**Setor de beleza e cuidados pessoais deve crescer 7% ao ano até 2027 no Brasil, aponta estudo**

*Mercado brasileiro de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos é o quarto maior do mundo e movimenta cerca de 26,9 bilhões de dólares por ano, segundo ABIHPEC; aquecimento do setor deve impulsionar atividades de fusões e aquisições*

O mercado brasileiro de beleza e cuidados pessoais deve crescer em média 7,2% ao ano e chegar ao final de 2027 com faturamento na casa dos 40 bilhões de dólares, segundo uma projeção realizada pela Redirection International, assessoria especializada em fusões e aquisições, com base em uma modelagem financeira sobre a performance histórica, fatores macroeconômicos e previsões de trajetórias futuras para o setor. Atualmente o Brasil é o quarto maior mercado consumidor do mundo, movimentando 26,9 bilhões de dólares em 2022, segundo informações da Associação Brasileira da Indústria da Higiene Pessoal (ABIHPEC).

“O setor cresceu 30,5% em termos absolutos nos últimos cinco anos e é um dos maiores do mundo, atrás apenas dos Estados Unidos, China e Japão. De acordo com uma pesquisa da Offerwise, quase 70% de brasileiros dizem que usam produtos de beleza para se sentirem bem e 8 em cada 10 afirmam que pretendem manter ou aumentar suas compras neste ano”, destaca o economista Vinicius Oliveira, sócio da Redirection International e um dos responsáveis pelo estudo.

Outros fatores que impulsionam o setor são o envelhecimento da população, o aumento do consumo da classe média e uma maior conscientização dos consumidores sobre a higiene e os cuidados pessoais. O estudo aponta ainda que a inovação e a tecnologia no desenvolvimento de novos produtos e serviços, aliadas ao crescimento do e-commerce e à forte influência das redes sociais no comportamento do consumidor também fomentam este mercado. Além disso, a crescente procura por produtos orgânicos e naturais tem incentivado a indústria a desenvolver produtos mais sustentáveis.

“Tendências como autocuidado masculino, o propósito de marca e o consumo de experiências também estão em alta. As pessoas buscam cada vez mais itens com boa relação custo-benefício e que combinem características premium de alto preço, como antienvelhecimento e hidratação, por exemplo, a um custo inferior ao premium, o conceito de *masstige*”, ressalta Vinicius Oliveira. “Com um público-alvo bastante amplo e diversificado, as perspectivas são bastante promissoras, mesmo com os impactos que o aumento do ICMS nos estados e da alíquota do IPI devem trazer ao setor ao longo do ano”, complementa.

**Fusões & Aquisições**

A consolidação do mercado consumidor e a perspectiva de crescimento para os próximos anos também devem impulsionar as transações de fusões e aquisições envolvendo empresas brasileiras. Além das grandes marcas multinacionais que atuam no Brasil como Unilever, P&G e L’Oreal, o setor ainda está bastante fragmentado na maioria de verticais e segmentos, aponta o estudo.

Vinicius Oliveira explica que por isso, os principais players do mercado de beleza e cuidados pessoais do Brasil estão se concentrando em aquisições, que ajudam as companhias a diversificar suas ofertas, ampliar as redes de distribuição e aumentar a sua participação no mercado nacional. Uma dessas movimentações foi registrada no início do ano com a compra do controle da mineira Skala Cosméticos pela americana Advent International, uma das maiores empresas de *private equity* do mundo. No ano passado a Farmax, que havia recebido investimento da Vinci Partners em 2021, anunciou a aquisição da operação da fabricante de cosméticos Negra Rosa.

E não é somente no segmento da indústria de cosméticos e perfumaria que as transações estão ocorrendo. Em março, a Medsystems, especializada na importação e venda de equipamentos para clínicas de estética de alto padrão, anunciou a compra da Aeskins Pharmaceutical, que atua no segmento de preenchedores injetáveis.

“Essas transações demonstram a resiliência e o potencial do mercado brasileiro de beleza e cuidados pessoais, que deve atrair mais investimentos internacionais nos próximos anos. Em 2022 a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) publicou três resoluções que estabelecem parâmetros de controle de qualidade para produtos de fins estéticos e de higiene pessoal. Essas normas trazem mais segurança jurídica para as empresas que buscam iniciar suas operações em território brasileiro”, ressalta Vinicius Oliveira.

**Sobre a Redirection International**

A Redirection é especializada em assessoria de Fusões & Aquisições para empresas locais e internacionais, em transações de *middle market*. Possui uma grande experiência em transações *cross-border*, com equipe atuante diretamente no Brasil, América Latina, Estados Unidos e Reino Unido. É membro da ACG e, também, desenvolve uma rede de parceiros selecionados em todos os principais setores de negócios e regiões do mundo.  <https://www.redirection.com.br/>