

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,

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 agravamento 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

“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 ...