

December 2020

Atitudes e Hábitos em Relação a Mídias Sociais: Incluindo Impacto da COVID-19 - Brazil

“As redes sociais foram de extrema importância para os brasileiros em 2020, especialmente durante os meses mais rígidos de distanciamento social. Através delas seus usuários puderam manter contato com entes queridos, consumir e produzir conteúdos de entretenimento, realizar compras com maior facilidade, se informar e se conectar com causas, etc ...

October 2020

Produtos para Cuidados das Roupas: Incluindo Impacto da COVID-19 - Brazil

“A pandemia de COVID-19 elevou a importância do cuidado das roupas, e trouxe um novo atributo desejável: a desinfecção dos tecidos. As marcas da categoria encontram cenário propício para inovações inspiradas na indústria cosmética, ajudando os consumidores a cuidar das roupas e prolongar seu tempo de vida útil. Os produtos ...

September 2020

Compras Online x Offline: Incluindo Impacto da COVID-19 - Brazil

“Com a exceção de lojas e comércios essenciais, como mercados e farmácias, o impacto da COVID-19 nos comércio online e offline foram praticamente opostos. Enquanto o comércio offline foi severamente impactado, obrigando muitos comerciantes a fechar suas portas definitivamente, o comércio online cresceu e se expandiu como nunca no país ...

Estilo de Vida dos Brasileiros: Incluindo Impacto da COVID-19 - Brazil

“2020 entrará para história como o ano em que a pandemia de COVID-19 teve enormes impactos

Marketing para Pais: Incluindo Impacto da COVID-19 - Brazil

“Os pais com filhos de até 18 anos estão bastante sobrecarregados no momento. Além de todas as preocupações comuns trazidas pela COVID-19, eles ainda enfrentam a dificuldade de administrar a rotina familiar com as escolas fechadas. O acúmulo de funções pode trazer consequências para a saúde mental desse grupo. Produtos ...

negativos no Brasil. Além das milhares de mortes causadas no país, a vida do brasileiro e a situação econômica e política do Brasil foram drasticamente impactadas. Diante desse cenário, empresas e consumidores se viram ...

August 2020

Marketing para Pessoas Acima de 55 Anos: Incluindo Impacto da COVID-19 - Brazil

“Os brasileiros de 55 anos ou mais são um dos grupos mais afetados pela pandemia de COVID-19. O surto, além de resultar em cuidado redobrado com a limpeza e higiene, acelerou a adoção de tecnologias por esse público. No entanto, um quarto dos seniores relata dificuldades para transpor a realidade ...

July 2020

Produtos de Limpeza para a Casa: Incluindo Impacto da COVID-19 - Brazil

“A limpeza da casa é uma atividade essencial na rotina dos brasileiros, e com o surto da COVID-19, a rotina de higiene e cuidados da casa foi alterada de forma significativa. Os brasileiros demonstram interesse por produtos que ofereçam alta eficácia aliada à praticidade quando se trata da desinfecção de ...

January 2020

Atitudes e Hábitos dos Donos de Pets - Brazil

“Com 69% de pessoas declarando ser donos de pets, existe uma grande oportunidade para a expansão de produtos e serviços para estes consumidores. Mais da metade deles se considera mais como pai do que como dono, mostrando a importância das empresas desenvolverem soluções que se assemelhem às que vemos para ...