



# OS IMPACTOS DO CONSUMO DE BELEZA NAS FINANÇAS

Agosto 2016



# OBJETIVOS DO ESTUDO



Investigar os impactos que o consumo de produtos e serviços de beleza geram nas finanças dos brasileiros.

- **Público alvo:** Consumidores de todas as regiões brasileiras, homens e mulheres, com idade igual ou maior a 18 anos, de todas as classes econômicas. Os dados foram pós-ponderados para ficarem representativos do universo estudado.
- **Método de coleta:** pesquisa realizada pela web.
- **Tamanho amostral da Pesquisa:** 790 casos, gerando uma margem de erro no geral de 3.5 p.p para um intervalo de confiança a 95%.
- **Data de coleta dos dados:** primeira quinzena de maio de 2016.

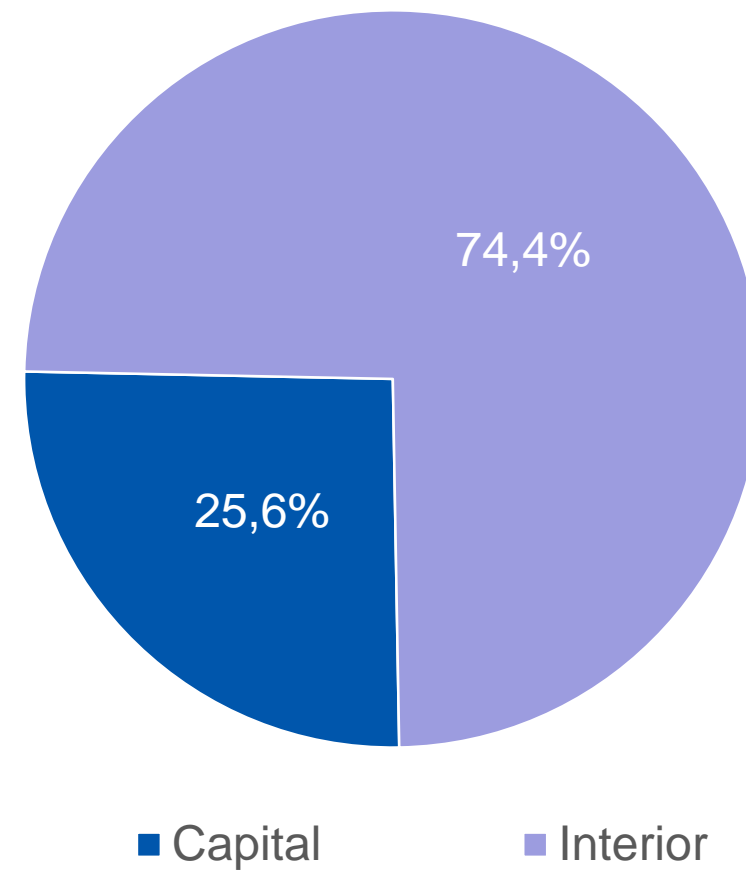


# Caracterização da Amostra

Região onde mora:	% de entrevistas realizadas
Nordeste	27,7%
Sudeste	41,4%
Sul	14,2%
Norte	8,9%
Centro Oeste	7,7%

Estado	% de entrevistas realizadas	Estado	% de entrevistas realizadas
Acre	0,8%	Paraíba	2,2%
Alagoas	1,1%	Paraná	5,3%
Amapá	0,1%	Pernambuco	3,6%
Amazonas	1,9%	Piauí	0,4%
Bahia	12,6%	Rio de Janeiro	5,8%
Ceará	4,2%	Rio Grande do Norte	1,7%
Distrito Federal	0,4%	Rio Grande do Sul	5,1%
Espírito Santo	1,3%	Rondônia	0,2%
Goiás	3,7%	Roraima	0,8%
Maranhão	1,2%	Santa Catarina	3,8%
Mato Grosso	1,5%	São Paulo	25,2%
Mato Grosso do Sul	2,1%	Sergipe	0,7%
Minas Gerais	9,1%	Tocantins	0,8%
Pará	4,3%		

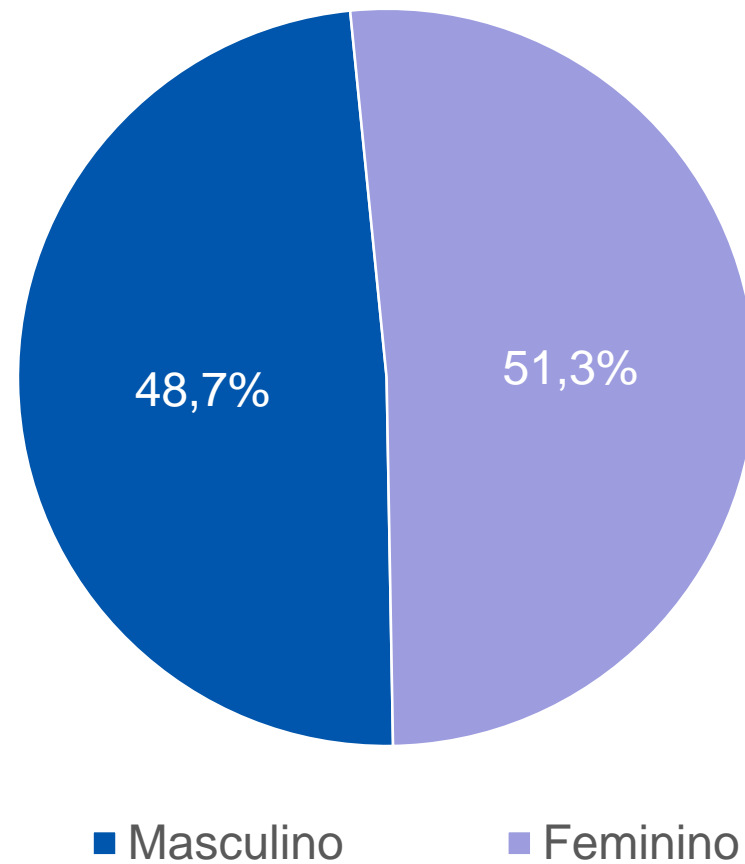
# CAPITAL X INTERIOR



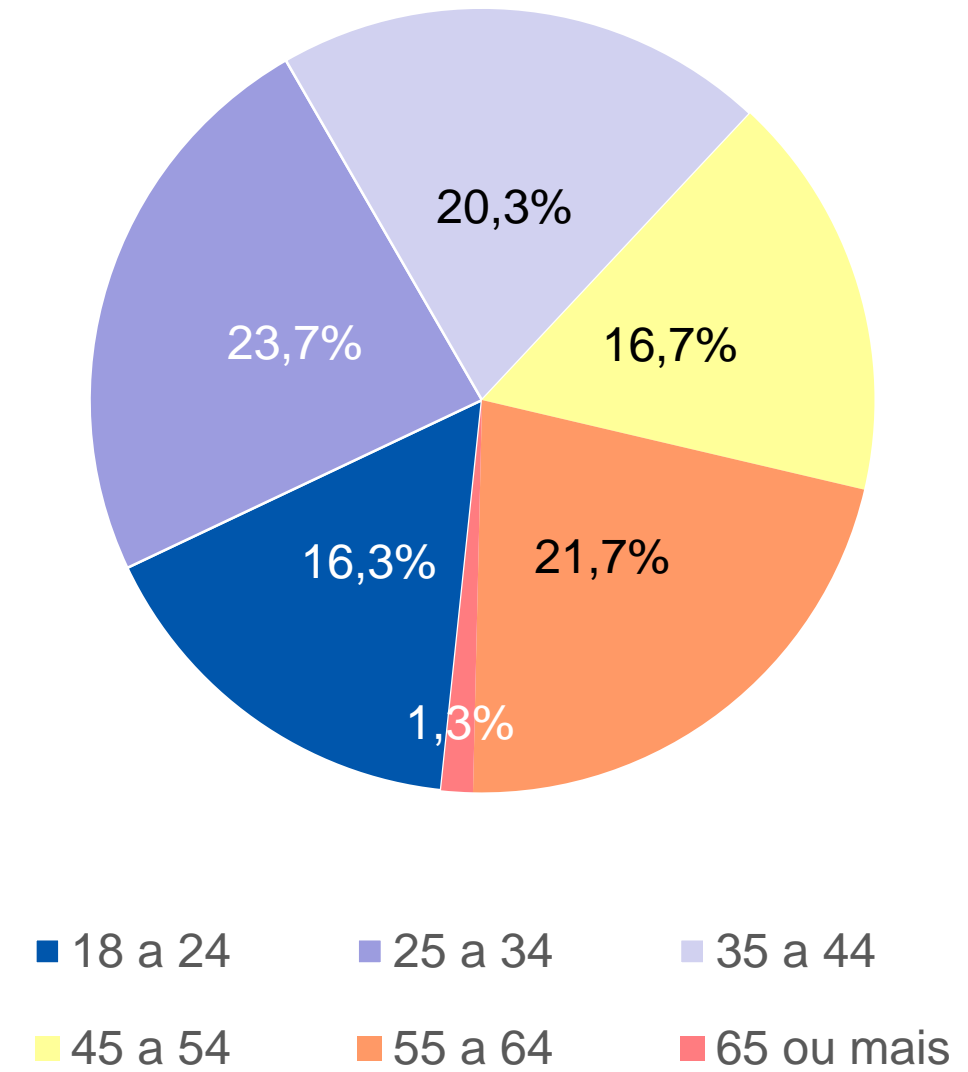
BASE	Geral
	790

# SEXO | IDADE

Sexo



Idade

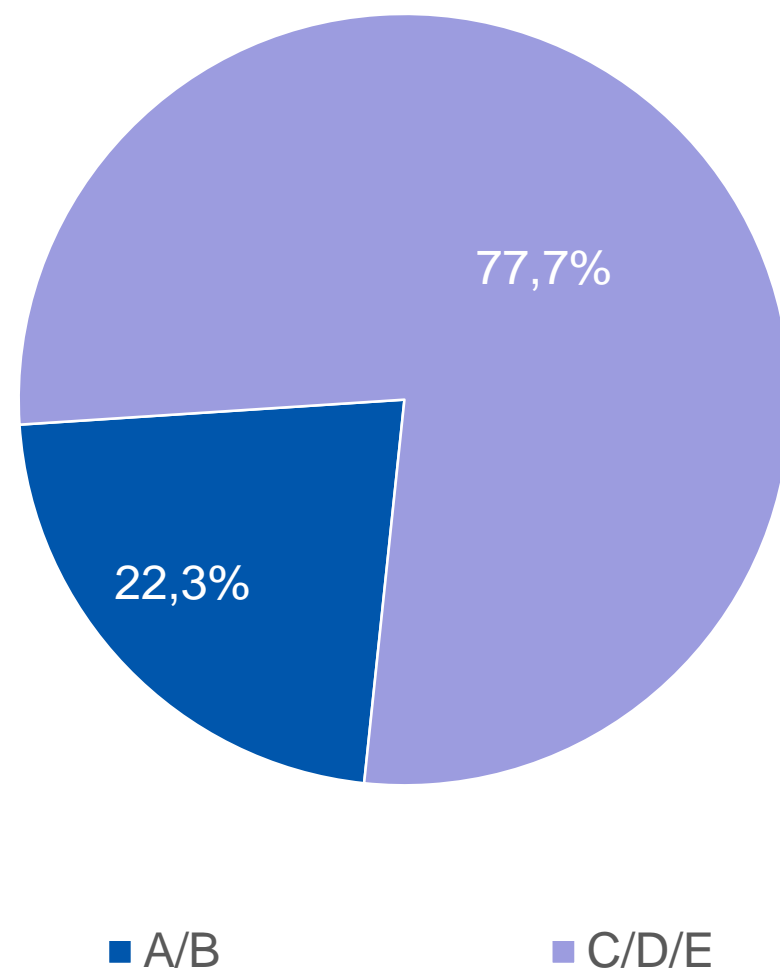


BASE	Geral
	790



# CLASSE I OCUPAÇÃO PROFISSIONAL

Renda Familiar



Média de moradores por domicílio: 3,2

Ocupação Profissional	%
Funcionário de empresa privada, incluindo estagiário	32,9%
Autônomo	20,0%
Funcionário público	17,7%
Atualmente desempregado	11,0%
Empresário/Comerciante	6,5%
Aposentado/Pensionista	4,2%
Dona(o) de casa	3,3%
Profissional liberal	2,5%
Estudante/Universitário que não esteja estagiando	1,8%



**Os impactos do  
consumo de  
beleza nas  
finanças**

- Na análise dos dados, foi possível perceber a relação entre o consumo de produtos e serviços de beleza com compras por impulso. 44% dos entrevistados costumam comprar produtos ou serviços de beleza quando não estão muito bem para se sentirem melhor e 70% compram estes produtos ou serviços mesmo não precisando muito, com o objetivo de se sentirem mais bonitos(as), sendo os produtos mais consumidos: vestuário, cuidados com o cabelo, cosméticos e maquiagem.
- Uma possível justificativa destas compras desnecessárias é o alto índice de entrevistados que já compraram, pelo menos uma vez, algum produto de beleza que não utilizaram ou desistiram de utilizar: 77%.
- Os cuidados com a aparência comprometem a vida financeira de uma parcela dos entrevistados: 11% já deixaram de cumprir compromissos financeiros para priorizar o cuidado com a beleza e 39% deixaram de economizar para comprar produtos ou serviços relacionados a tratamentos de beleza. Em contrapartida, 34% economizam para comprar estes produtos e serviços.

- 57% declararam que não estão com o nome sujo. Entre os atuais inadimplentes, aconteceu por outros motivos que não a compra de produtos voltados para os cuidados com a aparência.
- Parcela significativa dos entrevistados promove cortes em produtos e serviços de beleza em momentos de crise, embora estes não sejam os cortes prioritários dos entrevistados. A decisão, para metade dos entrevistados, é tomada levando em consideração os itens menos importantes para o dia a dia.

# PRODUTOS OU SERVIÇOS QUE COSTUMA COMPRAR SEM PRECISAR MUITO, PARA SE SENTIR MAIS BONITO(A): 70% dos entrevistados têm o hábito de comprar produtos ou serviços de beleza sem precisar muito, apenas com o objetivo de se sentirem mais bonitos, principalmente mulheres, pessoas das classes C/D/E e vaidosas. Produtos mais consumidos: vestuário, cuidados com o cabelo, cosméticos e maquiagem.



RM	Geral	Sexo		Idade			Classe		Residência		Vaidoso (a)	
		Masculino	Feminino	18 a 34 anos	35 a 54 anos	55 ou mais	A/B	C/D/E	Capital	Interior	Não	Sim
Roupas, calçados, acessórios	37,1%	38,0%	36,3%	33,5%	38,7%	40,8%	38,7%	36,7%	26,2%	40,9% ↑	27,7%	42,8% ↑
Cuidados relacionados a cabelo	25,6%	18,9%	32,0% ↑	27,2%	24,5%	24,6%	13,9%	29,0% ↑	29,0%	24,4%	18,4%	29,9% ↑
Cosméticos e maquiagens	23,8%	6,7%	40,0% ↑	31,6%	23,8%	10,3%	12,4%	27,2% ↑	24,0%	23,8%	20,2%	26,0%
Cuidados com a unha	15,2%	8,4%	21,7% ↑	21,7% ↑	11,7%	9,8%	8,7%	17,2% ↑	18,2%	14,2%	12,5%	16,9%
Produtos para a barba	12,0%	22,1% ↑	2,4%	8,1% ↓	14,8%	14,3%	12,7%	11,8%	12,0%	12,0%	10,9%	12,6%
Cuidados médicos, odontológicos, remédios	7,5%	8,5%	6,5%	5,6%	8,6%	8,9%	7,8%	7,4%	7,3%	7,5%	7,5%	7,4%
Cuidados relacionados à pele	5,3%	2,3%	8,0% ↑	6,7%	4,6%	3,9%	4,8%	5,4%	7,1%	4,6%	2,3%	7,0% ↑
Massagens, tratamentos estéticos não invasivos	3,3%	0,6%	5,9% ↑	3,1%	2,1%	5,6%	1,8%	3,8%	5,6% ↑	2,6%	1,3%	4,5% ↑
Outros	0,3%	0,0%	0,6%	0,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,4%	0,0%	0,4%	0,8% ↑	0,0%
Nenhum	25,7%	34,4% ↑	17,5%	20,2% ↓	27,0%	33,3%	37,4% ↑	22,3%	31,5% ↑	23,7%	38,9% ↑	17,9%
Não sabe	3,9%	4,5%	3,3%	3,6%	5,4%	1,9%	1,1%	4,7% ↑	2,2%	4,4%	4,3%	3,6%

Geral	Masculino	Feminino	18 a 34 anos	35 a 54 anos	55 ou mais	A/B	C/D/E	Capital	Interior	Não	Sim
790	385	405	340	321	129	259	531	241	549	267	523

# QUANDO NÃO ESTÁ MUITO FELIZ OU UM POUCO PARA BAIXO, TEM O HÁBITO DE GASTAR MAIS DO QUE COSTUMA COM CUIDADOS DE BELEZA PARA SE SENTIR MELHOR?



No geral, **44%** gastam mais do que costumam com itens de beleza para se sentirem melhor. Itens de vestuários são os mais adquiridos com este intuito, sendo este hábito mais presente entre mulheres, jovens, pessoas das classes C/D/E e vaidosas.

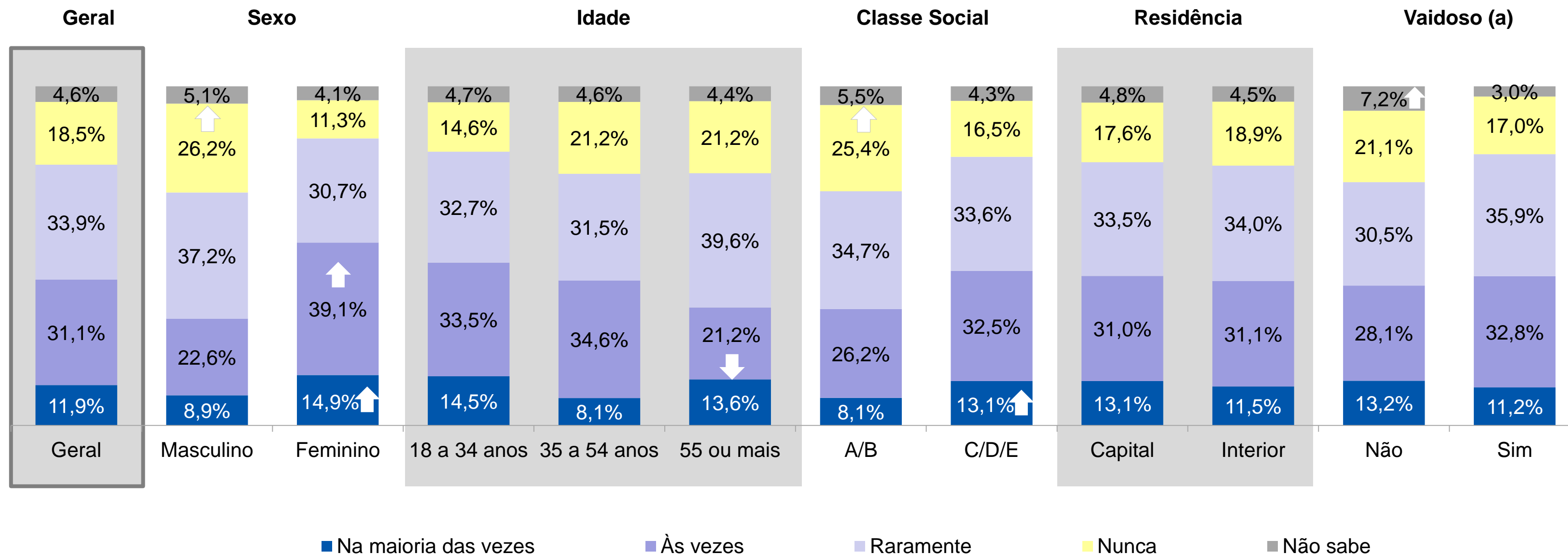
RM	Geral	Sexo		Idade			Classe		Residência		Vaidoso (a)	
		Masculino	Feminino	18 a 34 anos	35 a 54 anos	55 ou mais	A/B	C/D/E	Capital	Interior	Não	Sim
<b>SIM (total)</b>	<b>43,7%</b>	<b>31,5%</b>	<b>55,3% ↑</b>	<b>53,4%</b>	<b>44,9%</b>	<b>24,8%</b>	<b>29,8%</b>	<b>47,7% ↑</b>	<b>39,7%</b>	<b>45,1%</b>	<b>33,2%</b>	<b>49,9% ↑</b>
Sim, roupas, calçados, acessórios	29,3%	22,2%	36,1% ↑	36,0%	31,9%	13,7% ↓	23,3%	31,1% ↑	22,2%	31,8% ↑	19,1%	35,5% ↑
Sim, cuidados relacionados a cabelo, unha, barba e pelos	13,6%	12,2%	14,9%	13,2%	14,8%	12,3%	9,8%	14,7%	16,3%	12,7%	8,5%	16,6% ↑
Sim, cosméticos e maquiagens	12,9%	4,6%	20,8% ↑	17,6% ↑	12,1%	6,1%	6,0%	14,9% ↑	19,2% ↑	10,7%	8,7%	15,4% ↑
Sim, massagens, tratamentos estéticos não invasivos	1,9%	2,1%	1,8%	2,0%	2,3%	1,4%	1,9%	1,9%	1,8%	2,0%	0,5%	2,8% ↑
Sim, outros	1,8%	0,7%	2,8% ↑	3,6% ↑	0,8%	0,0%	0,3%	2,2% ↑	0,8%	2,1%	2,3%	1,4%
<b>Não</b>	<b>50,6%</b>	<b>62,7% ↑</b>	<b>39,0%</b>	<b>39,0%</b>	<b>52,1%</b>	<b>68,3%</b>	<b>63,5% ↑</b>	<b>46,8%</b>	<b>57,2% ↑</b>	<b>48,3%</b>	<b>59,9% ↑</b>	<b>45,1%</b>
Não sabe	5,7%	5,8%	5,7%	7,6%	3,0%	6,9%	6,7%	5,5%	3,1%	6,6% ↑	6,9%	5,0%

Geral	Masculino	Feminino	18 a 34 anos	35 a 54 anos	55 ou mais	A/B	C/D/E	Capital	Interior	Não	Sim
790	385	405	340	321	129	259	531	241	549	267	523

# COM QUE FREQUÊNCIA COMPRA ALGUM PRODUTO VOLTADO PARA A SUA BELEZA E NÃO O UTILIZA OU UTILIZA SOMENTE POR ALGUNS DIAS E DEPOIS DESISTE?



**77% dos entrevistados já compraram, pelo menos uma vez, algum produto de beleza que não utilizaram ou desistiram de utilizar. Este comportamento é mais observado entre mulheres.**

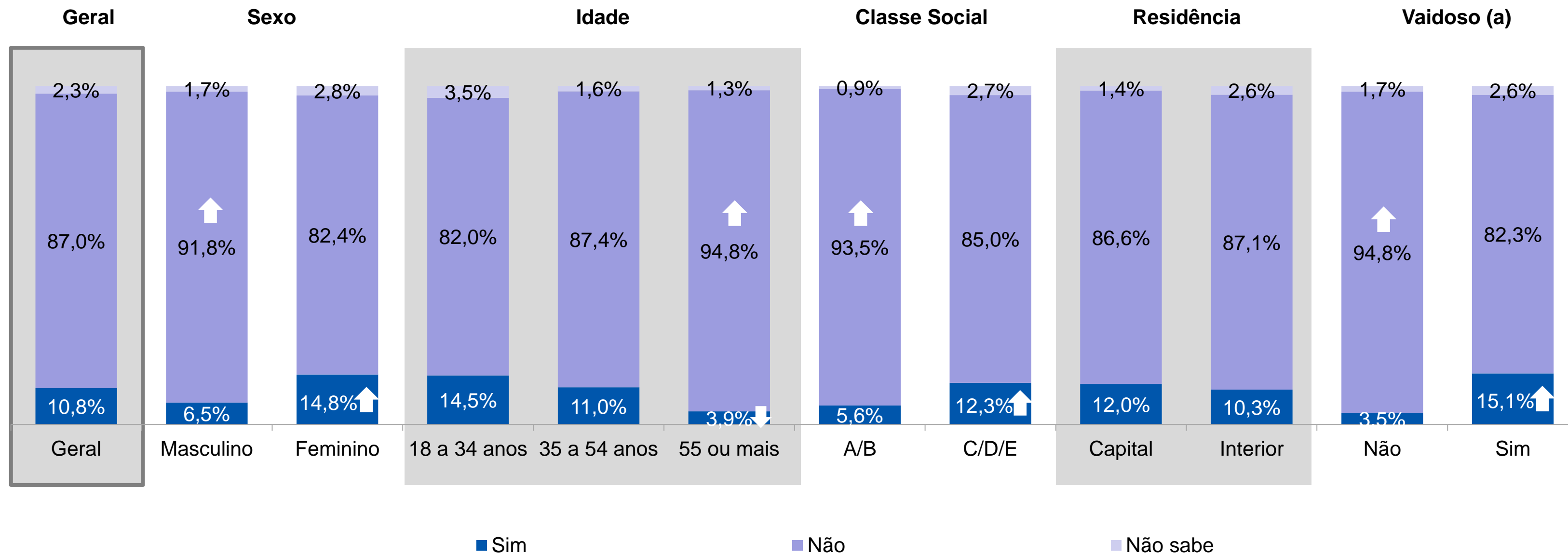


Grupo	Masculino	Feminino	18 a 34 anos	35 a 54 anos	55 ou mais	A/B	C/D/E	Capital	Interior	Não	Sim
Geral	385	405	340	321	129	259	531	241	549	267	523

# JÁ DEIXOU DE PAGAR ALGUMA CONTA PARA PRIORIZAR OS SEUS CUIDADOS COM A BELEZA E AUTOESTIMA?



**11% dos entrevistados já deixaram de pagar alguma conta para priorizar os cuidados com a beleza, principalmente as mulheres, pessoas com até 54 anos, das classes C/D/E e vaidosas.**



Grupo	Masculino	Feminino	18 a 34 anos	35 a 54 anos	55 ou mais	A/B	C/D/E	Capital	Interior	Não	Sim
Geral	385	405	340	321	129	259	531	241	549	267	523

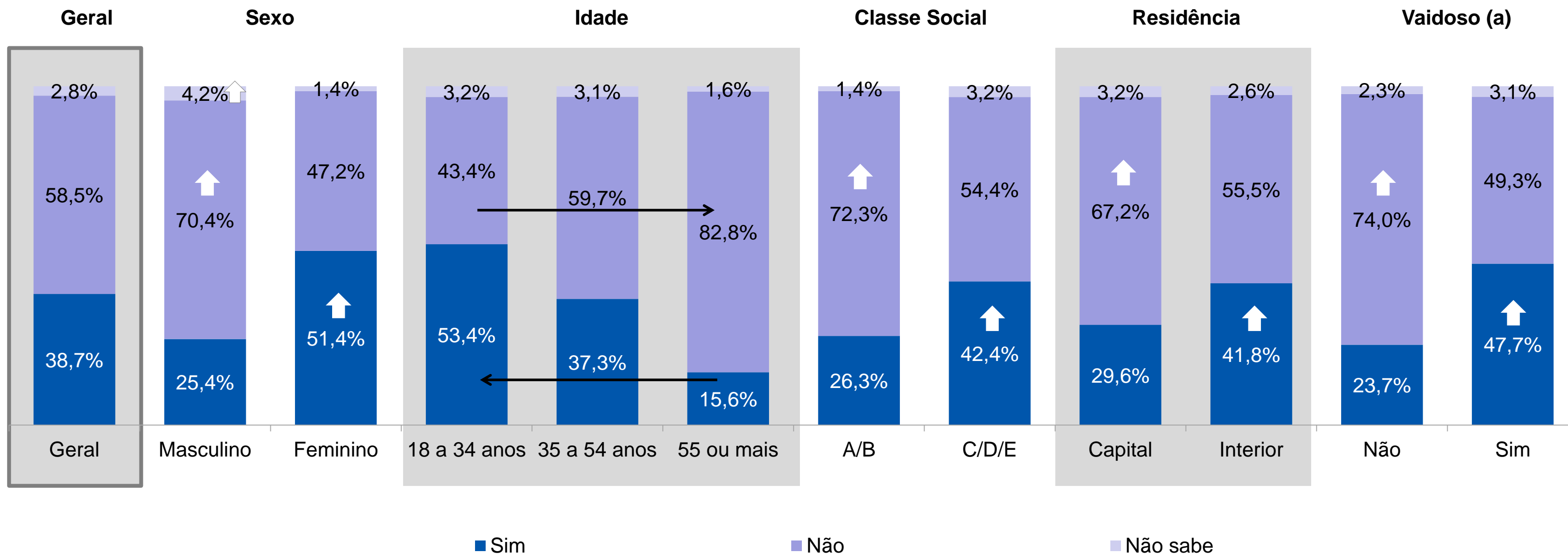


# ESTÁ COM O NOME SUJO POR CAUSA DO CONSUMO DE PRODUTOS LIGADOS A BELEZA? 57% dos entrevistados não estão com nome sujo no momento e entre os que estão a minoria está inadimplente por compras relacionadas à produtos de beleza.



RM	Geral	Sexo		Idade			Classe		Residência		Vaidoso (a)	
		Masculino	Feminino	18 a 34 anos	35 a 54 anos	55 ou mais	A/B	C/D/E	Capital	Interior	Não	Sim
Sim, por causa de roupas, sapatos e acessórios	8,1%	5,0%	11,0%↑	14,6%↑	4,7%	2,4%	2,8%	9,7%↑	7,2%	8,4%	5,6%	9,6%
Sim, por causa de cosméticos	1,7%	1,0%	2,4%	2,4%	0,6%	2,2%	0,3%	2,1%↑	4,6%↑	0,7%	2,0%	1,5%
Sim, por causa de maquiagens	0,6%	0,5%	0,8%	1,2%	0,4%	0,0%	0,1%	0,8%	1,0%	0,5%	0,0%	1,0%
Sim, por causa de tratamentos dermatológicos	1,2%	1,3%	1,1%	2,2%	0,0%	1,3%	1,3%	1,2%	2,1%	0,9%	1,1%	1,3%
Sim, por causa de tratamentos odontológicos	0,9%	1,0%	0,8%	0,0%↓	1,7%	1,2%	2,2%↑	0,5%	1,0%	0,8%	0,7%	1,0%
Sim, por causa de intervenções cirúrgicas	0,1%	0,0%	0,2%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,1%	0,0%	0,1%	0,0%	0,2%
Sim, por causa de tratamentos em clínicas de estética	0,5%	0,5%	0,5%	1,0%	0,1%	0,1%	0,3%	0,5%	1,0%	0,3%	0,1%	0,7%
Sim, por causa de serviços salão de beleza	0,3%	0,0%	0,6%	0,7%	0,1%	0,0%	0,2%	0,4%	0,0%	0,4%	0,0%	0,5%
<b>Estou com o nome sujo, mas não é por causa de nenhum dos itens relacionado aos cuidados com a minha aparência</b>	<b>24,5%</b>	<b>26,6%</b>	<b>22,6%</b>	<b>22,2%</b>	<b>28,2%</b>	<b>22,7%</b>	<b>22,2%</b>	<b>25,2%</b>	<b>24,7%</b>	<b>24,5%</b>	<b>28,2%</b>	<b>22,4%</b>
<b>Não estou com o nome sujo no momento</b>	<b>57,3%</b>	<b>56,5%</b>	<b>58,0%</b>	<b>54,7%</b>	<b>56,7%</b>	<b>62,6%</b>	<b>65,7%↑</b>	<b>54,8%</b>	<b>59,1%</b>	<b>56,6%</b>	<b>55,4%</b>	<b>58,4%</b>
Não sei / prefiro não responder	7,9%	10,1%↑	5,8%	5,3%	8,7%	11,1%	7,2%	8,1%	6,2%	8,4%	8,4%	7,6%
	Geral	Masculino	Feminino	18 a 34 anos	35 a 54 anos	55 ou mais	A/B	C/D/E	Capital	Interior	Não	Sim
	790	385	405	340	321	129	259	531	241	549	267	523

# JÁ DEIXOU DE GUARDAR DINHEIRO PARA COMPRAR PRODUTOS OU SERVIÇOS RELACIONADOS À BELEZA? 39% já deixou de guardar dinheiro para comprar produtos e serviços relacionados à beleza, principalmente as mulheres, pessoas mais jovens, das classes C/D/E, residentes no interior e vaidosas.

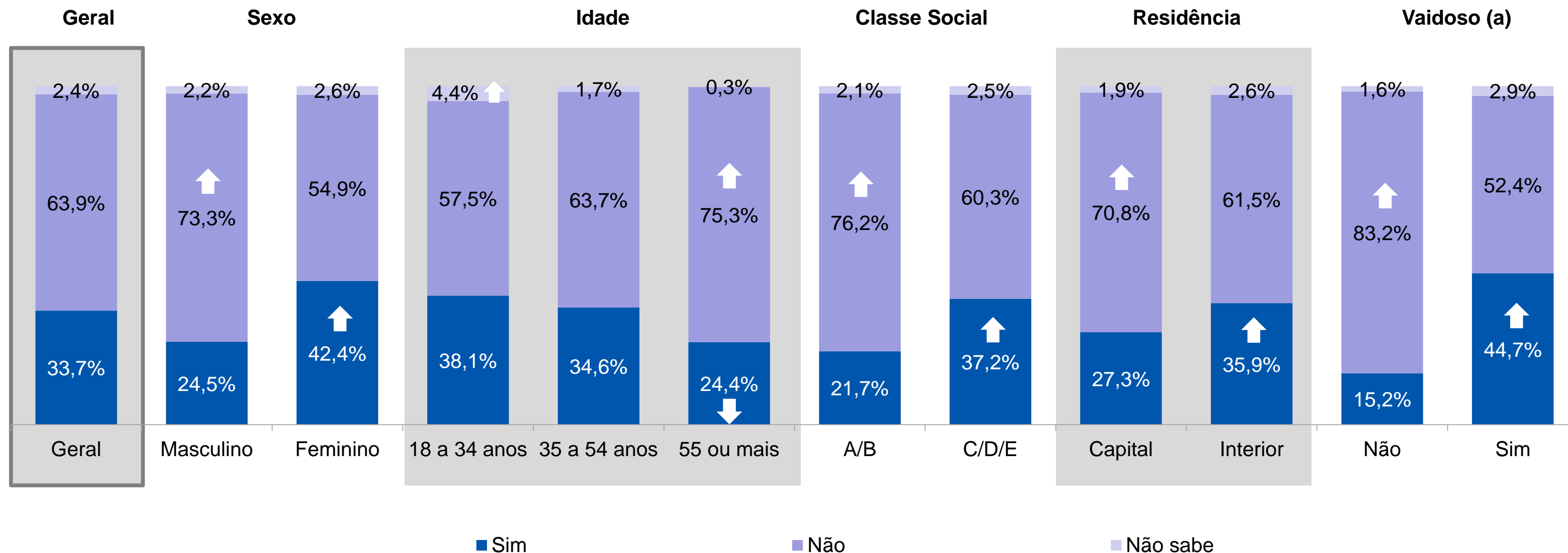


Geral	Masculino	Feminino	18 a 34 anos	35 a 54 anos	55 ou mais	A/B	C/D/E	Capital	Interior	Não	Sim
790	385	405	340	321	129	259	531	241	549	267	523

# TEM O HÁBITO DE ECONOMIZAR PARA COMPRAR PRODUTOS OU SERVIÇOS RELACIONADOS À BELEZA?



**34% têm o hábito de economizar para comprar produtos ou serviços de beleza, principalmente mulheres, pessoas até 54 anos, das classes C/D/E, residentes no interior e vaidosas.**



Geral	Masculino	Feminino	18 a 34 anos	35 a 54 anos	55 ou mais	A/B	C/D/E	Capital	Interior	Não	Sim
790	385	405	340	321	129	259	531	241	549	267	523

# EM MOMENTOS DE CRISE, QUAIS OS PRINCIPAIS ITENS QUE SOFRERAM CORTES NO SEU ORÇAMENTO MENSAL? Saídas para bares e restaurantes, viagens e vestuários são os itens que sofrem maior corte com a crise.



\* Produtos e serviços relacionados ao mercado de beleza estão destacados em vermelho na tabela

RM Principais Citações	Geral	Sexo		Idade			Classe		Residência		Vaidoso (a)	
		Masculino	Feminino	18 a 34 anos	35 a 54 anos	55 ou mais	A/B	C/D/E	Capital	Interior	Não	Sim
Saídas para bares e restaurantes	35,4%	39,3% ↑	31,6%	33,1%	36,8%	37,0%	33,8%	35,8%	35,7%	35,2%	28,0%	39,7% ↑
Viagens	30,9%	33,7%	28,3%	28,1%	29,5%	38,0%	34,8%	29,7%	32,0%	30,5%	31,8%	30,4%
Compra de roupas, acessórios e sapatos	29,2%	27,0%	31,2%	32,6%	30,8%	20,7% ↓	26,2%	30,1%	26,9%	30,0%	27,8%	30,1%
TV por assinatura	19,7%	21,9%	17,6%	16,5%	17,1%	29,3% ↑	20,9%	19,3%	21,3%	19,1%	17,6%	20,9%
Diminuição do uso de telefone fixo e/ou celular	18,8%	16,7%	20,8%	18,1%	14,8%	26,6% ↑	23,0%	17,5%	24,5% ↑	16,8%	14,3%	21,5% ↑
Serviços de salão de beleza	16,7%	6,8%	26,2% ↑	19,4%	16,2%	12,8%	12,6%	17,9%	15,8%	17,0%	18,7%	15,5%
Cinema e teatro	16,5%	18,6%	14,5%	20,3%	14,0%	13,8%	9,5%	18,5% ↑	16,9%	16,3%	13,0%	18,6% ↑
Despesas do lar	13,9%	13,2%	14,5%	11,0%	13,1%	20,2%	12,7%	14,2%	17,0%	12,8%	16,4%	12,4%
Compras de doces, salgadinhos, bebidas etc	13,2%	10,5%	15,7% ↑	14,0%	11,5%	14,4%	11,3%	13,7%	10,3%	14,2%	15,0%	12,1%
Academia	11,3%	10,0%	12,4%	12,3%	12,0%	8,3%	11,9%	11,1%	16,2% ↑	9,6%	4,5%	15,3% ↑
Plano de saúde	7,6%	7,1%	8,0%	5,5%	7,9%	10,5%	6,9%	7,8%	7,8%	7,5%	5,9%	8,6%
Cosméticos	6,8%	3,6%	9,9% ↑	5,6%	6,7%	9,3%	4,2%	7,6%	9,2%	6,0%	9,1%	5,5%
Tratamentos/ procedimentos em clínicas de estética	6,4%	4,3%	8,3% ↑	7,2%	7,1%	3,8%	8,9%	5,6%	7,2%	6,1%	5,6%	6,8%
Tratamentos odontológicos	6,3%	6,0%	6,6%	7,9%	5,4%	5,0%	6,6%	6,2%	5,1%	6,7%	4,9%	7,1%
Nenhum	7,7%	12,1% ↑	3,6%	5,6%	9,6%	8,4%	11,9% ↑	6,5%	5,0%	8,7%	12,6% ↑	4,8%
Não sabe	3,6%	5,5% ↑	1,7%	3,8%	5,4%	0,1% ↓	2,1%	4,0%	2,2%	4,0%	5,3% ↑	2,5%
	Geral 790	Masculino 385	Feminino 405	18 a 34 anos 340	35 a 54 anos 321	55 ou mais 129	A/B 259	C/D/E 531	Capital 241	Interior 549	Não 267	Sim 523

# COMO DEFINIU O QUE SERIA CORTADO EM FUNÇÃO DA CRISE?

A decisão para metade dos entrevistados, foi definida em função dos itens menos importantes para o dia a dia.



\* Apenas para quem faz algum corte nos gastos

RU	Geral	Sexo		Idade			Classe		Residência		Vaidoso (a)	
		Masculino	Feminino	18 a 34 anos	35 a 54 anos	55 ou mais	A/B	C/D/E	Capital	Interior	Não	Sim
Cortei itens menos importantes para o meu dia a dia	50,1%	50,5%	49,8%	57,1%	44,3%	46,7%	47,8%	50,8%	41,5%	53,3%↑	52,4%	48,9%
Cortei de tudo um pouco, não priorizei nada	25,4%	27,9%	23,4%	21,3%	24,1%	34,7%↑	32,0%↑	23,6%	26,5%	25,0%	23,7%	26,4%
Cortei produtos ou serviços que têm os valores mais altos	20,1%	19,7%	20,4%	17,4%	26,2%↑	15,7%	16,6%	21,1%	28,0%↑	17,2%	17,4%	21,5%
Outros	2,1%	1,1%	2,9%	3,3%	1,2%	1,4%	0,3%	2,6%↑	1,2%	2,4%	2,5%	1,9%
Não sabe	2,3%	0,8%	3,5%↑	1,0%	4,2%	1,5%	3,3%	2,0%	2,7%	2,1%	4,1%↑	1,3%

Geral	Masculino	Feminino	18 a 34 anos	35 a 54 anos	55 ou mais	A/B	C/D/E	Capital	Interior	Não	Sim
697	317	380	310	278	109	222	475	220	477	217	480