



“A categoria de produtos para cuidados com o cabelo segue tentando trazer inovações no Brasil. As diversas campanhas e ações de marketing das marcas mostram a importância que ela tem no país.”

– **Juliana Martins, Especialista Sênior de Beleza e Cuidados Pessoais**

Este relatório responde às seguintes questões:

- **Expansão da Amazon promete mudar o cenário do comércio eletrônico de beleza no Brasil**
- **Mais da metade dos brasileiros não coloriu os fios nos últimos meses**
- **Millennials parecem ser menos fiéis às marcas de produtos capilares**

Porém, os consumidores ainda parecem receosos quanto ao uso de certos produtos – como os de coloração – e a alguns comportamentos – como a aceitação ou não do seu cabelo tal como ele realmente é. Estar próximo dos consumidores, explicar os diversos benefícios dos seus produtos e entender os diferentes tipos de comportamento de acordo com cada geração é imprescindível para as marcas terem sucesso no Brasil.

**COMPRE ESTE  
Relatório agora**

**VISITE:**  
[store.mintel.com](http://store.mintel.com)

**LIGUE:**  
EMEA  
+44 (0) 20 7606 4533

Brasil  
0800 095 9094

Américas  
+1 (312) 943 5250

China  
+86 (21) 6032 7300

APAC  
+61 (0) 2 8284 8100

**EMAIL:**  
[reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)

**Você sabia?**

Este relatório é parte de uma série de relatórios produzidos para lhe proporcionar uma visão mais holística do mercado

## Sumário

### Visão Geral

O que você precisa saber

Definição

### Resumo Executivo

Desafios

Expansão da Amazon promete mudar o cenário do comércio eletrônico de beleza no Brasil

Mais da metade dos brasileiros não coloriu os fios nos últimos meses

Figura 1: Produtos de coloração usados, janeiro de 2019

Millennials parecem ser menos fiéis às marcas de produtos capilares

Figura 2: Comportamentos em relação a cuidados com o cabelo, por geração, janeiro de 2019

Oportunidades

Segmento de alimentos e bebidas pode inspirar a categoria de produtos capilares

Formatos em pincel ou cushion para retoque da raiz trazem praticidade aos consumidores

Figura 3: Interesse em produtos para cuidados com o cabelo, por produtos de coloração usados, janeiro de 2019

Fragrâncias relaxantes podem ajudar jovens estudantes em momentos de estresse

Figura 4: Interesse em produtos para cuidados com o cabelo, por faixa etária, janeiro de 2019

O que nós pensamos

### Fatores Que Influenciarão o Mercado

Empresas globais começam a agir em prol do meio ambiente

Figura 5: Campanha #NoDejesRastro, da Head & Shoulders, setembro de 2018

Figura 6: Campanha Doe Água Pura, da P&G, novembro de 2018

Aquecimento global pode gerar oportunidades de inovação na categoria

Vitaminas e suplementos capilares poderiam atrair população idosa

Expansão da Amazon promete mudar o cenário do comércio eletrônico de beleza no Brasil

Segmento de alimentos e bebidas pode inspirar a categoria de produtos capilares

### Empresas, Marcas e Inovações – O Que Você Precisa Saber

Unilever e L'Oréal detêm mais da metade das vendas de xampus e condicionadores

Marcas de produtos capilares investem em novas formulações e campanhas publicitárias

Posicionamentos de anti-idade e antipoluição podem trazer inovação

Marcas se destacam com novos produtos que poderiam agradar brasileiros

### Participação de Mercado

Unilever foi a líder em vendas de xampus e condicionadores em 2017

Figura 7: Participação dos líderes de vendas no varejo de xampus e condicionadores, por valor – Brasil, 2016-17

As duas líderes de mercado detêm mais da metade da participação nas vendas de coloração

Figura 8: Participação dos líderes de vendas no varejo de produtos de coloração, por valor – Brasil, 2016-17

### Campanhas e Ações de Marketing

COMPRE ESTE  
relatório agora

**VISITE:** [store.mintel.com](http://store.mintel.com)

**LIGUE:** EMEA +44 (0) 20 7606 4533 | Brasil 0800 095 9094

Américas +1 (312) 943 5250 | China +86 (21) 6032 7300

APAC +61 (0) 2 8284 8100 |

**EMAIL:** [reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)

**Elsève lança óleo específico para cabelos cacheados**

Figura 9: Campanha da nova linha Elsève Óleo Extraordinário Cachos, março de 2018

**Nutrisse lança campanha com novas embaixadoras da marca**

Figura 10: Campanha “Cabelos nutridos, melhor cor”, da Garnier Nutrisse, junho de 2018

**Creme para pentear cabelos cacheados é nova aposta da Pantene**

Figura 11: Campanha do novo creme para pentear Pantene, março de 2018

**Pantene investiu em linha com água micelar**

Figura 12: Campanha da linha Micelar Pantene, Setembro de 2018

**Linha Match SOS Reconstrução é lançada por O Boticário**

Figura 13: Campanha de Match SOS Reconstrução, de O Boticário, agosto de 2018

**TRESemmé relança seu portfólio em embalagens com conceito mais sustentável**

Figura 14: Campanha #IssoMudaTudo, da TRESemmé, julho de 2018

**TRESemmé realiza promoção com reembolso na compra de seus novos produtos**

Figura 15: Site oficial da promoção Não Custa Nada TRESemmé, junho de 2018

**Além disso, a marca realizou uma ação de live marketing em São Paulo**

**Seda lança linha micelar com assinatura de youtuber**

Figura 16: Campanha de lançamento do #SedaByNiina, novembro de 2018

**Eudora lança primeira linha de tratamento capilar profissional**

Figura 17: Campanha de lançamento do Siège Expert Regeneração Extrema, junho de 2018

**Nova campanha da Salon Line apresenta mulheres com diversos tipos de cabelo**

Figura 18: Filme #seeuquisereucesso, da Salon Line, novembro de 2018

**Bruna Marquezine é estrela da nova campanha da Head & Shoulders**

Figura 19: Campanha #eurespeitominharaiz, da Head & Shoulders, maio de 2018

**Koleston lança novas cores e posicionamentos**

Figura 20: Filme Koleston – 7 Sinais de um Cabelo Saudável, dezembro de 2018

**Cantora Lexa participa de nova campanha da Embelleze**

Figura 21: Filme Lançamento Shampoo Vitay - Poderosa a todo momento, junho de 2018

**Quem Está Inovando?**

**Há oportunidades para produtos de coloração com apelo anti-idade**

Figura 22: Lançamentos de produtos para cuidados com o cabelo, por subcategoria, Brasil, janeiro de 2016-fevereiro de 2019

**Subcategorias podem trazer novos posicionamentos aos produtos antipoluição**

Figura 23: Lançamentos globais de produtos para cuidados com o cabelo, por posicionamento ‘proteção contra elementos’, top 5 países, janeiro de 2016-fevereiro de 2019

**Estudos de Caso**

**Marca Love Beauty and Planet aumentou vendas da Unilever em 4% em 2018**

Figura 24: Missão da marca Love Beauty and Planet, da Unilever, julho de 2018

**Turbantes que ajudam a secar o cabelo fazem sucesso nos Estados Unidos**

Figura 25: Apresentação da marca Aquis Haircare, fevereiro de 2018

**Function of Beauty traz tendência da personalização aos produtos capilares**

Figura 26: Apresentação da marca Function of Beauty, fevereiro de 2018

**COMPRE ESTE  
relatório agora**

**VISITE:** store.mintel.com

**LIGUE:** EMEA +44 (0) 20 7606 4533 | Brasil 0800 095 9094

Américas +1 (312) 943 5250 | China +86 (21) 6032 7300

APAC +61 (0) 2 8284 8100 |

**EMAIL:** reports@mintel.com

## O Consumidor – O Que Você Precisa Saber

Pesquisa mostra os tipos, formatos e estilos de cabelo mais comuns dos brasileiros

Poucos brasileiros afirmam ter usado produtos de coloração nos fios

Alguns brasileiros têm medo de que produtos de coloração danifiquem seus cabelos

Cuidados com o couro cabeludo e fragrâncias relaxantes são posicionamentos interessantes para a categoria

Sustentabilidade e cultura do cabelo liso são temas importantes na categoria

## O Cabelo dos Brasileiros

Produtos de transição capilar específicos para serem usados no verão podem ter alta procura pelos brasileiros

Figura 27: O cabelo dos brasileiros: cabelo atual liso, por cabelo natural, janeiro de 2019

Figura 28: Análise de buscas no Google Trends pelo termo "transição capilar", Brasil, janeiro de 2004 a fevereiro de 2019

Consumidores com cabelo liso podem se interessar por "óleos capilares não oleosos"

Figura 29: O cabelo dos brasileiros: formato de cabelo, por tipo de cabelo e raiz, janeiro de 2019

Marcas de produtos profissionais têm oportunidades de aumentar canais de venda

Figura 30: O cabelo dos brasileiros: atitude do consumidor selecionada, por tratamentos de cabelo, janeiro de 2019

## Produtos de Coloração Usados

Mais da metade dos brasileiros não coloriu os fios nos últimos meses

Figura 31: Produtos de coloração usados, janeiro de 2019

Serviços de personalização deverão fazer parte dos canais de venda de produtos de coloração

Figura 32: Produtos de coloração usados, por geração, janeiro de 2019

Formatos em pincel ou cushion para retoque da raiz trazem praticidade aos consumidores

Figura 33: Interesse em produtos para cuidados com o cabelo, por produtos de coloração usados, janeiro de 2019

## Barreiras ao Uso de Produtos de Coloração em Casa

Máscaras tonalizantes podem atrair consumidores que têm receio de danificar os fios

Figura 34: Formatos de cabelo, por barreira ao uso de produtos de coloração selecionada, janeiro de 2019

Produtos de coloração precisam inovar para incentivar mais homens a usá-los

Figura 35: Barreiras ao uso de produtos de coloração em casa, por gênero, janeiro de 2019

## Interesse em Produtos para Cuidados com o Cabelo

Consumidores podem se interessar por produtos que cuidem do microbioma do couro cabeludo

Figura 36: Interesse em produtos para cuidados com o cabelo, janeiro de 2019

Fragrâncias relaxantes podem ajudar jovens estudantes em momentos de estresse

Figura 37: Interesse em produtos para cuidados com o cabelo, por faixa etária, janeiro de 2019

Produtos que pensem na sustentabilidade podem atrair classes AB

Figura 38: Interesse em produtos para cuidados com o cabelo, por classe socioeconômica, janeiro de 2019

## Comportamentos e Atitudes em Relação a Cuidados com o Cabelo

É preciso educar os consumidores quanto aos benefícios das embalagens refil

Figura 39: Comportamentos em relação a cuidados com o cabelo, janeiro de 2019

Millennials parecem ser menos fiéis às marcas de produtos capilares

COMPRE ESTE  
relatório agora

**VISITE:** [store.mintel.com](http://store.mintel.com)

**LIGUE:** EMEA +44 (0) 20 7606 4533 | Brasil 0800 095 9094

Américas +1 (312) 943 5250 | China +86 (21) 6032 7300

APAC +61 (0) 2 8284 8100 |

**EMAIL:** [reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)

Figura 40: Comportamentos em relação a cuidados com o cabelo, por geração, janeiro de 2019

Apesar de alguns nordestinos quererem deixar seus fios mais naturais, muitos ainda gostariam de ter cabelo natural mais liso

Figura 41: Atitudes em relação a cuidados com o cabelo, janeiro de 2019

## Apêndice – Abreviações

Abreviações

## Apêndice – Tamanho de Mercado

Tamanho de mercado

Figura 42: Vendas no varejo de xampus e condicionadores, em valor – Brasil, 2013-18

Figura 43: Vendas no varejo de produtos de coloração, em valor – Brasil, 2013-18

Participação de mercado

Figura 44: Participação dos líderes de vendas no varejo de xampus e condicionadores, por valor – Brasil, 2016-17

Figura 45: Participação dos líderes de vendas no varejo de produtos de coloração, por valor – Brasil, 2016-17

COMPRE ESTE  
relatório agora

**VISITE:** [store.mintel.com](http://store.mintel.com)

**LIGUE:** EMEA +44 (0) 20 7606 4533 | Brasil 0800 095 9094

Américas +1 (312) 943 5250 | China +86 (21) 6032 7300

APAC +61 (0) 2 8284 8100 |

**EMAIL:** [reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)