

July 2022**Maquiagem e Esmalte para Unhas
- Brazil**

“Em um novo momento da pandemia, marcado pelo retorno às interações sociais e flexibilização do uso da máscara facial, os consumidores brasileiros parecem retomar suas rotinas de maquiagem. No caso da categoria de esmaltes, a busca por relaxamento e diversão pode impulsionar visuais mais coloridos e que ajudem os consumidores ...

June 2022**Hábitos de Cuidados da Casa -
Brazil**

“Em um novo momento da pandemia de COVID-19, além da preocupação em relação a higiene e desinfecção, os brasileiros têm novas prioridades, mostrando interesse por inovações pautadas por conveniência, sustentabilidade e segurança à saúde. As marcas de cuidados domésticos ainda têm o desafio de abordar temas relacionados à divisão de ...

May 2022**Clean Beauty - Brazil**

“O movimento ‘clean beauty’ vem conquistando os consumidores brasileiros, que demonstram maior consciência em relação ao impacto do seu consumo no meio ambiente, e que também valorizam marcas e produtos condizentes com seus valores morais. Além dos conceitos envolvendo ética e sustentabilidade, o movimento reforça a busca dos consumidores por ...

April 2022**Cuidados com o Cabelo - Brazil**

“O ano de 2021 foi marcado pelo agravamento da crise socioeconômica, comprometendo o desempenho da categoria de cuidados capilares. Nesse contexto de orçamentos mais restritos e de busca por praticidade, os brasileiros deram preferência aos fios ao natural e à realização de tratamentos químicos em casa. Entre os brasileiros que ...

March 2022**Hábitos de Higiene Pessoal -
Brazil**

“O ano de 2021 foi marcado por novos desafios, como a crise hídrica e energética, e pelo agravamento de problemas já existentes no Brasil, como é o caso da pobreza menstrual. Em um cenário de dificuldades socioeconômicas, os brasileiros buscaram por meios de economizar, mas mantiveram hábitos assíduos de higiene ...

January 2022**Hábitos do Consumidor Jovem de
Produtos de Beleza - Brazil**

“Em um contexto em que os consumidores jovens são particularmente atingidos pelo agravamento da crise socioeconômica, as marcas de beleza encontram um consumidor mais conservador em relação a gastos, mas que busca também por soluções que celebrem sua individualidade e que reflitam seus valores morais. As pautas de inclusão, representatividade ...

Upcoming Reports**Proteção da Pele - Brasil - 2022****Desodorantes e Produtos
Corporais - Brasil - 2022**