

# Cuidados com o Cabelo - Brasil - 2023

Preço do relatório: £3265.00 | \$4495.00 | €3940.00 Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

## Este relatório analisa as seguintes áreas

- Texturas de cabelo e tipos de couro cabeludo, e como influenciam nos hábitos de compra e rotinas de cuidados capilares
- Uso de produtos de cuidados capilares
- Impactos da inflação nas rotinas de cuidados capilares
- Claims importantes para os cuidados do couro cabeludo
- Ética e sustentabilidade
- Jornada de compra de produtos capilares
- Atitudes em relação aos cuidados capilares

O ano de 2022 foi desafiador para as marcas de cuidados capilares. Em um cenário de preços e juros altos e reduzido poder de compra, os brasileiros tiveram de buscar por maneiras de economizar sem deixar de consumir produtos de cuidados capilares. E nesse contexto, as marcas nacionais encontram o momento oportuno para provarem seu valor e conquistar os consumidores brasileiros, por meio de fórmulas que comuniquem seu custo-benefício de forma clara.

O setor profissional continuou a ser impactado, com uma parcela significativa dos consumidores reduzindo ou evitando a realização de tratamentos em salões, e optando pela compra de produtos que ofereçam resultados profissionais imediatos e duradouros. Outro movimento importante observado é o da adoção de rotinas mais simples, com menos passos e menos produtos, como forma de economizar dinheiro e tempo.

E a categoria de tratamentos para o couro cabeludo, apesar de apresentar baixo consumo, demonstra potencial para ser explorada, em especial no que se refere a benefícios como antiqueda e anticaspas, dois dos atributos mais buscados pelos brasileiros ao comprarem esses produtos.



“Em 2022, diante de um contexto econômico complexo, os brasileiros tiveram de adotar estratégias para economizar, seja optando por marcas mais acessíveis ou simplificando a rotina, o que também os levou a reduzir ou evitar as visitas a salões.”

– **Amanda Caridad, analista sênior de Beleza e Cuidados Pessoais - Latam**

## Compre este relatório agora

Visite	<a href="https://store.mintel.com">store.mintel.com</a>
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: £3265.00 | \$4495.00 | €3940.00

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

A valorização de credenciais éticas e sustentáveis, em especial no que se refere ao uso de ingredientes seguros e naturais, demonstra a preocupação dos brasileiros com os possíveis efeitos adversos dos produtos capilares para sua saúde.

E em relação aos comportamentos de compra observados pelos brasileiros, a pesquisa mostrou que o varejo físico segue como o mais importante para a compra de produtos capilares. Mesmo assim, as marcas deverão continuar a investir em tecnologias que ofereçam experiências diferenciadas aos consumidores.

## 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: £3265.00 | \$4495.00 | €3940.00

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

### RESUMO EXECUTIVO

- Visão geral do mercado
- Perspectiva do analista  
Figura 1: Perspectiva do analista para a categoria de cuidados com o cabelo, maio de 2023
- Desafios
- Brasil é mercado estratégico para aumentar lançamentos de produtos antiqueda
- Marcas mais acessíveis devem se atentar para consumidores que adotam rotinas mais descomplicadas
- Geração Z busca por inspiração nas redes sociais, mas com olhar mais crítico em relação a conteúdos não autênticos
- Oportunidades
- Cronograma capilar pode impulsionar consumo de máscaras e óleos capilares entre consumidores de cabelos cacheados
- Preocupação com alta de preços leva brasileiros das classes AB a buscar por embalagens maiores
- Marcas podem explorar ação anticaspa para além de xampus, ajudando a impulsionar uso de tratamentos para couro cabeludo

### FATORES QUE INFLUENCIARÃO O MERCADO

- Desemprego volta a subir no primeiro trimestre de 2023, somado à instabilidade econômica
- Mercado brasileiro de perfumaria, cosméticos e higiene pessoal apresenta crescimento de 13,2% em 2022
- Após casos de cegueira temporária, Anvisa define lista de pomadas seguras para modelar os fios

### EMPRESAS, MARCAS E INOVAÇÕES

- Empresas e marcas
- Grupo Boticário anuncia investimentos na categoria de cuidados capilares

Figura 2: Match Science, novo serviço oferecido no salão House of Beauty em São Paulo

## 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: £3265.00 | \$4495.00 | €3940.00

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

Figura 3: Quem Disse, Berenice? apresenta nova linha capilar Reabilita

- **Com portfólio repaginado, OX Cosméticos anuncia influenciadora Mari Maria como nova embaixadora da marca**

Figura 4: OX Cosméticos apresenta novo portfólio e parceria com Mari Maria

- **Soneda inaugura megaloja na Avenida Paulista, combinando espaço de varejo e experiências para consumidores**

Figura 5: Soneda apresenta sua nova loja na Avenida Paulista em São Paulo

- **Beleza na Web inaugura nova loja-conceito focada em consumidores das classes AB**

Figura 6: Nova loja-conceito Beleza na Web em Moema, São Paulo

- **Kérastase abre nova pop-up store com experiências digitais interativas**

Figura 7: Kérastase apresenta pop-up store no Shopping JK Iguatemi, em São Paulo

- **As Escolas de Beleza da L'Oréal ajudam mulheres em situação de vulnerabilidade a ingressar no mercado profissional de beleza**

Figura 8: L'Oréal Brasil, MOVER e Fundação Darcy Vargas inauguram Escola de Beleza no Rio de Janeiro

- **Braé leva influenciadoras para o maior festival de música Coachella**

Figura 9: Welcome to Braéchella

- **Salon Line reflete sobre estereótipos relacionados aos cabelos em nova campanha institucional**

Figura 10: Campanha Salon Line | "Agora, meu cabelo diz tudo"

- **Jojo Todynho lança Grande Gostosa, marcando seu ingresso na categoria de beleza**

Figura 11: Grande Gostosa apresenta novo protetor térmico para os cabelos

- **Pantene apresenta nova solução para cabelos mistos no BBB 23**

Figura 12: Pantene é a patrocinadora da festa do BBB 23

- **Johnson & Johnson lança Meu Blackinho Poderoso, linha destinada a crianças com cabelos cacheados e crespos**

Figura 13: Chegou o Blackinho Poderoso!

## 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: £3265.00 | \$4495.00 | €3940.00

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

- **Seda convida consumidores a conhecer lançamento no TikTok**

Figura 14: Novos produtos da linha Seda Boom

Figura 15: Seda promove reality show com crespos e cacheados mais icônicos do Brasil

- **Estudos de caso**
- **Skala se torna viral nos Estados Unidos após vídeo no TikTok**

Figura 16: Joanna Salvador elogia marca brasileira Skala

Figura 17: Skala reage a viral do TikTok

- **Ceremonia, marca clean beauty de cuidados capilares, recebe aporte milionário para expansão nos Estados Unidos**

Figura 18: Babba Rivera e produtos da Ceremonia

## USO DE PRODUTOS DE CUIDADOS CAPILARES

- **Cronograma capilar pode impulsionar consumo de máscaras e óleos capilares entre consumidores de cabelos cacheados**

Figura 19: Uso de produtos de cuidados capilares – máscara para cabelo e óleo para cabelo, por textura do cabelo, 2023

Figura 20: Dove Texturas Reais apresenta máscara e óleos ultraconcentrados

Figura 21: Eudora oferece kits para cronograma capilar das linhas Instance e Siège

Figura 22: Eudora oferece tutorial para identificar melhor agenda para cronograma capilar

Figura 23: Aplicativo Meu Cronograma Capilar

- **Produtos para modelar os fios podem oferecer mais praticidade à rotina dos consumidores da geração Z**

Figura 24: Uso de produtos de cuidados capilares – produtos para modelar o cabelo, por geração, 2023

Figura 25: Produtos para modelar fios ondulados e cacheados

- **Tratamentos noturnos para couro cabeludo podem ser incorporados às rotinas de autocuidado das mulheres mais jovens**

Figura 26: Uso de produtos de cuidados capilares – tratamento para couro cabeludo, por gênero e idade, 2023

Figura 27: Produtos de tratamento do couro cabeludo

## 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: £3265.00 | \$4495.00 | €3940.00

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

### IMPACTOS DA INFLAÇÃO NAS ROTINAS DE CUIDADOS CAPILARES

- **Além de preços mais baixos, marcas mais acessíveis podem ajudar consumidores a obter resultados de salão em casa**

Figura 28: Impactos da inflação nas rotinas de cuidados capilares – mudado para marcas com preços mais baixos, por gênero e idade - Brasil 2023

Figura 29: L’Oréal Elvive apresenta linha Bond Repair

- **Preocupação com alta de preços leva brasileiros das classes AB a buscar por embalagens maiores**

Figura 30: Impactos da inflação nas rotinas de cuidados capilares – comprado tamanhos de embalagem maiores, por classificação socioeconômica, 2023

Figura 31: Xampus e condicionador em embalagens econômicas

- **Ao compartilharem produtos com filhos, pais são atraídos por fórmulas naturais e com credenciais éticas**

Figura 32: Impactos da inflação nas rotinas de cuidados capilares – comprado o mesmo produto/marca para toda a família, por situação parental, 2023

Figura 33: Xampus com fórmulas seguras para toda a família

### CLAIMS IMPORTANTES PARA OS CUIDADOS DO COURO CABELUDO

- **Brasil é mercado estratégico para aumentar lançamentos de produtos antiqueda**

Figura 34: Claims importantes para os cuidados do couro cabeludo, 2023

Figura 35: Tratamentos para couro cabeludo com ação anticaspas

- **Marcas podem explorar ação anticaspas para além de xampus, ajudando a impulsionar uso de tratamentos para couro cabeludo**

Figura 36: Tratamentos para couro cabeludo com ação anticaspas

- **Ação equilibrante pode atrair consumidores com couro cabeludo misto**

Figura 37: Tipos de couro cabeludo por uso de produtos de cuidados capilares – tratamentos para o couro cabeludo, 2023

Figura 38: Produtos para couro cabeludo com ação equilibrante

### 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.

## ÉTICA E SUSTENTABILIDADE

- Profissionais podem ajudar marcas a endossar segurança de suas fórmulas**  
Figura 39: Ética e sustentabilidade – Qualquer classificação – livre de ingredientes químicos agressivos, por classificação socioeconômica, 2023  
Figura 40: Eudora apresenta #DicaExpert: Produtos com sal fazem mal para o cabelo?  
Figura 41: Três origens do terrorismo cosmético e motivos pra não acreditar nele
- Comprovação científica de benefícios é essencial para quase metade dos homens com mais de 35 anos**  
Figura 42: Ética e sustentabilidade – Qualquer classificação – benefícios comprovados cientificamente, por gênero e idade, 2023  
Figura 43: Produtos de cuidados capilares que oferecem transparência em relação a seus claims
- Preocupação com resíduos plásticos pode impulsionar consumo de embalagens ecológicas**  
Figura 44: Ética e Sustentabilidade – Qualquer classificação – embalagem ecológica, por situação como estudante, 2023  
Figura 45: Produtos capilares em embalagens ecológicas

## JORNADA DE COMPRA DE PRODUTOS CAPILARES

- Kits promocionais com produtos para modelar os fios podem atrair público com cabelos cacheados**  
Figura 46: Jornada de compra de produtos capilares – Item selecionado, por textura do cabelo, 2023  
Figura 47: Exemplos de produtos capilares vendidos em pacotes promocionais
- Serviços de diagnóstico podem agregar valor à experiência de consumo no varejo e em salões de beleza**  
Figura 48: Jornada de compra – Item selecionado, por gênero, 2023  
Figura 49: Natura apresenta dispositivo que analisa cabelo  
Figura 50: Salon Lab&Me
- Consumidores da comunidade LGBTQ+ podem impulsionar compra de marcas que operam com venda direta**  
Figura 51: Jornada de compra – Item selecionado, por identidade LGBTQ+, 2023  
Figura 52: Grupo Boticário apresenta cartilha anti-lgbtfbobia

## 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: £3265.00 | \$4495.00 | €3940.00

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

Figura 53: Eva Pires compartilha suas experiências como pessoa trans

### ATITUDES EM RELAÇÃO AOS CUIDADOS CAPILARES

- Marcas mais acessíveis devem se atentar para consumidores que adotam rotinas mais descomplicadas**  
Figura 54: Análise CHAID – Atitudes em relação aos cuidados capilares – Item selecionado, 2023  
Figura 55: Condicionadores com posicionamento econômico que oferecem resultados rápidos
- Geração Z busca por inspiração nas redes sociais, mas com olhar mais crítico em relação a conteúdos não autênticos**  
Figura 56: Atitudes em relação aos cuidados capilares – Item selecionado, por geração, 2023  
Figura 57: Caroline Lima dá dica de como escovar o cabelo com Salon Line Meu Liso Hialurônico  
Figura 58: Dayellen Pâmela compartilha rotina de cuidados de cabelos cacheados e descoloridos
- Com rotinas mais complexas, classes AB formam público estratégico para impulsionar consumo de eletroportáteis de última geração**  
Figura 59: Atitudes em relação aos cuidados capilares – Item selecionado, por classificação socioeconômica, 2023  
Figura 60: Getting started with your Dyson Airwrap™ multi-styler

### APÊNDICE – ABREVIACÕES

#### APÊNDICE – TAMANHO DE MERCADO E PARTICIPAÇÃO

- Tamanho de mercado**  
Figura 61: Vendas no varejo de xampus e condicionadores, em valor – Brasil, 2016-23  
Figura 62: Vendas no varejo de produtos de coloração, em valor – Brasil, 2016-23  
Figura 63: Vendas no varejo de produtos para modelar os fios, em valor – Brasil, 2016-23
- Participação de mercado**  
Figura 64: Participação dos líderes de vendas no varejo de xampus e condicionadores, por valor – Brasil, 2021-22  
Figura 65: Participação dos líderes de vendas no varejo de produtos de coloração, por valor – Brasil, 2021-22  
Figura 66: Participação dos líderes de vendas no varejo de produtos para modelar os fios, por valor – Brasil, 2021-22

### 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 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).