

Cosméticos para a Terceira Idade



 **diferencial**
pesquisa de mercado

Fevereiro de 2014



Introdução



Apresentação do Estudo

Objetivos

Compreender o significado do tema Beleza para as mulheres da classe BC acima de 60 anos;

Entender as necessidades que as mulheres da terceira idade das classes BC têm com relação a produtos de beleza;

Vislumbrar quais são as categorias de produtos cosméticos que possuem maior demanda pelas mulheres das classes BC com mais de 60 anos;

Avaliar a aceitação de uma marca especializada neste segmento.

Público-Alvo

➤ *Mulheres das classes BC com 60 anos ou mais.*

Praça Teste

➤ *Para este estudo foi selecionado o mercado de Curitiba (PR).*





Metodologia



- *2 grupos de discussão, classe B2 e C1, sendo um grupo com mulheres entre 60 e 65 anos e outro com mulheres entre 65 e 70 anos;*



- *201 entrevistas em ponto de fluxo.*

Parte

I

Fase Exploratória



2

Preocupações na Terceira Idade



Preocupações na Terceira Idade

Qual a identidade como mulheres?

Nessa fase da vida as mulheres se sentem realizadas, felizes. Sentem que já cumpriram suas missões na vida, mas ainda possuem objetivos, sonhos, principalmente com a família e hobbies que se tornam objetivos profissionais, como a culinária e artesanato.





Preocupações na Terceira Idade

Qual a
identidade como
mulheres?

As mulheres salientam sobre manterem-se ativas nessa fase da vida, fazendo atividades físicas, trabalhos sociais, viajando e aproveitando a vida com as amigas.

Também têm necessidade de dizer e mostrar quão felizes e realizadas são. Outro aspecto importante é a liberdade que se conquista nessa fase, se sentindo livres para fazer o que quiserem, ocupando mais o tempo com elas mesmas.





Preocupações na Terceira Idade

Quais preocupações possuem?

Quando se fala em preocupações, as mulheres da terceira idade logo falam em família. Ainda se preocupam com os filhos, mas principalmente com a formação e um bom encaminhamento dos netos. Demonstram que a família faz parte do ideário de valores e conquistas dessa fase da vida, é necessária para se sentir feliz e realizada.

Apesar disso, sentem que este é o momento de aproveitar a vida, de fazer as coisas que não conseguiram em outros momentos, como viajar com os grupos de amigas e cuidar de si mesma.





Preocupações na Terceira Idade

Quais
preocupações
possuem?

Quando contam o que conseguiram atingir, como número de filhos criados, filhos graduados e netos na faculdade, essas mulheres sentem necessidade de parabenizar umas às outras, exaltando o quão importante foi para elas atingir esses objetivos e o valor que dão à isso.





Preocupações na Terceira Idade

Qual a importância do segmento de cuidados com higiene e beleza?

As mulheres demonstraram que o segmento de cuidados com higiene e beleza é muito mais importante hoje do que foi quando, por exemplo, tinham em torno de 40 anos de idade.

Isso se deve à falta de tempo que tinham antes para cuidar desse aspecto e tendo prioridades diferentes em outras fases da vida. Além disso, antes qualquer coisa que fizessem para cuidar da aparência estava bom, nesse momento o esforço para ficar mais bonita precisa ser maior.





Produtos Utilizados

Produtos que as Mulheres da Terceira Idade Utilizam

Tintura para cabelo

- Pois os cabelos brancos são os que mais demonstram a idade

Protetor solar

- Exaltam a necessidade de proteger a pele contra os raios solares.

Maquiagem

- Porque utilizando maquiagem se sentem mais bonitas, com uma aparência melhor.

Antirrugas

- Para atenuar as marcas de expressão que apareceram com o tempo.

Hidratantes (corporal e facial)

- Pois a pele nesta fase da vida é muito seca, e precisa de bastante hidratação.

Máscara facial

- Para limpar a pele, tirando cravos e espinhas, ajudando no aspecto visual do rosto.

Fortificante capilar

- Pois, com a idade, sentem que os cabelos ficam muito enfraquecidos, sem brilho e quebram com facilidade.



Produtos Utilizados



Os Produtos Utilizados são Especificamente para as Senhoras da Melhor Idade?

De uma forma geral, nesta fase, as mulheres apontaram que os produtos de beleza utilizados são gerais, e não específicos para esta idade.

4

Hábitos de Compra de Produtos de Beleza



Hábitos de Compra de Produtos de Beleza

Pontos Positivos



Pontos Negativos



Loja Física

- ✓ *Possibilidade de ver, tocar e experimentar o produto*
- ✓ *Levar o produto para casa no mesmo momento*
- ✓ *Aproveitar para comprar outros produtos*
- ✓ *Possibilidade de ganhar descontos*

- ✓ *Menor flexibilidade de pagamentos como o parcelado em boleto obrigatório na loja física (para lojas de departamento, como Lojas Americanas)*

Consultoras

- ✓ *Atendimento prático, em casa, no salão de beleza*
- ✓ *Maior flexibilidade no pagamento*
- ✓ *Visitas constantes*
- ✓ *Produtos catalogados, possibilidade de ver todos os produtos*

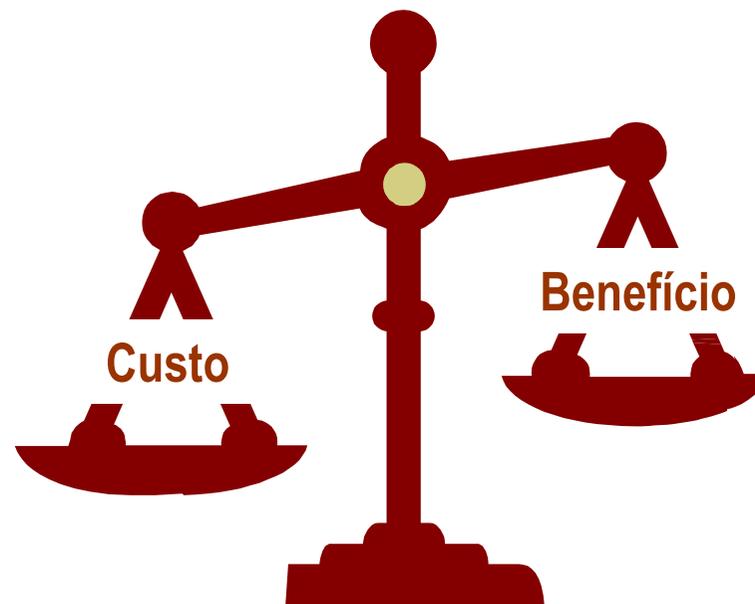
- ✓ *Não levar o produto no momento da compra*
- ✓ *Demora para o recebimento do produto*
- ✓ *Falta dos produtos em estoque*



Hábitos de Compra de Produtos de Beleza

O que Levam em Consideração ao Escolher um Produto de Higiene e Beleza?

Leva-se em consideração o custo-benefício que o produto traz, mas no fim das contas a eficiência do produto é o que mais importa, considerando que são produtos comprados em menor frequência e que é necessário que seja um produto que dê o efeito desejado.





Hábitos de Compra de Produtos de Beleza

Se informam sobre esses produtos antes de comprá-los?



As mulheres procuram se informar antes de comprar os produtos de beleza. Muitas vezes buscam a informação na própria embalagem do produto, conhecendo sua composição, objetivos, para que tipo de especificidades é o produto, como pele seca, se é um produto testado, entre outros.

Outro meio que buscam informação é com amigas e familiares que já utilizaram o produto, ou seja, através do boca-a-boca. Nesse momento buscam saber se o produto traz o resultado esperado, se vale a pena comprá-lo.



Hábitos de Compra de Produtos de Beleza



Quais dificuldades enfrentam ao comprar produtos de higiene e beleza?

A maior dificuldade encontrada pelas mulheres acima de 60 anos é justamente em um dos meios em que buscam as informações antes de comprar o produto, a embalagem.

Para esse público, as letras nas embalagens devem ser maiores, facilitando a leitura das informações que elas procuram e dando destaques a informações mais importantes e objetivas.



Hábitos de Consumo de Produtos de Beleza



Hábitos de Consumo de Produtos de Beleza

www.diferencialpesquisa.com.br



O que Sentem ao Usar Cada um dos Produtos?

Para as mulheres os “rituais” de beleza são momentos positivos, de prazer. Diariamente, dispõem de em torno de 1 hora para cuidar da aparência.

Ao utilizar esses produtos, elas sentem que estão cuidando de si mesmas. Têm a sensação de prazer, bem estar, tranquilidade, renovação e se sentem bonitas. E se não utilizam os produtos, sentem falta.



Hábitos de Consumo de Produtos de Beleza

www.diferencialpesquisa.com.br

Com o passar dos anos começaram a utilizar produtos que não tinham o hábito de utilizar?

Alguns produtos foram citados, como hidratante corporal, protetor solar e anti sinais.

Isso porque essas mulheres começaram a sentir os efeitos da idade, com o surgimento de rugas, a pele ficou mais ressecada. Assim sentiram a necessidade de começar a usar esses produtos.

Além disso, alegaram que no passado existia a falta de acessibilidade a estes produtos, por falta de informação ou divulgação dos mesmos e ainda pela questão dos preços que eram mais elevados.



Produtos Específicos para a Terceira Idade



Produtos Específicos para a Terceira Idade

www.diferencialpesquisa.com.br

Existem Produtos Específicos para Senhoras da Melhor Idade?

As mulheres não conseguiram detectar nenhum produto do segmento de beleza que seja específico para a melhor idade.





Produtos Específicos para a Terceira Idade

Sentem Falta de Algum tipo de Produto Direcionado Especificamente para Mulheres da Melhor Idade?

As mulheres citaram alguns tipos de produtos que gostariam que existissem especificamente para elas:

Hidratante para o corpo e as mãos

- Que tenham um poder maior de hidratação, pois a pele é muito seca nessa idade

Antirrugas

- Que diminua as “marcas” da idade

Hidratante com ácido (anti manchas)

- Que tire as manchas nas mãos e rosto

Produto para firmar a pele

- Principalmente para o pescoço, que é uma área muito flácida

Xampu

- Que hidrate, diminua a queda e seja tonalizante ou preserve a cor natural do cabelo.

Tintura para cabelo

- Que não resseque os fios e mantenha a cor por mais tempo



Fase Quantitativa

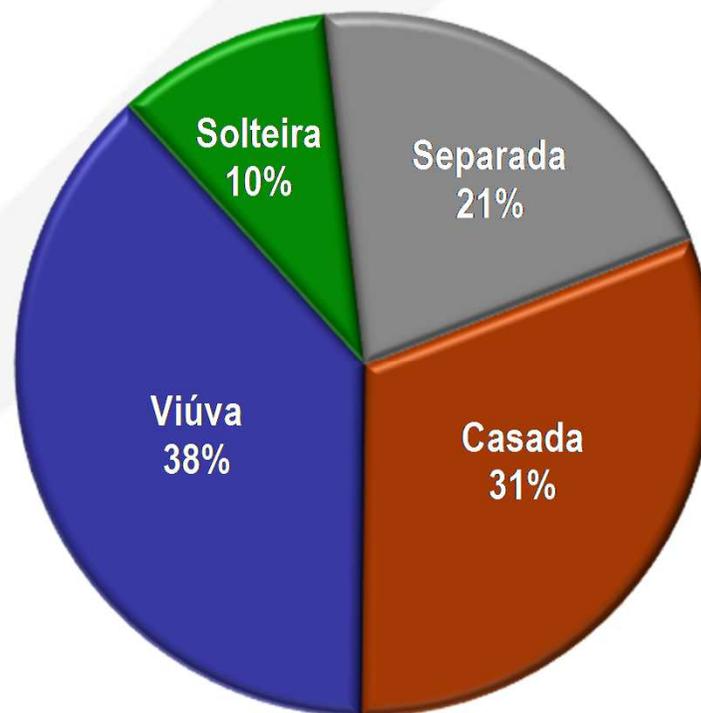


***Perfil das
Entrevistadas***



Perfil das Entrevistadas

A Senhora é: (Resposta Única e Estimulada)

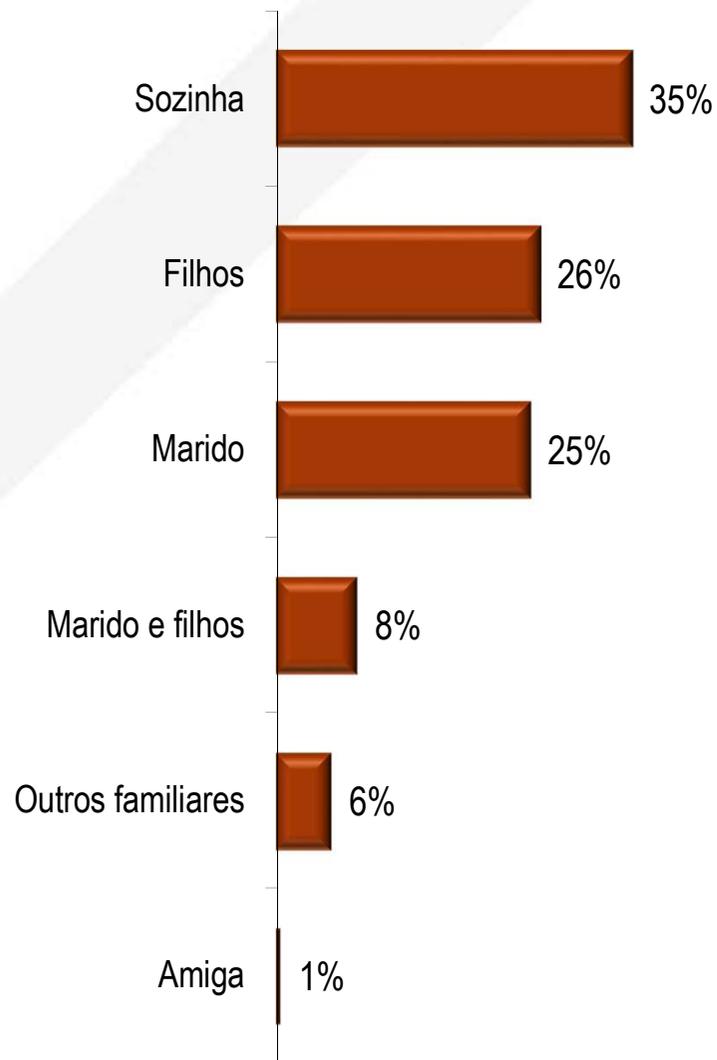


Base: 201



Perfil das Entrevistadas

Atualmente com Quem Mora? (Resposta Única e Estimulada)



Base: 201



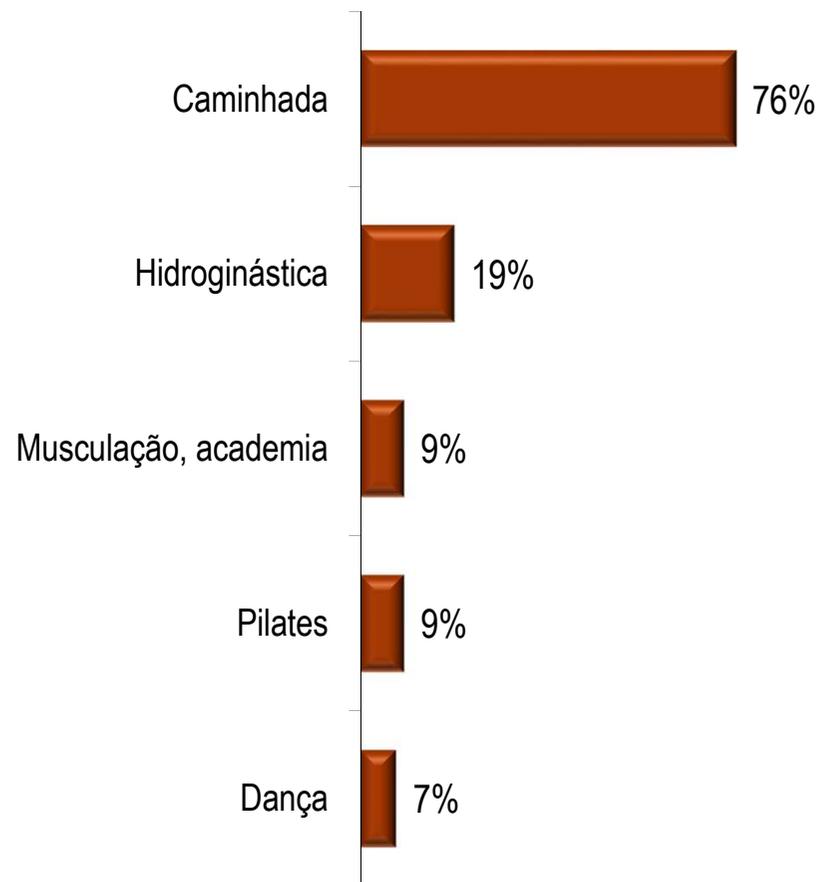
Perfil das Entrevistadas

Pratica Alguma Atividade Física?



Base: 201

Qual Atividade Pratica? (Resposta Múltipla, Total Superior a 100%)



Base: 124*

! *Total de entrevistadas que praticam atividade física.



Perfil das Entrevistadas

O que a Senhora Mais Gosta de Fazer Hoje em Dia? (Resposta Múltipla, Total Superior a 100%)

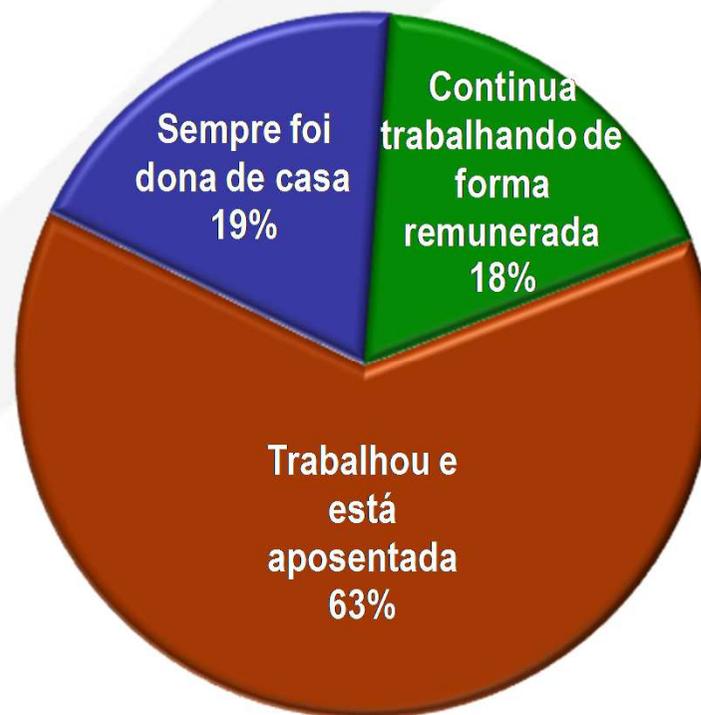


Base: 201



Perfil das Entrevistadas

Das Situações que Vou Citar, em Qual a Senhora se Encaixa? (Resposta Única e Estimulada)



Base: 201

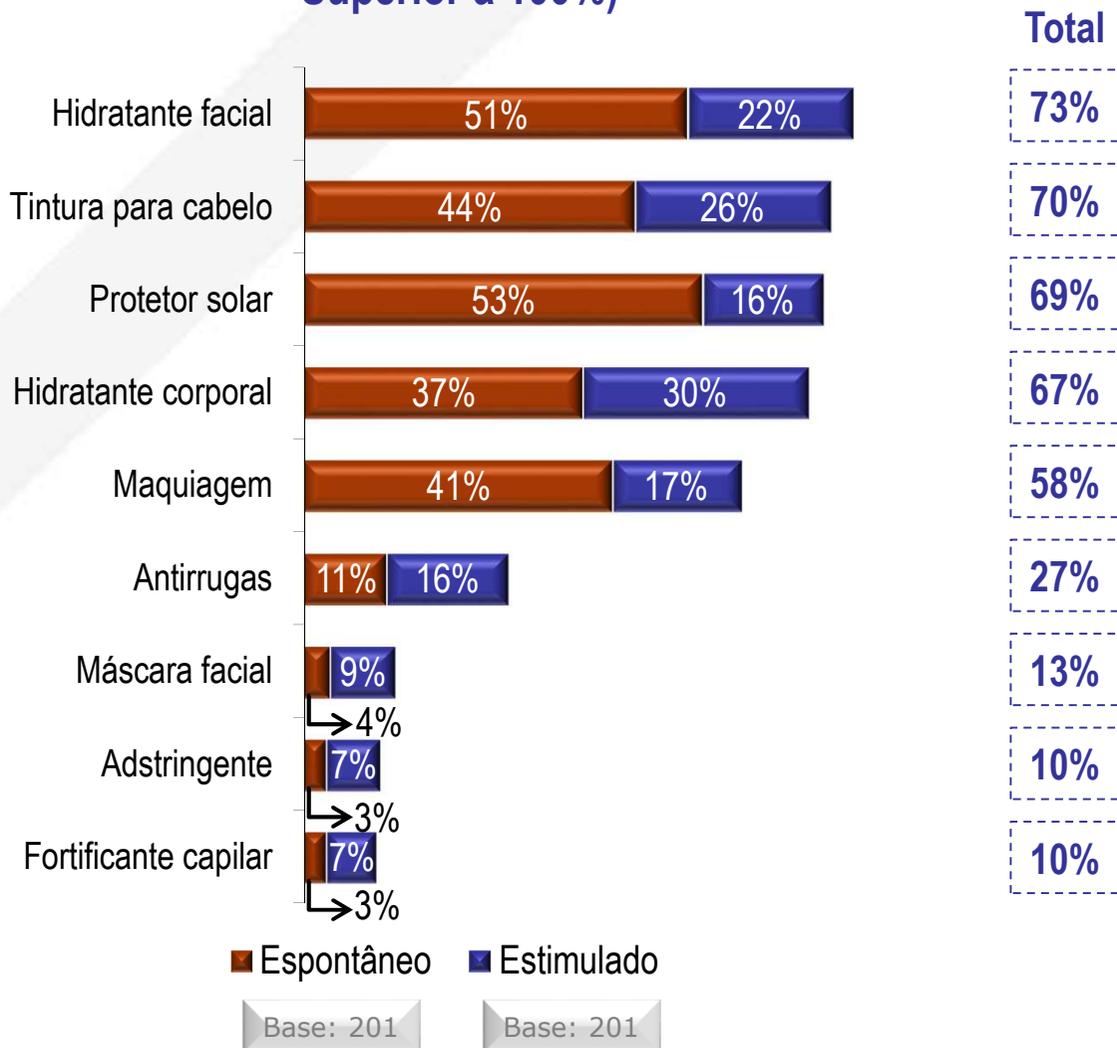


Cuidados com a Aparência



Cuidados com a Aparência

Quais Produtos Utiliza para Cuidar da Aparência? Dos Produtos que Vou Citar, Quais Deles Utiliza para Cuidar da Aparência? (Resposta Múltipla, Total Superior a 100%)





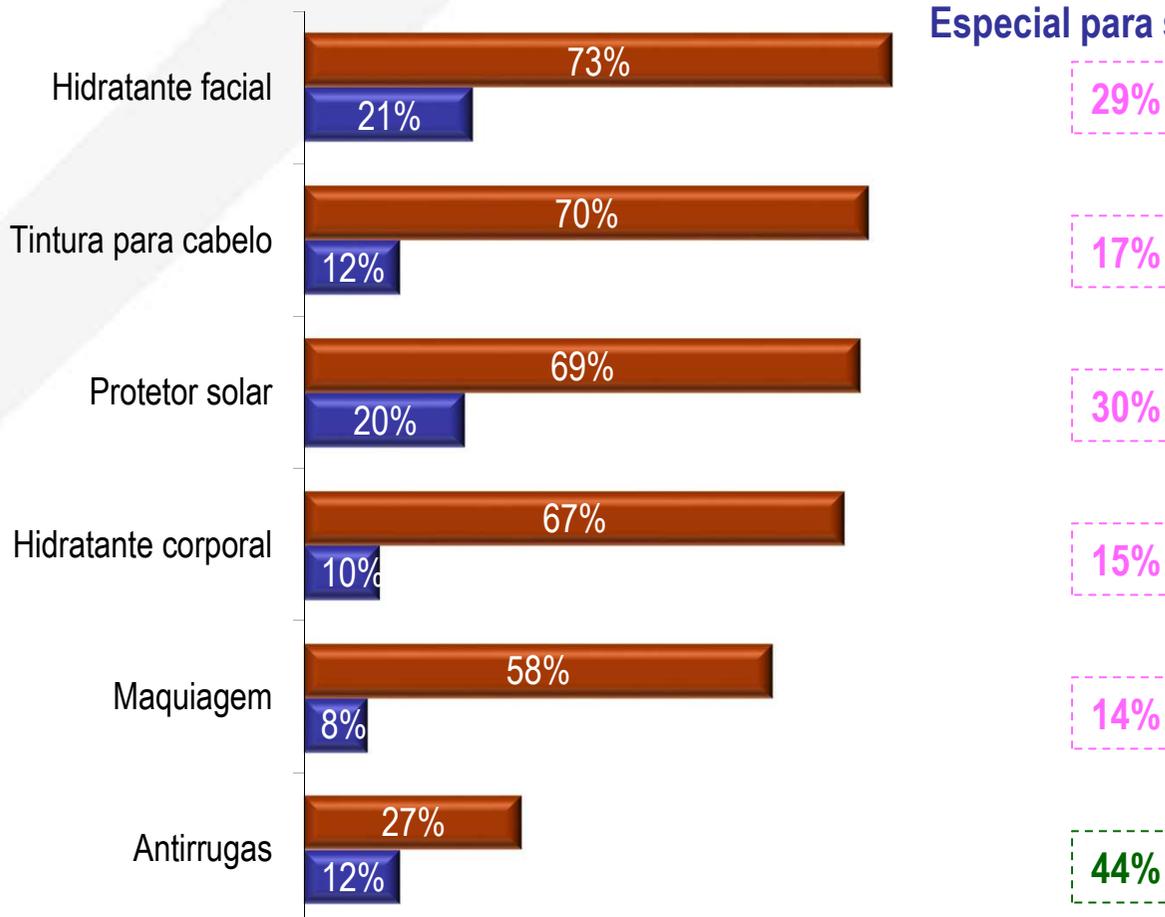
Cuidados com a Aparência

Quais Desses Produtos que Utiliza são Próprios para a Melhor Idade? E Qual a Relação Destes com os Produtos que Já Utilizam para Cuidar da Aparência?

(Resposta Múltipla, Total Superior a 100%)

Utilizam um Produto Especial para sua Idade

Não considera nenhum produto exclusivo para melhor idade
31%



■ Utilizam para cuidar da aparência

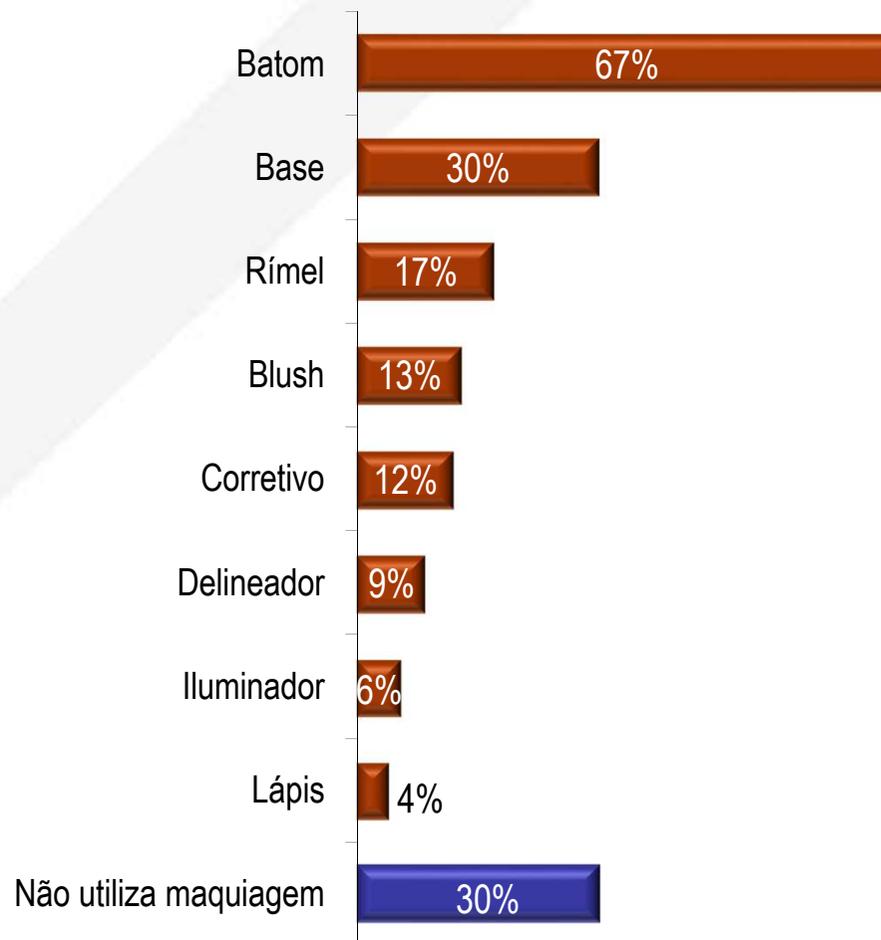
■ Utilizam produtos próprios para melhor idade

Base: 201



Cuidados com a Aparência

Que Tipo de Maquiagem Utiliza no seu Dia a Dia? (Resposta Múltipla, Total Superior a 100%)



Base: 201

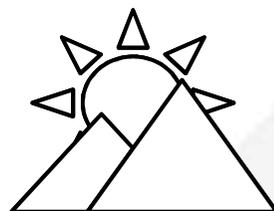
9

Hábitos de Compra e Uso de Produtos de Beleza



Hábitos de Compra e Uso de Produtos de Beleza

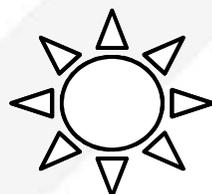
Produtos Mais Usados em Cada Momento do Dia



Manhã

Protetor Solar: 82%* base**: 138

Hidratante Facial: 51%* base**: 148



Tarde

Tintura para Cabelo: 61%* base**: 142



Noite

Antirrugas: 69%* base**: 54

Hidratante Corporal: 60%* base**: 137

Hidratante Facial: 43%* base**: 148

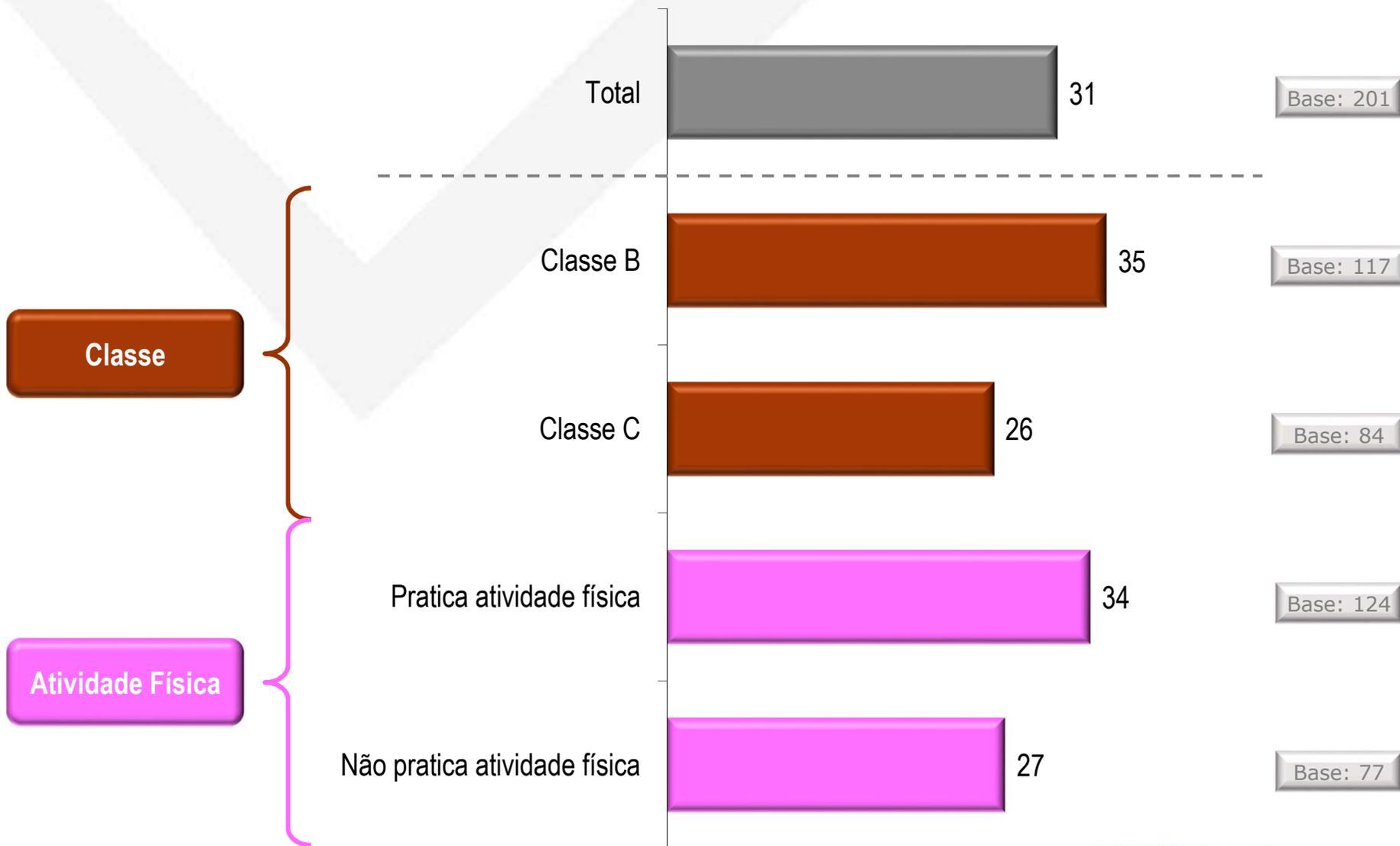
*Percentual de entrevistadas que utilizam o produto neste momento do dia

**Número de entrevistadas que utilizam a categoria de produto



Hábitos de Compra e Uso de Produtos de Beleza

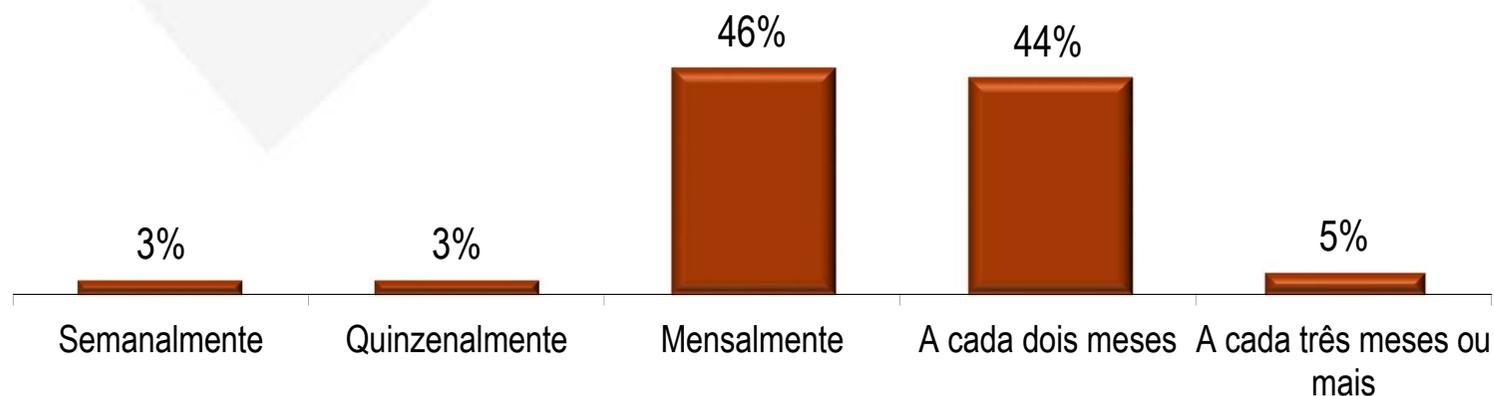
Tempo Médio Utilizado por Dia (em Minutos) para a Aplicação De Produtos para Cuidados com Higiene e Beleza – Por Segmentos





Hábitos de Compra e Uso de Produtos de Beleza

Com que Frequência Compra os Produtos desse Segmento? (Resposta Estimulada)

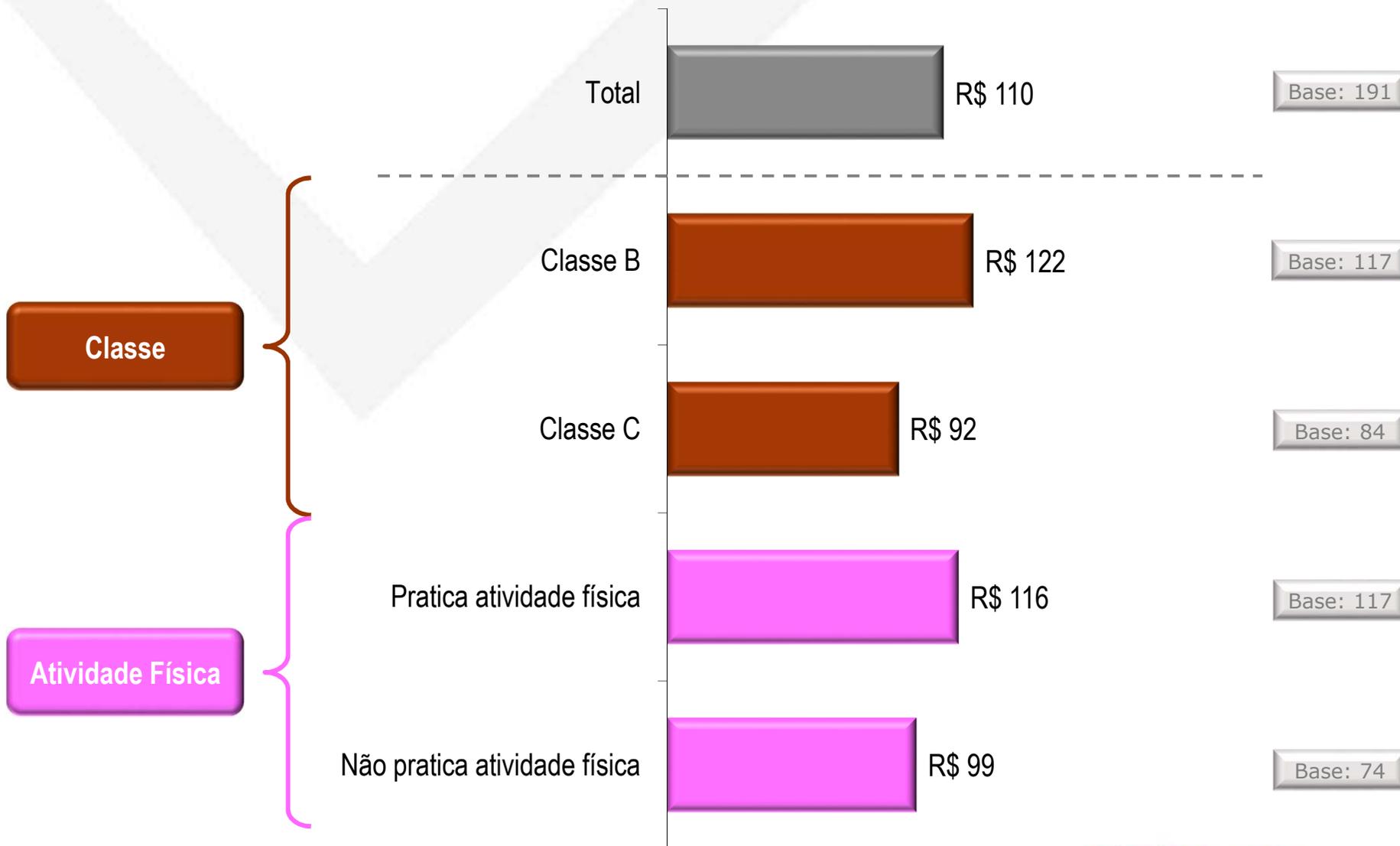


Base: 201



Hábitos de Compra e Uso de Produtos de Beleza

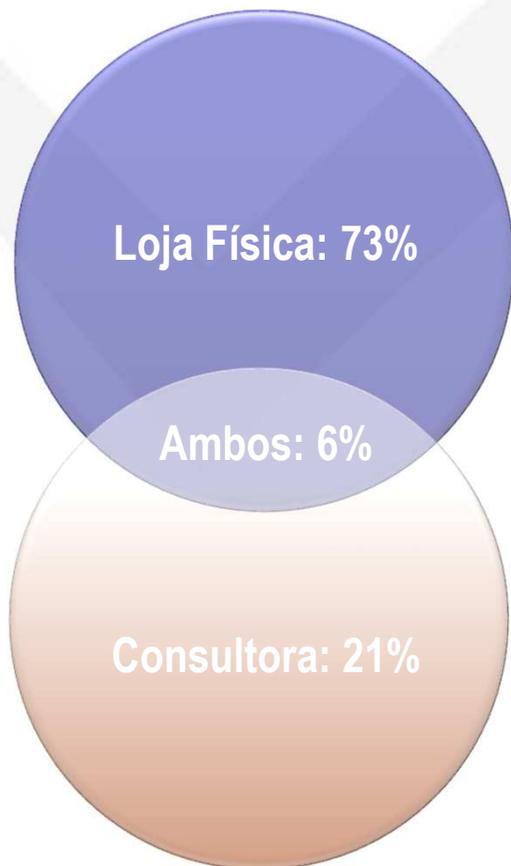
Valor Médio Utilizado Mensalmente para Gastar com Produtos para Higiene e Beleza – Por Segmentos





Hábitos de Compra e Uso de Produtos de Beleza

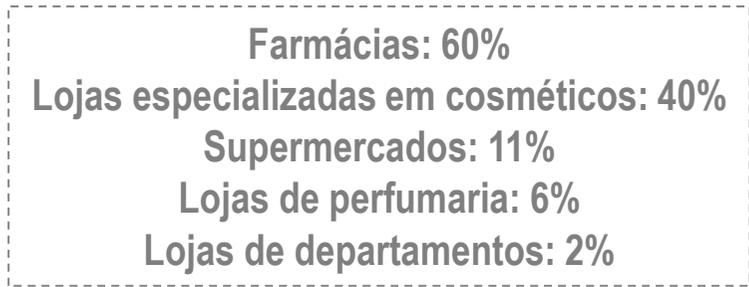
Como Costuma Comprar os Produtos de Cuidados com Higiene e Beleza? (Resposta Estimulada e Múltipla, Total Superior a 100%)



Nenhuma entrevistada compra através de e-commerce

Base: 201

Em Quais Tipos de Lojas Físicas? (Resposta Múltipla, Total Superior a 100%)



Base: 159*

De Quais Marcas são as Consultoras? (Resposta Múltipla, Total Superior a 100%)



Base: 55*

www.diferencialpesquisa.com.br



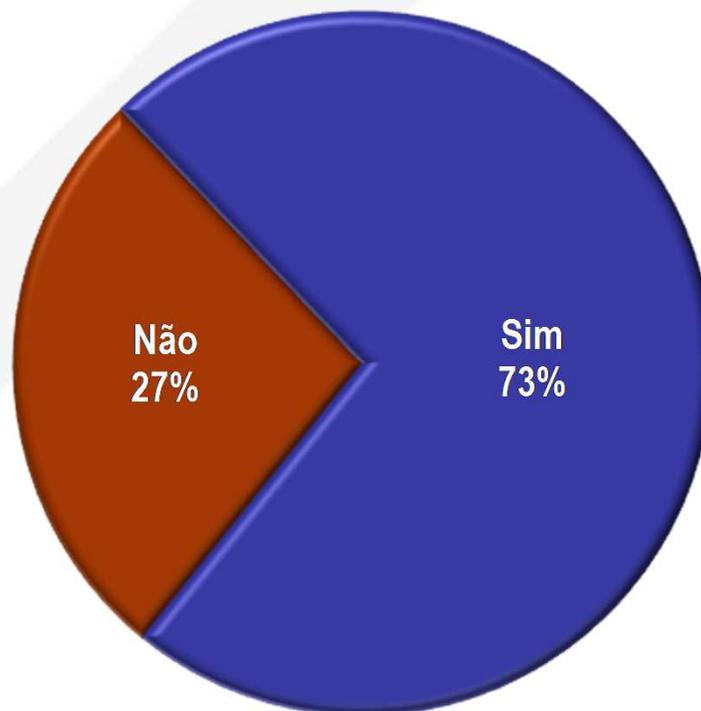
*Total de entrevistadas que compram produtos de cuidados com higiene e beleza através do canal.





Hábitos de Compra e Uso de Produtos de Beleza

A Senhora Confia nas Informações Passadas pelas Consultoras das Marcas?



Base: 55*

! *Total de entrevistadas que compram produtos de cuidados com higiene e beleza através de consultoras.



Hábitos de Compra e Uso de Produtos de Beleza

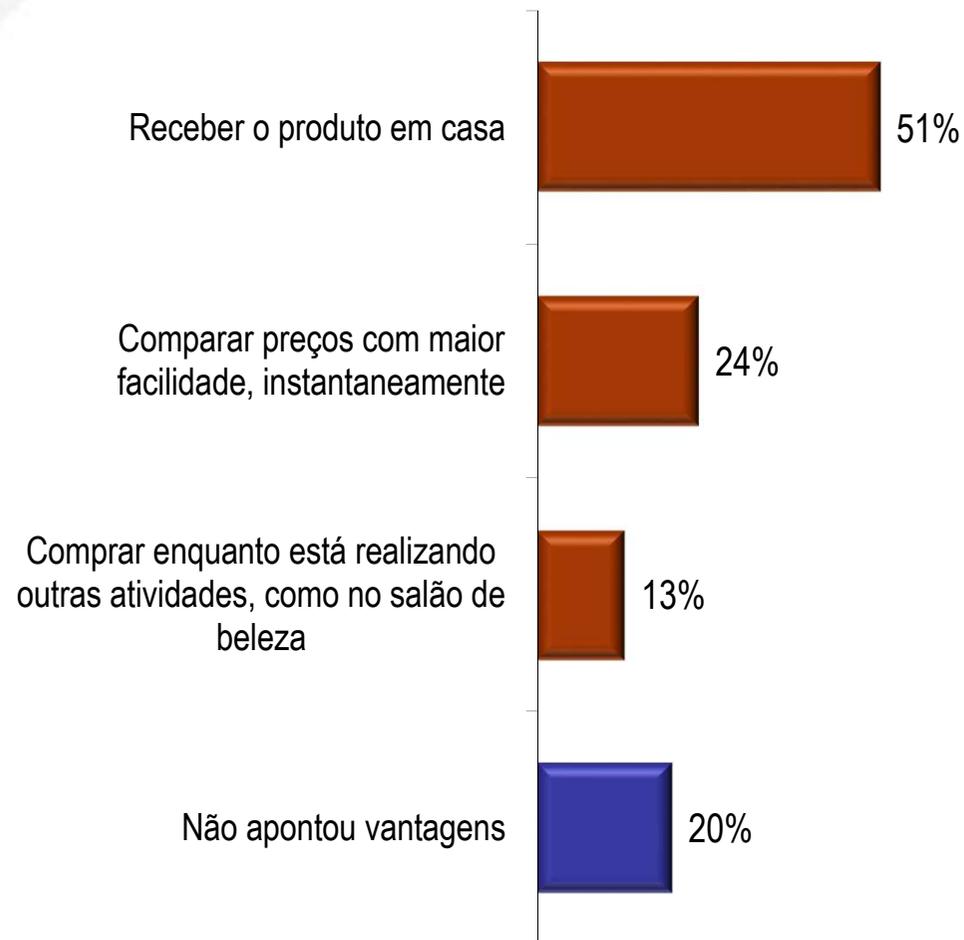
Quais as Vantagens de Cada Canal que Utiliza para Comprar Produtos de Higiene e Beleza? (Resposta Múltipla, Total Superior a 100%)

Loja Física



Base: 159*

Consultoras



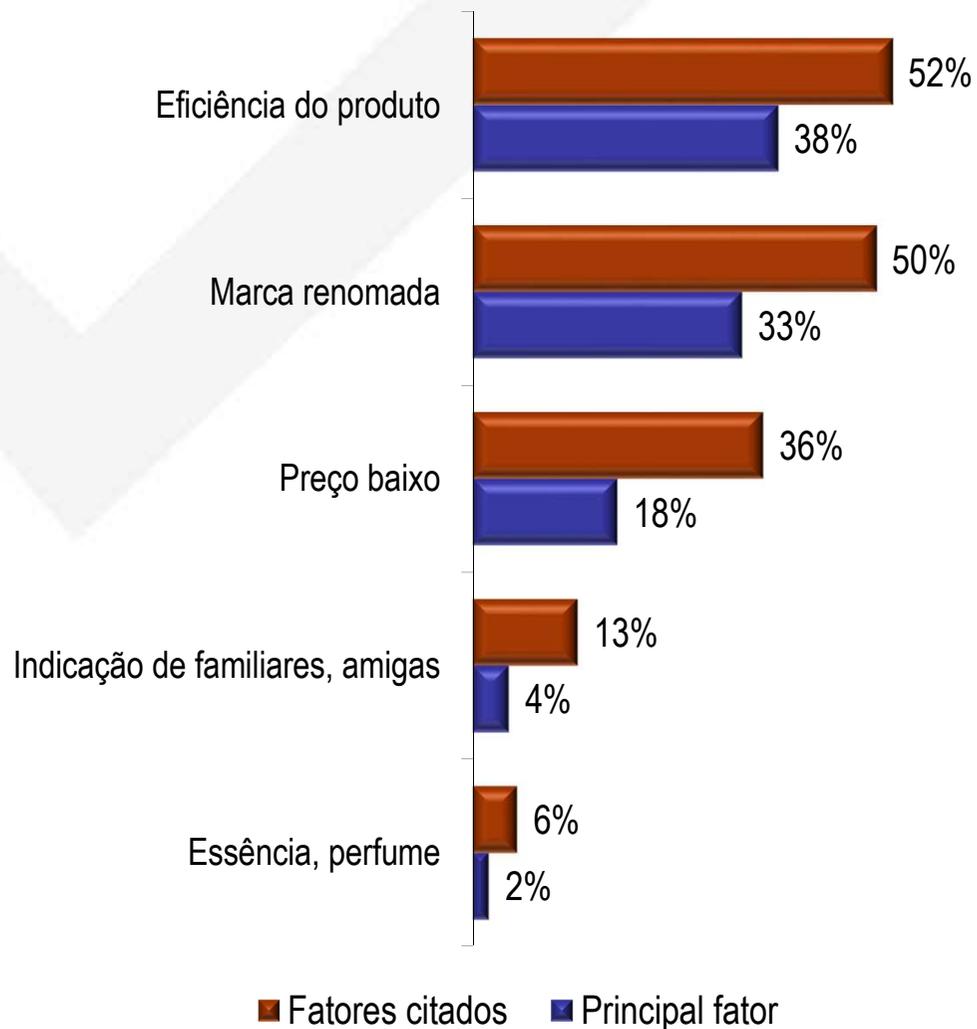
Base: 55*





Hábitos de Compra e Uso de Produtos de Beleza

O que Leva em Consideração ao Escolher um Produto de Higiene e Beleza? E Qual é o Principal Fator que Leva em Consideração?



Base: 201

Base: 201

10

Marcas de Cuidados com Higiene e Beleza



Marcas de Cuidados com Higiene e Beleza

Natura e Dove Lideram a Preferência das Consumidoras com Mais de 60 ANOS (Percentual de Entrevistadas que Consideram a Marca Melhor na Categoria)



Xampu e
Condicionador



15%



18%



Sabonete

22%

39%



Hidratante

34%

6%



Marcas de Cuidados com Higiene e Beleza

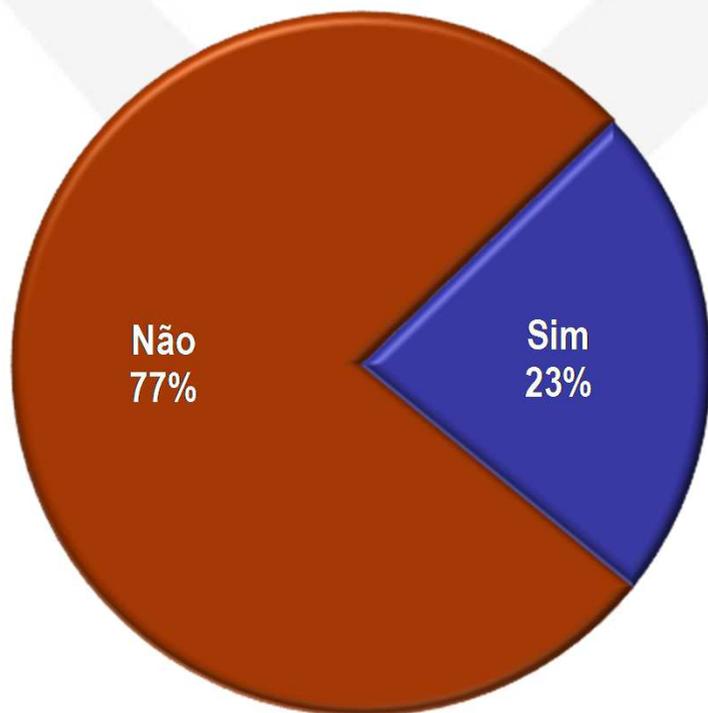
Dos Produtos que Vou Citar, Qual Marca Acredita que é a Melhor da Categoria?
(Resposta Única e Espontânea para Cada Produto)

	Xampu, condicionador ou leave in	Sabonetes	Hidratante corporal	Hidratante para as mãos
Dove	18%	39%	6%	3%
Natura	15%	22%	34%	34%
L'oréal	11%	0%	1%	1%
Seda	11%	0%	0%	0%
Pantene	8%	0%	0%	0%
Avon	5%	3%	14%	16%
Palmolive	4%	1%	0%	0%
Protex	0%	7%	0%	0%
Nívea	0%	3%	6%	5%
O Boticário	4%	3%	8%	9%
Nenhum, não sabe e outras respostas	24%	22%	31%	32%
Base	201	201	201	201



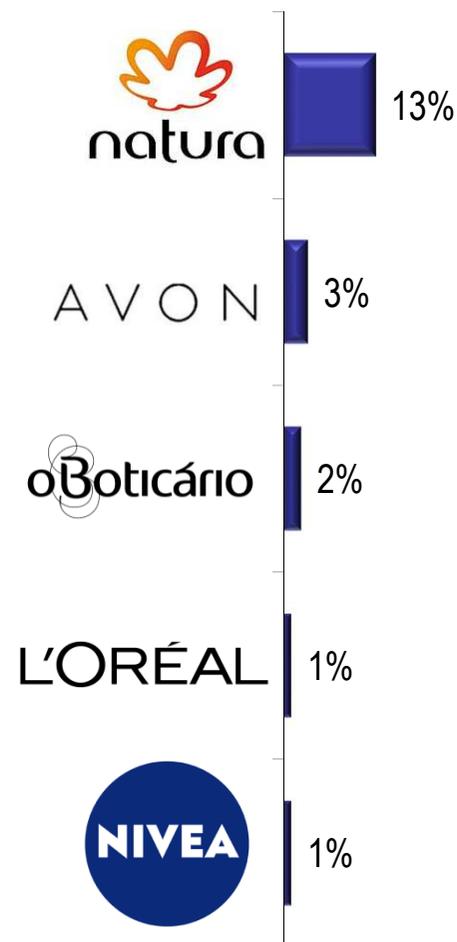
Marcas de Cuidados com Higiene e Beleza

Existe Alguma Marca no Segmento de Higiene e Beleza que Considera a Melhor para as Senhoras da Melhor Idade?



Base: 201

Qual Marca Considera a Melhor?



Base: 201*

Nota: Não houve diferenças estatísticas significativas entre os públicos.

! *Manteve-se a base total para detectar o real percentual de entrevistados que consideram a marca melhor para a melhor idade.



Marcas de Cuidados com Higiene e Beleza

Existe Alguma Marca no Segmento de Higiene e Beleza que Considera a Melhor para as Senhoras da Melhor Idade? Qual Marca Considera a Melhor? – Por Segmento

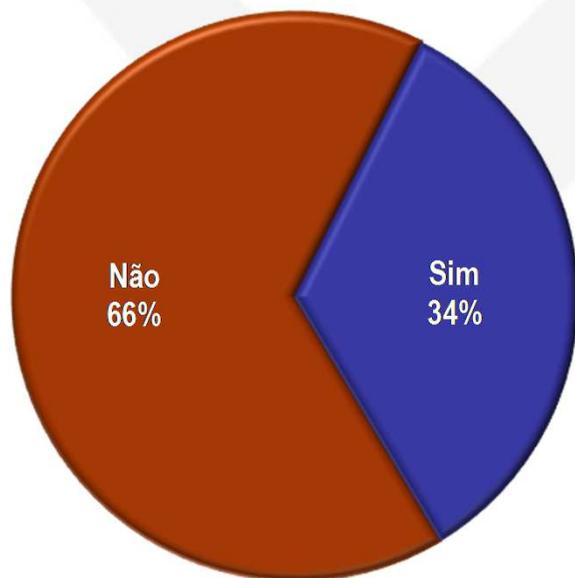
	Total	Classe B	Classe C
Considera que existe uma marca melhor	23%	27%	18%
Natura	13%	16%	10%
Avon	3%	4%	2%
O Boticário	2%	3%	2%
Base*	201	117	84

! *Manteve-se a base total para detectar o real percentual de entrevistados que consideram a marca melhor para a melhor idade.



Marcas de Cuidados com Higiene e Beleza

Gostaria que Existisse uma Marca ou uma Linha Especializada em Mulheres da 3ª Idade?



Base: 201

Por quê? (Resposta Múltipla, Total Superior a 100%)



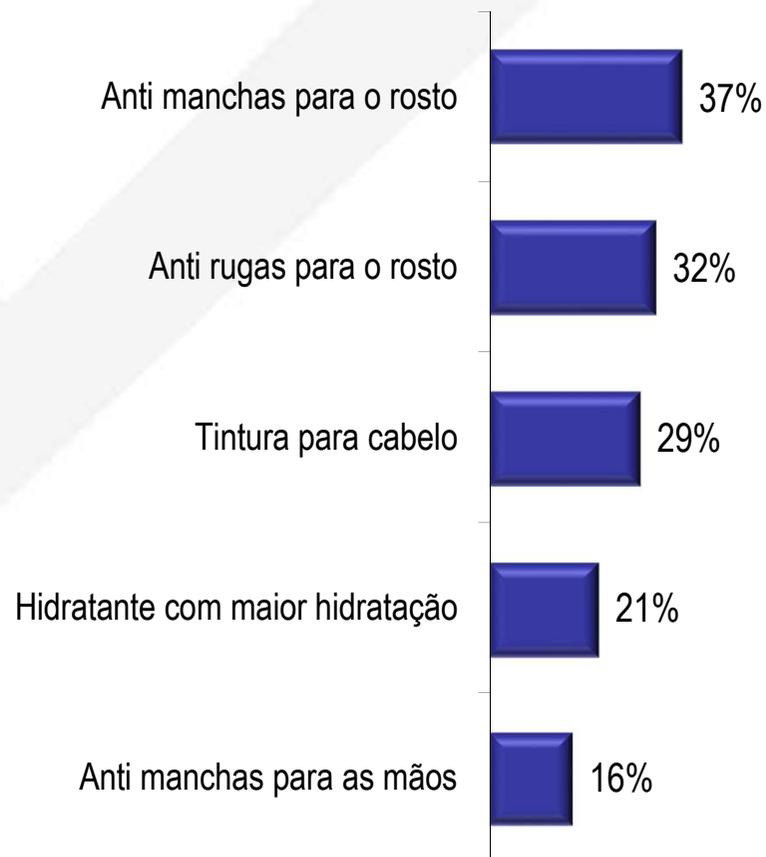
Base: 68*

! *Total de entrevistadas que gostariam que existisse uma marca ou linha especializada em mulheres da 3ª idade.



Marcas de Cuidados com Higiene e Beleza

Quais Deveriam ser os Primeiros Produtos desta Marca ou Linha? (Resposta Múltipla, Total Superior a 100%)



Base: 68*

! *Total de entrevistadas que gostariam que existisse uma marca ou linha especializada em mulheres da 3ª idade.



Marcas de Cuidados com Higiene e Beleza

www.diferencialpesquisa.com.br

**Uma Marca para as Mulheres com
Mais de 60 anos**

34% gostariam de ter uma marca
especializada em mulheres desta idade

**Produtos Mais
Desejados**



**Antimanchas (rosto e mãos)
Antirrugas
Tintura para cabelos
Hidratante mais poderoso**

11

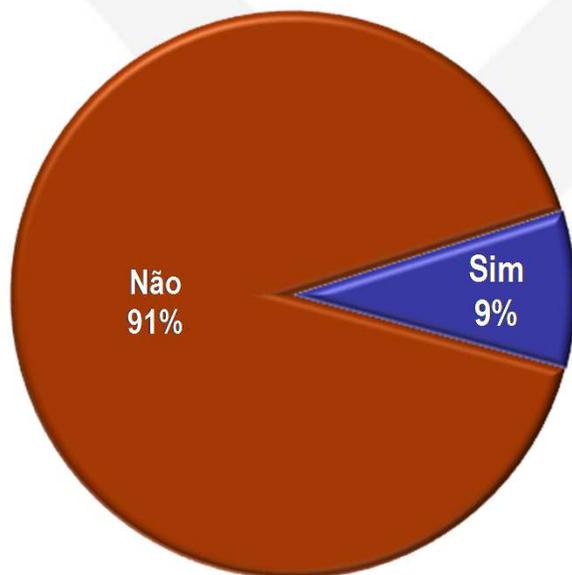
Necessidades do Segmento de Higiene e Beleza



Necessidades do Segmento de Higiene e Beleza

www.diferencialpesquisa.com.br

Sente Falta de Algum Tipo de Produto que seja Específico para Idosas?



Base: 201

De Quais Produtos Sente Falta? (Resposta Múltipla, Total Superior a 100%)*

- ✓ Tintura mais duradoura: 6 citações
- ✓ Ácido que tira manchas da pele: 5
 - ✓ Protetor solar: 3
- ✓ Xampu contra queda: 2
 - ✓ Hidratante: 2
 - ✓ Antirrugas: 1
- ✓ Rímel para sobancelha: 1

Base: 18**

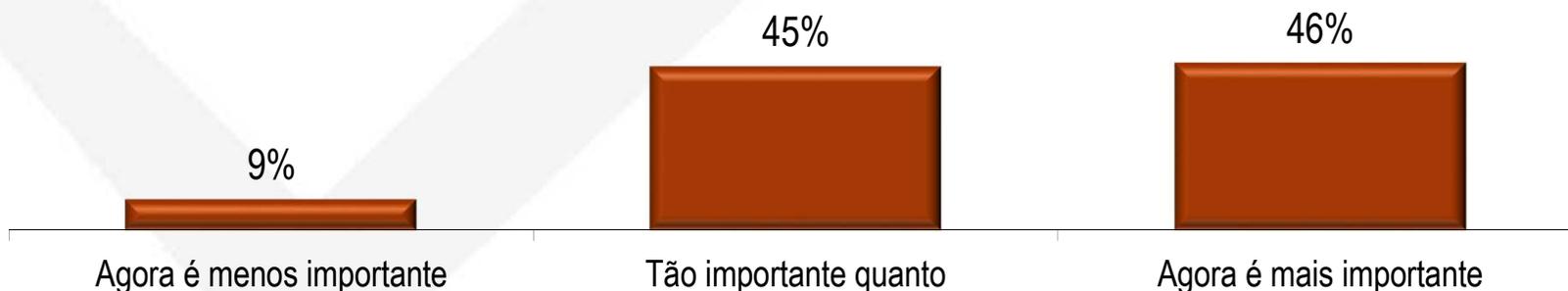
*Resultado aferido em número absoluto devido à base ser pequena.

! **Total de entrevistadas que sentem falta de algum tipo de produto que seja específico para idosas.



Necessidades do Segmento de Higiene e Beleza

Como Avalia a Importância dos Cuidados com Aparência e Beleza, Quando Comparamos essa Fase da Vida com Antes, Quando a Senhora Tinha Mais ou Menos 40 Anos? (Resposta Estimulada e Única)



Base: 201

Por quê? (Resposta Múltipla, Total Superior a 100%)

Não se importa mais com a aparência: 17 citações



Base: 17*

Nesta fase o corpo já mostrou os sinais da idade, precisa se arrumar mais: 73%

Antes não precisava, qualquer cuidado já estava bom: 23%

Agora tem mais tempo para cuidar da aparência, antes esse aspecto não era prioridade: 19%



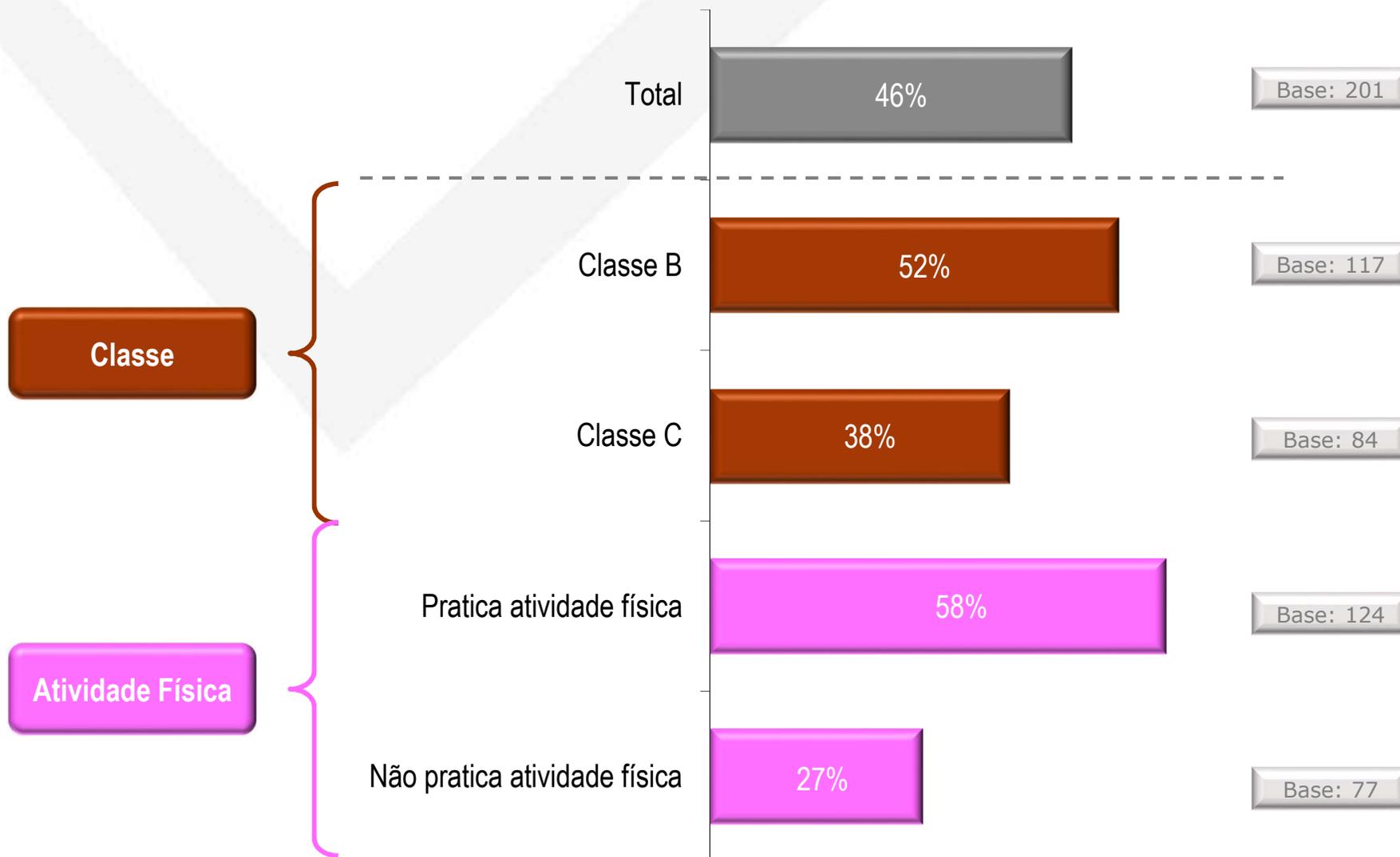
Base: 93*

*Total de entrevistadas que acreditam que os cuidados com a aparência e beleza são menos ou mais importante, respectivamente.



Necessidades do Segmento de Higiene e Beleza

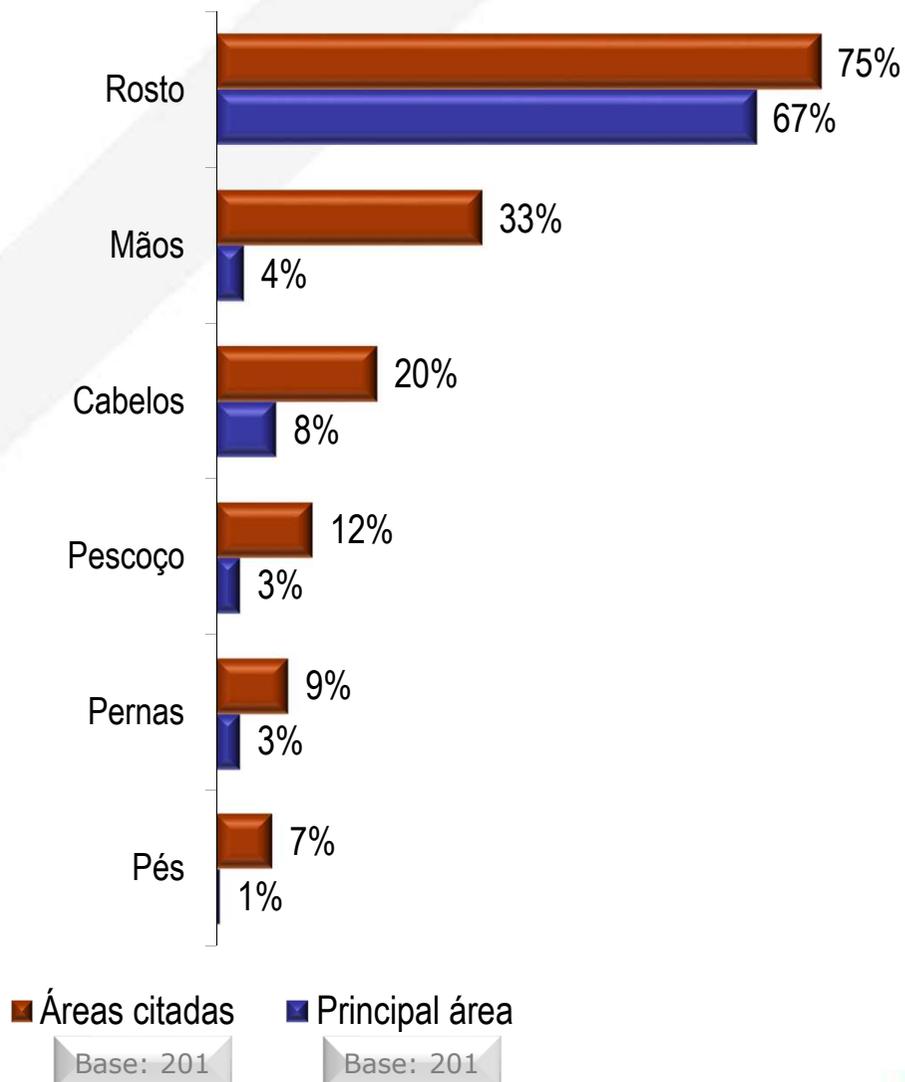
Percentual de Consumidoras que Considera Mais Importante Cuidar da Aparência Agora (Resposta Estimulada e Única) – Por Segmentos





Necessidades do Segmento de Higiene e Beleza

Em Quais Áreas do Corpo Sente Maior Necessidade de Produtos que Sejam Específicos para Idosas? E Qual Área do Corpo Acredita que Seja a Principal, que tem Maior Necessidade?





Necessidades do Segmento de Higiene e Beleza

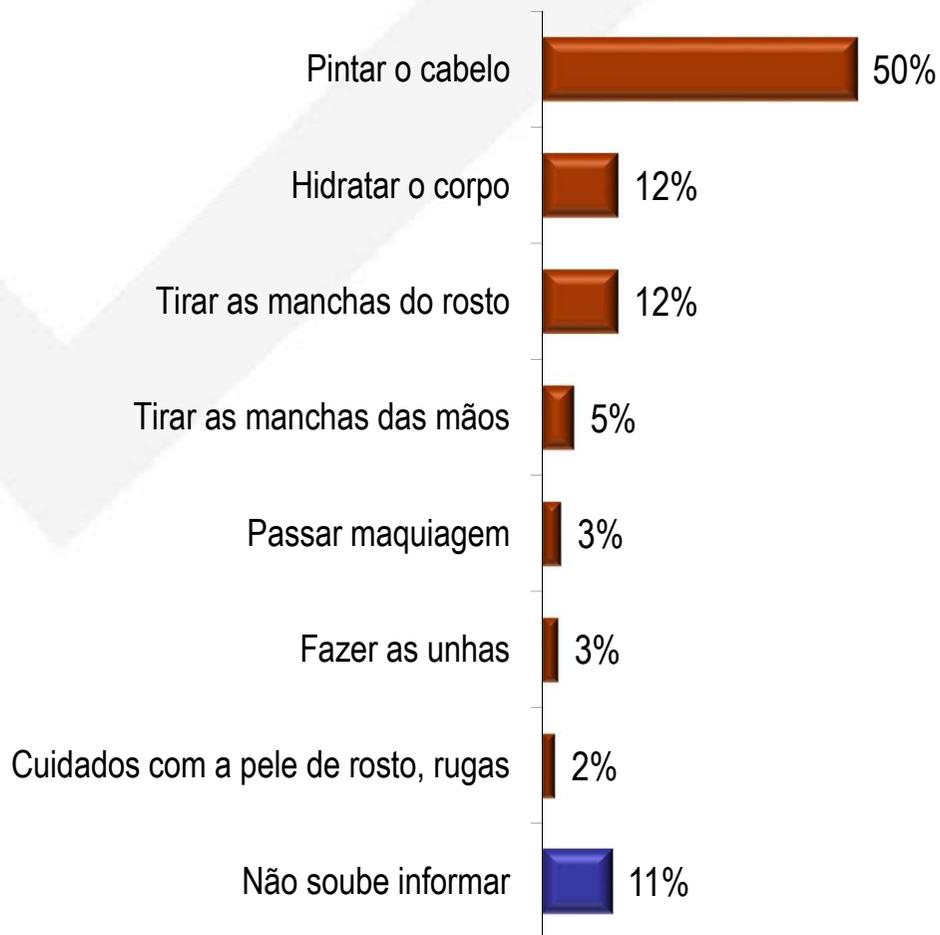
Em Quais Áreas do Corpo Sente Maior Necessidade de Produtos que Sejam Específicos para Idosas? (Resposta Múltipla, Total Superior a 100%) – Por Segmentos

	Total	Idade	
		De 60 a 65 anos	De 66 a 80 anos
Rosto	75%	67%	82%
Mãos	33%	30%	37%
Cabelos	20%	18%	22%
Pescoço	12%	14%	11%
Pernas	9%	10%	8%
Pés	7%	5%	9%
Base	201	98	103



Necessidades do Segmento de Higiene e Beleza

Nesta Fase em que está, Qual Acredita que Seja o Principal Cuidado que a Senhora Precisa ter com Cuidado com Aparência e Beleza? (Resposta Única)



Base: 201

12

Conclusões



Conclusões

- ✓ *O segmento de cuidados com higiene e beleza é extremamente valorizado pelas mulheres;*
- ✓ *À partir dos 60 anos as mulheres sentem que precisam se arrumar mais, pois o corpo já mostrou os sinais da idade;*
- ✓ *Atualmente os preços dos produtos deste segmento são mais acessíveis e se tem mais facilidade em obter informações sobre eles;*
- ✓ *Os produtos mais utilizados por essas mulheres são para a pele e cabelo, como hidratantes, protetores solar e tintura para cabelo;*
- ✓ *Boa parte delas detecta a falta de produtos destinados à elas, porém algumas têm a percepção de que alguns produtos que usam são para elas, como o hidratante facial e protetor solar, que foram mais citados;*





Conclusões

- ✓ *A maior parte delas compram os produtos de cuidados com higiene e beleza mensalmente e gastam em média R\$ 110 por mês;*
- ✓ *O principal aspecto considerado na hora da compra é a eficiência do produto, é o produto dar o efeito que propõe;*
- ✓ *As mulheres se mostram dispostas a pagar a mais por um produto que seja eficiente, levando em consideração também o renome da marca;*
- ✓ *As informações contidas nas embalagens são importantes para elas e geralmente estão em letra muito pequena, tornando difícil a leitura;*
- ✓ *Algumas informações poderiam ser priorizadas e destacadas nas embalagens, como o objetivo do produto e especificidades (como para o tipo de pele que o produto é destinado, se foi testado e aprovado por algum instituto etc).*





Conclusões

- ✓ *As principais reclamações das mulheres são com relação à pele seca e à fragilidade dos fios do cabelo;*
- ✓ *Os produtos destinados à essas áreas são os mais requisitados;*
 - ✓ *Esses produtos são substituídos, mas não satisfazem as mulheres;*
 - ✓ *As mulheres se mostram abertas à produtos que sejam destinados à elas. Mas não há a necessidade da criação de uma marca específica para as mulheres que têm acima de 60 anos;*
 - ✓ *As mulheres que praticam atividades físicas tendem a gastar mais tempo e dinheiro com produtos de beleza, ou seja, quem se cuida de uma forma mais completa tende a ser melhor consumidora;*





Conclusões

- ✓ *As áreas do corpo que mais demandam cuidados são o rosto e cabelo;*
- ✓ *Os principais produtos que as mulheres acima de 60 anos sentem falta são produtos para:*
 - *Cabelo (que sejam fortificantes, hidratantes e mantenham a cor por mais tempo);*
 - *Hidratantes, antirrugas e antimanchas, para melhorar o aspecto visual da pele;*

- ✓ *Uma comunicação adequada a essas mulheres seria aquela que mostra uma mulher realizada (principalmente com relação ao trabalho e encaminhamento de filhos e netos), independente e ativa, pois esses são os valores mais exaltados por elas.*

