2026

Tendências de **beleza** e **bem-estar**



© 2026. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE
Todos os direitos reservados
A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610)

Informações e contatos

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - Sebrae

SGAS 605 – Conj. A – Asa Sul – CEP 70.200-645 – Brasília / DF

0800 570 0800

www.sebrae.com.br

SEBRAE NACIONAL

Presidente do Conselho Deliberativo Nacional
José Zeferino Pedrozo

Diretor-Presidente
Décio Lima

Diretor-Técnico
Bruno Quick Lourenço de Lima

Diretora de Administração e Finanças
Margarete de Castro Coelho

Unidade de Competitividade
Gerente
Fábio Krieger Lopes Reis

Gerente-adjunta
Patrícia Mayana Viana

Coordenação – Núcleo de Comércio, Serviços e Economia de Futuro
Ana Clévia Guerreiro

Gestora de Beleza e Bem-estar
Maria Consuelo Mello

Consultoria Técnica e de Conteúdo
Elderci Garcia

Projeto Gráfico/Diagramação
VPT

Sumário

Introdução 04

As novas demandas do consumidor brasileiro 05

Macrotendências globais da beleza e bem-estar 06

As feiras de beleza como palco de tendências 07

10 tendências norteadoras da beleza em 2026 08

1. Beleza integrada e bem-estar total 09
2. Beleza, cuidado e saúde 12
3. Multifuncionalidade inteligente 15
4. Sustentabilidade prática e propósito real (beleza consciente) 19
5. Longevidade, prevenção e antiaging ampliado 22
6. Inclusão, diversidade e beleza real 25
7. Personalização direcionada 28
8. Experiências imersivas e lúdicas 31
9. Cocriação, conteúdo e cultura de influência (collab culture) 33
10. Tecnologia aplicada e digitalização da jornada da beleza 35

Conclusão 37

Agradecimentos 38

Bibliografia e fontes 39

Introdução

O mercado de beleza e cosméticos no Brasil é um universo em constante ebulição, um reflexo vibrante da nossa cultura, diversidade e paixão por autocuidado.

Atualmente, o Brasil é o 3º maior mercado consumidor de produtos de beleza e cuidados pessoais do mundo e temos projeções que indicam que deve movimentar impressionantes R$ 140 bilhões em 2026, crescendo a uma taxa aproximada de 7% até 2027.

Com cerca de 7,1 milhões de oportunidades de trabalho (incluindo indústria, franquias, venda direta e salões de beleza)[1], este mercado é um grande gerador de trabalho e renda.

Um mercado que se reinventa a cada dia, impulsionado por consumidores cada vez mais conscientes e exigentes.

Para apoiar e impulsionar o segmento de beleza, bem-estar e cosméticos, elaboramos este **guia de tendências de beleza e bem-estar para 2026.**

Com curadoria especializada e o olhar atento e sensível de quem vive o universo da beleza lado a lado com as pessoas que o transformam e o fazem evoluir, apresentamos os principais destaques e revelamos os movimentos que estão moldando o futuro do setor.

> **Muito mais do que um material informativo, ele traduz o compromisso do Sebrae em apoiar gestores, empreendedores, profissionais e parceiros que fazem parte desse universo vibrante, criativo e cheio de possibilidades de transformação e empreendedorismo.**

Aqui você encontrará não apenas tendências e subtendências, mas exemplos reais, inspirações e dicas práticas para aplicar de imediato nos negócios e na atuação profissional, fortalecendo ainda mais o impacto da beleza como força de transformação.

Mais do que acompanhar o futuro, este conteúdo orienta como liderar a transformação da beleza, posicionando profissionais e empreendedores como protagonistas de uma nova era, mais humana, inteligente, sustentável e próspera.

Ao explorar desde a beleza integrada ao bem-estar até a digitalização da jornada, mostramos como ciência, sustentabilidade, inclusão, personalização, experiências imersivas e tecnologia se conectam para gerar oportunidades concretas de crescimento, inovação e diferenciação competitiva.

Em 2026, a beleza transcende a aparência para se tornar experiência. As tendências serão guiadas pela humanização, integralidade e bem-estar holístico. A jornada da beleza une ciência e emoção, sensorialidade, tecnologia e inovação. Os negócios de beleza que irão protagonizar esse movimento escreverão o futuro da beleza.

[1]Fontes: ABIHPEC, ABEVD, ABF e PNAD-IBGE (fevereiro/2025)

As novas demandas do consumidor brasileiro

- **Bem-estar e equilíbrio:** o cuidado que embeleza, restaura, equilibra e acalma.

- **Experiência memorável:** experiência acolhedora, sensorial e emocional, que cria vínculos.

- **Personalização com propósito:** soluções sob medida que respeitam a necessidade de cada pessoa.

- **Humanização:** em cada etapa, guiada por empatia, ética, escuta e presença. Em todas as relações interpessoais: cliente, colaboradores, profissionais-parceiros, gestores, fornecedores e comunidade.

- **Multifuncionalidade inteligente:** produtos funcionais com múltiplas funções, otimizando tempo e atendendo diferentes necessidades e demandas.

- **Beleza limpa, sustentável e consciente:** Clean beauty e sustentabilidade: fórmulas limpas, seguras e transparentes, com impacto ambiental reduzido, ética na cadeia produtiva e eficácia comprovada.

- **Inclusão e representatividade:** inclusão, representatividade e acolhimento. Diversidade como padrão, em tons, texturas e narrativas.

- **Longevidade (antiaging):** soluções que promovem vitalidade em todas as idades, com foco em tratamento, prevenção e manutenção.

- **Colaborações e parcerias:** marcas, experts, criadores e influencers construindo juntos produtos, conteúdos e experiências inovadoras.

- **Autoridade profissional:** especialistas atuando como referências na beleza, com narrativa forte e presença marcante.

- **Tecnologia aplicada:** IA em atendimento e P&D, formulações avançadas e biotecnologia para alta performance.

- **Verdade:** transparência, fórmulas honestas, comunicação clara e resultados que correspondem às expectativas. Eficácia comprovada por testes clínicos e dados reais.

Em 2026, queremos uma beleza humana, sensorial e divertida, que também seja tecnológica e consciente, guiada por verdade, inclusão e propósito.



Macrotendências globais da beleza e bem-estar

As tendências vistas não são movimentos isolados, elas estão alinhadas com os relatórios globais mais recentes das principais consultorias de tendência, como Mintel, Euromonitor e WGSN, projetam o comportamento e o consumo para 2026.

As principais consultorias internacionais de análise de consumo e comportamento apontam as seguintes macrotendências:

- Beauty & Wellness Convergence (Convergência entre Beleza e Bem-Estar) – WGSN 2025
- Emotional Beauty & Stress Relief Solutions (Beleza Emocional e Soluções para Alívio do Estresse) – Mintel 2024–2025
- Tech Enabled Personalization (Personalização Potencializada pela Tecnologia) – Euromonitor 2025
- Longevity & Preventive Beauty (Longevidade e Beleza Preventiva) – WGSN 2025
- Hybrid Beauty & Smart Simplification (Beleza Híbrida e Simplificação Inteligente) – Mintel 2025
- Inclusive Beauty 3.0 (Beleza Inclusiva 3.0) – Euromonitor 2024–2025

O que dizem as grandes consultorias globais:

- **Mintel** destaca a ascensão da beleza metabólica, que une ciência, saúde e personalização, além da busca por experiências sensoriais mais profundas.
- **Euromonitor** reforça a integração entre estética e bem-estar, com tecnologia e sustentabilidade como pilares centrais.
- **WGSN** projeta uma beleza mais emocional e inclusiva, que se conecta ao estilo de vida e valoriza autenticidade.

As macrotendências para os próximos anos apontam para uma era de beleza com propósito, em que a estética se entrelaça com a saúde, a sustentabilidade, a tecnologia e a inclusão. Não se trata mais apenas de parecer bem, mas de sentir-se bem, de expressar a própria identidade e de consumir de forma ética e inteligente. Este guia é um convite para você, profissional e empresário do setor, a desvendar as forças que moldarão o futuro da beleza brasileira, transformando desafios em oportunidades e inovação em sucesso. Prepare-se para inspirar e ser inspirado, pois o futuro da beleza é agora, e ele é extraordinário!

> Em 2026, a beleza deixa de ser apenas estética e passa a ser entendida como experiência integral: conectada ao bem-estar, à ciência, à tecnologia, à sensorialidade e ao protagonismo dos profissionais.

As feiras de beleza como palco de tendências

As grandes feiras de beleza brasileiras sempre foram espaços reveladores, onde a inovação encontra o público e as tendências ganham forma. Nos palcos de *Hair Summit, Beauty Show, Beauty Fair e Barber Week*, vimos não apenas lançamentos ou novidades pontuais, mas sinais claros de um processo de transformação do setor de beleza brasileiro.

Tendência norteada 2026	Exemplos práticos nas feiras de 2025 (Foco Profissional)
1. Beleza integrada e bem- estar total	1. Hair Summit 25: Lavatórios com Cromoterapia e massagem sincronizada. 2. Barber Week 25: 'Barboterapia Mental' com toalhas quentes e óleos relaxantes. 3. Beauty Show 25: Esmaltes com Aromaterapia (calmantes) para manicures. 4. Beauty Fair 25: Venda de 'Chás da Beleza' e suplementos na recepção dos salões. 5. Hair Summit 25: Diagnóstico de couro cabeludo focado em estresse (queda de fundo emocional).
2. Ciência do cuidado (tratamentos avançados)	1. Hair Summit 25: Ampolas de Exossomos para regeneração capilar imediata. 2. Beauty Fair 25: PDRN (DNA de Salmão) em cremes de massagem facial. 3. Barber Week 25: Tônicos de Nanotecnologia para preenchimento de falhas na barba. 4. Beauty Show 25: Bases de maquiagem com laudo clínico de tratamento de acne. 5. Hair Summit 25: Acidificantes profissionais de alta potência para pós-mechas.
3. Multifuncionalidade inteligente	1. Beauty Show 25: Stick '3 em 1' (Sombra, Blush, Batom) para maquiadores express. 2. Hair Summit 25: Leave-in que é protetor térmico, solar e modelador de cachos. 3. Barber Week 25: Shampoo 'All-in-One' (Cabelo, Barba e Corpo) para revenda. 4. Beauty Fair 25: Água Termal que fixa maquiagem e hidrata a pele. 5. Beauty Show 25: Lip Oil com cor (tratamento labial + efeito gloss).
4. Sustentabilidade prática	1. Beauty Fair 25: Refil Econômico de 1L para lavatórios (redução de plástico). 2. Hair Summit 25: Shampoo e Condicionador em Barra (Sólidos) linha profissional. 3. Beauty Show 25: Glitters Biodegradáveis para maquiagem artística e unhas. 4. Barber Week 25: Navalhetes de bambu ou material reciclado. 5. Beauty Fair 25: Toalhas descartáveis biodegradáveis para manicures.
5. Longevidade e antiaging ampliado	1. Hair Summit 25: Protocolos para 'Afinamento Capilar na Menopausa'. 2. Barber Week 25: 'Grey Blending' (Camuflagem natural de grisalhos masculinos). 3. Beauty Show 25: Primer que disfarça linhas finas sem craquelar em pele madura. 4. Beauty Fair 25: Spa das Mãos Anti-manchas para manicures agregarem valor. 5. Hair Summit 25: Terapia de densidade para cabelos envelhecidos.
6. Inclusão, diversidade e beleza real	1. Hair Summit 25: Linhas exclusivas para Curvaturas 4C e 5 (Crespos). 2. Beauty Show 25: Bases com 30+ tons cobrindo todas as peles retintas. 3. Barber Week 25: Especialização em corte afro e texturização masculina. 4. Beauty Fair 25: Ferramentas ergonômicas para profissionais com LER/DORT. 5. Hair Summit 25: Produtos para transição capilar (texturização de 'scab hair').
7. Personalização direcionada	1. Hair Summit 25: 'Bar de Tônicos': Mistura de ativos na frente da cliente. 2. Beauty Show 25: Colorimetria na maquiagem (ajuste de subtom da base na hora). 3. Beauty Fair 25: Cronograma Capilar montado por IA após foto do fio. 4. Barber Week 25: Óleos de barba com fragrância escolhida pelo cliente. 5. Beauty Show 25: Esmaltes misturados na hora para criar cor única.
8. Experiências imersivas e lúdicas	1. Beauty Show 25: Coleções com cheiro de doces nostálgicos (chiclete, chocolate). 2. Barber Week 25: Batalhas de Barbeiros ao vivo com DJ e show. 3. Beauty Fair 25: Roleta de prêmios digitais nos estandes (Gamificação). 4. Hair Summit 25: Experiência ASMR no lavatório (fones de ouvido para cliente). 5. Beauty Show 25: Espelhos com Realidade Aumentada para testar make virtual.
9. Collab culture (cocriação)	1. Beauty Show 25: Collab Marcas de Make x Marcas de Comida (ex: Fini, Bubbaloo). 2. Hair Summit 25: Tesouras assinadas por cabeleireiros educadores famosos. 3. Beauty Fair 25: Linhas de influencers que participaram da criação química. 4. Barber Week 25: Collab Barbearia x Estúdio de Tatuagem (produtos cross). 5. Beauty Fair 25: Concursos onde clientes votam no próximo lançamento da marca.
10. Tecnologia e digitalização	1. Hair Summit 25: Tricoscópio digital que envia imagens pro WhatsApp da cliente. 2. Beauty Fair 25: Chatbots de IA para agendamento automático 24h. 3. Barber Week 25: Apps de fidelidade gamificados para barbearias. 4. Beauty Show 25: Impressora de unhas digital para nail art complexa. 5. Geral 25: Pagamento invisível (reconhecimento facial ou link pré-pago).

10 tendências norteadoras da beleza em 2026

1. Beleza integrada e bem-estar total
2. Ciência do cuidado (Tratamentos capilares e dermocosméticos avançados)
3. Multifuncionalidade inteligente
4. Sustentabilidade prática e propósito real (beleza consciente)
5. Longevidade, prevenção e antiaging ampliado
6. Inclusão, diversidade e beleza real
7. Personalização direcionada
8. Experiências imersivas e lúdicas
9. Cocriação, conteúdo e cultura de influência (collab culture)
10. Tecnologia aplicada e digitalização da jornada da beleza

O setor de beleza brasileiro vivencia uma mudança profunda, onde vislumbramos um novo ciclo muito mais conectado ao bem-estar, à ciência, à tecnologia, à sensorialidade e ao protagonismo dos profissionais.



1. Beleza integrada e bem-estar total[2]

A beleza de 2026 assume um lugar mais amplo, profundo e humano: o da regeneração, da emoção, do equilíbrio e da restauração.

A tendência beleza integrada e bem-estar total representa a evolução para uma estética que não se limita ao resultado visual, mas abrange a totalidade do ser humano. Uma beleza holística e emocional se consolida através do cuidado completo, onde corpo, pele, cabelo, emoções e rotina se conectam.

Esta tendência envolve: a ciência do cuidado, o suporte emocional, a experiência sensorial, a regulação do estresse, as tecnologias de bem-estar, os ambientes restauradores, os rituais de acolhimento, produtos neuroativos e relaxantes, massagens, aromas e texturas terapêuticas. Ela envolve a busca por rituais restaurativos, sensoriais e afetivos que reduzam estresse, tragam equilíbrio e promovam bem-estar mental e físico.

O salão, a barbearia e a estética tornam-se espaços de saúde emocional, descanso sensorial e cuidado integral. Isso atende a um dos grandes desejos do consumidor moderno que é sentir-se bem, sentir-se cuidado, sentir-se em equilíbrio. O cliente não busca apenas um serviço, mas uma experiência completa de autocuidado, que trata, previne e promove bem-estar integral.

A nova beleza é integral, terapêutica, restauradora, acolhedora e multissensorial.

Na beleza integrada - cuidado & bem-estar total - os salões se transformam em espaços de saúde e acolhimento, onde cada especialidade: cabelos, unhas, maquiagem, estética e barber/grooming deixa de ser apenas estética para se tornar tratamento.

Protocolos restauradores, neurocosméticos, rituais sensoriais e ambientes projetados para relaxar unem ciência, equilíbrio e prazer.

Subtendências observadas

• **Tratamento & Cuidado integral:** a beleza além da estética, com protocolos que unem saúde e bem-estar em todas as áreas. O haircare traz as terapias capilares que tratam couro cabeludo e fios; o nailcare fortalece e hidrata além da esmaltação e o barbecare valoriza a pele e o cuidado masculino.

• **Neurocosméticos e cosmética emocional:** produtos formulados com ativos que estimulam neurotransmissores de bem-estar (como endorfina e serotonina), fragrâncias funcionais e técnicas que promovem o cuidado, além de relaxar e trazer prazer.

• **Rituais de descompressão e acolhimento:** protocolos que iniciam com técnicas de massagem rápida, respiração, aromaterapia e outras como compressas quentes, manobras suaves, óleos calmantes, som e música terapêuticos.

• **Ambientes restauradores:** espaços projetados com iluminação, som, aromas e texturas que trazem acolhimento e relaxamento. O salão vira um “pequeno refúgio”, onde o cliente quer um ritual, não um serviço.

[2] Referência: WGSN: Beauty & Wellness Convergence / Mintel: Emotional Beauty / Euromonitor: Holistic Health)

EXEMPLOS:

• Cabelos: ritual de lavagem e tratamentos para a saúde do couro cabeludo e fios; massagens capilares que estimulam a circulação e relaxam; uso de óleos essenciais calmantes e neuroativos; finalizadores com fragrâncias funcionais.

• Manicures/Unhas: spa das mãos e pés com esfoliação sensorial e toalhas quentes; massagem relaxante e hidratação; esmaltes que tratam, protegem e perfumam.

• Maquiagem: maquiagem com componentes que tratam a pele, texturas sensoriais e confortáveis; makes com fragrâncias sutis e efeito calmante; preparação da pele com produtos neurocosméticos; finalização relaxante com brumas ou sprays aromáticos.

• Estética: máscaras neuroativas que unem tratamento e relaxamento; protocolos restauradores, terapias energéticas leves; cromoterapia e aromaterapia e tratamentos estéticos que tratam e curam afecções cutâneas.

• Grooming/Barber: rituais masculinos com toalhas quentes aromáticas; massagens faciais profundas; produtos que acalmam irritação e estresse, grooming como experiência terapêutica e de autocuidado.

Oportunidades para seu negócio

• Posicionar-se como educador e terapeuta da beleza, cuidando também da autoestima e do estado emocional.

• Consumidores valorizam procedimentos que conectam estética à saúde mental e bem-estar e são mais fiéis aos espaços de beleza onde se sentem acolhidos.

• Salões criam menus de “experiências” e “rituais da beleza”, aumentando o valor percebido e o ticket médio.

• Atendimento humanizado, empático e sensorial.

• Venda de produtos homecare focados em bem-estar (velas, óleos e chás).

Dicas práticas para aplicar no seu negócio

Treinamento da equipe de atendimento: treine sua equipe para:

• usar técnicas ou produtos que promovam o tratamento e o cuidado. Mas saiba que o diferencial não é só o produto: é como ele é entregue.

• postura profissional de atendimento: envolve postura e presença. Assim, tom de voz; olhar presente; manobras suaves; comunicação acolhedora; tudo se traduz no bem-estar do cliente.

• identificar sinais de estresse do cliente e como melhor conduzir o atendimento. Profissionais treinados conseguem personalizar o atendimento com base no comportamento e expectativas do cliente, fazendo da jornada do cliente uma experiência memorável.

Impactos: valor agregado, valorização do serviço; atendimento padronizado, retenção e fidelização.



2. Beleza, cuidado e saúde

Em 2026, os consumidores querem ser cuidados, querem saúde, bem-estar e resultados comprovados.

A beleza entra em uma nova era, mais técnica e confiável. Essa tendência transforma o profissional em uma referência em tratamento e cuidado especializado.

Entramos na *"era do care": haircare, nailcare e barbercare.*

O salão e a barbearia evoluem para centros de tratamento especializado, aliando estética, cuidado e saúde.

O cuidado especializado e os resultados comprovados são diferenciais estratégicos para aumentar a competitividade dos negócios de beleza.

Os tratamentos devem recuperar, fortalecer e proteger, sempre sustentados por orientação profissional especializada.

O consumidor busca experiências que entreguem resultados visíveis e palpáveis, que ele possa ver, sentir e confiar.

O cliente não quer apenas promessas: ele exige resultados. Não basta falar em benefícios, é preciso comprovar.

A beleza do futuro é baseada em cuidado especializado: profissionais que unem técnica, saúde e bem-estar para entregar cuidado e resultados comprovados.

Subtendências da beleza e cuidado baseado em evidências

• **Tricologia avançada:** O tratamento do cabelo e couro cabeludo através de técnicas científicas e protocolos especializados. O foco está em densidade, prevenção da queda e fortalecimento dos fios. Para isso temos os tratamentos personalizados, os diagnósticos digitais, os "check-ups capilares".

• **A "skinificação" de tudo:** O cuidado com cabelo, couro cabeludo, barba e unhas e até maquiagem ganham ingredientes de skincare (como ácido hialurônico, vitamina C, niacinamida), tratando a saúde da base para garantir a beleza do todo.

• **Dermocosméticos de alta performance:** Produtos com ativos concentrados com eficácia comprovada, capazes de tratar não apenas cabelos, mas também barbas, unhas e pele.

EXEMPLOS:

• Cabelos: detox do couro cabeludo. Cronogramas capilares. Séruns para couro cabeludo com ativos dermatológicos (vitaminas, peptídeos, pós-bióticos). Shampoos e tônicos com prebióticos que regulam o microbioma do couro cabeludo. Tratamentos preventivos contra queda e quebra, com resultados visíveis e suporte técnico.

• Manicure: os esmaltes fortalecedores com queratina e séruns para cutículas frágeis, demonstrados na *Beauty Fair*. Tratamentos de cutículas, anti-inflamatórios. Protocolos de hidratação profunda para mãos e pés; proteção e cuidados antifúngicos integrados ao serviço de manicure/pedicure.

• Barber: loções pós-barba com ação antiacne e clareadora e máscaras com probióticos para prevenir foliculite lançadas na Barber Week; produtos pós-barba com fórmulas calmantes e dermatológicas (alantoína, niacinamida). Protocolos antiqueda e fortalecimento usando loções específicas, massagens estimulantes e tecnologia leve (LED ou microcorrente).

• Maquiagem: bases e corretivos com ativos de skincare (ácido hialurônico e antioxidantes). Base anti-inflamatória. Maquiagem multifuncional: cobre, trata e protege ao mesmo tempo.

• Estética: peelings leves com estudos para manchas tropicais; mesoterapia básica; tratamentos microbioma facial acessíveis; protocolos anti-inflamatórios para pele sensível; estética com ativos nacionais comprovados.

Oportunidades para seu negócio

• Posicionar-se como especialista ou expert em tratamentos eleva seu status profissional e aumenta o valor dos seus serviços.

• Venda de planos de tratamento (pacotes de 4 ou 6 sessões).

• Oferta de soluções para dores e problemas reais (unha que não cresce, queda capilar).

• Mostrar resultados reais e comprovados atrai mais do que propagandas e promessas.

Dicas práticas para aplicar no seu negócio

1. Invista em treinamentos para a equipe

Cursos acessíveis para aprender tricologia básica e cursos sobre uso de novos produtos e tratamentos cosméticos, sem precisar de equipamentos caros.
Uso de aplicativos de análise capilar para salão pequeno; curso de dermocosméticos.

2. Crie pacotes e estratégias com comprovação de resultados

Monte tratamentos com antes/depois em fotos do celular, vendendo o "resultado garantido" para clientes recorrentes.
Exemplos: "Pacote Haircare Antiqueda"; "Tratamento Nailcare Microbioma" para manicure.

Impactos: aumento da oferta de serviços de maior valor agregado; equipe mais especializada. O ticket médio sobe com serviços mais especializados e "comprovados".



3. Multifuncionalidade inteligente

A multifuncionalidade inteligente, que vai além da praticidade, é uma das grandes direções para 2026. Ela representa a união entre simplicidade, praticidade e eficiência, trazendo produtos e serviços que entregam múltiplas funções e benefícios em uma única etapa ou através de rotinas simplificadas. Ela integra fórmulas híbridas, protocolos otimizados, ferramentas multipropósito e experiências crossover, que podem ser orientadas por diagnósticos rápidos e personalização ágil. É a união de tratamento, proteção e finalização em uma só etapa.

O salão e a barbearia tornam-se centros de soluções mais rápidas e eficazes, onde o “menos é mais”: menos etapas, mais resultado.

Inspirada pelo conceito de Hybrid Beauty da Mintel, essa tendência traz a otimização inteligente: menos etapas, menos desperdício, mais eficiência e melhores resultados.

- Fórmulas híbridas com ativos que tratam, protegem e finalizam ao mesmo tempo.
- Protocolos otimizados que reduzem etapas sem comprometer a performance.
- Soluções multipropósito capazes de executar mais de uma função com precisão.
- Experiências crossover (serviços integrados que combinam diferentes áreas da beleza em um único atendimento).
- Sustentabilidade operacional, com menos produtos, embalagens e consumo de água.

Subtendências da multifuncionalidade inteligente

• **Produtos híbridos (mais em um):** produtos que acumulam funções em uma única fórmula, como um leave-in que hidrata, protege contra os raios solares e dá brilho ou uma base que trata manchas e funciona como maquiagem. Produtos versáteis que limpam, condicionam e protegem simultaneamente. Bálsamos de barba que hidratam, acalmam e ainda oferecem fixação, com preço acessível.

• **Protocolos combinados e rotinas otimizadas:** serviços que unem tratamento e finalização em uma sessão rápida, com sequências simples e focadas. A coloração que trata o fio durante a pausa ou a limpeza de pele que hidrata e ilumina.

• **Ferramentas multifunção:** equipamentos e acessórios com múltiplas funções como modeladores que alisam e fazem cachos.

EXEMPLOS:

• Cabelos: leave-ins 3 em 1 para rotinas rápidas; máscaras líquidas de ação instantânea (3 minutos) que hidratam e finalizam no lavatório; máscaras que tratam e finalizam sem enxágue; finalizadores híbridos antifrizz; sprays multifuncionais para styling; máscaras capilares pré-styling que hidratam profundamente e têm proteção térmica.

• Manicure: bases fortalecedoras pigmentadas com cor, tratamento e proteção contra quebras; esmaltes com fortalecimento; bases nutritivas e protetoras para unhas fracas; óleos para cutículas versáteis e rápidos; kits 2 em 1 para unhas; top coats UV e brilho.

• Maquiagem: bases com FPS e hidratação para pele mista em clima tropical; batons que cuidam e colorem os lábios; primers que matificam e iluminam ao mesmo tempo; paletas compactas para looks rápidos em eventos; makes que protegem e corrigem imperfeições.

• Estética: séruns que clareiam e hidratam em uma única aplicação; máscaras 2 em 1 para limpeza e nutrição; boosters para pele e corpo em rotinas simplificadas; protocolos rápidos para face em clínicas pequenas; cremes com dupla ação.

• Grooming/Barber: shampoo para cabelo e barba; loções pós-barba multifuncionais com ação calmante, antisséptica e uniformizadora do tom da pele; bálsamos que hidratam, acalmam e fixam a barba; óleos multifuncionais para pele e barba; pós-barba com proteção e tratamento.

Oportunidades para seu negócio

• Protocolos otimizados e mais rápidos, liberando a agenda para atender mais clientes.

• Venda de produtos multifuncionais que são muito atrativos para clientes que gostam de novidades e não dispõem de muito tempo.

• Serviços express que têm maior valor percebido e menor custo operacional.

Dicas práticas para aplicar no seu negócio

Adote produtos híbridos para agilizar o dia a dia:
itens multifuncionais que reduzem tempo sem perder qualidade.
Exemplos: leave-in 3 em 1 que hidrata, protege e controla frizz; bálsamo multifuncional que hidrata, acalma e fixa a barba; esmaltes fortalecedores pigmentados que tratam e colorem; máscaras capilares sem enxágue que finalizam.

Impactos: mais atendimentos por dia, clientes satisfeitos com mais rapidez, menos confusão no estoque e maior percepção de inovação.

Divulgue serviços express: menos tempo, mais resultados
serviços com rotinas fáceis e eficientes em canais digitais próximos ao cliente.
Exemplos: posts sobre “Haircare em 5 Minutos”; stories de “Barbercare rápido e eficiente”; reels com esmaltação multifuncional que trata e protege; vídeos curtos de protocolos de beleza express.

Impactos: atrai clientes ocupados, mais agendamentos, melhoria da imagem e aumento da atratividade do estabelecimento.

Crie pacotes “multifuncionais” para vender mais facilmente
Crie serviços rápidos com upsell, versões mais completas e de maior valor. Exemplos: pacote 2 em 1 como “Pacote Haircare Rápido” com finalizador híbrido; “Kit Nailcare Completo” para uso doméstico; combo de grooming com pós-barba multifuncional e óleo 3 em 1; protocolos estéticos express com sérum clareador e hidratante.

Impactos: aumento no ticket médio, clientes retornam pela praticidade, recomendam o serviço e ampliam o “boca a boca”.

Treine a equipe para rotinas simples e versáteis
Capacite profissionais para aplicar multifuncionais de forma ágil e padronizada. Exemplos: protocolos 2 em 1 para manicure; aplicação rápida de bálsamos multifuncionais em barbearias; vídeos curtos mostrando uso de primers híbridos na maquiagem; treinamentos internos com kits compactos de estética.

Impactos: equipe mais ágil, menos erros, maior fluidez no atendimento e melhor aproveitamento do tempo em pequenas e médias empresas.

4. Sustentabilidade prática e propósito real (beleza consciente)

Em 2026, sustentabilidade deixa de ser nicho e torna-se requisito básico. Alinhada a conceitos globais como Eco-Evaluation (transparência real) e Clean Beauty (beleza limpa e segura), essa tendência une cuidado com o planeta, pessoas, lucro e propósito. Para 2026, beleza consciente é sobre escolhas cotidianas que beneficiam o cliente e o ambiente. É a beleza que faz bem para pessoas e meio ambiente.

Para os negócios, significa reduzir desperdício, aumentar lucro e oferecer soluções valorizadas pelo público, como refis, embalagens recicláveis e produtos limpos.

O consumidor exige transparência sobre ingredientes e processos, buscando fórmulas naturais, não tóxicas e éticas.

Mais que tendência, é uma prática acessível: protocolos simples, embalagens retornáveis e experiências que alinham estética, saúde e responsabilidade social e ambiental.

Subtendências da sustentabilidade prática e propósito real

• **Clean beauty profissional (beleza limpa):** profissionais que usam produtos limpos, livres de ingredientes agressivos (formol, parabenos fortes, petrolatos) trazem maior segurança ao cliente e tem mais credibilidade e melhor imagem junto aos clientes.

• **Ingredientes naturais e veganos:** o consumidor brasileiro valoriza cada vez mais a origem ética e transparência do rótulo. Os clientes preferem ingredientes e ativos que vêm da natureza (óleos, manteigas) e não de animais (Cruelty free).

• **Refis e economia inteligente:** o uso de refis e embalagens recarregáveis que promovem o reuso, reduzindo o impacto ambiental. Menos plástico no lixo, menor custo de reposição e maior fidelização do cliente. Isso conecta sustentabilidade com um modelo de negócio mais consciente e inteligente.

• **Desperdício zero (zero waste):** protocolos que usam a quantidade exata de produto (pesagem na balança) e acessórios reutilizáveis/duráveis, acabando com o “jogar dinheiro fora”. Acessórios duráveis e toalhas ecológicas já são adotados em barbearias e salões que querem se posicionar como conscientes.

EXEMPLOS:

• Cabelos: pesar a tinta na balança para não sobrar no pote. Refis de shampoos e condicionadores para rotinas sustentáveis. Protocolos com uso mínimo de água. Produtos veganos com extratos naturais. Redução de embalagens plásticas em salões. Colorações sem amônia e alisamentos ácidos orgânicos (segurança);

• Manicure: esmaltes veganos sem compostos tóxicos, esmaltes “Free” (livres de 5 ou 7 tóxicos) para clientes alérgicas ou gestantes; removedores sem acetona que não ressecam a pele; toalhas individuais reutilizáveis e esterilizadas. Kits com materiais recicláveis e redução de resíduos;

• Maquiagem: bases em embalagens recicláveis; maquiagem com fórmulas veganas sem aditivos desnecessários; paletas com materiais reutilizáveis; produtos com ingredientes puros, com exemplos de pureza em looks cotidianos;

• Estética: cosméticos orgânicos para limpeza de pele; discos de limpeza de tecido reutilizável (ecopads); esfoliantes naturais (sem microplásticos). Máscaras com refis ecológicos, protocolos limpos para limpeza de pele; uso de cremes veganos; reciclagem de materiais;

• Grooming/Barber: pós-barba veganos, produtos de barba com óleos vegetais puros (sem silicone pesado); lâminas de barbear de metal (safety razor) que geram menos lixo plástico; toalhas quentes laváveis. Bálsamos em potes reutilizáveis.

Oportunidades para seu negócio

• Atrair novos clientes: alérgicos, gestantes e pessoas conscientes que buscam produtos naturais e salões mais sustentáveis.

• Diferenciação e inovação: salão sustentável e eco-friendly, aquele que “cuida da saúde e do planeta” é um argumento mercadológico atrativo na comunidade.

• Serviços express têm maior valor percebido e menor custo operacional.

Dicas práticas para aplicar no seu negócio

1. Transparência: pese o produto na frente do cliente. Explique os rótulos e esclareça sobre as certificações dos produtos utilizados.

2. Adote refis para demonstrar compromisso circular: utilize embalagens recarregáveis nos produtos principais, explicando o benefício ao cliente durante o atendimento. Isso cria uma rotina compartilhada que incentiva visitas regulares e reforça valores éticos.

3. Pacotes naturais e sustentáveis: desenvolva serviços que incorporem ingredientes naturais, veganos ou orgânicos.

Impactos:

- **aumenta o respeito e a lealdade do cliente e posiciona o negócio como responsável e sustentável;**

- **eleva a experiência do cliente e aumenta o valor agregado. Pesquisas demonstram que os clientes estão dispostos a pagar mais por esses produtos e serviços.**



5. Longevidade, prevenção e antiaging ampliado

Em 2026, a longevidade - prevenção e antiaging ampliado - será um dos direcionadores do segmento de beleza. O conceito de antiaging deixa de ser apenas uma luta contra os sinais do tempo e se transforma em uma abordagem positiva, que valoriza cada idade e promove vitalidade. Esta tendência une a prevenção precoce, a saúde e o bem-estar e o cuidado a favor da idade. O foco é cuidar hoje para ter saúde e beleza no futuro.

O antiaging se expande para beleza e longevidade: vitalidade, densidade capilar, estímulo ao colágeno, suporte hormonal, revitalização natural, tratamentos preventivos e soluções personalizadas para cada faixa etária.

A beleza que celebra cada idade, o cuidado de hoje garante a vitalidade, saúde e a autoestima do futuro.

Subtendências da longevidade, prevenção e antiaging ampliado

• **Prevenção e tratamento começam mais cedo:** as pessoas começam a cuidar do cabelo e da pele mais cedo. Uso de protetores térmicos, solares, antioxidantes e procedimentos estéticos já começa após os 20 anos.

• **Saúde interna e metabólica:** a saúde e prevenção vêm de dentro. Os tratamentos que estimulam a circulação, oxigenação, nutrição e juventude celular estão em alta.

EXEMPLOS:

• Cabelos: tratamento anti-idade para um couro cabeludo e cabelos saudáveis. Detox e oxigenação do couro cabeludo. Uso de produtos da linha prateada, o “greycare” para cabelos grisalhos. Tratamentos para densidade para afinamento capilar.

• Manicure: spa das mãos anti-idade com foco nas manchas senis e na hidratação profunda. Uso de esmaltes com queratina e colágeno.

• Maquiagem: bases e corretivos com ativos anti-idade. Maquiagem multifuncional que protege e previne sinais precoces com proteção contra poluição e radiação.

• Barber: tratamentos capilares masculinos focados em prevenção da queda e fortalecimento dos fios. Pós-barba com ativos regeneradores que retardam sinais de envelhecimento. Produtos específicos para barba branca. Serviços que unem visagismo, corte e modelagem para cada faixa etária e que trazem aparência mais jovial.

• Estética: tratamentos de revitalização com uso de LED, radiofrequência e bioestimuladores que estimulam colágeno e firmeza. Protocolos estéticos personalizados por faixa etária, adaptando intensidade e ativos. Massagens faciais, aromaterapia e técnicas relaxantes que prolongam vitalidade. Temos também os famosos preenchimentos.

Oportunidades para seu negócio

• Consultoria de imagem e visagismo para os grisalhos.

• Clientes 50+ têm maior poder aquisitivo e buscam profissionais que entendam as suas necessidades específicas (queda capilar, pele madura, tratamento diferenciado, preenchimento facial etc.).

• Tratamentos específicos: antiqueda, revitalização dos grisalhos e para vitalidade capilar.

Dicas práticas para aplicar no seu negócio

1. Comunicação clara e direcionada para este público específico: a sua comunicação deve mostrar que você entende dos desafios da maturidade. Assim use uma linguagem profissional positiva e acolhedora.

2. Oferta de experiência integrais e premium: clientes maduros valorizam o cuidado integral e protocolos personalizados.

3. Parcerias e colaborações: trabalhe em parceria com nutricionistas, esteticistas, dermatologistas, tricologistas as e visagistas.

Impactos: aumento da clientela, fidelização do cliente e maior ticket médio, pois produtos e serviços anti-idade têm maior valor.



6. Inclusão, diversidade e beleza real

Em 2026, a beleza abraça cada vez mais a representatividade e a autenticidade, celebrando a inclusão, a diversidade e a beleza real de cada um e rompendo com padrões. A abertura para múltiplas identidades, corpos, idades, gêneros e estilos se consolida. Mais do que estética, esta tendência trata de propósito e pertencimento: criando produtos e experiências que acolhem e empoderam, mostrando que a beleza real está em respeitar e acolher cada pessoa.

O cliente demanda ser atendido por profissionais que saibam cuidar da sua beleza única, seja ela qual for.

Para os negócios de beleza, essa tendência amplia o público, constrói confiança e se posiciona abraçando a beleza inclusiva e consciente. Isso significa dominar técnicas para todos: cachos, crespos, lisos, peles retintas, maduras, com manchas, e o público LGBTQIA+, fazendo com que todos se sintam acolhidos. A beleza é para todos, e o seu salão precisa estar pronto para todos.

A beleza real é plural, trazendo a inclusão, valorização e celebração de cada pessoa única e especial.

Subtendências da inclusão, diversidade e beleza real

• **Especialização em texturas:** produtos e serviços profissionais voltados para cabelos cacheados, crespos e ondulados. Saber cortar, tratar e finalizar qualquer curvatura é requisito para atender com excelência e inclusão.

• **Colorimetria para todas as tonalidades de peles:** a diversidade cromática se torna diferencial competitivo e demonstra respeito às identidades. Maquiagem e coloração capilar pensadas para todos os tipos de pessoas respeitando os subtons e contrastes das pessoas negras, retintas, asiáticas e as oliváceas.

• **Beleza sem filtro:** a valorização da beleza natural, com os cabelos e peles reais e naturais, sem artifícios e respeitando a identidade de cada pessoa.

• **Acessibilidade e acolhimento:** atendimento inclusivo e respeitoso a pessoas LGBTQIA+. Profissionais e espaços preparados para receber pessoas com deficiência e neurodivergentes (autistas, TDAH).

• **Diversidade etária e cultural:** serviços e produtos para pele madura, cabelos grisalhos e cuidados preventivos e a valorização de ingredientes e técnicas regionais, conectando beleza à identidade cultural.

EXEMPLOS:

• Cabelos: transição capilar, cortes específicos para cabelos crespos e cacheados e finalização com fitagem personalizada.

• Manicures/Unhas: esmaltes nudes para todos os tons de pele (do bege claro ao chocolate profundo); atendimento adaptado para clientes com TDAH ou sensibilidade sensorial.

• Barber: corte e barba para diferentes etnias, ambiente acolhedor para público LGBTQIA+.

• Estética: tratamento para manchas de hiperpigmentação em pele negra.

Oportunidades para seu negócio

• Atuar como educador e oferecer cursos e serviços personalizados para diferentes tipos de cabelo e pele.

• Especialização e cabelos crespos, cacheados, grisalhos e voltados para qualquer identidade de gênero.

• Tornar-se referência em inclusão atendendo crianças com necessidades especiais como TDAH, TEA e outras.

• Oferta de produtos inclusivos e acessíveis como linhas especificas para cabelos cacheados, serviço de transição capilar e cortes para diferentes etnias.

Dicas práticas para aplicar no seu negócio

1. Treinamento: treine sua equipe nos temas diversidade, inclusão e tratamento humanizado.

2. Acessibilidade nos produtos e serviços: faça as devidas adaptações no seu espaço para pessoas com deficiência (rampas e mobiliário adequado).

3. Parcerias e colaborações: trabalhe em parceria com nutricionistas, esteticistas, dermatologistas, tricologistas as e visagistas.

Impactos: *aumento da clientela e fidelização do cliente. Ganho de autoridade e relevância.*



7. Personalização direcionada

Em 2026, o consumidor demanda produtos e serviços personalizados e direcionados. Ele quer um produto mais exclusivo, tipo “feito para mim”. Ele quer experiências únicas e produtos sob medida que reflitam sua identidade, estilo de vida e necessidades específicas.

Salões e barbearias que oferecem experiências direcionadas, desde cortes e tratamentos sob medida até produtos personalizados que conquistam e fidelizam mais clientes.

Os negócios e profissionais da beleza que atenderem a esta demanda crescente com serviços e produtos personalizados ganharão espaço e relevância em um mercado em plena expansão.

A personalização passa a ser guiada por evidências, diagnósticos capilares e de pele, IA, histórico do cliente e análise individualizada. Em vez de “personalização para todos”, surge a personalização assertiva, que entrega exatamente o que cada cliente precisa, com ciência e precisão.

A beleza do futuro é personalizada: cada cliente, uma experiência única.

Subtendências da personalização direcionada

• **Produtos sob medida:** cosméticos como shampoos e tratamentos capilares manipulados ou misturados na hora atendendo exclusivamente a necessidade daquele cliente.

• **Cronogramas individuais:** a criação de planos de tratamento sob medida e com o passo a passo para a rotina daquela pessoa (considerando suas características e necessidades individuais, seu tempo, características e preferências pessoais).

• **Visagismo e consultoria de estilo e imagem:** essas práticas exemplificam a personalização direcionada e alinham aparência com objetivos pessoais e individuais. O visagismo analisa as proporções e características do rosto para criar mais harmonia em cortes, barbas e maquiagem, e revela a identidade pessoal através do visual. Já a consultoria de imagem e estilo atua de forma mais ampla, envolvendo roupas, postura e comunicação não verbal para alinhar a aparência e construindo um estilo.

EXEMPLOS:

• Cabelos: transição capilar e corte específicos para cabelos crespos e cacheados e finalização com fitagem personalizada. O cabeleireiro usa uma base neutra e adiciona "boosters" (ampolas concentradas) na frente do cliente. Coloração via IA usa misturadores digitais que criam a cor exata baseada na leitura óptica da melanina e estrutura do fio do cliente.

• Manicures/Unhas: criação de cores e unhas exclusivas para os clientes através de misturas e nail art. Tratamentos pré-esmaltação formulados conforme a espessura e estado da unha da cliente.

• Maquiagem: uso de pigmentos para criar cores exclusivas e personalizadas. Aplicação de booster de skincare (anti-acne ou anti-idade) na base.

• Barber: barboterapia focada no tipo de pele. Desenho da barba personalizado em harmonia com o rosto do cliente, óleo de barba especial customizado para o cliente. Produtos com nome do cliente.

• Estética: máscaras faciais feitas na hora de acordo com a queixa do cliente. Máscaras faciais impressas em 3D.

Segmento	Como é hoje	Como será (Personalização Direcionada)	Fonte / Referência
Cabelos	Produtos genéricos por "tipo de fio" (ex: secos, oleosos)	Shampoos Genômicos: fórmulas baseadas em análise de DNA e saliva	WGSN
Barba	Foco na fragrância e hidratação do pelo	Mapeamento de Microbioma: ativos para a flora bacteriana específica da pele	Barber Week/Mintel
Maquiagem	Escolha do tom de base mais próximo na prateleira	Impressão de Pele 3D: Dispositivo imprime o tom exato e corretivo na pele	Beauty Fair/ Cosmetics Inn.
Unhas	Esmaltação puramente estética e decorativa	Esmaltes Diagnósticos: mudança de cor indicando saúde (pH/vitaminas)	Mintel/ Beauty Fair Negócios
Estética	Máscaras faciais de tamanho único (sheet masks)	Máscaras Anatômicas 3D: impressas no formato exato do rosto do cliente	Estética In/ Euromonitor

Oportunidades e dicas práticas para aplicar no seu negócio

• Fazer o cliente se sentir especial, único e exclusivo através da personalização.

• Oferta de serviços personalizados, sob medida para os clientes, como: shots de tratamento capilar. O famoso shampoo batizado, a máscara de cor matizada dosada exatamente para atingir a cor que o cliente deseja.

• Uso pelas manicures de creme de massagem para mão e pés com óleos essenciais, a manicure coloca o óleo essencial sob medida de acordo com a preferência e necessidade da cliente.

Impactos: fidelização pela exclusividade e aumento do ticket médio. Diferenciação da concorrência e valorização da expertise profissional.



8. Experiências imersivas e lúdicas

As experiências imersivas e lúdicas transformam a jornada do cliente nos estabelecimentos de beleza. Nessa tendência a experiência se une ao entretenimento.

Essa tendência envolve a ambientação e a interatividade. Uma jornada imersiva envolve aspectos sensoriais e emocionais.

O lúdico aparece em detalhes: espuma, névoa, massagem, temperatura e storytelling. A experiência vira diferencial competitivo.

O cliente deseja experiências que encantem, também quer se divertir e viver momentos “instagramáveis”.

As experiências imersivas e lúdicas despertam emoções, criam conexões inesquecíveis, aumentam o engajamento e transformam a jornada em uma vivência valiosa e memorável.

Subtendências das experiências imersivas e lúdicas

• **Ambientação temática e instagramável:** decoração pensada em fotos e vídeos; cenários que mudam; espelhos interativos e iluminação perfeita para selfie. Ambientes divertidos que evocam experiências diferenciadas.

• **Produtos sensoriais e divertidos:** o produto precisa surpreender os sentidos. Temos máscaras faciais que mudam de cor; aromas gourmets inspirados em sobremesas (morango do amor, doce de leite etc.); texturas de diferentes tipos de slime, gelatina ou espuma efervescente e cosméticos que liberam bolhas. A sensorialidade também envolve embalagens dos produtos trazendo memórias afetivas e diversão.

• **Gamificação:** as experiências gamificadas e programas de fidelidade que incluem desafios, prêmios, recompensas e descontos.

• **Pop-ups e eventos temáticos:** os eventos temáticos ganham novas versões no salão (Dia do Neon, Semana do Spa Tropical) com drinks, música e serviços exclusivos por tempo limitado.

EXEMPLOS:

• Cabelos: uso de espelhos interativos. Lavagem sensorial em lavatórios com luzes e com uso de aromas terapêuticos e play lists. Shampoos com aromas gourmets (morango do amor, doce de leite, menta com chocolate etc.).

• Manicures/Unhas: esmaltes que mudam de cor, creme de cutículas com aromas gourmets (baunilha café, frutas etc.). Esmaltes com efeitos 3D ou glitter holográfico. Uso de aplicativos que simulam nail art.

• Maquiagem: maquiagem que muda de cor com a luz ou temperatura como batom holográfico ou sombra neon. Maquiagem com sessão de selfie. Maquiagens temáticas e artísticas.

• Barber: barbearias com decoração inspirada em esportes, games ou cinema. Espumas de barbear com aromas de café, whisky ou chocolate. Barba interativa, com uso de aplicativos via tablet e simulações.

• Estética: spas urbanos; cabines com leds, máscaras faciais que mudam de cor ou têm texturas divertidas.

Oportunidades e dicas práticas para aplicar no seu negócio

• Espaços criativos e instagramáveis, onde o cliente possa fazer selfies e tirar fotos para postar (fazendo menção).

• Experiências sensoriais: através da ambientação, aroma e música. Os profissionais também podem estar caracterizados em ocasiões especiais e temáticas.

Impactos: encantamento do cliente. Experiência emocional gera engajamento e fidelização. A experiência vira diferencial competitivo. Conexões inesquecíveis.

9. Cocriação, conteúdo e cultura de influência (collab culture)

A tendência da cultura collab envolve a criação de produtos, serviços, experiências e conteúdos junto com clientes, influenciadores ou autoridades.

Em 2026, ninguém constrói marca ou imagem sozinho, é preciso somar forças com quem consome, recomenda e inspira. Essa tendência usa a força e a expertise da parceria colaborativa e a sua autoridade e influência.

Essa tendência valoriza a participação ativa do público, que deixa de ser apenas consumidor e passa a ser coprodutor de conteúdo, estilo e identidade.

A relação entre marcas, profissionais e clientes se torna cocriada: collabs, linhas assinadas, protocolos exclusivos e conteúdo educativo elevam o profissional ao papel de autoridade e influenciador local.

Na era das collabs, o digital deixa de ser um fim em si mesmo e passa a ser a ponte que conecta experiências autênticas e comunidades engajadas.

Para os profissionais e espaços de beleza, isso significa se abrir a parcerias criativas, ao desenvolvimento de produtos e serviços em colaboração.

A força está em unir técnica, criatividade e influência para cocriar produtos e serviços que geram engajamento autêntico, valor e diferenciação competitiva.

Subtendências da experiências imersivas e lúdicas

• **Collabs com microinfluenciadores:** parcerias com influenciadores locais que sejam do bairro ou que tenham seguidores reais e engajados para criação de serviços, por exemplo “Mechas by@(nome da inlfuenciadora)”.

• **Conteúdo criados pelos clientes:** incentivar o cliente a produzir conteúdo. O vídeo do cliente mostrando o cabelo real vale mais que o vídeo do salão.

• **Profissional influencer:** o cabeleireiro ou barbeiro que se posicionam como especialista e autoridade nas redes, ensinando e compartilhando bastidores, atraindo clientes pelo conhecimento.

• **Cocriação de produtos/serviços:** ouvir a comunidade para lançar novidades. Ex: pesquisa no Instagram para decidir o nome do novo kit de cosméticos ou as cores, texturas e aromas.

EXEMPLOS:

• Cabelos: criação de tinturas ou tratamentos capilares em parcerias com artistas e influenciadores. Lives colaborativas com profissionais e influenciadoras sobre cabelos cacheados ou loiras platinadas. Tratamentos capilares cocriados pelos salões e marcas de cosméticos.

• Manicures/Unhas: nail artistas regionais assinaram coleções de esmaltes sazonais. Marcas de esmalte apresentaram cores escolhidas por criadoras de moda e lifestyle.

• Maquiagem: maquiagens assinadas por maquiadores famosos. Tutoriais ao vivo com influenciadoras de nicho (ex.: pele negra, maquiagem artística).

• Barber: parcerias entre barbearias e marcas de carros, esportes e cervejas artesanais. Barbeiros criam vídeos mostrando técnicas de grooming em pessoas comuns, reforçando autenticidade.

• Estética: protocolos de skincare foram testados coletivamente em parceria com dermatologistas e influenciadoras.

Oportunidades e dicas práticas para aplicar no seu negócio

• Convidar clientes influentes ou estilosos para cocriar coleções de cortes e colorações exclusivas.

• Convide uma influencer para passar um dia no salão e mostrar “A Vida Real do Cabeleireiro” nos stories dela.

• Identifique 3 clientes mais famosas e com muitos seguidores no Instagram e proponha uma parceria: “Ganhe uma hidratação se postar um Reels do resultado”. Não busque a celebridade inalcançável. Olhe para a cliente que tem 2 mil seguidores fiéis e mora na rua de trás.

Impactos: engajamento imediato, fidelização, transferência de autoridade e expertise. A cocriação com influenciadores vira diferencial competitivo.

10. Tecnologia aplicada e digitalização da jornada da beleza

A tecnologia não é uma tendência futurista: ela é a infraestrutura invisível e essencial da experiência de beleza.

A digitalização assume papel central: IA para diagnóstico, simuladores, dermoanálise, prontuário digital, CRM e automação. A digitalização na jornada traz para o profissional ferramentas e Inteligência Artificial para diagnósticos assertivos e sistemas de gestão (CRM) integrados. O uso de dados para conectar o cliente ao salão de forma contínua garante que a experiência comece no agendamento digital e continue durante e pós a jornada do cliente no salão.

A tecnologia é cada vez mais utilizada para eliminar atritos: agendar deve ser fácil, pagar deve ser rápido e ser lembrado deve ser automático.

A tecnologia amplifica o resultado técnico, melhora tomada de decisão e fortalece o posicionamento profissional como autoridade.

Para o profissional e dono de negócio, é a era da gestão na palma da mão e no celular. A tecnologia cuida da burocracia (agenda, estoque, lembretes) para que eles possam cuidar do cliente. É a inteligência artificial ajuda a escrever legendas, o WhatsApp e os chatboats interagem e respondem dúvidas simples e o sistema de gestão controla toda a operação.

A tecnologia redefine o futuro da beleza: dados e análises, diagnósticos inteligentes, gestão integrada, conteúdos, educação e experiências inovadoras que ampliam resultados.

Subtendências

• **IA generativa:** uso de ferramentas como ChatGPT e outras IAs para interagir com o cliente, criar textos de posts, roteiros de vídeos e e-mails.

• **Gestão baseadas em dados (data driven):** tomadas de decisões orientadas por dados, usando algoritmos para prever tendências e ajustar estratégias, aumentar clientes e rentabilidade e fazer uma gestão ainda mais inteligente.

• **Diagnósticos:** a tecnologia aplicada aos diagnósticos permite análises inteligentes de pele, cabelo e necessidades estéticas. Com apoio da inteligência artificial, o profissional obtém informações precisas e rápidas, que orientam recomendações personalizadas de produtos e serviços, melhorando os resultados.

• **Produtos e serviços:** a tecnologia permite criar produtos e serviços personalizados a partir de dados e diagnósticos inteligentes. Cosméticos sob medida, recomendações de tratamentos e pacotes adaptados ao perfil do cliente.

EXEMPLOS:

• Cabelos: diagnósticos capilares inteligentes usando scanners e apps que analisam couro cabeludo e fios, indicando tratamentos personalizados. Uso da biotecnologia na criação de produtos sob medida para cada cliente, com base em dados de saúde capilar.

• Manicures/Unhas: simuladores digitais de esmaltes e uso de apps que permitem visualizar cores e efeitos antes da aplicação.

• Maquiagem: diagnósticos de pele: análise digital para recomendar bases, corretivos e tratamentos mais adequados.

• Barber: simuladores de cortes e estilos de barba: IA mostra como ficará o resultado antes da execução.

• Estética: diagnóstico de pele inteligente com análise digital usando IA para indicar os melhores tratamentos. Cosméticos e protocolos adaptados ao perfil e suas necessidades individuais.

Oportunidades e dicas práticas para aplicar no seu negócio

• Uso de IA generativa para criação de conteúdos e roteiros para redes sociais do salão.

• Uso de simuladores digitais e aplicativos para escolha de cores de cabelos, unhas e makes, visualização prévia de estilos e resultados de cortes, barbas e maquiagem.

• Gestão integrada: agendamento, pagamentos, marketing, financeiros, estoques e relatórios com indicadores.

• Gestão data driven: cruzamento de dados de clientes para prever demanda por procedimentos e otimizar agenda.

Impactos: eficiência operacional, ampliação da autoridade do profissional, melhoria da eficácia do marketing, aumento da rentabilidade e competitividade.

Conclusão

Neste documento apresentamos as **10 tendências norteadoras da beleza em 2026,** detalhando aplicações, subtendências e exemplos reais, além de oferecer dicas práticas e oportunidades de negócios.

O futuro da beleza se revela integrado ao cuidado, saúde e bem-estar, sustentado pela ciência, guiado pelo propósito e inclusão; pela sustentabilidade prática, personalização, humanização e conexões genuínas.

Dos collabs criativos à digitalização da jornada, o diferencial competitivo não estará apenas na execução técnica, mas na capacidade de criar experiências imersivas, inclusivas, personalizadas e memoráveis.

Mais do que acompanhar mudanças, é hora de transformar tendências em estratégias e estratégias em resultados.

Que este guia seja não apenas uma previsão norteadora, mas um plano de ação imediato para empreendedores e profissionais da beleza que desejam liderar a transformação, ocupar seu lugar de protagonistas de um novo futuro da beleza e tornar seus negócios referência de autoridade, inovação e propósito real em um mercado em constante evolução.



Agradecimentos

Gratidão a todos os profissionais, empreendedores e parceiros que diariamente constroem o setor da beleza com dedicação, criatividade e coragem.

Este guia é fruto de muitas trocas, experiências e aprendizados ao longo da nossa jornada na carteira de beleza e bem-estar do **Sebrae Nacional**.

A beleza é feita de pessoas que acreditam no poder da transformação.

Aos colegas de feiras, congressos e seminários, nossa gratidão pelas conversas e por toda a inspiração compartilhada.

Bibliografia e fontes

Este guia foi elaborado a partir do cruzamento de dados de relatórios globais de previsão de tendências e da análise in loco dos maiores eventos do setor e das principais publicações do segmento de beleza.

1. Agências de tendências globais (Relatórios institucionais e tendências)

Euromonitor International

EUROMONITOR INTERNATIONAL. **Top 10 Global Consumer Trends 2026**. [S.l.]: Euromonitor International, 2025. Disponível em: www.euromonitor.com.

- Tech Enabled Personalization (Personalização Potencializada pela Tecnologia) – (Referência: 2025)
- Inclusive Beauty 3.0 (Beleza Inclusiva 3.0) – (Referência: 2024–2025)

Mintel

MINTEL. **Global Beauty & Personal Care Predictions: 2026 & Beyond**. [S.l.]: Mintel, 2025. Disponível em: www.mintel.com.

- Emotional Beauty & Stress Relief Solutions (Beleza Emocional e Soluções para Alívio do Estresse), (Referência: 2024–2025)
- Hybrid Beauty & Smart Simplification (Beleza Híbrida e Simplificação Inteligente) – (Referência: 2025)
- Tendências Anteriores: Neuro-Glow, Beaut-AI.

WGSN

WGSN. **Future Consumer 2026** (Inclui "Future of Beauty 2026" e "Big Ideas 2026"). [S.l.]: WGSN, 2025. Disponível em: www.wgsn.com.

- Beauty & Wellness Convergence (Convergência entre Beleza e Bem-Estar) – (Referência: 2025)
- Longevity & Preventive Beauty (Longevidade e Beleza Preventiva) – (Referência: 2025)
- Tendências Anteriores: Pro-Age, Unfiltered Beauty.

Outras Agências

BEAUTYSTREAMS. Home Page. [S.l.]: Beautystreams. Disponível em: www.beautystreams.com.

2. Feiras, Eventos e Associações de Mercado (Sites Institucionais)

BARBER WEEK. **Home Page**. [S.l.]: Barber Week. Disponível em: barberweek.com.br.
BEAUTY FAIR. **Home Page**. São Paulo: Beauty Fair. Disponível em: www.beautyfair.com.br.
BEAUTY SHOW. **Home Page**. [S.l.]: Beauty Show. Disponível em: beautyshow.com.br.
HAIR SUMMIT. **Feira internacional de beleza, cabelos e estética**. [S.l.]: [s.n.], 2025. Disponível em: www.hairsummit.com.br/

3. Entidades e Associações (Sites Institucionais)

ABIHPEC – ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE HIGIENE PESSOAL, PERFUMARIA E COSMÉTICOS. **Home Page**. São Paulo: ABIHPEC. Disponível em: https://abihpec.org.br/.

4. Portais de Notícias e Conteúdo Especializado

BELEZA NA WEB. **Beleza na Web Blog**. [S.l.]: Beleza na Web.
COSMETICS DESIGN. **Home Page**. [S.l.]: Cosmetics Design.
COSMETICS INNOVATION. **Home Page**.
PREMIUM BEAUTY NEWS. **Home Page**.
PORTAL BEAUTY FAIR. **Negócios de Beleza**. São Paulo: Beauty Fair. Disponível em: https://negociosdebeleza.beautyfair.com.br/.

SEBRAE