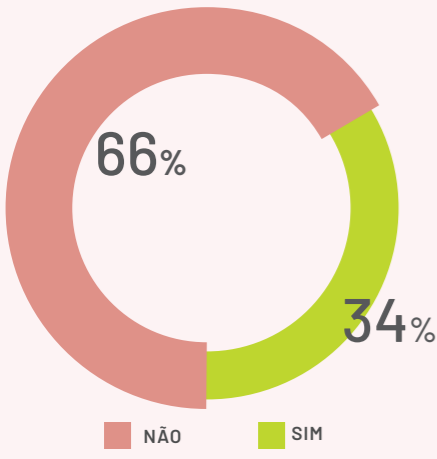




34% DAS ENTREVISTADAS JÁ UTILIZAM ESSE TIPO DE PRODUTO.

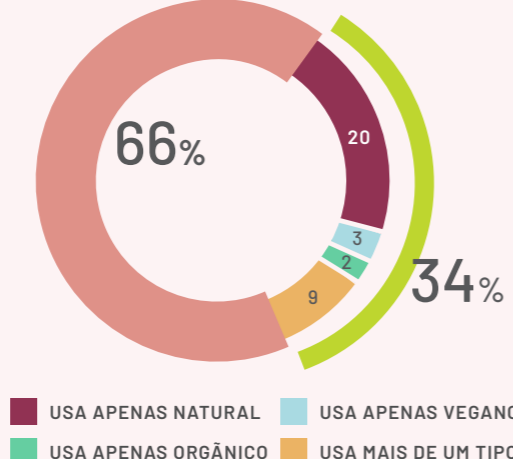
POUCO MAIS DE 3 EM CADA 10 CONSUMIDORAS UTILIZAM COSMÉTICOS "ÉTICOS".

• USUÁRIAS DE PRODUTOS VEGANOS E/ OU ORGÂNICOS E/OU NATURAL.



BASE: 991 (TOTAL DA AMOSTRA) (BASE PONDERADA) // *VEGANOS/ORGÂNICOS OU NATURAIS

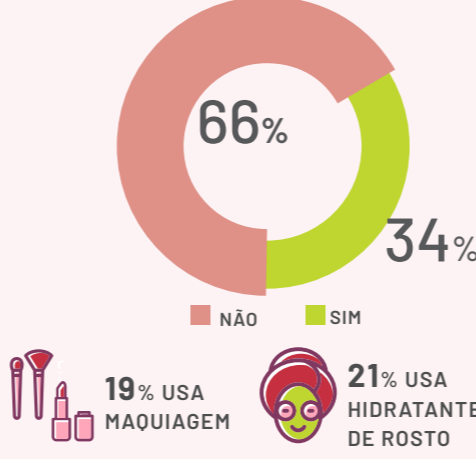
• SENDO QUE OS "NATURAIS" REPRESENTAM A MAIOR PARTE DESSES PRODUTOS.



BASE: 991 (TOTAL DA AMOSTRA) (BASE PONDERADA) // *VEGANOS/ORGÂNICOS OU NATURAIS

DAS CATEGORIAS INVESTIGADAS, UTILIZAM EM MÉDIA 2 DELAS.

• USUÁRIAS DE PRODUTOS VEGANOS E/ OU ORGÂNICOS E/OU NATURAL.

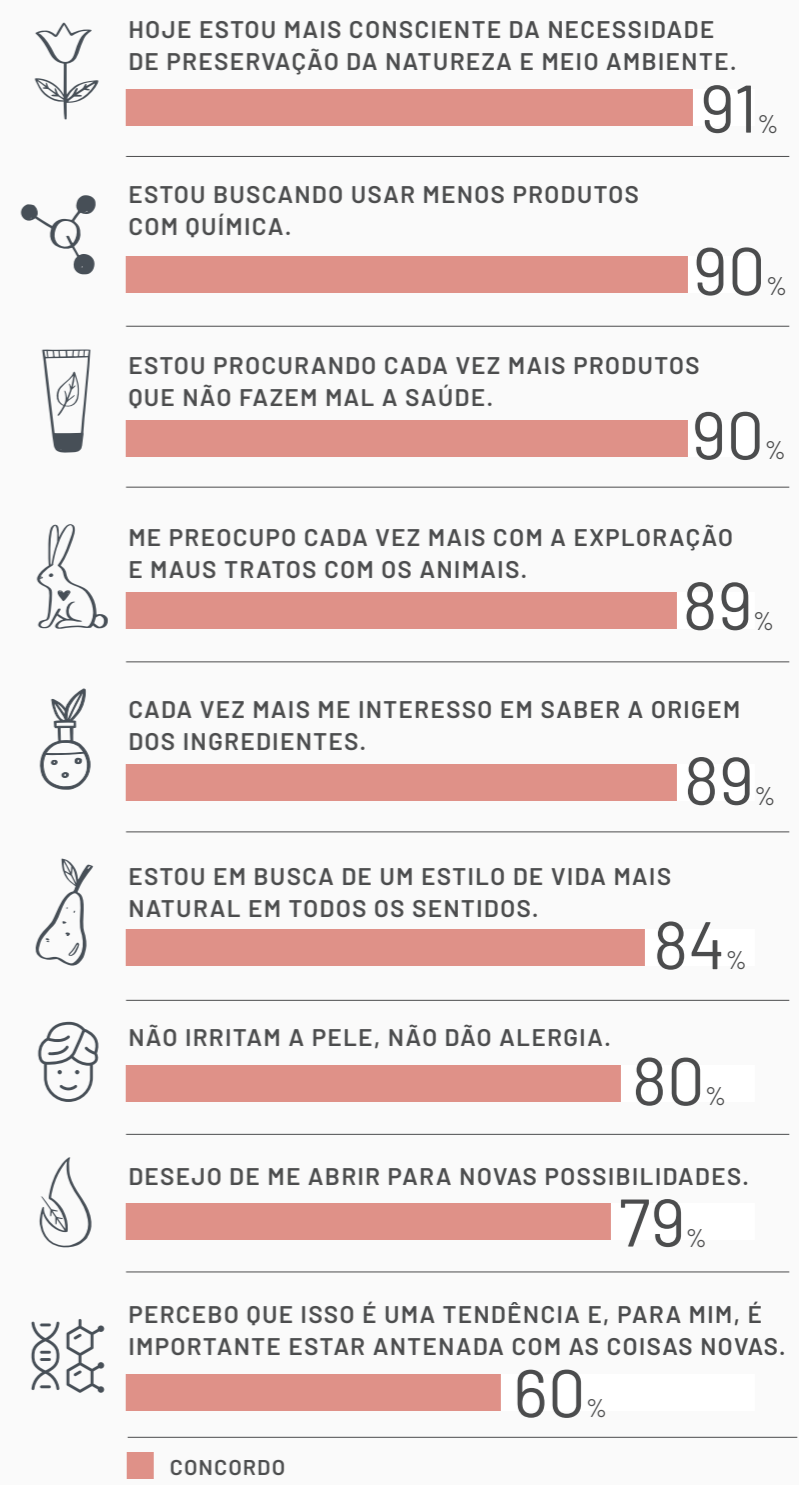


BASE: 991 (TOTAL DA AMOSTRA) (BASE PONDERADA) // *VEGANOS/ORGÂNICOS OU NATURAIS



MOTIVAÇÃO DO USO.

ESTAR "NA MODA" É UMA DAS RAZÕES PARA ADOÇÃO DESTA TIPO DE PRODUTO, MAS NEM DE LONGE É A MAIS RELEVANTE.



BASE: 588 TOTAL DE USUÁRIOS DE PRODUTOS VEGANOS/ORGÂNICOS/NATURAIS (BASE PONDERADA)

NESSE PROCESSO, A INTERNET É A PRINCIPAL REDE DE SUPORTE

FASE QUALITATIVA

A INTERNET É A PRINCIPAL FONTE DE INFORMAÇÃO; BLOGUEIRAS, CANAIS NO YOUTUBE, INSTAGRAM...

"EU USO UM APLICATIVO QUE ELE TEM ALGUNS COMPONENTES, TANTO PARA CONSUMO DE ROUPA, DE MAQUIAGEM, QUE MOSTRA COMPONENTES SE ELE É UTILIZADO EM ANIMAL OU NÃO". (USUÁRIAS)

UTILIZAM TAMBÉM APPS PARA OBTER INFORMAÇÕES SOBRE COMPOSIÇÃO DOS PRODUTOS, ALÉM DE CONSIDERAR A REDE DE APOIO, AMIGOS QUE UTILIZAM E INDICAM, COMPARTILHAM RECEITAS, É UMA FONTE MUITO IMPORTANTE DE INFORMAÇÃO.

"EU SIGO A LUISSA MELL ELA INCLUSIVE DA UMAS DICAS ASSIM DE PRODUTOS NATURAIS, PRODUTOS VEGANOS, ENTÃO ALGUMAS COISAS EU CONHECI POR ELA E ANTES DE EU SEGUIR ELA, TAMBÉM TENHO UMAS AMIGAS QUE JÁ ERAM VEGANAS ANTES DE EU PARAR DE COMER CARNE E TUDO MAIS, E ELAS TAMBÉM ME INDICARAM ALGUMAS COISAS, ENTÃO EU ACHO QUE É UM CÍRCULO DE PESSOAS QUE VOCÊ CONVIVE, DAS PESSOAS QUE VOCÊ CONHECE." (USUÁRIAS)

O USO E A MIGRAÇÃO PARA UMA CATEGORIA MAIS "SAUDÁVEL" É GRADATIVA.

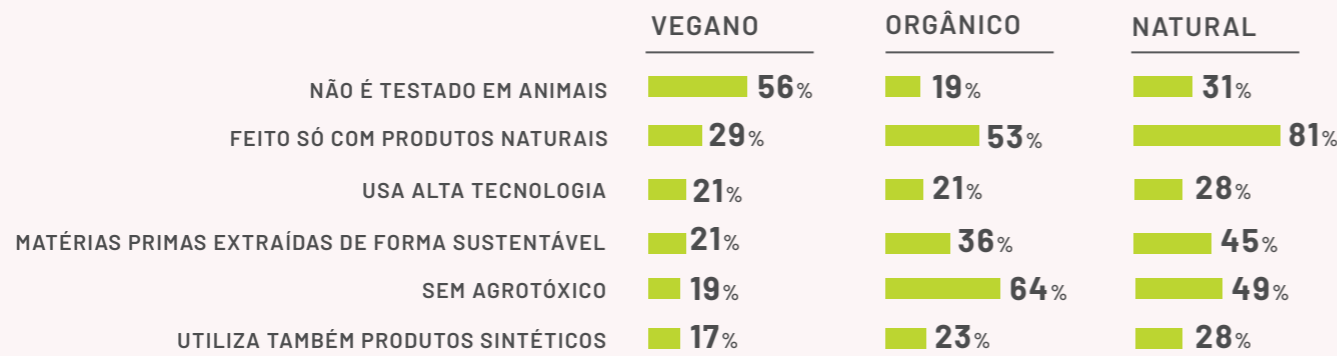
"TEM COISAS QUE EU USO QUE NÃO SÃO VEGANAS, EU ESTOU NAQUELA TRANSIÇÃO PARA TROCAR POR COISAS MAIS SAUDÁVEIS." (USUÁRIAS).

"O QUE EU USO PELO MENOS TESTADO EM ANIMAIS NÃO SÃO." (USUÁRIAS).



MAIS AINDA FALTA CLAREZA NA COMUNICAÇÃO.

SERÁ QUE SÃO ÉTICOS DE VERDADE? ATÉ OS PRÓPRIOS USUÁRIOS TÊM POUCA CLAREZA SOBRE OS CONCEITOS.



BASE: 335 USUÁRIAS - FONTE: P32



NOSSA CONCLUSÃO

O estudo mostra que não apenas por "modismo", mas, principalmente, por maior consciência quanto ao seu consumo e valores, as mulheres estão gradativamente buscando cosméticos "do bem". Hoje, mais de um terço delas já está nesse mercado e tudo indica que o movimento veio para ficar. Isso traz oportunidades para as marcas já estabelecidas no

mercado e outras que queiram crescer. Elas também precisam investir em comunicação, para informar / esclarecer / educar sobre o processo de fabricação e como é a forma de atuação dos ingredientes (resultados, forma de ação e durabilidade). Além disso, devem também ter uma escala de preço que possibilite mais acesso e competitividade.

METODOLOGIA:

QUALITATIVA

REUNIÕES EM GRUPO | ROTEIRO | USUÁRIAS E NÃO USUÁRIAS DA CATEGORIA.

QUANTITATIVA

ONLINE | QUESTIONÁRIO ESTRUTURADO | COM POPULAÇÃO EM GERAL

AMOSTRA

991 PESSOAS DA CLASSE ABC, 18 A 56 ANOS, RESIDENTES NAS CIDADES REGIÕES METROPOLITANAS DE SÃO PAULO, RIO DE JANEIRO, PORTO ALEGRE, CURITIBA, RECIFE E SALVADOR.

MARCAS COM MAIS TRADIÇÃO DE MERCADO

E QUE TÊM COMUNICADO CONSISTENTEMENTE A RESPEITO DA "ÉTICA" NOS COSMÉTICOS ACABAM SENDO AS MAIS MENCIONADAS.

AWARENESS: ESTIMULADO	USO:
57%	NATURA 45%
52%	O BOTICÁRIO 40%
42%	BIO EXTRATUS 23%
39%	EUDORA 18%
37%	CONTÉM 1G 13%
31%	VULT 21%
30%	SIMPLE ORGANIC 10%
30%	THE BODY SHOP 16%
27%	DAVENE 9%
27%	BIODERM 12%
25%	DALLUS 12%
24%	TRACTA 12%
24%	HERBIA 4%
22%	ORGANELA 7%
20%	CARE NATURAL BEAUTY 5%
19%	MULTI VEGETAL 6%
18%	ALMAYA ORGÂNICA 5%
15%	FEITO BRASIL 4%
15%	CATIVA NATUREZA 5%
15%	ELEMENTO NATURAL 5%

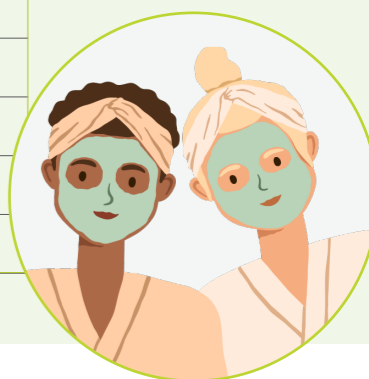
BASE: 185 - USUÁRIOS DE MAQUIAGEM VEGANO/ORGÂNICO/NATURAIS (BASE PONDERADA) FONTE: P33/P34/P36



O BOTICÁRIO CRIA SELO DE IDENTIFICAÇÃO DE SEUS PRODUTOS VEGANOS.



EMBORA NÃO COMUNIQUE EXPLICITAMENTE SUAS MAQUIAGENS COMO VEGANAS, A MARCA COLHE FRUTOS DE UM POSICIONAMENTO CONSISTENTE AO LONGO DOS ANOS.



PRECISA CONHECER MELHOR SEU PÚBLICO, ENTENDER COMO OS DADOS PODEM AJUDAR NA ESTRATÉGIA DE SEU NEGÓCIO?

ENTRE EM CONTATO E AGENDE UMA REUNIÃO COM NOSSOS ESPECIALISTAS

MYSPECIALIST@HSR.SPECIALISTRESEARCHERS.COM.BR

TEL: (55 11) 3755.3010