

Maquiagem e Esmalte para Unhas - Brasil - 2021

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.

Este relatório analisa as seguintes áreas

- Impactos da COVID-19 nas categorias de maquiagem e esmaltes para unhas
- Hábitos de consumo de produtos de maquiagem, considerando o tipo e cor da pele
- Hábitos de consumo de esmaltes e outros produtos para cuidados das unhas
- Claims mais relevantes em produtos de maquiagem
- Atitudes em relação ao uso de maquiagem e produtos para cuidados das unhas

Dentre as categorias de beleza, a de produtos de maquiagem foi a mais impactada pela pandemia, que levou à alteração das rotinas e os hábitos dos brasileiros. A adoção do trabalho remoto e ensino à distância fizeram com que os consumidores reduzissem o uso de maquiagem, ao mesmo tempo em que passaram a investir mais no uso de produtos para os cuidados da pele. A adoção do uso da máscara facial em público também representou uma barreira importante ao uso de maquiagem. Já a categoria de esmaltes para unhas mostrou-se mais resiliente neste período. Tanto pelo fato de muitos brasileiros passarem a fazer as unhas em casa, quanto pela busca por produtos que protejam as unhas dos danos causados pelas rotinas mais intensas de limpeza e pelo uso de produtos que podem danificar as unhas e cutículas.



“A categoria de maquiagem foi a que mais sofreu com os impactos gerados pela pandemia. Por outro lado, a categoria de esmaltes para as unhas mostrou-se mais resiliente. Para as duas categorias, será imprescindível investir em fórmulas com benefícios funcionais e pautados por ética, sustentabilidade e conveniência.”

– **Amanda Caridad, Analista Sênior Beleza e Cuidados Pessoais**

Compre este relatório agora

Visite	store.mintel.com
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

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

Sumário

VISÃO GERAL

- O que você precisa saber
- Principais pontos deste Relatório
- Definição
- COVID-19: contexto de mercado

RESUMO EXECUTIVO

- Visão geral do mercado
- Impacto da COVID-19 na categoria de maquiagem e esmaltes para unhas
Figura 1: Impacto esperado da COVID-19 em curto, médio e longo prazos para a categorias de maquiagem e esmaltes para unhas, 2021
- Intel Trend Drivers
Figura 2: Intel Trends Drivers
- Desafios
- Máscara facial impacta uso de maquiagem entre brasileiros que trabalham fora de casa
- Marcas nacionais encontram desafio para expandir alcance entre homens que são usuários de maquiagem
- Sustentabilidade torna-se diferencial em produtos de maquiagem no Brasil
- Oportunidades
- Preocupação em relação a germes aumenta demanda por acessórios mais higiênicos para aplicação de maquiagem
- Marcas de batons podem expandir uso ao oferecer benefícios de tratamento para os lábios
- Brasileiros que fazem as unhas em casa são atraídos por benefícios de tratamento em esmaltes para as unhas

FATORES QUE INFLUENCIARÃO O MERCADO

- Consumo de produtos de beleza é impactado por aumento do desemprego e redução do auxílio emergencial
- Reforma tributária pode encarecer produtos de beleza ao consumidor final
- Segmento de cosméticos apresenta bom desempenho, especialmente na categoria de esmaltes para unhas
- Salões de beleza sofrem com restrições sanitárias e agravamento da crise causada pela pandemia

EMPRESAS, MARCAS E INOVAÇÕES

- Empresas e marcas

O que está incluído

Resumo Executivo

Relatório Completo (PDF)

Visão Geral Infográfica

Apresentação (PowerPoint)

Livro de Dados Interativo

Edições Anteriores

Você sabia?

Este relatório faz parte de uma série de relatórios elaborados para oferecer uma visão mais holística deste mercado.

Todos os relatórios da Intel de 2020 contêm pesquisas e previsões específicas relacionadas à pandemia de COVID-19. As marcas líderes mundiais confiam nos relatórios da Intel para obter inteligência de mercado de forma completa, objetiva e prática.

Compre este relatório agora

Visite store.mintel.com

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

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.

- **Com desempenho acima do esperado, Avon retoma crescimento no Brasil**
Figura 3: Avon Conecta | Avon Tá On – Brasil, 2021
- **Em colaboração inédita, O Boticário e Track & Field criam linha de maquiagem para esportes**
Figura 4: Make B. Unlimited em parceria com Track & Field – Brasil, 2021
- **No mês do Orgulho LGBTQIA+, marcas reforçam importância do posicionamento diante de temas sociais**
Figura 5: Balm Labial Orgulho é parte da coleção #Orgulho de O Boticário
Figura 6: Dia dos Namorados | O Boticário – 2021
Figura 7: Avon celebra orgulho LGBTQIA+ com coleção e live no Instagram
Figura 8: Natura debate intolerância e LGBTQIA+fobia
- **MAC Cosmetics reúne cantoras pop latinas para evidenciar a beleza do olhar**
Figura 9: Baile dos Olhos – MAC com Pablo Vittar e Natti Natasha – Brasil, 2021
- **Ex-participantes de reality shows são aposta de marcas de maquiagem em campanhas nas redes sociais**
Figura 10: Campanha #ExponhaSuasCores, O Boticário – Brasil, 2021
Figura 11: Campanha #BERENENSE integra marcas Quem disse, Berenice? e Intense – Brasil, 2021
Figura 12: Juliette e Lukas Koka Penteados estrelam campanhas da Avon
Figura 13: Camilla de Lucas é nova embaixadora da Vult – Brasil, 2021
- **Risqué lança coleção de esmaltes inspirada no seriado Friends e realiza ação em parceria com Rappi para celebrar a amizade**
Figura 14: Risqué apresenta nova coleção inspirada na série Friends
- **Vult celebra diversidade étnica brasileira com campanha “Uma beleza inspira a outra”**
Figura 15: #BelezaQueInspira – Minha história, minha arma secreta, com Taís Araújo – Brasil, 2020
- **Boca Rosa implementa estratégia simultânea em suas redes sociais para lançar seus produtos**
Figura 16: Programa Boca a Boca com Bianca Andrade

O que está incluído

Resumo Executivo

Relatório Completo (PDF)

Visão Geral Infográfica

Apresentação (PowerPoint)

Livro de Dados Interativo

Edições Anteriores

Você sabia?

Este relatório faz parte de uma série de relatórios elaborados para oferecer uma visão mais holística deste mercado.

Todos os relatórios da Mintel de 2020 contêm pesquisas e previsões específicas relacionadas à pandemia de COVID-19. As marcas líderes mundiais confiam nos relatórios da Mintel para obter inteligência de mercado de forma completa, objetiva e prática.

Compre este relatório agora

Visite store.mintel.com

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

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

QUEM ESTÁ INOVANDO?

- **Maquiagem multiuso pode ser alternativa prática e econômica para brasileiros após a pandemia de COVID-19**
Figura 17: Total de lançamentos de produtos de maquiagem multiuso por TOP 10 mercados, 2019 a 2021
Figura 18: Produtos de maquiagem multiuso para iluminar e/ou colorir a pele do rosto
- **Lápis e delineadores labiais podem conquistar espaço com continuidade do uso de máscaras faciais**
Figura 19: Total de lançamentos de produtos de maquiagem facial e maquiagem para os lábios, por data de lançamento, 2019 a 2021
Figura 20: Lápis e delineadores labiais resistentes e de longa duração
- **Estudos de caso**
- **O corretivo exclusivo para peles multirraciais Live Tinted é o novo fenômeno nos Estados Unidos**
Figura 21: How to cover dark under eye circles | Deepica Mutyala – 2015
Figura 22: Corretivo Live Tinted Huestick – Estados Unidos, 2019
- **No Japão, Sopo faz estreia bem-sucedida ao oferecer maquiagem acessível e divertida**
Figura 23: Konbini cosme, um fenômeno no Japão
Figura 24: Campanha de lançamento da Sopo Cosmetics e gôndola com produtos na FamilyMart
Figura 25: Produtos para olhos da marca Sopo
- **BT Skin consagra-se como base para o rosto mais vendida no Brasil**
Figura 26: Linha de produtos Bruna Tavares
Figura 27: Base líquida BT Skin

O CONSUMIDOR – O QUE VOCÊ PRECISA SABER

- **Produtos que ofereçam acabamento natural saem na frente entre as preferências dos brasileiros**
- **Busca por experiências divertidas pode ampliar consumo de delineadores coloridos entre brasileiras que são mães**
- **Além de benefícios funcionais, credenciais éticas e sustentáveis ampliam participação de produtos de maquiagem no mercado**
- **Categoria de esmaltes pode inovar ao comunicar benefícios emocionais e fórmulas de longa duração**

O que está incluído

Resumo Executivo

Relatório Completo (PDF)

Visão Geral Infográfica

Apresentação (PowerPoint)

Livro de Dados Interativo

Edições Anteriores

Você sabia?

Este relatório faz parte de uma série de relatórios elaborados para oferecer uma visão mais holística deste mercado.

Todos os relatórios da Mintel de 2020 contêm pesquisas e previsões específicas relacionadas à pandemia de COVID-19. As marcas líderes mundiais confiam nos relatórios da Mintel para obter inteligência de mercado de forma completa, objetiva e prática.

Compre este relatório agora

Visite store.mintel.com

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

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

- **Unhas postizas podem aumentar participação de mercado ao reforçarem praticidade e visual à prova de erros**
- **Enquanto público sênior busca por segurança e transparência, brasileiros que trabalham e estudam aderem à tendência de “unha-nada”**
- **Maquiagem aumenta confiança de homens em reuniões virtuais, enquanto óleos e sérums encontram espaço nas rotinas mais intensas de cuidados do lar**

USO DE PRODUTOS DE MAQUIAGEM PARA O ROSTO

- **Máscara facial impacta uso de maquiagem entre brasileiros que trabalham fora de casa**

Figura 28: Uso de produtos de maquiagem para o rosto, por trabalho remoto – Brasil, 2021

Figura 29: Produtos de maquiagem para o rosto com benefícios para peles oleosas e propensas à acne

- **Com rotinas cada vez mais digitais, millennials buscam por bases para o rosto com fórmulas que realcem a beleza natural**

Figura 30: Uso de produtos de maquiagem para o rosto, por geração – Brasil, 2021

Figura 31: BECCA Zero No Pigment Collection – 2020

- **Brumas fixadoras de maquiagem podem ser alternativa conveniente para aumentar a durabilidade da maquiagem em peles oleosas**

Figura 32: Uso de produtos de maquiagem para o rosto, por tipos de pele – Brasil, 2021

Figura 33: Brumas fixadoras de maquiagem que oferecem benefícios a peles oleosas

Figura 34: Bruma fixadora de maquiagem da Urban Decay

USO DE OUTROS PRODUTOS DE MAQUIAGEM

- **Preocupação em relação a germes aumenta demanda por acessórios mais higiênicos para aplicação de maquiagem**

Figura 35: Uso total de outros produtos de maquiagem, por situação de emprego e trabalho remoto – Brasil, 2021

Figura 36: Produtos de maquiagem e cuidados faciais com embalagens higiênicas para aplicação fora de casa

- **Delineadores coloridos podem oferecer experiências divertidas às brasileiras que são mães**

Figura 37: Uso de outros produtos de maquiagem, por situação parental por gênero – Brasil, 2021

Figura 38: Delineadores coloridos

O que está incluído

Resumo Executivo

Relatório Completo (PDF)

Visão Geral Infográfica

Apresentação (PowerPoint)

Livro de Dados Interativo

Edições Anteriores

Você sabia?

Este relatório faz parte de uma série de relatórios elaborados para oferecer uma visão mais holística deste mercado.

Todos os relatórios da Mintel de 2020 contêm pesquisas e previsões específicas relacionadas à pandemia de COVID-19. As marcas líderes mundiais confiam nos relatórios da Mintel para obter inteligência de mercado de forma completa, objetiva e prática.

Compre este relatório agora

Visite store.mintel.com

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

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

- **Marcas de batons podem expandir uso ao oferecer benefícios de tratamento para os lábios**

Figura 39: Uso de outros produtos de maquiagem, por situação como estudante e de trabalho – Brasil, 2021

Figura 40: Produtos para os lábios que combinam tratamento à maquiagem

CLAIMS IMPORTANTES EM PRODUTOS DE MAQUIAGEM

- **Brasileiros demonstram preferência por produtos que combinem benefícios funcionais e de beleza a práticas éticas**

Figura 41: Análise TURF – Claims importantes em produtos de maquiagem – Brasil, 2021

Figura 42: Maquiagens que reúnem atributos mais valorizados pelos brasileiros

- **Consumidor brasileiro desafia marcas de maquiagem a aumentarem a oferta de produtos sustentáveis**

Figura 43: Claims importantes em produtos de maquiagem – Brasil, 2021

Figura 44: L'Oréal desenvolve nova embalagem à prova de desperdícios e estabelece parceria com Terracycle

Figura 45: Produtos de maquiagem com embalagens ecológicas

HÁBITOS DE CUIDADOS DAS UNHAS

- **Preocupação com a vizinhança é incentivo para que mulheres de 35 anos ou mais frequentem salões de beleza**

Figura 46: Hábitos de cuidados das unhas, por gênero e idade – Brasil, 2021

Figura 47: Checklist para retomada segura das atividades elaborado pelo SEBRAE – Brasil, 2020

Figura 48: Avec realiza movimento para oferecer ajuda a salões durante a pandemia – Brasil, 2020

- **Marcas podem comunicar benefícios emocionais gerados pela rotina de cuidados das unhas**

Figura 49: Hábitos de cuidados das unhas, por gênero e idade – Brasil, 2021

Figura 50: Esmaltes com cores que remetem ao bem-estar e/ou estado de espírito

- **Blindagem das unhas pode ser técnica interessante para consumidores das classes AB**

Figura 51: Hábitos de cuidados das unhas, por classificação socioeconômica – Brasil, 2021

O que está incluído

Resumo Executivo

Relatório Completo (PDF)

Visão Geral Infográfica

Apresentação (PowerPoint)

Livro de Dados Interativo

Edições Anteriores

Você sabia?

Este relatório faz parte de uma série de relatórios elaborados para oferecer uma visão mais holística deste mercado.

Todos os relatórios da Mintel de 2020 contêm pesquisas e previsões específicas relacionadas à pandemia de COVID-19. As marcas líderes mundiais confiam nos relatórios da Mintel para obter inteligência de mercado de forma completa, objetiva e prática.

Compre este relatório agora

Visite store.mintel.com

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

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

Figura 52: Cuccio oferece kit para blindagem das unhas – Brasil, 2021

- **Uso de esmaltes e produtos para unhas**
- **Esmaltes podem aumentar participação ao oferecer benefícios de tratamento às unhas**

Figura 53: Uso de esmaltes e produtos para unhas por hábitos de cuidados das unhas – Brasil, 2021

Figura 54: Esmaltes formulados com ingredientes que oferecem tratamento às unhas e cutículas

- **Unhas postiças oferecem praticidade e visual à prova de erros a mulheres de 16 a 34 anos**

Figura 55: Uso de esmaltes e produtos para unhas, por gênero e idade – Brasil, 2021

Figura 56: Reels em parceria com influenciadora Janaína Taffarel – Brasil, 2021

Figura 57: Unhas postiças autoadesivas Belliz – Brasil, 2020

Figura 58: Reels com opções de unhas postiças autoadesivas – Brasil, 2020

ATITUDES EM RELAÇÃO AO USO DE MAQUIAGEM E PRODUTOS PARA UNHAS

- **Brasileiros com 55 anos ou mais são os mais preocupados com ingredientes tóxicos em produtos de maquiagem**

Figura 59: Atitudes em relação ao uso de maquiagem e produtos para unhas, por idade – Brasil, 2021

Figura 60: Produtos de maquiagem com fórmulas sem ingredientes tóxicos ou alérgenos

- **Marcas nacionais encontram desafio para expandir alcance entre homens que são usuários de maquiagem**

Figura 61: Atitudes em relação ao uso de maquiagem e produtos para unhas, por gênero – Brasil, 2021

Figura 62: Natura lança linha de maquiagem unisex

Figura 63: Avon lança primeira linha de batons masculinos

- **“Unha-nada” reflete interesse por unhas mais naturais entre brasileiros que trabalham e estudam**

Figura 64: Atitudes em relação ao uso de maquiagem e produtos para unhas, por situação como estudante e de trabalho – Brasil, 2021

Figura 65: Publicações mostram manicures minimalistas

Figura 66: Esmaltes que atendem à demanda por aparência minimalista

O que está incluído

Resumo Executivo

Relatório Completo (PDF)

Visão Geral Infográfica

Apresentação (PowerPoint)

Livro de Dados Interativo

Edições Anteriores

Você sabia?

Este relatório faz parte de uma série de relatórios elaborados para oferecer uma visão mais holística deste mercado.

Todos os relatórios da Mintel de 2020 contêm pesquisas e previsões específicas relacionadas à pandemia de COVID-19. As marcas líderes mundiais confiam nos relatórios da Mintel para obter inteligência de mercado de forma completa, objetiva e prática.

Compre este relatório agora

Visite store.mintel.com

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

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

ROTINAS DE MAQUIAGEM E CUIDADOS DAS UNHAS EM MEIO À PANDEMIA DE COVID-19

- **Preocupação com a aparência estimula homens a usar maquiagem durante reuniões online durante a pandemia**
Figura 67: Rotinas de maquiagem e cuidados das unhas em meio à pandemia de COVID-19, por gênero – Brasil, 2021
Figura 68: Maquiagens exclusivas para homens
- **Rotinas mais intensas de limpeza impulsionam consumo de produtos para o tratamento de unhas e cutículas**
Figura 69: Rotinas de maquiagem e cuidados das unhas em meio à pandemia de COVID-19 – Brasil, 2021
Figura 70: Tratamentos para unhas e cutículas

ABREVIÇÕES

APÊNDICE – TAMANHO DE MERCADO E PARTICIPAÇÃO

- **Tamanho de mercado**
Figura 71: Vendas no setor de maquiagem, em valor – Brasil, 2014-21
- **Participação de mercado**
Figura 72: Participação dos líderes de vendas no setor de maquiagem, por valor – Brasil, 2019-20

O que está incluído

Resumo Executivo

Relatório Completo (PDF)

Visão Geral Infográfica

Apresentação (PowerPoint)

Livro de Dados Interativo

Edições Anteriores

Você sabia?

Este relatório faz parte de uma série de relatórios elaborados para oferecer uma visão mais holística deste mercado.

Todos os relatórios da Mintel de 2020 contêm pesquisas e previsões específicas relacionadas à pandemia de COVID-19. As marcas líderes mundiais confiam nos relatórios da Mintel para obter inteligência de mercado de forma completa, objetiva e prática.

Compre este relatório agora

Visite store.mintel.com

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



Sobre a Intel

A Intel é **especialista em identificar o que os consumidores desejam e por quê**. Como líderes mundiais em inteligência de mercado, nossas análises de consumidores, mercados, inovações de produtos e cenários competitivos fornecem uma perspectiva única sobre as economias globais e locais. Desde 1972, nossas análises preditivas e recomendações de especialistas permitem que nossos clientes tomem melhores decisões de negócios com mais rapidez.

Nosso objetivo é ajudar empresas e pessoas a crescer. Para saber como fazemos isso, visite [intel.com](https://www.mintel.com).