

MERCADO DE HIGIENE DESCARTÁVEL NA AMÉRICA LATINA: EXPLORANDO O CENÁRIO ATUAL E A EVOLUÇÃO FUTURA



O mercado de Higiene Descartável na América Latina está em um momento crucial de transformação: a **diversidade cultural, econômica e demográfica da região** cria um cenário dinâmico repleto de desafios e oportunidades.

Em meio a esses desafios, **várias tendências importantes estão surgindo** que definirão o futuro do mercado de Higiene Descartável.

Principais tendências que moldam o mercado de higiene descartável da América Latina

A América Latina é **um continente de contrastes**, com diferentes cenários financeiros, dinâmicas demográficas e nuances culturais. No entanto, algumas macrotendências fundamentais estão presentes em toda a região, moldando o mercado de Higiene Descartável.

- **Taxas de natalidade em declínio:** A diminuição das taxas de natalidade na América Latina está alterando significativamente o mercado dos produtos de cuidados para bebês, com a redução do número de recém-nascidos impactando a demanda por fraldas e fraldas-calça.
- **Empoderamento da mulher:** O crescente poder econômico das mulheres está remodelando o mercado de cuidados menstruais, impulsionando um crescimento substancial do volume de negócios à medida que sua capacidade de compra aumenta.
- **Envelhecimento da população:** Com o envelhecimento da população da região, o número de pessoas que enfrentam problemas de incontinência continua a aumentar, impulsionando o rápido crescimento do volume de negócios no mercado de produtos de incontinência para adultos.

Para entender melhor a dinâmica atual do mercado, é necessário analisar cada segmento-chave em detalhe, considerando como essas tendências estão influenciando os diferentes aspectos do mercado de Higiene Descartável na América Latina.

Fraldas para bebê: Como o declínio das taxas de natalidade está redefinindo o mercado

O mercado de fraldas para bebês na América Latina está passando por mudanças significativas devido ao **declínio das taxas de natalidade**, uma tendência que se

acelerou inesperadamente em 2023. De acordo com a America's Quarterly, entre 2013 e 2022, os nascimentos diminuíram entre 10% e 34% em oito países da América Latina que representam dois terços da população total da região.¹ Fatores como urbanização, mulheres focadas na carreira e uma crescente relutância em ter filhos estão contribuindo fortemente para esse fenômeno. Além disso, um melhor acesso à contracepção permite que as mulheres controlem o planejamento familiar, resultando em menos gestações na adolescência, mais planejamento familiar intencional e uma queda significativa nas taxas de natalidade. Isso levou à **estagnação da demanda por fraldas para bebês**, com a expectativa de que os volumes sofram uma leve redução nos próximos anos: espera-se uma CAGR de -1,3% para fraldas para bebês e de -0,2% para fraldas-calça até 2028.

Apesar da redução da demanda, **a subida da inflação e o crescimento das vendas de fraldas-calça para bebês ainda suportam o aumento do valor em toda a categoria.** Além disso, o valor geral do segmento de bebês também aumentou devido à crescente preferência dos pais por produtos premium. Em países como o Uruguai, as linhas de fraldas descartáveis premium para bebês são muito populares, com os consumidores demonstrando forte lealdade a esses produtos.²

À medida que as famílias latino-americanas se tornam mais reduzidas, as marcas devem priorizar o desenvolvimento de produtos de qualidade superior que atendam às demandas dos pais que buscam qualidade, facilidade de uso e conforto para seus bebês. A premiumização continuará a desempenhar um papel fundamental para dar resposta a essas necessidades em constante mudança.

Empoderamento econômico da mulher: Um divisor de águas para os produtos de cuidados menstruais

No cenário em constante mudança do mercado de produtos de higiene, o **segmento de cuidados menstruais na América Latina está experimentando um crescimento dinâmico**, impulsionado pelo crescente empoderamento econômico das mulheres. De acordo com o Fórum Econômico Mundial, a **igualdade de gênero** está avançando em toda a região, com as mulheres tendo mais acesso à educação, ao emprego e aos recursos financeiros. Essas transformações estão contribuindo para **aumentar a demanda por produtos de proteção sanitária.**

Em 2023, o segmento de cuidados menstruais se recuperou das quedas causadas pela pandemia. Enquanto se espera que o volume de mercado cresça a uma taxa composta de crescimento anual (**CAGR**) de **+2%** até 2028, o valor de mercado deverá aumentar em **+24%** durante o mesmo período, refletindo a mudança dos consumidores em direção a produtos premium e de maior qualidade³.

O **Banco Mundial**⁴ também destaca os esforços para melhorar a inclusão econômica e social das mulheres, aumento ainda mais a conscientização sobre as práticas de gestão menstrual, bem como o poder de compra. Como resultado, o mercado de cuidados menstruais está crescendo em volume e valor, apresentando oportunidades significativas

¹ [Americasquarterly](#)

² Fraldas/Fraldas-calça no Uruguai, Euromonitor International, 2024.

³ Euromonitor International, 2024.

⁴ [BANCO MUNDIAL](#)

para as marcas que direcionem suas soluções a essa base de consumidores cada vez mais empoderada.

Capturando o crescimento dos produtos para incontinência de adultos

A terceira tendência que está moldando a evolução do mercado de Higiene Descartável na América Latina é o rápido envelhecimento da população, o que cria oportunidades significativas dentro deste mercado, particularmente no segmento dos produtos para incontinência de adultos. De acordo com a CEPAL, a região está passando por rápidas mudanças demográficas, com a expectativa de que as pessoas com 60 anos ou mais representarão **25,1% da população até 2050**. À medida que o número de adultos mais velhos aumenta, também cresce a prevalência de condições médicas como a incontinência, impulsionando a demanda por produtos para incontinência: em 2023, o mercado dos produtos para a incontinência adulta na região atingiu um volume de **2,09 bilhões de unidades**⁵ e espera-se que continue a se expandir.

Até 2028, prevê-se que o mercado cresça a uma **CAGR estável de 4%**, com o **segmento do varejo** liderando o crescimento com uma **CAGR de 5%**, enquanto os segmentos **AFH** (Away from Home) e de **Reembolso** deverão crescer a uma **CAGR de 2%** durante o mesmo período. Na verdade, os governos e os prestadores de serviços de saúde estão cada vez mais focados na conscientização e no cuidado dos idosos, o que acelera ainda mais o crescimento do mercado.⁶



Adult Inco Market in Central & Latin America

Volume (bn units)	2023	CAGR 21-23	CAGR 23-F28
AFH	0,25	+2%	+2%
Reimbursement	0,32	+2%	+2%
Retail	1,52	+5%	+5%
TOTAL	2,09	+4%	+4%

CAGR: Compound Average Growth Rate

Source: Euromonitor International

De acordo com *The Economist*, a queda das taxas de fertilidade na região também está redirecionando as prioridades econômicas **no sentido de oferecer melhor assistência a uma população em envelhecimento**, aumentando ainda mais a necessidade de soluções para a incontinência.

À medida que aumenta a **conscientização sobre a incontinência** e os produtos se tornam mais acessíveis e discretos, os fabricantes posicionam-se com o objetivo de capitalizar essa demanda crescente. **O mercado oferece um potencial significativo**,

⁵ CEPAL

⁶ Euromonitor International, 2024.

não apenas em termos de volume, mas também no desenvolvimento de produtos de alto desempenho que atendam às necessidades em constante evolução da população idosa na América Latina.

Como o comportamento do consumidor e os canais estão evoluindo na América Latina

Em todos os segmentos do mercado de Higiene Descartável, os canais tradicionais de varejo, como **supermercados e hipermercados, continuam dominantes**. No entanto, o comércio eletrônico está ganhando força rapidamente, à medida que os consumidores priorizam cada vez mais a conveniência, uma seleção mais ampla de produtos e preços mais competitivos.

Para os fabricantes, a adaptação a essas mudanças no comportamento do consumidor é crucial. Oferecer **opções de compra omnicanal** pode ajudar a alcançar uma base de consumidores mais ampla e aumentar a fidelidade à marca, proporcionando experiências de compra integradas em várias plataformas.

Como os fabricantes podem prosperar no mercado em evolução da América Latina?

- 1. Aproveitar as oportunidades de valor de mercado:** Os fabricantes devem capitalizar as oportunidades desenvolvendo produtos inovadores que atendam a demandas específicas do mercado, como conveniência e saúde da pele. Isso ajudará as empresas a estabelecer uma posição sólida no mercado latino-americano e alcançar uma lucratividade sustentada.
- 2. Alavancar a premiumização:** A premiumização está impulsionando o crescimento do valor, apesar da queda do consumo. Em países como o Uruguai, o volume de vendas de fraldas no setor do varejo caiu consideravelmente em 2023 devido ao declínio das taxas de natalidade e ao contrabando em pequena escala proveniente da Argentina. No entanto, o valor de mercado cresceu à medida que os consumidores optaram por produtos premium que oferecem melhor desempenho e benefícios para o cuidado da pele. As marcas que oferecem qualidade superior estão se destacando neste mercado competitivo.⁷
- 3. Consumidoras-alvo:** O empoderamento econômico das mulheres na América Latina apresenta uma oportunidade significativa. As empresas devem concentrar seus esforços de marketing para atrair esse público, particularmente nos cuidados menstruais, mas também em outros segmentos. De fato, as mulheres ainda são as principais cuidadoras na maioria das famílias, sendo, portanto, as principais compradoras de produtos de higiene descartáveis.
- 4. Apostar no comércio eletrônico:** À medida que o comércio eletrônico continua a crescer, os fabricantes devem investir na construção de canais de vendas online

⁷ Fraldas/Fraldas-calça no Uruguai, Euromonitor International, 2024.

sólidos. Oferecer experiências de compra personalizadas e opções de entrega rápidas e confiáveis ajudará a capturar esse segmento em rápida expansão.

Aproveitar oportunidades em um mercado de contrastes

O mercado de Higiene Descartável na América Latina é complexo, mas cheio de potencial. Embora desafios como o declínio das taxas de natalidade e o aumento da inflação estejam remodelando o segmento dos produtos de cuidados para bebês, estão surgindo oportunidades nos setores de incontinência em adultos e cuidados menstruais.

A GDM está aqui para ajudá-lo a navegar por essas dinâmicas de mercado e garantir que seus produtos vão ao encontro das necessidades dos consumidores latino-americanos atuais.

Entre em contato conosco hoje mesmo.