

## Impacto da COVID-19 em Produtos de Beleza e Cuidados Pessoais - Brasil - Junho 2020

Preço do relatório: £2958.60 | \$3995.00 | €3329.61

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.



“Os brasileiros sempre se preocuparam com seus hábitos de higiene. Não é surpresa, portanto, que esses hábitos tenham sido mantidos após o surto de COVID-19.”  
– Naira Sato, Diretora de Pesquisa

Este relatório responde às seguintes questões:

Mesmo com salões e outros negócios abertos, a recessão e o medo de serem expostos ao coronavírus vão continuar afetando as decisões dos consumidores, que podem acabar optando cada vez mais por fazer tratamentos de salão e spa em casa. Por fim, novos hábitos adquiridos durante e após a quarentena levaram a uma mudança na forma como as marcas de beleza podem se conectar de maneira mais significativa com os consumidores.

**COMPRE ESTE  
Relatório agora**

**VISITE:**  
[store.mintel.com](https://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

# Impacto da COVID-19 em Produtos de Beleza e Cuidados Pessoais - Brasil - Junho 2020

Preço do relatório: £2958.60 | \$3995.00 | €3329.61

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

## Sumário

### Introdução

Definição

COVID-19: contexto brasileiro

### Resumo Executivo

Perspectiva da Analista: COVID-19 e a Categoria de Beleza e Cuidados Pessoais

Principais Destaques

Figura 1: Impacto em curto, médio e longo prazo da COVID-19 no mercado de beleza e cuidados pessoais, junho de 2020

Curto prazo

Indústria se posiciona para atender desejo do consumidor por bem-estar emocional

Alcançar consumidores onde eles estiverem

Médio prazo (final de 2020)

Medo de sair de casa aumenta busca por soluções mais baratas

Longo prazo (1-2 anos)

Consumidores querem garantias, e sustentabilidade será importante

Experiência de compra 'sem toque'

Buscando um equilíbrio entre aparência e bem-estar mental

### O impacto da COVID-19 nos consumidores

Brasileiros se mostram muito preocupados com a exposição à COVID-19

Figura 2: Preocupação com o risco de ser exposto à COVID-19, Brasil, 17 de março a 15 de junho de 2020

Figura 3: Preocupação da COVID-19 afetar o estilo de vida, Brasil, 17 de março a 15 de junho de 2020

COVID-19 causa mudanças nas prioridades de vida

Figura 4: Mudanças nas prioridades pessoais devido à COVID-19, Brasil, 28 de maio a 15 de junho de 2020

COVID-19 e o impacto na economia

Figura 5: Mudanças nas prioridades de gastos devido à COVID-19, Brasil, 28 de maio a 15 de junho de 2020

Figura 6: Percepção sobre situação financeira, Brasil, 28 de maio a 15 de junho de 2020

Mintel Trend Drivers

Figura 7: Intel Trends Drivers

Wellbeing

Value

Rights e Surroundings

### O impacto da COVID-19 em produtos de beleza e cuidados pessoais

Como a COVID-19 já impactou a categoria de produtos de beleza e cuidados pessoais

Comportamentos que irão mudar em curto prazo

Hábitos de higiene se mantêm após surto de COVID-19

Figura 8: Mudanças de hábitos em beleza e cuidados pessoais em decorrência da COVID-19, Brasil, 13 de abril a 30 de abril de 2020

Bem-estar emocional ganha maior destaque entre consumidores

COMPRE ESTE  
relatório agora

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

# Impacto da COVID-19 em Produtos de Beleza e Cuidados Pessoais - Brasil - Junho 2020

Preço do relatório: £2958.60 | \$3995.00 | €3329.61

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

Pandemia estimula crescimento da compra online e engajamento via redes sociais

Figura 9: Eudora apoia representantes da marca em nova campanha

Mais tempo em casa gera novas demandas de produtos

Comportamentos que irão mudar em médio prazo

Varejo físico precisará se adaptar

Recessão e medo da COVID-19 fazem consumidores buscarem por soluções em casa

Consumidores irão buscar por mais soluções de higiene e beleza on-the-go

Uso de máscaras traz oportunidades de inovações para a indústria

Preocupação com a contaminação cria demanda para novos formatos e embalagens

Comportamentos que irão mudar em longo prazo

O conceito de clean beauty evoluirá guiado pela transparência

Haverá mudanças nos drivers de sustentabilidade

Figura 10: Vídeo: Oceana's 2019 Victories

Investimento em novas tecnologias mudará a experiência de compra

Cuidados com a aparência e bem-estar mental serão complementares

## Apêndice – Abreviações

Abreviações

COMPRE ESTE  
relatório agora

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