.

Imprensa:

Renan Miret

(11) 3254 8810 | (11) 9 7215 6303

renan.miret@inpresspni.com.br

Vinícius Bruno

(11) 3251 2035 | (11) 9 7142 0742

vinicius.bruno@spcbrasil.org.br

Vanessa Montenegro

(61) 3213 2022 | (61) 9 8139 3596

vanessa.montenegro@cndl.org.br