

Panorama do Setor de Perfumaria e Cosméticos: Brasil x Minas Gerais

Núcleo de Estudos Econômicos



Panorama do Setor de Perfumaria e Cosméticos: Brasil e Minas Gerais

O setor de perfumaria e cosméticos ocupa posição estratégica na economia brasileira por reunir características que combinam indústria, comércio, inovação, bem-estar e consumo recorrente. Nos últimos anos, o segmento tem sido impulsionado por mudanças nos hábitos dos consumidores, pela ampliação dos canais digitais e pela crescente valorização dos cuidados pessoais. Entretanto, por trás do aquecimento observado no mercado, emergem transformações importantes que afetam de forma distinta cada elo da cadeia produtiva, revelando desafios e oportunidades que merecem atenção. Compreender essa dinâmica é fundamental para identificar tendências, avaliar a competitividade do setor e antecipar seus movimentos futuros.

Diante desse cenário, Minas Gerais assume papel de destaque no cenário nacional, consolidando-se como um dos principais polos do segmento e apresentando características próprias que o diferenciam de outras unidades da federação. Acrescido a isso o estado demonstra forte presença nos mercados consumidor e digital, alguns indicadores sinalizam mudanças estruturais na organização das atividades produtivas e de distribuição. Essa combinação de relevância econômica e desafios conjunturais torna a análise do setor ainda mais necessária, especialmente para compreender como as transformações recentes estão redesenhando sua estrutura e influenciando sua capacidade de geração de negócios, emprego e renda.

Este estudo propõe uma leitura abrangente do setor de perfumaria e cosméticos no Brasil e em Minas Gerais, explorando a distribuição territorial dos estabelecimentos, a evolução dos vínculos formais, o avanço do comércio eletrônico e os fatores que influenciam o comportamento do consumidor. Mais do que apresentar indicadores, o estudo busca interpretar os movimentos econômicos que moldam o segmento, oferecendo subsídios para empresários, investidores, entidades representativas e formuladores de políticas públicas. Ao longo das próximas páginas, o leitor encontrará evidências que ajudam a compreender não apenas onde o setor está atualmente, mas, sobretudo, quais caminhos podem definir sua trajetória nos próximos anos.

1. Comparação entre estados brasileiros

Minas Gerais consolidou-se como o segundo maior polo da rede de perfumaria e cosméticos do país em número de estabelecimentos, considerando conjuntamente as atividades de Fabricação de Cosméticos, Produtos de Perfumaria e de Higiene Pessoal, Comércio Atacadista de Cosméticos e Produtos de Perfumaria e Comércio Varejista de Cosméticos, Produtos de Perfumaria e de Higiene Pessoal. O estado responde por 9,0% dos estabelecimentos nacionais do setor, posicionando-se atrás apenas de São Paulo, que concentra 32,2% do total. O desempenho mineiro evidencia a relevância do mercado consumidor estadual, a diversificação de sua estrutura econômica e a ampla capilaridade de sua rede comercial, superando a participação de importantes economias estaduais, como Paraná (6,9%), Rio de Janeiro (6,7%) e Bahia (5,7%). Demonstrando a forte inserção de Minas Gerais em todos os elos da cadeia produtiva e comercial de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos.

		Total	(%)
1º	São Paulo	25.308	32,2%
2º	Minas Gerais	7.076	9,0%
3º	Paraná	5.401	6,9%
4º	Rio de Janeiro	5.259	6,7%
5º	Bahia	4.459	5,7%
6º	Santa Catarina	3.296	4,2%
7º	Rio Grande do Sul	3.294	4,2%
8º	Goiás	3.255	4,1%
9º	Ceará	2.662	3,4%
10º	Pernambuco	2.385	3,0%
11º	Espírito Santo	2.214	2,8%
12º	Pará	1.709	2,2%
13º	Distrito Federal	1.649	2,1%
14º	Maranhão	1.469	1,9%
15º	Mato Grosso	1.358	1,7%
16º	Paraíba	1.121	1,4%
17º	Rio Grande do Norte	1.079	1,4%
18º	Amazonas	913	1,2%
19º	Mato Grosso do Sul	904	1,1%
20º	Piauí	760	1,0%
21º	Alagoas	727	0,9%
22º	Sergipe	684	0,9%
23º	Rondônia	582	0,7%
24º	Tocantins	474	0,6%
25º	Amapá	229	0,3%
26º	Acre	195	0,2%
27º	Roraima	158	0,2%
	Não class.	5	0,0%
Total		78.625	100,0%



Fonte: Rais | Ano 2025 | Elaboração: Núcleo de Estudos Econômicos – Fecomércio MG

2. Comparação entre municípios de Minas Gerais

Na atividade de Fabricação de Cosméticos, Produtos de Perfumaria e de Higiene Pessoal, observa-se uma concentração expressiva dos estabelecimentos nos principais centros econômicos do estado. Belo Horizonte lidera com 17,6% dos estabelecimentos entre os vinte municípios mais representativos, seguida por Contagem (7,3%) e Uberlândia (5,8%). O predomínio da capital e de municípios da Região Metropolitana de Belo Horizonte evidencia a relevância da infraestrutura industrial, da tendência de maior disponibilidade de mão de obra especializada e da proximidade aos mercados consumidores. Acrescido a isso, a presença de cidades-polo do interior, como Uberaba, Ipatinga, Juiz de Fora, Divinópolis e Poços de Caldas, demonstra que a atividade fabril apresenta uma distribuição relativamente diversificada, acompanhando os principais eixos de desenvolvimento econômico de Minas Gerais.

FABRICAÇÃO DE COSMÉTICOS, PRODUTOS DE PERFUMARIA E DE HIGIENE PESSOAL					COMÉRCIO ATACADISTA DE COSMÉTICOS E PRODUTOS DE PERFUMARIA					COMÉRCIO VAREJISTA DE COSMÉTICOS, PRODUTOS DE PERFUMARIA E DE HIGIENE PESSOAL				
POS.	MUNICÍPIO	Nº DE ESTABELECIMENTOS	(%)		POS.	MUNICÍPIO	Nº DE ESTABELECIMENTOS	(%)		POS.	MUNICÍPIO	Nº DE ESTABELECIMENTOS	(%)	
1º	Belo Horizonte	58	17,6%		1º	Belo Horizonte	139	20,4%		1º	Belo Horizonte	1.157	19,1%	
2º	Contagem	24	7,3%		2º	Contagem	43	6,3%		2º	Uberlândia	347	5,7%	
3º	Uberlândia	19	5,8%		3º	Uberlândia	27	4,0%		3º	Contagem	274	4,5%	
4º	Uberaba	13	3,9%		4º	Juiz de Fora	22	3,2%		4º	Juiz de Fora	176	2,9%	
5º	Ipatinga	9	2,7%		5º	Ipatinga	18	2,6%		5º	Montes Claros	172	2,8%	
6º	Nova Lima	9	2,7%		6º	Uberaba	17	2,5%		6º	Betim	134	2,2%	
7º	Juiz de Fora	8	2,4%		7º	Governador Valadares	17	2,5%		7º	Governador Valadares	120	2,0%	
8º	Betim	8	2,4%		8º	Montes Claros	16	2,4%		8º	Divinópolis	118	1,9%	
9º	Divinópolis	8	2,4%		9º	Betim	14	2,1%		9º	Uberaba	115	1,9%	
10º	Sete Lagoas	6	1,8%		10º	Varginha	14	2,1%		10º	Ipatinga	111	1,8%	
11º	Santa Luzia	6	1,8%		11º	Extrema	14	2,1%		11º	Sete Lagoas	80	1,3%	
12º	Vespasiano	6	1,8%		12º	Lagoa da Prata	12	1,8%		12º	Lagoa da Prata	73	1,2%	
13º	Lagoa Santa	6	1,8%		13º	Divinópolis	11	1,6%		13º	Poços de Caldas	72	1,2%	
14º	Poços de Caldas	5	1,5%		14º	Santo Antonio do Monte	9	1,3%		14º	Varginha	66	1,1%	
15º	João Monlevade	5	1,5%		15º	Sete Lagoas	8	1,2%		15º	Patos de Minas	66	1,1%	
16º	Ibirité	5	1,5%		16º	Pouso Alegre	8	1,2%		16º	Pouso Alegre	55	0,9%	
17º	Santana do Paraíso	5	1,5%		17º	Patos de Minas	7	1,0%		17º	Santo Antonio do Monte	53	0,9%	
18º	Lagoa da Prata	4	1,2%		18º	Ponte Nova	7	1,0%		18º	Ribeirão das Neves	48	0,8%	
19º	Muriae	4	1,2%		19º	Vespasiano	7	1,0%		19º	Conselheiro Lafaiete	46	0,8%	
20º	Ribeirão das Neves	4	1,2%		20º	Dom Silverio	7	1,0%		20º	Muriae	45	0,7%	

Fonte: Rais | Estabelecimentos [2025] | Elaboração: Núcleo de Estudos Econômicos – Fecomércio MG

Ao observarmos o segmento de Comércio Atacadista de Cosméticos e Produtos de Perfumaria, a concentração é ainda mais acentuada. Belo Horizonte responde por 20,4% dos estabelecimentos, percentual significativamente superior ao dos demais municípios, seguida por Contagem (6,3%), Uberlândia (4,0%) e Juiz de Fora (3,2%). Refletindo a importância da capital e dos principais centros logísticos do estado como núcleos de distribuição regional. A presença de municípios estrategicamente localizados, como Extrema, Varginha, Montes Claros e Pouso Alegre, reforça o papel da infraestrutura de transporte, da integração com mercados consumidores e da capacidade de armazenamento e distribuição como fatores determinantes para a localização das atividades atacadistas.

Já no Comércio Varejista de Cosméticos, Produtos de Perfumaria e de Higiene Pessoal, a distribuição dos estabelecimentos tende a acompanhar a forma da dinâmica populacional e o potencial de consumo das cidades mineiras. Belo Horizonte concentra 19,1% dos estabelecimentos, seguida por Uberlândia (5,7%) e Contagem (4,5%), enquanto municípios como Juiz de Fora (2,9%), Montes Claros (2,8%), Betim (2,2%) e Governador Valadares (2,0%) também apresentam participações relevantes. A composição dos vinte municípios mais representativos demonstra que o varejo do setor possui elevada capilaridade territorial, estando presente nos principais polos regionais do estado. Evidenciando a força do mercado consumidor mineiro e a crescente demanda por produtos de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos em diferentes regiões, fortalecendo a cadeia econômica do segmento em Minas Gerais.



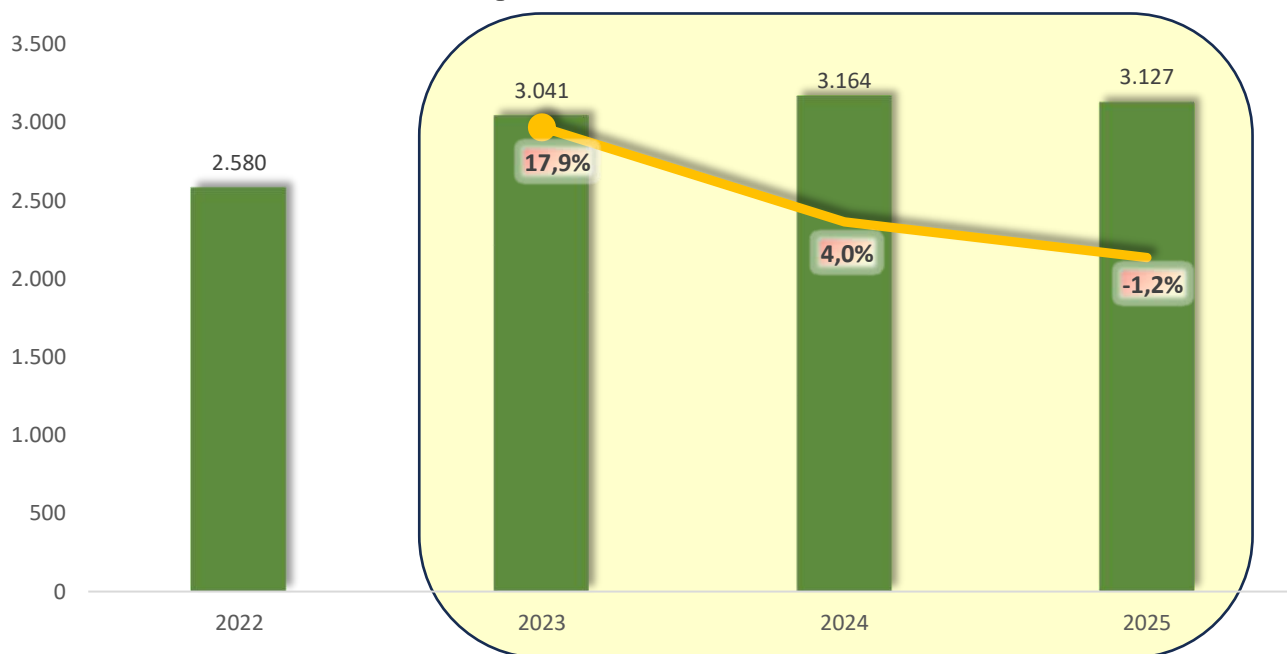
Fonte: Rais | Elaboração: Núcleo de Estudos Econômicos – Fecomércio MG

3. Quantidade de Estabelecimentos

Brasil

Na atividade de fabricação de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal, o movimento nacional mostrou aceleração entre 2022 e 2023, com avanço de 17,9%, seguida de nova alta em 2024 em relação ao ano anterior, mas em ritmo menor, de 4,0%, podendo observa uma desaceleração do crescimento. Já em 2025, na mesma base de comparação, houve retração de 1,2%, sinalizando uma queda no fechamento mais recente da série para o segmento industrial.

Quantidade - Estabelecimento - Fabricação de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal – Brasil – 2022 a 2025



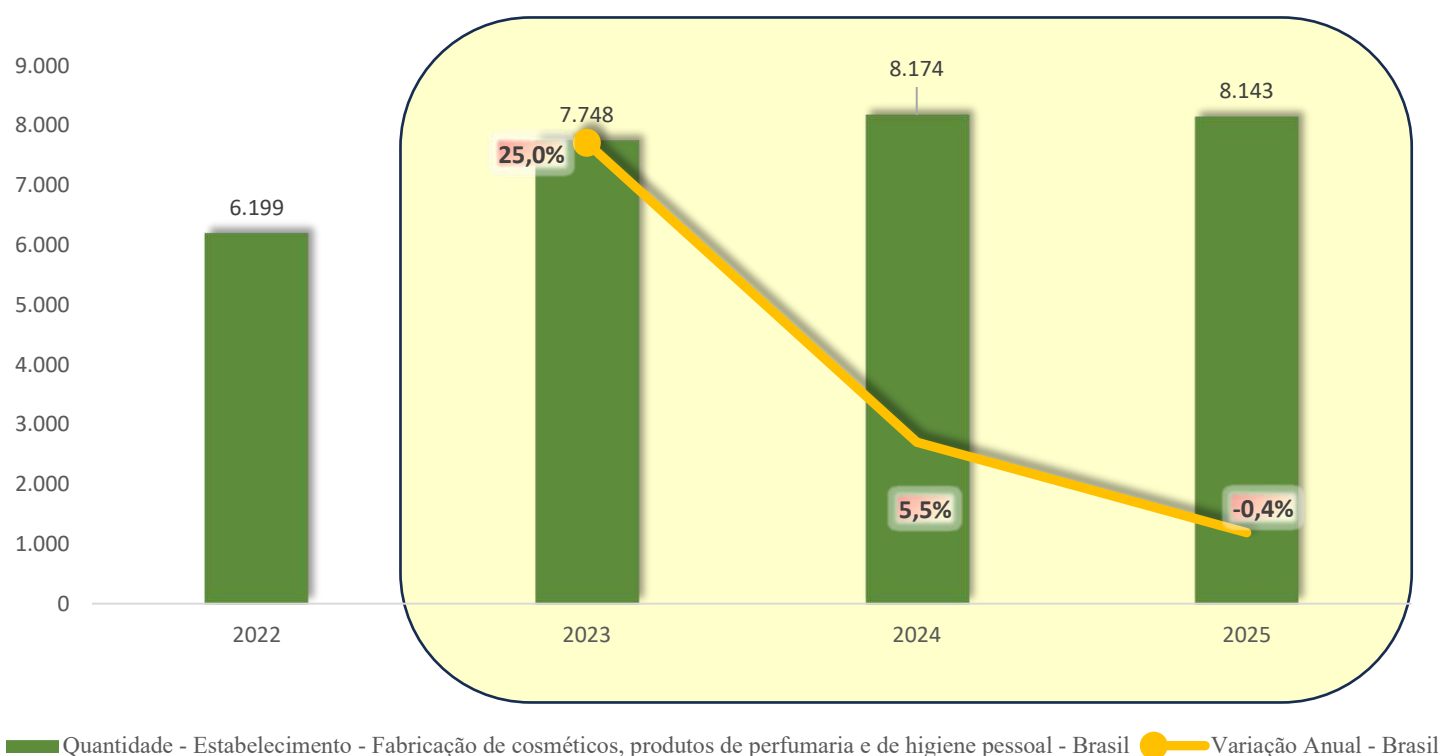
■ Quantidade - Estabelecimento - Fabricação de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal - Brasil ● Variação Anual - Brasil

Fonte: Rais | Elaboração: Núcleo de Estudos Econômicos – Fecomércio MG

No acumulado de 2025 frente a 2022, o saldo ainda permaneceu positivo em 21,2%, o que indica que, apesar da perda de fôlego recente, o setor ainda opera acima do patamar inicial da série analisada.

Ao analisarmos o comércio atacadista de cosméticos e produtos de perfumaria, observa-se uma expansão mais intensa no início do período, com alta de 25,0% em 2023, na comparação com o ano anterior, seguida de desaceleração para 5,5% em 2024, na mesma base de comparação. Em 2025, em relação ao ano anterior, o setor praticamente ficou estável, com leve retração de 0,4%, o que sugere arrefecimento importante após dois anos de crescimento. O setor continua operando acima do patamar inicial da série analisada, impulsionado por um saldo positivo de 31,4% no acumulado de 2025 em comparação a 2022.

Quantidade - Estabelecimento - Comércio atacadista de cosméticos e produtos de perfumaria – Brasil – 2022 a 2025

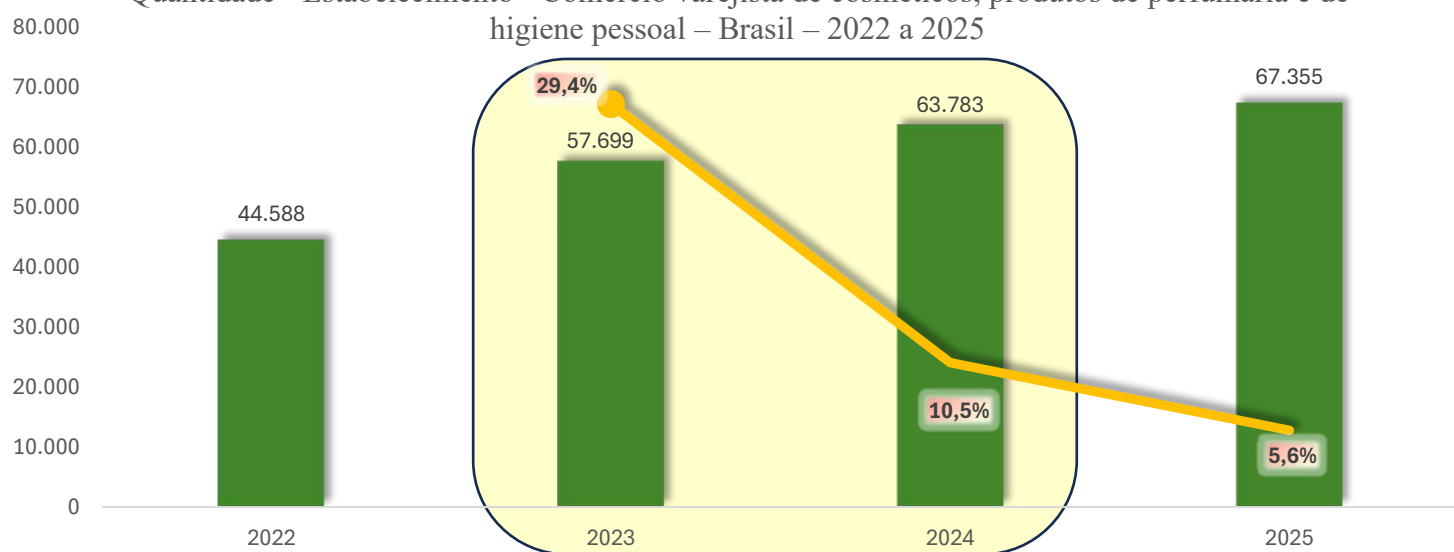


Fonte: Rais | Elaboração: Núcleo de Estudos Econômicos – Fecomércio MG

Já no comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal, o comportamento foi mais robusto. Houve forte expansão de 29,4% em 2023, em relação ao ano anterior, seguida por alta de 10,5% em 2024 na mesma base de comparação. No ano de 2025, em relação a 2024, o segmento voltou a crescer 5,6%.

Embora haja desaceleração do crescimento frente aos ritmos anteriores, o quadro observado no período analisado é positivo, com aumento acumulado de 51,1% em 2025 frente a 2022.

Quantidade - Estabelecimento - Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal – Brasil – 2022 a 2025



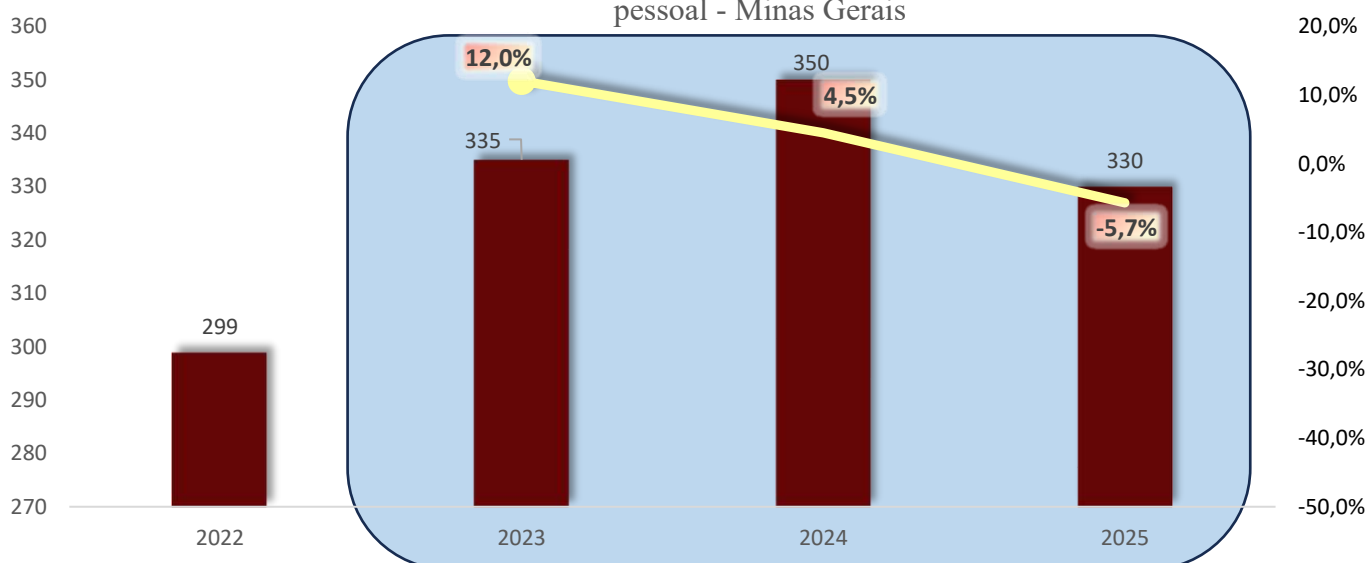
■ Quantidade - Estabelecimento - Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal - Brasil ● Variação Anual - Brasil

Fonte: Rais | Elaboração: Núcleo de Estudos Econômicos – Fecomércio MG

Minas Gerais

Em Minas Gerais, o número de estabelecimentos de fabricação de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal apresentou alta de 12,0% em 2023, em relação a 2022, refletindo a expansão da atividade industrial do segmento no período. Em 2024, na comparação com 2023, o crescimento desacelerou para 4,5%, indicando a manutenção do processo de expansão, porém em ritmo mais moderado.

Quantidade - Estabelecimento - Fabricação de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal - Minas Gerais



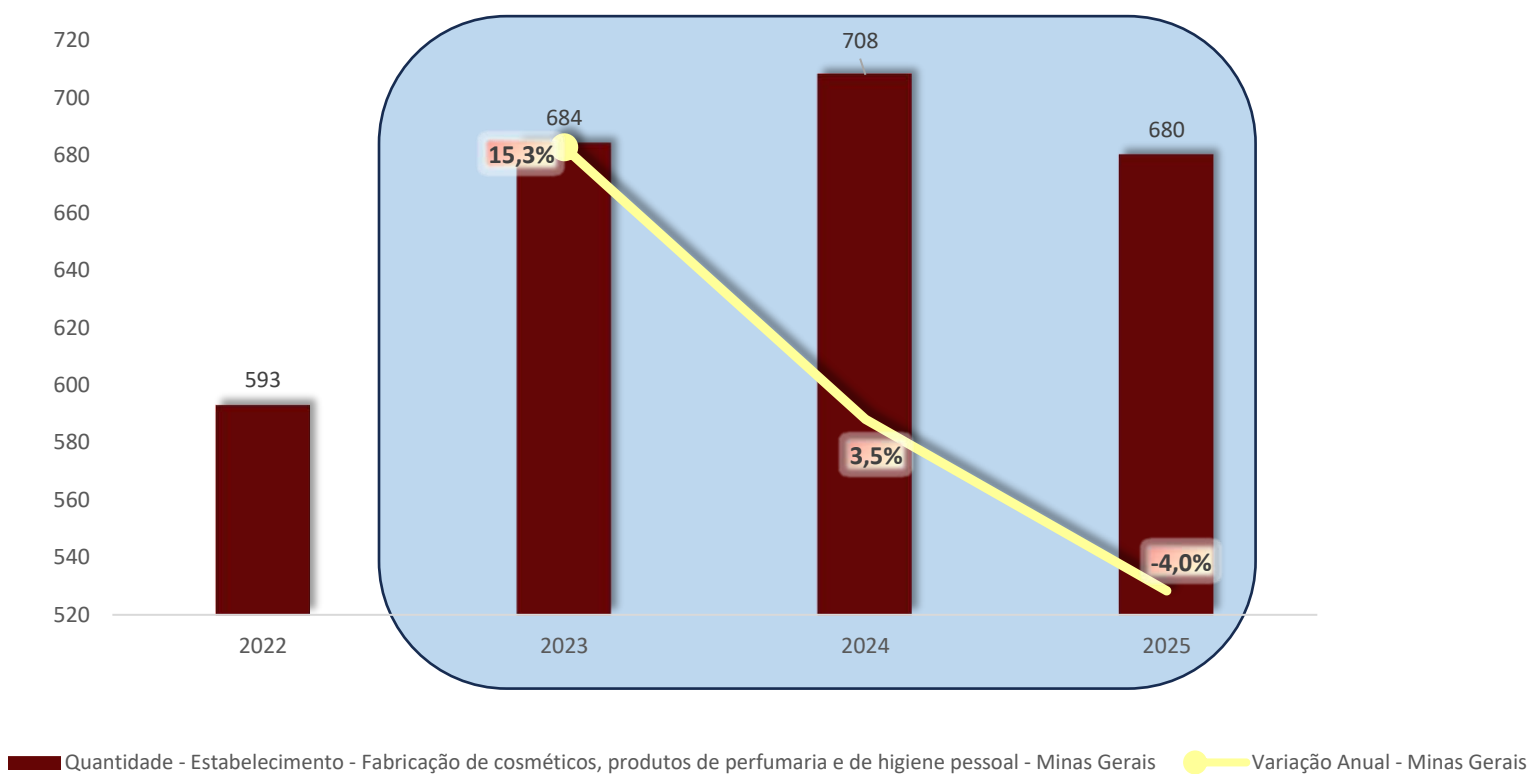
■ Quantidade - Estabelecimento - Fabricação de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal - Minas Gerais ● Variação Anual - Minas Gerais

Fonte: Rais | Elaboração: Núcleo de Estudos Econômicos – Fecomércio MG

Em 2025 frente a 2024, o setor registrou retração de 5,7%, interrompendo a trajetória de crescimento observada nos anos anteriores. Em 2025, Minas Gerais concentrou 10,6% dos estabelecimentos brasileiros, evidenciando a relevância do estado na estrutura produtiva nacional de cosméticos, perfumaria e higiene pessoal.

Já o comércio atacadista de cosméticos e produtos de perfumaria em Minas Gerais registrou crescimento de 15,3% em 2023, em relação a 2022, sinalizando um movimento de fortalecimento da cadeia de distribuição do setor. Em 2024, frente a 2023, a expansão continuou, embora em menor intensidade, com alta de 3,5%. Na sequência, o segmento apresentou queda de 4,0% em 2025 em relação a 2024. Ainda assim, o desempenho acumulado do período permaneceu positivo, e Minas Gerais respondeu por 8,4% dos estabelecimentos brasileiros do segmento em 2025, mantendo posição de destaque no mercado nacional.

Quantidade - Estabelecimento - Comércio atacadista de cosméticos e produtos de perfumaria - Minas Gerais

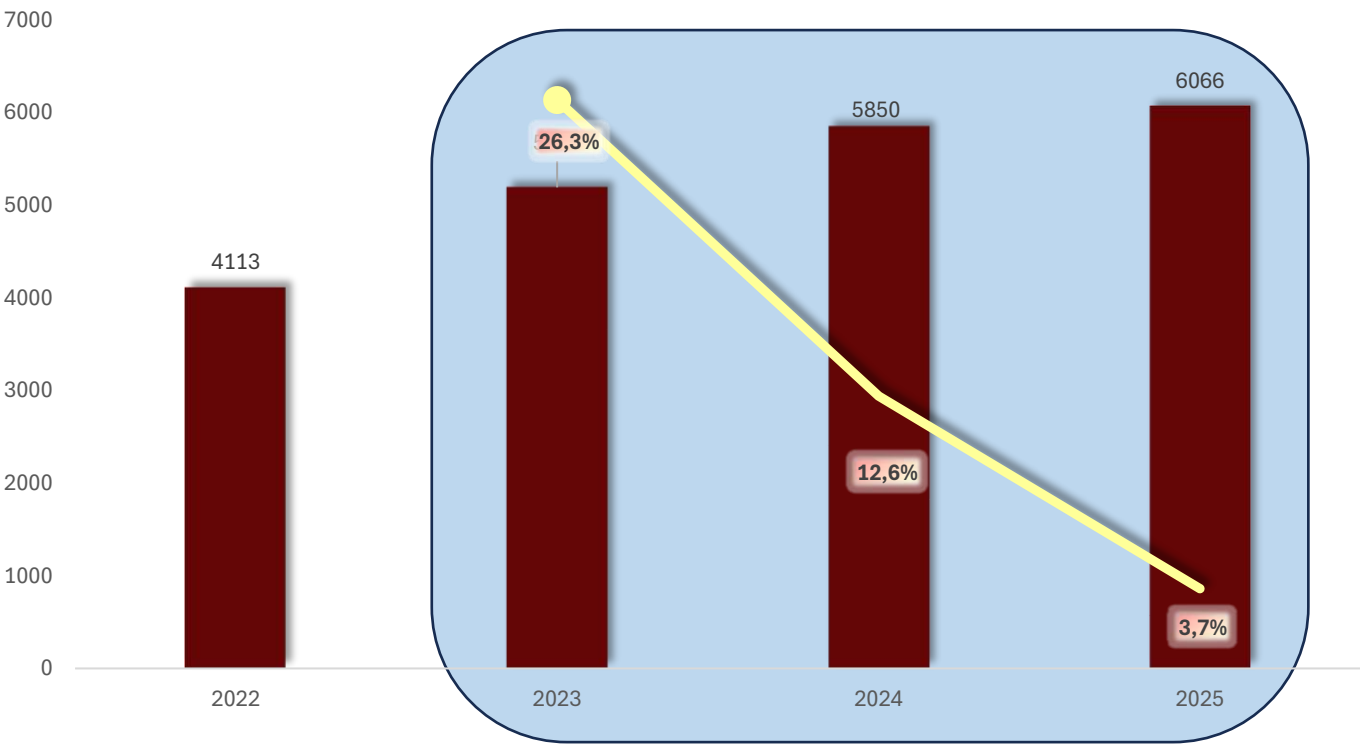


Fonte: Rais | Elaboração: Núcleo de Estudos Econômicos – Fecomércio MG

Entre os segmentos analisados, o comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal foi o que apresentou a trajetória mais robusta em Minas Gerais. O número de estabelecimentos cresceu 26,3% em 2023, em relação a 2022, demonstrando forte expansão da atividade varejista. Em 2024, na comparação com 2023, o setor manteve crescimento expressivo de 12,6%, evidenciando a continuidade do processo de ampliação da rede comercial.

Já em 2025, frente a 2024, o segmento avançou 3,7%, mantendo o movimento de expansão, embora em ritmo mais moderado. Em 2025, Minas Gerais concentrou 9,0% dos estabelecimentos varejistas brasileiros da atividade, reforçando sua relevância no mercado nacional.

Quantidade - Estabelecimento - Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal - Minas Gerais



■ Quantidade - Estabelecimento - Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal - Minas Gerais ● Variação Anual - Brasil

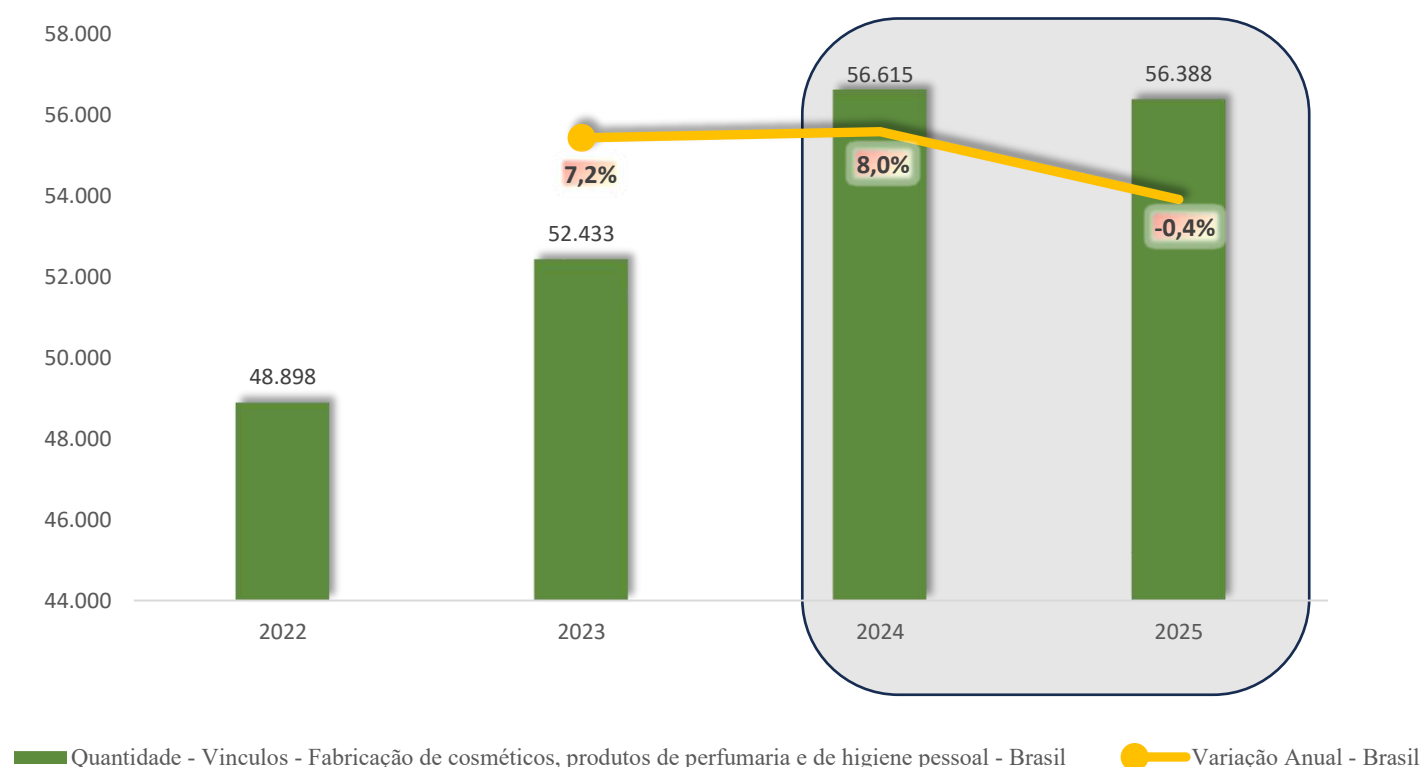
Fonte: Rais | Elaboração: Núcleo de Estudos Econômicos – Fecomércio MG

4. Quantidade de Vínculos

Brasil

Na fabricação, os vínculos ativos cresceram 7,2% em 2023, em relação a 2022, e 8,0% em 2024, na comparação com o ano anterior, o que mostra aceleração entre esses dois anos. Contudo, em 2025, na análise frente a 2024, houve uma leve retração de 0,4%, interrompendo a sequência de expansão e configurando um cenário negativo no dado mais recente. No entanto, em 2025 frente a 2022, o segmento acumulou alta de 15,3%.

Quantidade - Vínculos - Fabricação de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal
Brasil – 2022 a 2025

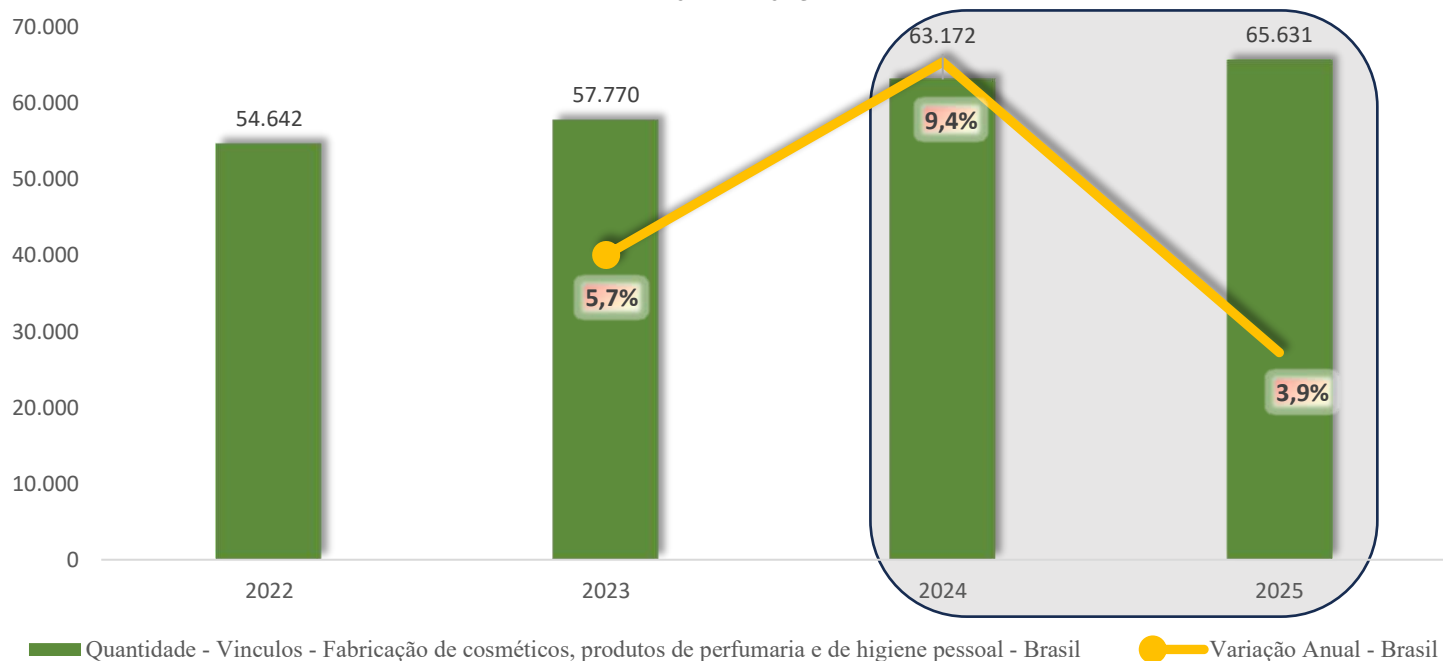


Fonte: Rais | Elaboração: Núcleo de Estudos Econômicos – Fecomércio MG

No atacado, o emprego formal avançou 5,7% em 2023, em relação a 2022, e acelerou para 9,4% em 2024, na comparação com o ano anterior. Em 2025, na comparação com 2024, o segmento permaneceu em expansão, com alta de 3,9%.

Apesar da desaceleração frente ao pico verificado em 2024, o quadro segue em cenário positivo, com crescimento acumulado de 20,1% em 2025 frente a 2022.

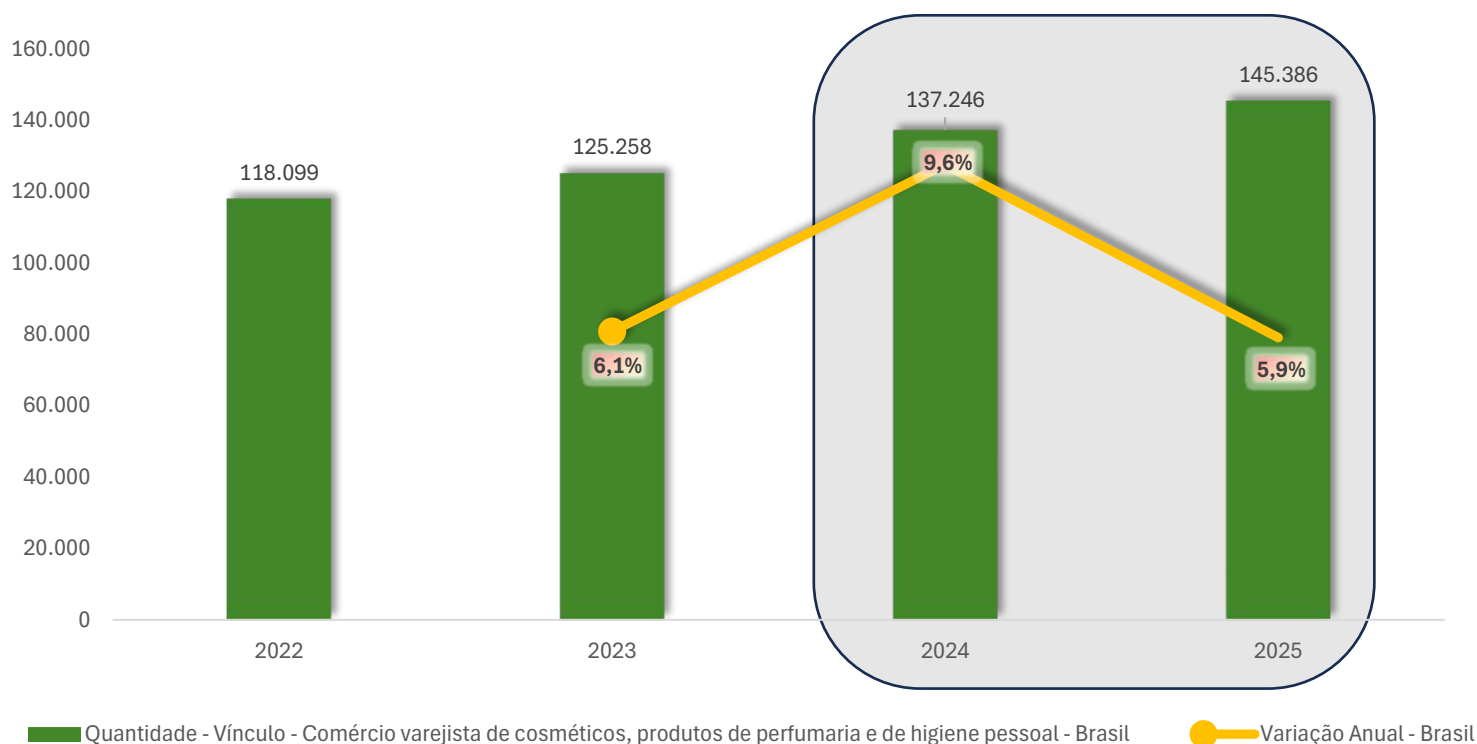
Quantidade - Vínculo - Comércio atacadista de cosméticos e produtos de perfumaria – Brasil – 2022 a 2025



Fonte: Rais | Elaboração: Núcleo de Estudos Econômicos – Fecomércio MG

Em 2025 em relação ao ano anterior, a quantidade de vínculos formais do setor permaneceu em expansão, com alta de 3,9%. Apesar da desaceleração do crescimento frente ao pico verificado em 2024, o cenário permanece positivo, com crescimento acumulado de 20,1% em 2025 frente a 2022

Quantidade - Vínculo - Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal – Brasil – 2022 a 2025



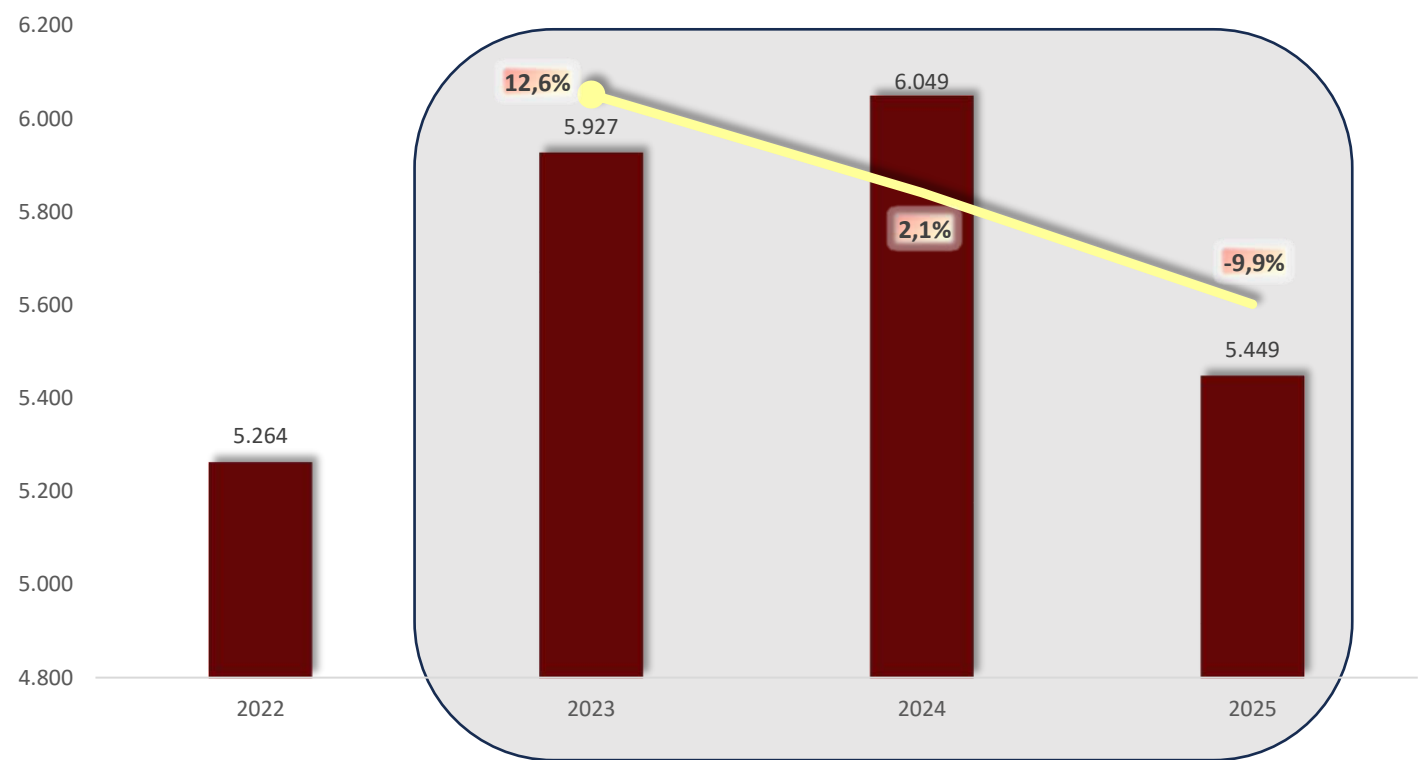
Fonte: Rais | Elaboração: Núcleo de Estudos Econômicos – Fecomércio MG

No varejo, os vínculos cresceram, nas comparações com os anos imediatamente anteriores, 6,1% em 2023 e 9,6% em 2024, mostrando aceleração no número de contratações. Esse ano em relação ao ano anterior, o aumento foi de 5,9%, ainda positivo, embora em ritmo menor. Assim, o segmento varejista apresentou uma alta acumulada de 23,1% em 2025 frente a 2022.

Minas Gerais

Ao analisar a quantidade de vínculos em Minas Gerais, observa-se que, na fabricação, o emprego formal cresceu 12,6% em 2023, em relação a 2022, desacelerou para 2,1% em 2024, na comparação com o ano anterior, e, em 2025, na comparação com 2024, registrou retração de 9,9%. Considerando o período entre 2022 e 2025, o segmento acumulou alta de 3,5% no estado. No acumulado de 2025 frente a 2022, a alta mineira foi de 3,5%. Desta forma, observa-se uma tendência de crescimento que desacelerou a partir de 2024.

Quantidade - Vínculos - Fabricação de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal
Minas Gerais – 2022 a 2025

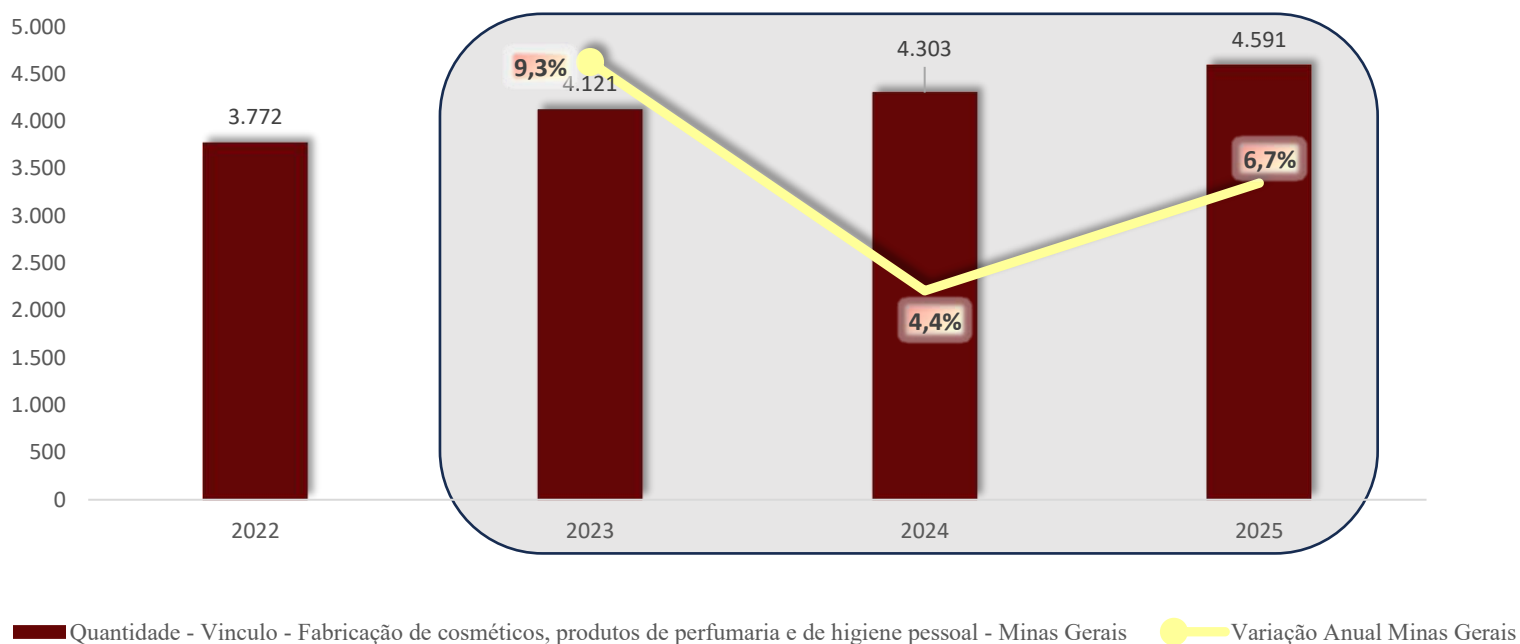


■ Quantidade - Vínculo - Fabricação de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal - Minas Gerais ● Variação Anual Minas Gerais

Fonte: Rais | Elaboração: Núcleo de Estudos Econômicos – Fecomércio MG

No segmento atacadista do setor analisado, os vínculos avançaram 9,3% em 2023, na comparação com 2022, cresceram em menor ritmo, com alta de 4,4% em 2024, na comparação com 2023, e voltaram a ganhar intensidade em 2025, na comparação com 2024, com crescimento de 6,7%. Considerando o período entre 2022 e 2025, a expansão foi de 21,7%, ligeiramente superior aos 20,1% registrados no Brasil.

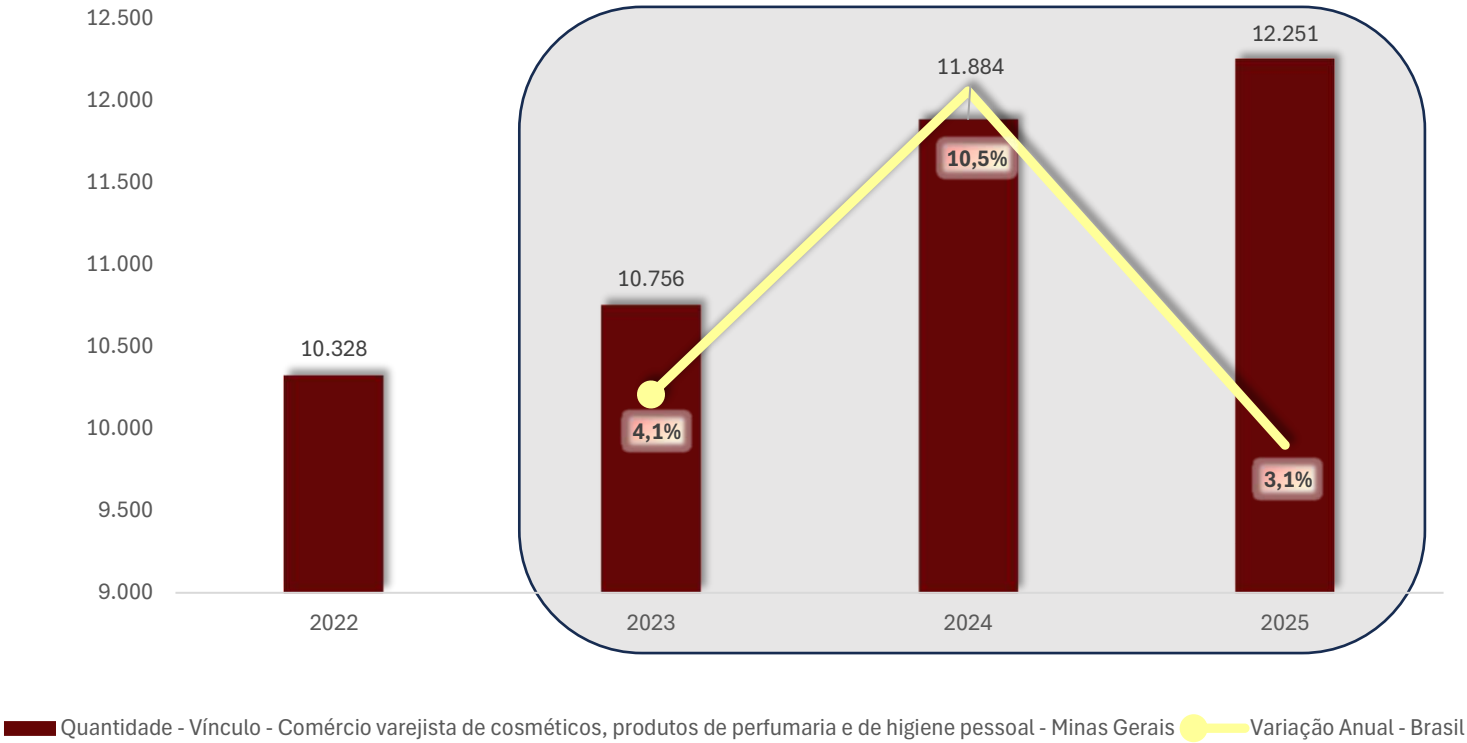
Quantidade - Vínculos - Comércio atacadista de cosméticos e produtos de perfumaria - Minas Gerais – 2022 a 2025



Fonte: Rais | Elaboração: Núcleo de Estudos Econômicos – Fecomércio MG

Ao analisarmos o varejo mineiro de um ano em relação ao ano imediatamente anterior, constatamos que os vínculos aumentaram 4,1% em 2023, aceleraram para 10,5% em 2024 e perderam força, mas permaneceram com resultados positivos, em 2025, quando cresceram 3,1%. No acumulado de 2025 frente a 2022, o avanço dos vínculos formais foi de 18,6%.

Quantidade - Vínculo - Comércio varejista de cosméticos, produtos de perfumaria e de higiene pessoal - Minas Gerais



Fonte: Rais | Elaboração: Núcleo de Estudos Econômicos – Fecomércio MG

Em 2025, a participação de Minas Gerais no total de vínculos nacionais do setor de cosméticos, perfumaria e higiene pessoal demonstra uma inserção relevante. O estado concentra 9,7% dos vínculos nacionais na fabricação, indicando maior densidade relativa na etapa industrial. Em contraste, sua participação no comércio atacadista é de 7,0%, o que sinaliza menor peso nas atividades de intermediação e distribuição em escala nacional. No comércio varejista, por sua vez, Minas Gerais responde por 8,4% dos vínculos do país, posicionando-se em um patamar intermediário. Considerando o conjunto dessas atividades, o Estado representa 8,3% dos vínculos totais do segmento de perfumaria e cosméticos, reforçando sua presença significativa no setor.

5. A Participação de Minas Gerais no Mercado Nacional de Perfumaria e Cosméticos

Estabelecimentos - Perfumaria e Cosméticos: Participação de Minas Gerais no Brasil - 2025



Vínculos - Perfumaria e Cosméticos: Participação de Minas Gerais no Brasil - 2025



Fonte: Rais | Ano 2025 | Elaboração: Núcleo de Estudos Econômicos – Fecomércio MG

6. O Protagonismo do Brasil no Mercado Global de Cuidados Pessoais

Segundo a ¹Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos (ABIHPEC), o mercado brasileiro de beleza e cuidados pessoais ocupa a terceira posição entre os maiores mercados consumidores do mundo, atrás apenas dos Estados Unidos e da China, com participação de 5,8% no consumo global em 2024. Além da força do mercado interno, o setor apresenta elevada capacidade de inovação, posicionando o Brasil como o quarto país que mais lança produtos anualmente. A relevância econômica da atividade também é expressiva, uma vez que o mercado brasileiro de beleza e cuidados pessoais representa cerca de 2% do Produto Interno Bruto (PIB) nacional, evidenciando sua importância para a geração de renda, dinamização produtiva e fortalecimento da estrutura industrial do país.

Os 10 Maiores mercados no setor de beleza e cuidados pessoais



Fonte: Euromonitor | Elaboração: Núcleo de Estudos Econômicos – Fecomércio MG

O protagonismo brasileiro também se destaca no cenário regional. De acordo com a ²Euromonitor Internacional (2024), o Brasil responde por 43,4% do mercado latino-americano de beleza e cuidados pessoais, consolidando-se como principal polo de consumo da região. Em diversas categorias, o país ocupa posições de destaque no ranking mundial, figurando como o 2º maior mercado de fragrâncias, produtos masculinos e desodorantes, o 3º em produtos infantis, proteção solar, higiene oral e cuidados com o cabelo.

Além de posições relevantes em produtos para banho, maquiagem, cuidados com a pele e depilatórios. Os resultados demonstram a maturidade do mercado brasileiro e a diversidade de segmentos nos quais o país mantém elevada competitividade internacional.

O Brasil consolidou-se como um dos principais mercados mundiais de beleza e cuidados pessoais, posição que também se reflete no desempenho do comércio exterior do setor. Os dados analisados a partir do ³ComexStat/MDIC-SECEX mostram que, entre janeiro e junho de 2026, as exportações brasileiras alcançaram US\$ 539,3 milhões, crescimento de 11,5% em relação ao mesmo período de 2025, enquanto as importações somaram US\$ 543,6 milhões, com avanço de 4,8%. Apesar do déficit comercial de US\$ 4,3 milhões no primeiro semestre de 2026, observa-se uma melhora expressiva em relação ao déficit de US\$ 34,7 milhões registrado em igual período do ano anterior, indicando fortalecimento relativo da competitividade externa do setor.



Fonte: ComexStat/MDIC-SECEX | Elaboração: Núcleo de Estudos Econômicos – Fecomércio MG

Acrescido a isso, o país possui uma forte integração com mercados latino-americanos, que concentram os principais destinos das exportações brasileiras de produtos de beleza e cuidados pessoais. A Argentina liderou as compras no primeiro semestre de 2026, com participação de 22,4% do valor exportado e crescimento de 29,7% frente ao mesmo período de 2025, seguida por Colômbia (10,3%) e Chile (10,1%). Pelo lado das importações, a China manteve-se como principal fornecedora, respondendo por 24,2% do valor importado pelo Brasil, seguida por França (18,4%) e Espanha (9,5%). Em termos físicos, as exportações totalizaram 147,8 mil toneladas, expansão de 2,9%, enquanto as importações alcançaram 72,8 mil toneladas, crescimento de 12,0%, sinalizando aumento mais intenso da demanda por produtos importados. Ainda assim, o avanço das exportações em ritmo superior ao das importações em valor reforça a crescente inserção internacional do setor brasileiro de beleza e cuidados pessoais.



VOLUME EM 2026

mil toneladas



Fonte: ComexStat/MDIC-SECEX | Elaboração: Núcleo de Estudos Econômicos – Fecomércio MG

¹ABIHPEC. Panorama da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos. São Paulo: Associação Brasileira da Indústria de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos, 2025.

²EUROMONITOR INTERNATIONAL. Beauty and Personal Care: Global Market Overview. Londres: Euromonitor International, 2024.

³BRASIL. Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços. Secretaria de Comércio Exterior. Comex Stat: sistema de estatísticas de comércio exterior. Brasília: MDIC/SECEX, 2026.

7. Principais produtos - Perfumaria e Cosméticos - E-commerce Brasil

De acordo com o levantamento mais recente, publicado em 2026 referente ao ano de 2025, o e-commerce brasileiro de perfumaria e cosméticos atingiu a marca de R\$ 14,07 bilhões, o equivalente a aproximadamente 5,0% do valor total comercializado no comércio eletrônico nacional, reforçando uma participação relevante em um mercado fortemente associado a produtos de uso recorrente. As outras preparações capilares lideraram o faturamento, com R\$ 3,03 bilhões (21,6% do segmento), seguidas pelos produtos de beleza e maquiagem (R\$ 2,25 bilhões; 16,0%) e pelos desodorantes líquidos (R\$ 2,13 bilhões; 15,2%). Juntas, essas três categorias concentraram 52,8% das vendas do setor, demonstrando a predominância de itens ligados à higiene pessoal, beleza e cuidados diários. Abaixo segue a lista de produtos com valores brutos movimentados no setor de perfumaria e cosméticos :

Produtos - Perfumaria e Cosméticos - E-commerce Brasil - 2025			
Descrição	Valor (R\$ bi)	(%) – Total	(%) Total Perfumaria e Cosmético
Outras preparações capilares	R\$ 3,03	1,07%	21,6%
Outros produtos de beleza ou de maquiagem preparados, etc	R\$ 2,25	0,80%	16,0%
Desodorantes (desodorizantes) corporais e antiperspirantes, líquidos	R\$ 2,13	0,76%	15,2%
Crems de beleza e crems nutritivos; loções tônicas	R\$ 1,57	0,55%	11,1%
Águas-de-colônia	R\$ 0,96	0,34%	6,8%
Perfumes (extratos)	R\$ 0,95	0,34%	6,8%
Xampus para os cabelos	R\$ 0,95	0,34%	6,8%
Desodorantes (desodorizantes) corporais e antiperspirantes, em outras formas	R\$ 0,53	0,19%	3,8%
Produtos de maquiagem para os lábios	R\$ 0,43	0,15%	3,1%
Sombra, delineador, lápis para sobrancelhas e rímel (produtos de maquiagem para os olhos)	R\$ 0,31	0,11%	2,2%
Pós, incluídos os compactos, para maquiagem	R\$ 0,23	0,08%	1,6%
Preparações para manicuros e pedicuros	R\$ 0,23	0,08%	1,6%
Outras preparações para perfumar ou desodorizar ambientes	R\$ 0,17	0,06%	1,2%
Outros produtos de perfumaria ou toucador, preparados, etc.	R\$ 0,13	0,04%	0,9%
Preparações para ondulação ou alisamento, permanentes, dos cabelos	R\$ 0,06	0,02%	0,5%
Outros produtos de maquiagem para os olhos	R\$ 0,05	0,02%	0,3%
Preparações para barbear (antes, durante ou após)	R\$ 0,04	0,01%	0,3%
Agarbate e outras preparações odoríferas que atuem por combustão	R\$ 0,02	0,01%	0,2%
Laques para o cabelo	R\$ 0,01	0,00%	0,1%
Sais perfumados e outras preparações para banhos	R\$ 0,01	0,00%	0,1%
Total - produtos - Perfumaria e Cosméticos - E-commerce Brasil	R\$ 14,07	-	100,00%
Total e-commerce Brasil	R\$ 282,47	5,0%	-

Fonte: Ministério do Desenvolvimento, Indústria, Comércio e Serviços | Elaboração: Núcleo de Estudos Econômicos – Fecomércio MG

Acrescido a isso, destacaram-se os cremes de beleza e loções tônicas (11,1% do segmento), além de águas-de-colônia, perfumes e xampus, cada um com participação próxima de 6,8%. A composição da pauta revela um mercado relativamente diversificado, mas com forte concentração em produtos de reposição frequente e alto giro. Esse padrão sugere que o desempenho da categoria é sustentado principalmente pelo consumo habitual, conferindo maior previsibilidade às vendas e reduzindo a dependência de compras ocasionais ou fortemente influenciadas por sazonalidade.

8. Principais produtos - Perfumaria e Cosméticos – E-commerce Emitente - Minas Gerais

Nas operações em que Minas Gerais atua como emitente no e-commerce, o segmento de perfumaria e cosméticos movimentou R\$ 2,78 bilhões em 2025, representando 7,7% de todo o comércio eletrônico originado no estado, participação superior à observada no Brasil (5,0%). O principal produto comercializado foi o de desodorantes líquidos, com R\$ 597,2 milhões, equivalente a 21,5% do segmento, seguido pelos produtos de beleza e maquiagem (17,1%) e pelas preparações capilares (17,0%). Juntas, essas três categorias concentraram mais da metade do faturamento do setor, evidenciando a relevância dos produtos de higiene pessoal e cuidados diários na pauta mineira de vendas online

Produtos - Perfumaria e Cosméticos - E-commerce emitente - Minas Gerais – 2025			
Descrição	Valor (R\$ mi)	(%) – Total - MG	(%) Total Perfumaria e Cosmético - MG
Desodorantes (desodorizantes) corporais e antiperspirantes, líquidos	R\$ 597,185	1,6%	21,5%
Outros produtos de beleza ou de maquiagem preparados, etc	R\$ 475,539	1,3%	17,1%
Outras preparações capilares	R\$ 472,717	1,3%	17,0%
Cremes de beleza e cremes nutritivos; loções tônicas	R\$ 341,894	0,9%	12,3%
Águas-de-colônia	R\$ 213,446	0,6%	7,7%
Perfumes (extratos)	R\$ 190,815	0,5%	6,9%
Xampus para os cabelos	R\$ 177,382	0,5%	6,4%
Desodorantes (desodorizantes) corporais e antiperspirantes, em outras formas	R\$ 95,919	0,3%	3,4%
Produtos de maquiagem para os lábios	R\$ 56,448	0,2%	2,0%
Sombra, delineador, lápis para sobrancelhas e rímel (produtos de maquiagem para os olhos)	R\$ 56,043	0,2%	2,0%
Pós, incluídos os compactos, para maquiagem	R\$ 44,126	0,1%	1,6%
Preparações para manicuros e pedicuros	R\$ 17,189	0,0%	0,6%
Outros produtos de perfumaria ou toucador, preparados, etc.	R\$ 15,142	0,0%	0,5%
Outras preparações para perfumar ou desodorizar ambientes	R\$ 13,364	0,0%	0,5%
Preparações para barbear (antes, durante ou após)	R\$ 6,601	0,0%	0,2%
Outros produtos de maquiagem para os olhos	R\$ 3,150	0,0%	0,1%
Laques para o cabelo	R\$ 1,774	0,0%	0,1%
Preparações para ondulação ou alisamento, permanentes, dos cabelos	R\$ 1,527	0,0%	0,1%
Sais perfumados e outras preparações para banhos	R\$ 0,328	0,0%	0,0%
Agarbate e outras preparações odoríferas que atuem por combustão	R\$ 0,104	0,0%	0,0%
Total - Emitente - Perfumaria e Cosméticos - E-commerce Minas Gerais	R\$ 2.780,69	-	100,00%
Total - Emitente - E-commerce - Minas Gerais	R\$ 36.310,20	7,7%	-

Também se destacaram os cremes de beleza e loções tônicas (12,3% do segmento), além de águas-de-colônia, perfumes e xampus, que apresentaram participações entre 6,4% e 7,7%. O conjunto dos dados revela, assim como no perfil nacional, uma pauta relativamente diversificada, mas com forte presença de itens de reposição frequente e ampla aceitação no mercado. Indo ao encontro do padrão observado no e-commerce brasileiro, Minas Gerais demonstra maior especialização na comercialização de produtos de higiene pessoal, especialmente desodorantes, reforçando sua posição competitiva no e-commerce de perfumaria e cosméticos

9. Principais produtos - Perfumaria e Cosméticos – E-commerce - Destinatário - Minas Gerais

Na perspectiva de Minas Gerais como destinatário, o segmento de perfumaria e cosméticos movimentou R\$ 1,72 bilhão no e-commerce em 2025, representando aproximadamente 4,8% do valor total destinado ao estado. As outras preparações capilares lideraram as compras realizadas pelos consumidores mineiros, com R\$ 372,1 milhões, equivalentes a 21,6% do segmento, seguidas pelos produtos de beleza e maquiagem (17,5%) e pelos desodorantes líquidos (14,8%). Juntas, essas três categorias concentraram mais da metade do faturamento do setor, refletindo a predominância de produtos ligados aos cuidados pessoais e à rotina de consumo recorrente.

Produtos - Perfumaria e Cosméticos - E-commerce Destinatário - Minas Gerais – 2025

Descrição	Valor (R\$ mi)	(%) – Total - MG	(%) Total Perfumaria e Cosmético - MG
Outras preparações capilares	R\$ 372,10	1,0%	21,6%
Outros produtos de beleza ou de maquiagem preparados, etc	R\$ 302,20	0,8%	17,5%
Desodorantes (desodorizantes) corporais e antiperspirantes, líquidos	R\$ 255,59	0,7%	14,8%
Cremes de beleza e cremes nutritivos; loções tônicas	R\$ 197,78	0,5%	11,5%
Xampus para os cabelos	R\$ 115,21	0,3%	6,7%
Perfumes (extratos)	R\$ 106,70	0,3%	6,2%
Águas-de-colônia	R\$ 101,15	0,3%	5,9%
Desodorantes (desodorizantes) corporais e antiperspirantes, em outras formas	R\$ 69,49	0,2%	4,0%
Produtos de maquiagem para os lábios	R\$ 55,61	0,2%	3,2%
Preparações para manicuros e pedicuros	R\$ 34,14	0,1%	2,0%
Sombra, delineador, lápis para sobrancelhas e rímel (produtos de maquiagem para os olhos)	R\$ 27,77	0,1%	1,6%
Pós, incluídos os compactos, para maquiagem	R\$ 27,11	0,1%	1,6%
Outros produtos de perfumaria ou toucador, preparados, etc.	R\$ 18,29	0,1%	1,1%
Outras preparações para perfumar ou desodorizar ambientes	R\$ 17,13	0,0%	1,0%
Preparações para ondulação ou alisamento, permanentes, dos cabelos	R\$ 8,61	0,0%	0,5%
Outros produtos de maquiagem para os olhos	R\$ 4,88	0,0%	0,3%
Preparações para barbear (antes, durante ou após)	R\$ 4,26	0,0%	0,2%
Agarbate e outras preparações odoríferas que atuem por combustão	R\$ 2,29	0,0%	0,1%
Laques para o cabelo	R\$ 1,85	0,0%	0,1%
Sais perfumados e outras preparações para banhos	R\$ 1,01	0,0%	0,1%
Total - Destinatário - Perfumaria e Cosméticos - E-commerce Minas Gerais	R\$ 1.723,18	-	100,00%
Total - Destinatário - E-commerce - Minas Gerais	R\$ 36.226,45	4,8%	-

Também se destacaram os cremes de beleza e loções tônicas (11,5% do segmento), além de xampus, perfumes e águas-de-colônia, com participações entre 5,9% e 6,7%. A composição indica um perfil de consumo semelhante ao observado no cenário nacional, com forte demanda por produtos capilares, higiene pessoal e beleza. Em comparação com o valor emitido por Minas Gerais, os resultados sugerem que o estado possui maior relevância como origem das vendas do que como mercado receptor desses produtos, evidenciando uma posição competitiva favorável no e-commerce de perfumaria e cosméticos.

10. Dinâmica do consumo de perfumaria e cosmético pelos domicílios brasileiros

Segundo Maciel e Ervilha (2018)¹, ao analisar o consumo de artigos de perfumaria e cosméticos das famílias brasileiras com base nos dados da Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF 2008/2009) do IBGE, verificou-se que a escolaridade do responsável pelo domicílio (Anos de estudo) influencia positivamente a aquisição desses produtos. Isso significa que famílias cujos responsáveis possuem mais anos de estudo tendem a consumir mais artigos de perfumaria e cosméticos, uma vez que a maior escolaridade geralmente está associada a melhores condições socioeconômicas, maior renda e maior valorização da aparência pessoal.

A variável Idade apresentou efeito positivo sobre o consumo, indicando que, à medida que o responsável pelo domicílio envelhece, aumenta a probabilidade de adquirir esses produtos. Entretanto, a variável Idade² (Idade ao quadrado) apresentou coeficiente negativo, demonstrando que esse crescimento não ocorre indefinidamente. O consumo aumenta até determinada faixa etária e, posteriormente, passa a crescer em ritmo menor ou até diminuir, evidenciando um comportamento típico de ciclo de vida do consumidor.

A variável Ln renda, que representa o logaritmo da renda per capita familiar, também exerceu influência positiva e significativa, mostrando que famílias com maior renda possuem maior probabilidade de consumir produtos de perfumaria e cosméticos.

Da mesma forma, a variável Mulher chefe, que identifica domicílios chefiados por mulheres, apresentou efeito positivo, sugerindo que essas famílias tendem a adquirir mais produtos do setor, fato relacionado à maior participação feminina no mercado de trabalho e à importância atribuída aos cuidados pessoais e à estética. Quanto às características de localização, a variável Metrôpole apresentou efeito positivo, indicando maior consumo em regiões metropolitanas devido à maior oferta e facilidade de acesso aos produtos.

¹MACIEL, Maria Cecília Fonseca; ERVILHA, Gabriel Teixeira. Padrão de consumo das famílias brasileiras em artigos de perfumaria e cosméticos. Revista Brasileira de Economia de Empresas, v. 18, n. 2, p. 79-96, 2018. Dados utilizados: Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF 2008/2009), Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)

Em contrapartida, a variável Rural apresentou efeito negativo, indicando menor probabilidade de consumo em áreas rurais devido à escassez de lojas especializadas e a dinâmicas distintas de demanda. A constante negativa reflete a probabilidade básica de compra na ausência das outras variáveis. Espera-se, no entanto, que esse cenário de desigualdade diminua com o avanço do e-commerce nacional, que democratiza o acesso às mercadorias. Em conjunto, os resultados mostram que renda, escolaridade, localização urbana e chefia feminina favorecem o consumo de artigos de perfumaria e cosméticos no Brasil

11. O Papel das Datas Comemorativas e do Clima no Consumo de Perfumaria e Cosméticos

As condições climáticas exercem influência sobre o comportamento de consumo de produtos de perfumaria e cosméticos. Durante os períodos de temperaturas mais baixas e baixa umidade do ar, observa-se aumento da procura por hidratantes corporais, cremes faciais, óleos, produtos para cuidados capilares e fragrâncias mais intensas, enquanto no verão ganham destaque os protetores solares, produtos de textura leve e perfumes com notas cítricas e refrescantes. O setor adapta constantemente seu portfólio às mudanças sazonais para atender às necessidades dos consumidores, demonstrando que fatores climáticos tendem a impactar as decisões de compras. Eventos climáticos como o El Niño também podem influenciar esse comportamento ao provocar alterações de temperatura e períodos de maior seca em determinadas regiões, aumentando a demanda por produtos voltados à hidratação da pele e dos cabelos. O clima não apenas afeta o bem-estar dos consumidores, mas também se torna um importante determinante das vendas e do desempenho do mercado de perfumaria e cosméticos.

O segmento de beleza e cuidados pessoais ocupa posição de destaque em datas comemorativas, consolidando-se como uma das principais opções de presentes para diferentes perfis de consumidores. As pesquisas do Núcleo de Pesquisa e Inteligência da Fecomércio MG mostram que o segmento mantém forte presença em ocasiões marcadas por vínculos afetivos, como o Dia dos Namorados, quando a busca por produtos associados ao cuidado pessoal, beleza e bem-estar contribui para impulsionar o desempenho do varejo. A recorrência do segmento entre os itens mais citados nas pesquisas de intenção de consumo e expectativa de vendas demonstra sua relevância para o comércio e sua capacidade de atender diferentes perfis de público.

A força do segmento também é observada em outras datas comemorativas, como o Dia das Mães, o Dia dos Pais e o Natal. Nessas ocasiões, perfumes e produtos de perfumaria aparecem de forma consistente entre os presentes mais lembrados pelos consumidores, evidenciando a consolidação da categoria no calendário do varejo. Acrescido a isso, demonstra também que os produtos do setor possuem forte apelo emocional, sendo frequentemente associados a demonstrações de carinho, cuidado e valorização pessoal, características que favorecem sua escolha em momentos de celebração e troca de presentes.

Além das datas comemorativas tradicionais, a consolidação do segmento é reforçada por eventos promocionais e pelo consumo contínuo ao longo do ano. As pesquisas da Fecomercio MG indicam que perfumaria e cosméticos figuram regularmente entre as categorias de interesse dos consumidores em períodos de maior movimentação comercial, como a Black Friday, mantendo relevância tanto nas intenções de compra quanto nas expectativas de vendas do comércio. Paralelamente, a pesquisa Orçamento do Consumidor 2026 mostra que os gastos com itens de cuidados pessoais permanecem inseridos na estrutura regular de consumo das famílias, evidenciando que a demanda por perfumaria e cosméticos ultrapassa o caráter sazonal e integra de forma permanente os hábitos de consumo e autocuidado da população.

12. Conclusão

O Cenário atual, mostra que o setor de perfumaria e cosméticos mantém relevância estratégica para a economia brasileira, sustentado pelo bom desempenho do varejo e, principalmente, pela expansão do comércio eletrônico, que vem fortalecendo os elos mais próximos do consumidor final. Embora os indicadores nacionais ainda apresentem crescimento acumulado positivo em estabelecimentos, vínculos formais e faturamento, observa-se uma desaceleração gradual nas atividades de fabricação e atacado, sinalizando que o ritmo de expansão registrado nos últimos anos começa a perder intensidade. Ao mesmo tempo, o perfil de consumo demonstra forte concentração em produtos de reposição frequente, como itens de higiene pessoal, cuidados capilares e beleza, fator que contribui para maior estabilidade da demanda e reduz a dependência de movimentos estritamente sazonais.

Em Minas Gerais, o cenário revela uma dinâmica mais desafiadora, marcada pela redução do número de estabelecimentos nos segmentos de fabricação, atacado e varejo, evidenciando um processo de reorganização seletiva da estrutura produtiva. Ainda assim, o estado preserva participação relevante na cadeia nacional e demonstra forte presença no comércio eletrônico, destacando-se mais como origem das vendas do que como mercado consumidor desses produtos.



Mesmo diante das dificuldades observadas em parte da cadeia produtiva, os canais digitais têm desempenhado papel importante na sustentação da atividade econômica do setor. Dessa forma, o panorama indica que a capacidade de adaptação às novas formas de consumo, associada ao fortalecimento da comercialização digital, tem sido determinante para manter a competitividade do segmento, enquanto os elos ligados à produção e à distribuição seguem enfrentando desafios para recuperar um crescimento mais consistente e disseminado ao longo da cadeia.

Elaboração: Núcleo de Estudos Econômicos – Fecomércio MG

Fernanda Caroline Gonçalves

Analista de economia

E-mail: fernandacaroline@fecomerciomg.org.br

Gabriela Felipe Martins

Supervisora de Estudos Econômicos

E-mail: gabrielamartins@fecomerciomg.org.br

Telefone: (31) 3270-3325

Equipe Técnica

**CEDES - Centro de Desenvolvimento Econômico
Sustentável**

Coordenador: Jorge Rolla

Núcleo Estudos Econômicos e de Inteligência & Pesquisa

Supervisora de Estudos Econômicos: Gabriela Martins

Analista de Economia: Fernanda Gonçalves - Henrique
Monteiro

Assistente de Economia: Filipe Souza

Supervisor de Pesquisa: Devid Lima da Silva

Pesquisadores: Daianne Francielle da Silva, Pedro Henrique
Mendes Costa e Millena Ketley Nunes Scofield