Produtos de Cuidados Pessoais e Beleza - Brazil

December 2021

Tendências em Ingredientes de Beleza e Cuidados Pessoais - Brazil

"A pandemia elevou a priorização da saúde e segurança, levando os consumidores brasileiros a buscarem por maior transparência e comprovação científica para a eficácia de produtos de beleza e cuidados pessoais. Alguns ingredientes clássicos são conhecidos por boa parte dos consumidores e podem representar diferencial estratégico. No entanto, o elevado ...

November 2021

Varejo de Beleza - Brazil

"A pandemia acelerou a adoção da compra online, mas mesmo assim, a compra física segue sendo a preferência de uma parcela significativa dos brasileiros. As farmácias têm destaque ao oferecerem flexibilidade nas entregas e interações, ganhando penetração no canal online. O investimento em ferramentas tecnológicas, como inteligência artificial e realidade ...

October 2021

Perfumes - Brazil

"Os brasileiros, que sempre foram conhecidos pelo uso assíduo de perfumes, mantiveram esse produto como parte importante de sua rotina, seja como uma etapa complementar de higiene ou para ajudá-los a relaxar. O uso de perfumes em casa abriu espaço para que a categoria de aromatizadores para ambientes ampliasse ...

September 2021

Proteção da Pele - Brazil

"Os cuidados da pele ganharam maior relevância durante a pandemia, sob influência da maior preocupação dos brasileiros em relação à aparência de sua pele, e em razão da priorização de rituais de autocuidado. Em um momento de retomada das atividades ao ar livre e interações sociais, os consumidores demandam soluções ...

Vitaminas, Suplementos & MIPs - Brazil

"A COVID-19 despertou nos brasileiros uma grande preocupação com a manutenção e a melhora das condições de saúde, o que gerou uma ótima oportunidade para a categoria de vitaminas e suplementos. Outras questões geradas pela pandemia,

© 2024 Mintel Group Ltd. All Rights Reserved. Confidential to Mintel.

como preocupações excessivas, estresse e ansiedade, aumentaram a busca por MIPs que ajudem nessas ...

August 2021

Maquiagem e Esmalte para Unhas - Brazil

"A categoria de maquiagem foi a que mais sofreu com os impactos gerados pela pandemia, em especial devido às restrições sociais e ao agravemento da crise econômica no Brasil. Por outro lado, a categoria de esmaltes para as unhas mostrou-se mais resiliente, com muitas marcas explorando interações digitais para se ...

June 2021

Hábitos de Cuidados da Casa - Brazil

"O lar tornou-se o centro da rotina dos consumidores brasileiros durante a pandemia, elevando a priorização das rotinas de limpeza e cuidados da casa. A desinfecção tornou-se uma etapa tão fundamental quanto a limpeza, aumentando a busca por desinfetantes para uso em diferentes superfícies. Nesse contexto, os consumidores demonstram interesse ...

May 2021

Cuidados com o Cabelo - Brazil

"Durante a pandemia, dois movimentos antagonistas marcaram a categoria de cuidados capilares: a busca por rotinas minimalistas caracterizada pela transição para cabelos sem química, e o maior interesse por tratamentos até então realizados por profissionais em casa. Os brasileiros demonstram interesse por inovações pautadas por sustentabilidade, conveniência e personalização. Apesar ...

April 2021

Hábitos de Higiene Pessoal - Brazil

© 2024 Mintel Group Ltd. All Rights Reserved. Confidential to Mintel.

"A pandemia elevou a essencialidade das categorias de higiene pessoal. Apesar do isolamento social, os brasileiros aderiram a hábitos de higiene mais intensos, incluindo em sua rotina o uso de produtos até então considerados nicho, como sabonete líquido, álcool em gel e lenços umedecidos. As marcas encontram espaço propício para ...

March 2021

Hábitos do Consumidor de Produtos de Beleza - Brazil

"A pandemia elevou a demanda por saúde, tanto física quanto mental, levando à ritualização das rotinas de beleza e cuidados pessoais, e conectando-as aos benefícios gerados pelo autocuidado. Por outro lado, os brasileiros adotaram rotinas mais minimalistas, adotando os fios ao natural e cuidados mais simples com a pele do ...

© 2024 Mintel Group Ltd. All Rights Reserved. Confidential to Mintel.