

# Proteção da Pele - 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 pandemia na categoria de proteção para a pele em curto, médio e longo prazos
- Análise sobre tipos e tons de pele como fator de influência para a proteção da pele
- Hábitos de consumo de produtos de cuidados faciais e corporais
- Claims mais buscados em produtos de cuidados faciais e corporais
- Atitudes em relação ao uso de protetor solar durante a pandemia
- Comportamentos em relação à proteção da pele, incluindo mudanças nas rotinas de cuidados e interesse por inovações

A categoria de proteção para a pele ganhou mais relevância durante a pandemia, em razão da adoção de rotinas focadas nos cuidados da pele. Os consumidores brasileiros demonstram preocupação em relação aos danos causados pela exposição aos raios UV, e em alguns casos substituíram o uso de protetor solar por outros produtos de cuidados faciais com proteção solar, reforçando a preferência por produtos com abordagem multifuncional.

O uso da máscara facial trouxe novas demandas, incluindo a busca por produtos que protejam a pele de microorganismos e previnam a "maskne", bem como de formatos que facilitem a reaplicação higiênica em movimento. Apesar de constituírem produtos de nicho, os autobronzeadores faciais podem expandir sua participação entre os consumidores que reduziram a exposição ao sol mas que ainda desejam ter uma pele mais iluminada.



"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."

– **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

## 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 proteção da pele  
Figura 1: Impacto esperado da COVID-19 em curto, médio e longo prazos para proteção da pele, outubro de 2021
- Mintel Trend Drivers  
Figura 2: Mintel Trends Drivers
- Desafios
- Mulheres que são mães desafiam marcas a serem mais inclusivas na comunicação de seus produtos e em campanhas publicitárias
- Proteção contra a luz azul é novo atributo desejável em protetores solares infantis
- Apelo antibacteriano continua relevante para jovens da geração Z que sofrem com 'maskne'
- Oportunidades
- Brasileiros em regime de trabalho híbrido são mais adeptos ao uso de hidratantes faciais com abordagem multifuncional
- Esfoliantes corporais ganham mais adeptos graças à adoção de cuidados do corpo como um ritual de autocuidado
- Produtos de cuidados faciais que ofereçam proteção solar podem desenvolver fórmulas que facilitem a reaplicação sobre a maquiagem

### FATORES QUE INFLUENCIARÃO O MERCADO

- Com novo recorde de desemprego, alta inflacionária e maior restrição do auxílio emergencial, categoria de proteção da pele pode ser impactada
- Categoria de cuidados da pele cresce graças à adoção de novas rotinas durante a pandemia
- STF valida lei que proíbe testes em animais para o desenvolvimento de produtos cosméticos no Rio de Janeiro

## 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](https://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.

- **ANVISA posterga vigência da nova regulamentação de rótulos de produtos cosméticos, de higiene pessoal e perfumes**

## EMPRESAS, MARCAS E INOVAÇÕES

- **Empresas e marcas**
- **Natura Chronos celebra 35 anos no Brasil, com lançamento inovador para redução de rugas**

Figura 3: Foto de press kit para lançamento de novo sérum facial Natura Chronos – Brasil, agosto de 2021

Figura 4: Natura Chronos celebra 35 anos – Brasil, agosto de 2021

- **Boticário reúne time de celebridades para comemorar o Dia dos Pais durante partida de futebol entre Corinthians e Flamengo**

Figura 5: #TodoAmorDePai O Boticário – Brasil, agosto de 2021

Figura 6: Time de celebridades veste camisetas exclusivas para celebrar o Dia dos Pais – Brasil, agosto de 2021

- **Natura convida homens para se libertarem de preconceitos com campanha #SejaHomemPraSentir**

Figura 7: #SejaHomemPraSentir – Thales Breta – Brasil, agosto de 2021

- **L'Occitane au Brésil celebra brasilidade com nova marca e identidade que celebra a cultura brasileira**

Figura 8: Time de embaixadoras da L'Occitane Brasil

- **Nivea reforça a importância dos cuidados da pele com campanha #OToqueQueTransforma**

Figura 9: Nivea apresenta: #OToqueQueTransforma – Brasil, junho de 2021

- **Bepantol traz maior lançamento de sua história para o Brasil**

Figura 10: Bepantol anuncia lançamento da nova linha Bepantol Derma – Brasil, março de 2021

- **Neutrogena evidencia ciência por trás de seus produtos com série de vídeos "Achismo ou Ciência?"**

Figura 11: Achismo ou ciência? – Vídeo publicado pela Neutrogena em parceria com Giovana Ewbank – Brasil, agosto de 2020

## 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](https://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.

## QUEM ESTÁ INOVANDO?

- Com os olhos em evidência, produtos para a proteção desta região podem ampliar participação no mercado brasileiro

Figura 12: Total de lançamentos globais de produtos para a área dos olhos, por top claims funcionais – janeiro de 2019 a julho de 2021

Figura 13: Tratamentos para a região dos olhos que protegem a pele de elementos externos

- Com retomada das atividades ao ar livre, protetores solares em bastão podem ganhar mais adeptos no Brasil

Figura 14: Total de lançamentos globais de protetores solares em bastão e sólidos, por top 10 mercados – janeiro de 2019 a julho de 2021

Figura 15: Protetores solares em bastão

## ESTUDOS DE CASO

- Após bem-sucedido lançamento no Brasil, Creamy projeta crescimento de 400% em 2021

Figura 16: Portfólio completo da Creamy

- 4.5.6 Skin, que oferece um regime completo de cuidados faciais para peles ricas em melanina, é a nova aposta do grupo LVMH

Figura 17: Noelly Michoux, CEO da 4.5.6 Skin e portfólio da start-up

Figura 18: Caixa com produtos da 4.5.6 Skin

## O CONSUMIDOR – O QUE VOCÊ PRECISA SABER

- Brasileiros da região Centro-Oeste são os maiores consumidores de produtos para os lábios
- Bem-estar emocional é pauta relevante para o desenvolvimento de produtos corporais
- Marcas devem ampliar oferta de produtos que uniformizem tom da pele marrom
- Combate ao fotoenvelhecimento pode ser comunicado de forma mais clara em protetores solares
- Autobronzeadores faciais podem ampliar participação entre brasileiros que adotaram trabalho remoto

## COMPRA DE PRODUTOS PARA CUIDADOS FACIAIS

- Brasileiros da região Centro-Oeste são os mais engajados com o uso de produtos para cuidados dos lábios

Figura 19: Compra de produtos para cuidados faciais, por regiões – Brasil, junho de 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](https://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.

Figura 20: Máscaras de tratamento para a região dos lábios

- **Máscaras “peel-off” podem ajudar estudantes universitários a relaxarem enquanto cuidam da pele do rosto**

Figura 21: Compra de produtos para cuidados faciais, por situação como estudante – Brasil, junho de 2021

Figura 22: 7th Heaven Stardust oferece máscaras faciais com proposta de diversão

Figura 23: Máscara facial “peel-off” Velnea Face Care I am Beautiful Moon Stone Glow Pore Minimizing Peel-Off Mask, Sérvia, junho de 2021

- **Hidratantes faciais podem apostar em abordagem multifuncional para atrair brasileiros que trabalham em regime híbrido**

Figura 24: Compra de produtos para cuidados faciais, por trabalho remoto – Brasil, junho de 2021

Figura 25: Hidratantes faciais com abordagem multifuncional

## COMPRA DE PRODUTOS PARA CUIDADOS CORPORAIS

- **Esfoliantes corporais ganham mais adeptos graças à adoção de cuidados do corpo como um ritual de autocuidado**

Figura 26: Compra de produtos para cuidados corporais, por idade – Brasil, junho de 2021

Figura 27: Esfoliantes que melhoram a textura da pele e ajudam a criar rituais de autocuidado em casa

- **Marcas de hidratantes corporais são desafiadas a serem mais inclusivas na comunicação de seus produtos e campanhas publicitárias**

Figura 28: Compra de produtos para cuidados corporais, por situação parental e gênero – Brasil, junho de 2021

Figura 29: Hidratante corporal Dove Nourishing Body Care Pro Age Body Lotion – Polônia, junho de 2021

Figura 30: HBN | Every wrinkle is a medal – China, maio de 2021

## BENEFÍCIOS BUSCADOS EM PRODUTOS PARA A PROTEÇÃO DA PELE

- **Hidratantes corporais para uso no banho podem atrair homens mais jovens em busca de hidratação e texturas leves**

Figura 31: Benefícios buscados em produtos para a proteção da pele, por gênero e idade – Brasil, junho de 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](https://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

Figura 32: Hidratantes corporais que cuidam da pele durante o banho

- **Brasileiros com pele marrom demonstram maior interesse por fórmulas que uniformizem tom da pele**

Figura 33: Benefícios buscados em produtos para a proteção da pele, por gênero e idade – Brasil, junho de 2021

Figura 34: Produtos de cuidados faciais que ajudam a uniformizar o tom da pele marrom

- **Apelo antibacteriano continua relevante para jovens da geração Z que sofrem com 'maskne'**

Figura 35: Benefícios buscados em produtos para a proteção da pele, por geração – Brasil, junho de 2021

Figura 36: Produtos para cuidados faciais indicados para tratamento da acne

## O que está incluído

Resumo Executivo

Relatório Completo (PDF)

Visão Geral Infográfica

Apresentação (PowerPoint)

Livro de Dados Interativo

Edições Anteriores

## ATITUDES EM RELAÇÃO AO USO DE PROTETOR SOLAR

- **Marcas de protetores solares para o rosto podem comunicar de forma mais clara combate ao fotoenvelhecimento**

Figura 37: Atitudes em relação ao uso de protetor solar, por gênero e idade – Brasil, junho de 2021

Figura 38: Exemplos de produtos que comunicam combate ao fotoenvelhecimento

- **Brasileiros que trabalham e estudam são atraídos por produtos de cuidados faciais que ofereçam texturas mais leves e mais compatíveis com o uso de maquiagem**

Figura 39: Atitudes em relação ao uso de protetor solar, por situação como estudante e de trabalho – Brasil, junho de 2021

Figura 40: Produtos que combinam proteção solar à cuidados da pele do rosto

## COMPORTAMENTOS EM RELAÇÃO À PROTEÇÃO DA PELE

- **Autobronzeadores faciais encontram oportunidade para ampliar participação entre brasileiros que trabalham todos os dias de casa**

Figura 41: Comportamentos em relação à proteção da pele, por trabalho remoto – Brasil, junho de 2021

Figura 42: Autobronzeadores faciais que oferecem benefícios à pele do rosto

- **Proteção contra a luz azul é novo atributo desejável em protetores solares infantis**

## 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](https://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 43: Comportamentos em relação à proteção da pele, por situação parental – Brasil, junho de 2021

Figura 44: Protetores solares infantis que oferecem proteção contra a luz azul

- **Produtos para banho podem promover benefícios relacionados à proteção do sistema imunológico**

Figura 45: Comportamentos em relação à proteção da pele, por gênero – Brasil, junho de 2021

Figura 46: Produtos para banho que prometem fortalecer o sistema imunológico

- **Abreviações**

### 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](https://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 Mintel

A Mintel 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 **[mintel.com](https://www.mintel.com)**.