6 de outubro de 2026

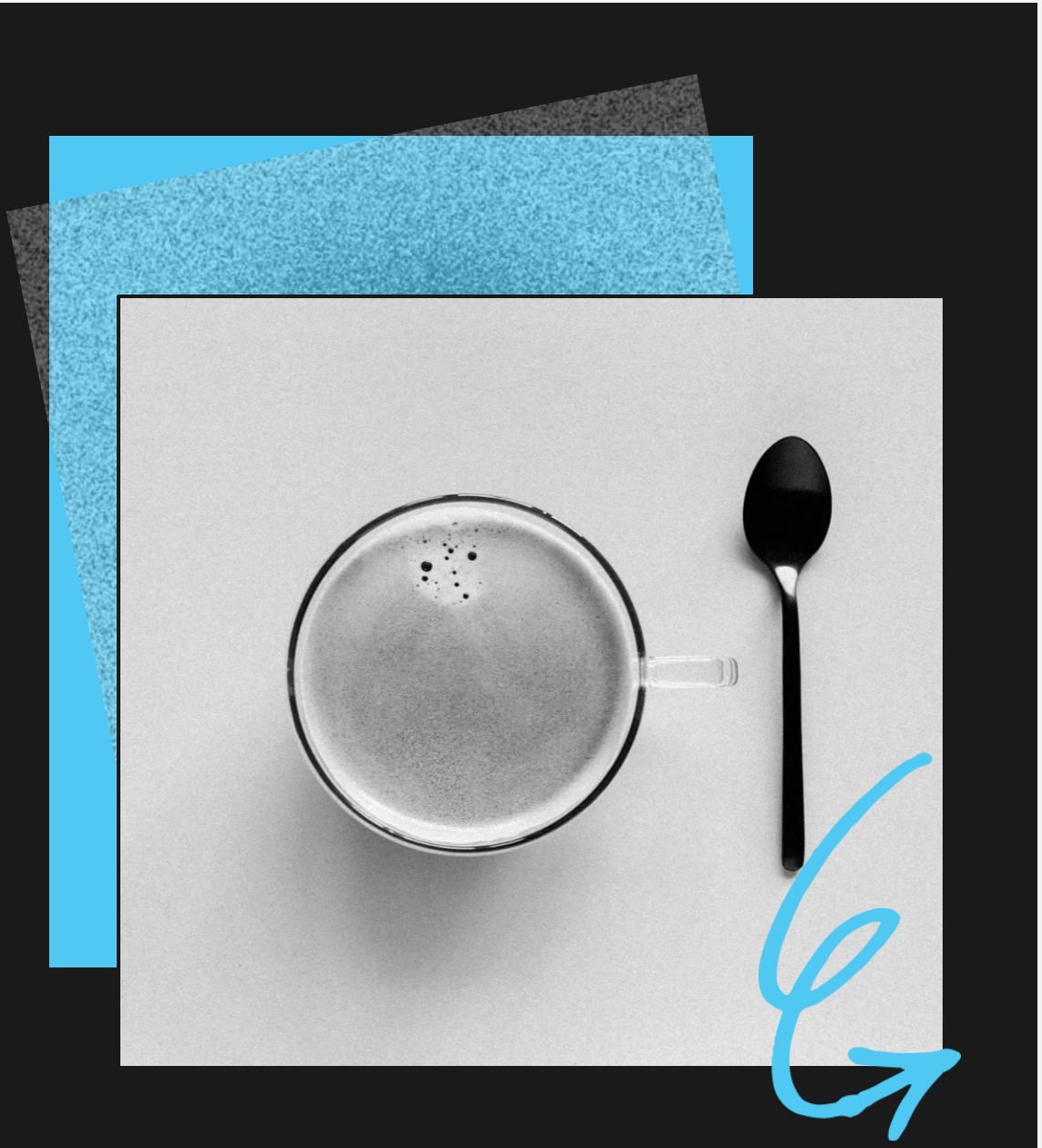
A (NOVA) ALQUIMIA DO COTIDIANO

COMO O CONSUMO BÁSICO PODE REVIVER RITUAIS E AJUDAR O BRASILEIRO NO COTIDIANO.

CON SUMO TECA



@grupoconsumoteca



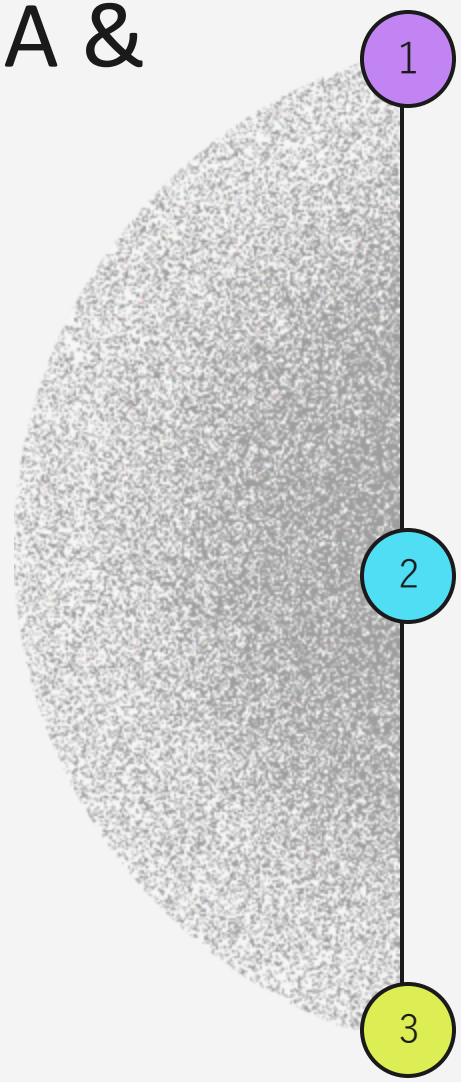
COMO O CONSUMIDOR ORGANIZA OS RITUAIS DO COTIDIANO?

O desafio
Transformar a presença cotidiana da Unilever em uma narrativa relevante de marca corporativa e PR, mostrando como suas marcas participam das rotinas e criam proximidade com os consumidores. O projeto deve ajudar Unilever e Inpress a mostrar que a companhia está conectada ao consumidor de forma próxima, recorrente e relevante, criando caminhos de pauta para além de uma única divulgação.

O que queremos descobrir
Como o consumo cotidiano funciona como suporte emocional, especialmente nos momentos de cansaço, estresse, cuidado, organização e bem-estar, e como isso se manifesta nas quatro macro-categorias da Unilever.

O que a pesquisa precisa gerar
Dados e narrativas proprietárias para PR, revelando rituais, diferenças entre públicos e oportunidades de pautas que posicionem os produtos como **mediadores emocionais do cotidiano**.

METODOLOGIA & AMOSTRA



1031
ENTREVISTAS

Mínimo de 150 respostas para cada uma das quatro macro-categorias citadas na reunião (Home Care, BPC, Banho e Food)

12 EPs + Missão

Aprofundamento em rotina, marcas e exploração de como o conceito da Unilever é aplicado na prática + missão da rotina, uso de marcas, momentos de estresse e formas de alívio.

DESK RESEARCH

Imersão em materiais internos Unilever e pesquisa de teorias sobre cotidiano e rituais para conseguir



PREÂMBULO

COTIDIANO É UM TERRITÓRIO DINÂMICO DE PRÁTICAS ORDINÁRIAS

UM DIA NASCE E ACABA E NO MEIO DISSO CRIAMOS NOVAS FUNÇÕES PARA AS MESMAS TAREFAS.



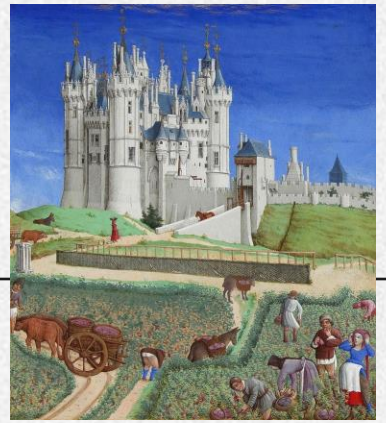
PREÂMBULO

O RITUAL ERA MANEIRA QUE DAVA SIGNIFICADO AO QUE É ORDINÁRIO.

RITUAIS NÃO SÃO APENAS HÁBITOS: ELES FUNCIONAM COMO **DEMARCADORES DE PASSAGEM DO TEMPO**. QUANDO ESSES MARCADORES DESAPARECEM, OS DIAS FICAM MAIS PARECIDOS ENTRE SI.

MAS HOJE LIDAMOS COM UM OUTRO RITMO DO COTIDIANO,

MAIS INDIVIDUAL, MAIS OTIMIZADO.



Très Riches Heures du Duc de Berry
Irmãos Limbourg (1412-1416)

COTIDIANO
CÍCLICO

Contexto pré-Séc XIX

O tempo era organizado pelos ciclos da natureza, pelos rituais religiosos e pelas atividades de cada época do ano.

RITMO:
Coletivo, pautado pela natureza



Impressão: Nascer do Sol.
Claude Monet, 1872.

COTIDIANO
PRODUTIVO

SÉC XVII - XIX
Revolução Industrial

A industrialização transforma o tempo em unidade de trabalho. Horários, jornadas e produtividade passam a organizar a vida que começa a conflitar com a natureza.

RITMO:
Ditado pelo relógio, pelo trabalho e pela jornada industrial.



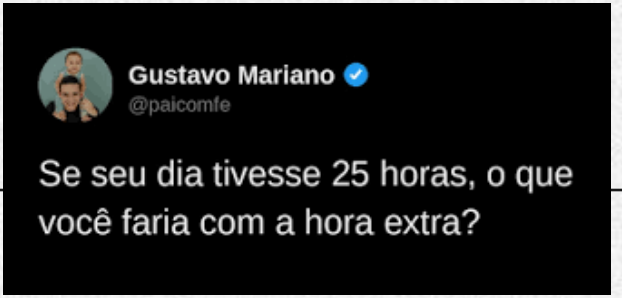
Just What Is It That Makes Today's Homes So Different, So Appealing? **Richard Hamilton — 1956**

COTIDIANO
ACELERADO

Séc. XX.

Tecnologia, comunicação e consumo aceleram o cotidiano. Mais atividades passam a caber no mesmo período.

RITMO:
Ditado pela velocidade da tecnologia, da comunicação e do consumo.



COTIDIANO
HIPEROTIMIZADO
Séc XXI

A tecnologia passa a medir e acompanhar a vida. Hábitos, produtividade e desempenho tornam-se continuamente ajustáveis.

RITMO:
Cada um passa a administrar, ajustar e otimizar o próprio ritmo.

DO RITMO COLETIVO, AO RITMO INDIVIDUAL

@grupoconsumoteca

HÁ FATORES RECENTES QUE MUDAM A FORMA COMO ENXERGAMOS RITUAIS



1. O efeito pandemia

A pandemia deixou marcas duradouras na sociabilidade: redefiniu noções de risco, fortaleceu vínculos íntimos, **além de individualizar ainda mais a forma como enxergamos o mundo.**



2. A consolidação da economia da atenção

Com a atenção disputada por telas, plataformas e múltiplos estímulos, o tempo disponível para relações se tornou um recurso escasso.



3. Uma sociedade pautada em performance

Uma sociedade pautada em performance é **viciada em retorno**.

SÃO ESSES FATORES QUE ENFRAQUECEM OS RITUAIS



1. O efeito pandemia

AFASTAMENTO FÍSICO FORÇADO



2. A consolidação da economia da atenção

NOVA RELAÇÃO COM O TEMPO



3. Uma sociedade pautada em performance

VISÃO AUTOCENTRADA E VISANDO GANHOS

1) TRANSFORMAM A MANEIRA COM QUE LIDAMOS COM AS TAREFAS ORDINÁRIAS

2) ACELERAM O TEMPO, TIRAM OS GRANDES DEMARCADORES E NOS FAZ PERDER OS RITUAIS.

COM ISSO, OS RITUAIS TÊM PERDIDO ESPAÇO COMO FORMA DE ORGANIZAR O DIA.

ONDE FOI PARAR A MOTIVAÇÃO DE FAZER DO ORDINÁRIO ALGO COM SIGNIFICADO?

49%

Concordam que não têm muitos rituais e fazem as coisas de acordo com o dia.

P9 Em um dia comum, quanto tempo você gasta com cada coisa. Base: 1003 respondentes.

TÍTULO DA APRESENTAÇÃO

01

O COTIDIANO E OS RITUAIS



UM RETRATO DO COTIDIANO:

SÓ 8%

SENTEM ENTUSIASMO NO COTIDIANO

@grupoconsumoteca

Sensações e sentimentos mais frequentes no dia a dia, % dos respondentes (n = 1.031, dados ponderados)

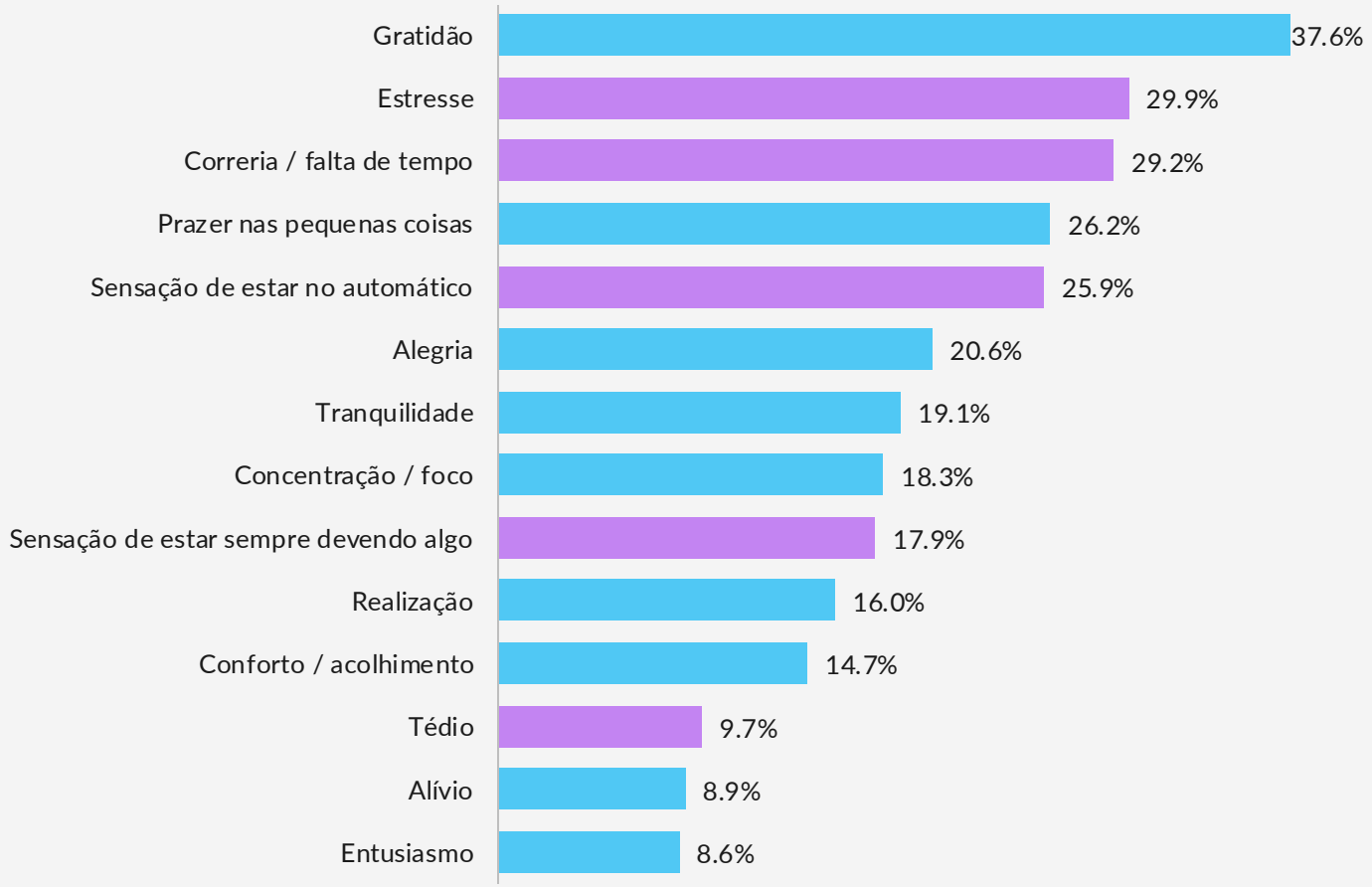
MAS HÁ UMA FRAGMENTAÇÃO NOS SENTIMENTOS COTIDIANOS ENTRE:

ESTRESSE E GRATIDÃO

As sensações em um dia comum parecem se antagonizar e transitar entre negativos e positivos, entre a sensação de uma existência no automático e prazer nas pequenas coisas.

Isso é o que reforça essa compreensão de um ritmo cotidiano cada vez mais acelerado que fragmenta, não só o tempo, mas o que sentimos.

Sensações e sentimentos mais frequentes no dia a dia, % dos respondentes



@grupoconsumoteca

Sensações e sentimentos mais frequentes no dia a dia, % dos respondentes (n = 1.031, dados ponderados)

Sentimentos positivos Sentimentos negativos

A FORMA COMO LIDAMOS COM O CODITIANO MUDA NOSSO SENTIMENTO (E A GERAÇÃO EVIDENCIA ISSO)

Entre os mais jovens (que sentem o dia mais corrido), estresse, correria e sensação de estar no automático ganham espaço. Com o avanço da idade, sentimentos como gratidão, pequenos prazeres e tranquilidade passam a aparecer com mais força.

Sentimentos positivos Sentimentos negativos

18–29 anos
n = 235

Estresse	36,1%
No automático	32%
Correria	29,6%
Gratidão	27,5%
Pequenos prazeres	20,3%
Tranquilidade	17,9%

30–39 anos
n = 242

Correria	37,7%
Gratidão	37,3%
Estresse	34,8%
No automático	26,7%
Pequenos prazeres	24,2%
Tranquilidade	14,4%

40–49 anos
n = 210

Gratidão	35%
Correria	34,8%
Estresse	32,1%
No automático	25,2%
Pequenos prazeres	20,8%
Tranquilidade	18,5%

50–59 anos
n = 165

Gratidão	40,9%
Pequenos prazeres	33,2%
Correria	32,5%
Estresse	28,8%
No automático	25,8%
Tranquilidade	18,5%

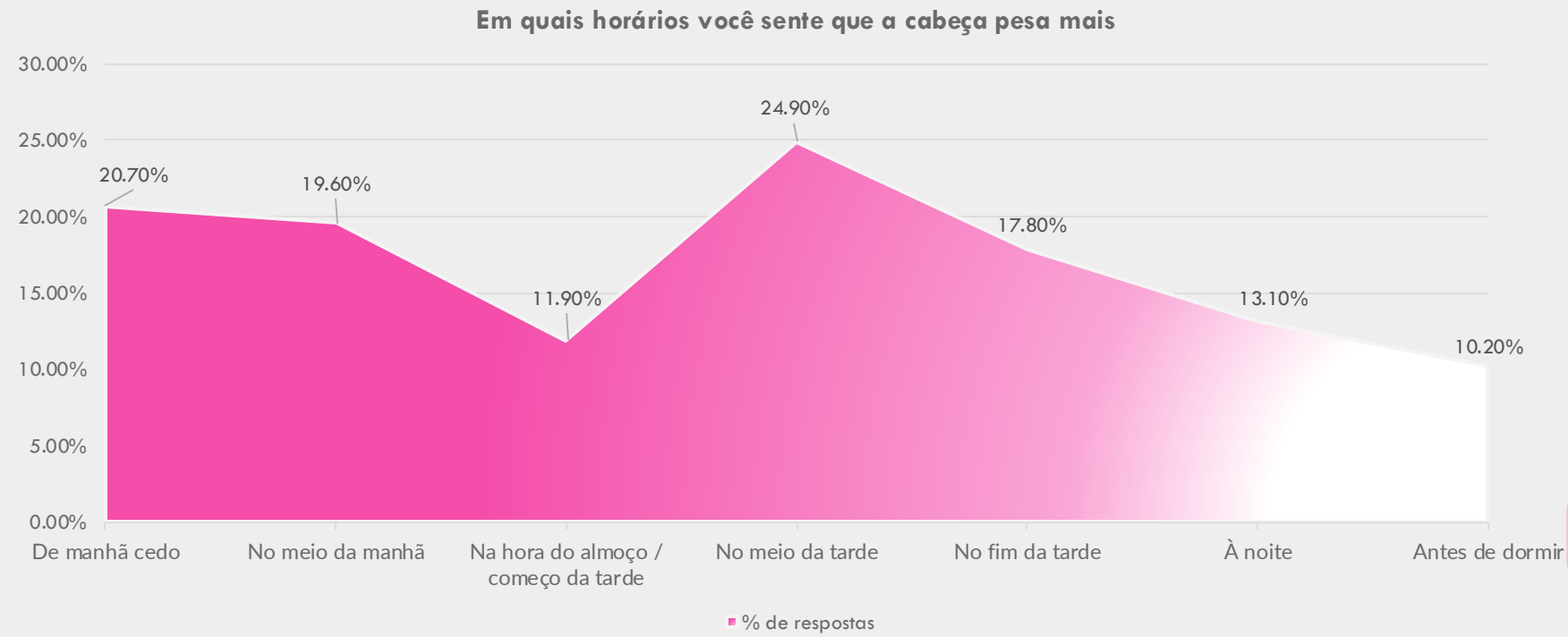
60+ anos
n = 179

Gratidão	49,6%
Pequenos prazeres	35,1%
Tranquilidade	26,1%
No automático	18,7%
Estresse	16,3%
Correria	12,5%

@grupoconsumoteca

Sensações e sentimentos mais frequentes no dia a dia, % dos respondentes (n = 1.031, dados ponderados)

ALÉM DE CABER POUCA COISA, SURGEM PICOS DE ESTRESSE QUE COMPLEMENTAM OS PONTEIROS DO RELÓGIO



20% assinalou não sentir picos de pressão em horário específico

43% dos Baby Boomers não sentem picos de pressão em horário específico

O começo da manhã é onde Gen Z mais sentem pressão (26,8%)

"Por volta de 1 e pouquinho, eu já volto do almoço e aí a mesma correria, correria, correria, correria, correria, correria, correria. E aí de novo volto para pegar no celular mais ou menos na hora que eu tô saindo."
(Homem,25 anos, BPC)

DA CORRERIA SURGE O PILOTO AUTOMÁTICO E OS SENTIMENTOS NEGATIVOS:

65%

CONSIDERAM O RITMO DE UM DIA COMUM CORRIDO OU MUITO CORRIDO.

ESSA CORRERIA AFETA MAIS AS GERAÇÕES MAIS JOVENS.

***72%** de quem tem 18-29 anos*

***79%** de quem tem 30-39 anos*

consideram o ritmo corrido ou muito corrido.

Esse número cai para 37% entre os 60+.

Isso pode indicar mais do que uma fase da vida: gerações diferentes foram formadas em contextos diferentes de trabalho, tecnologia e produtividade. Os mais jovens cresceram em um cotidiano onde fazer mais, mais rápido, tornou-se parte da rotina.

P8 · B. Rotina e bem-estar. Num dia comum, como você descreveria o seu ritmo. Base: 1031 respondentes

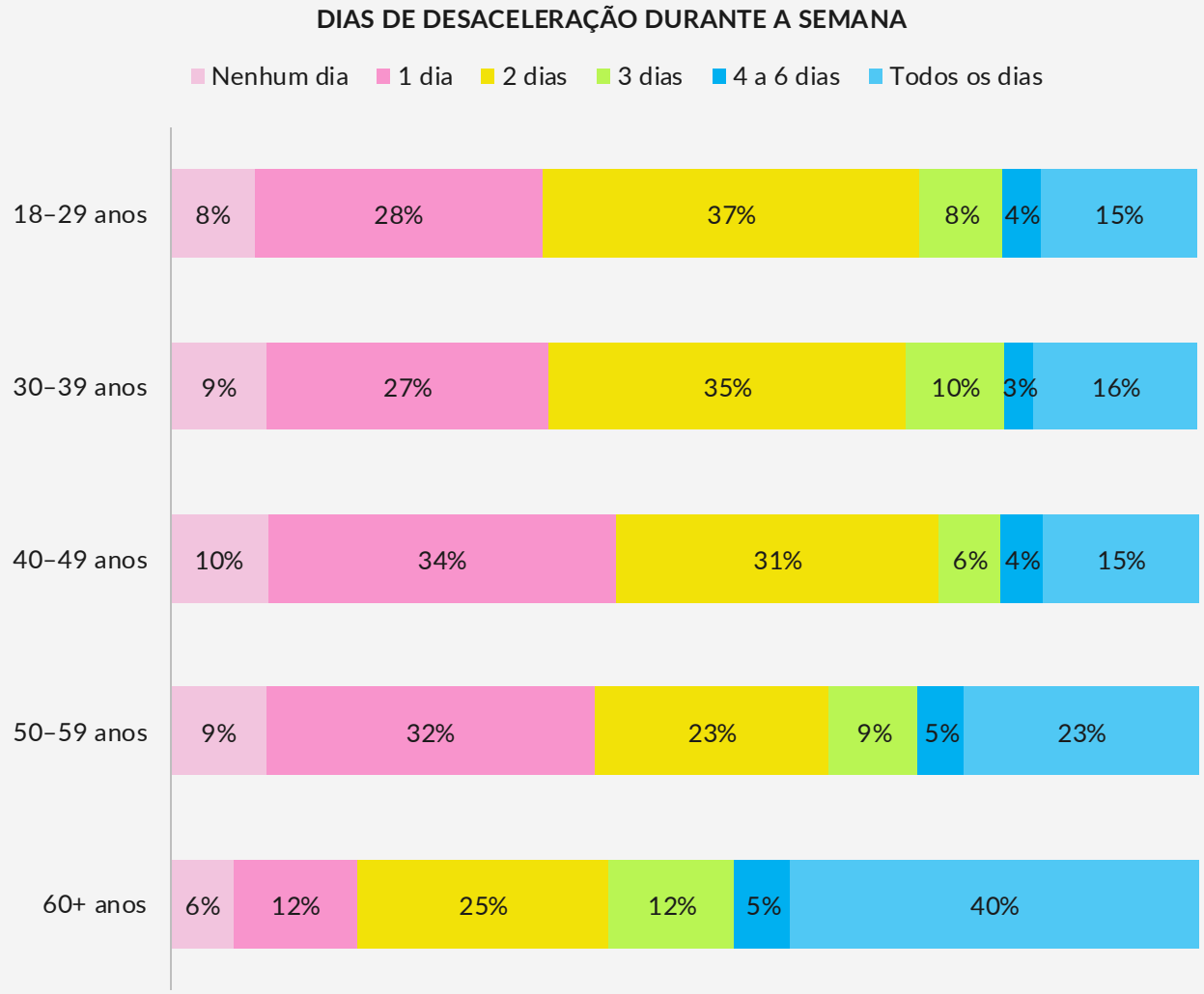
QUEM MAIS SE SENTE NO AUTOMÁTICO É QUEM DESCANSA MENOS.

Entre os mais jovens, que têm menos momentos para desacelerar, aparecem com mais força estresse, correria e sensação de estar no automático.

Com a idade, quando a desaceleração se torna mais frequente, ganham espaço sentimentos como gratidão, pequenos prazeres e tranquilidade.

73% da geração Z tem até 2 dias para conseguir desacelerar.

40% dos baby boomers descansam todos os dias.



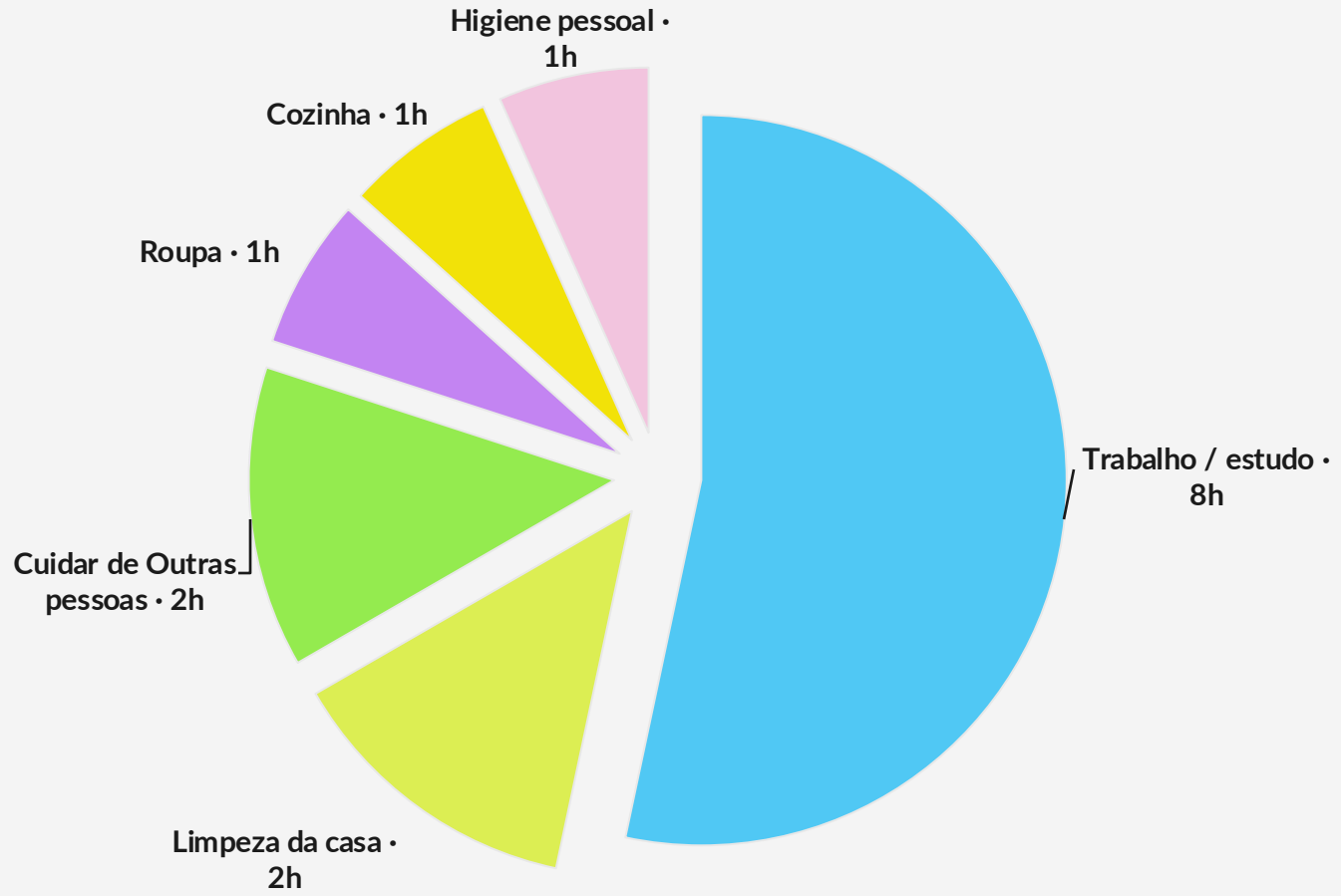
@grupoconsumoteca

P11 · B. Rotina e bem-estar. Quantos dias na semana você consegue ter um momento para desacelerar. Base: 1003 respondentes.

SEM TEMPO, CABE POUCA COISA NO DIA DO BRASILEIRO.

O cotidiano exige tempo para continuar funcionando. Em um dia comum, o brasileiro dedica **2 horas tanto à limpeza e arrumação da casa quanto ao cuidado de outras pessoas**. São horas destinadas à manutenção da vida, que se somam ao trabalho, ao estudo e às demais tarefas do dia.

Quando boa parte do tempo é ocupada pelo que precisa ser feito, sobra menos espaço para simplesmente desacelerar e transformar essas atividades em momentos com significado.



O brasileiro gasta o mesmo tempo para cuidar da casa e de outras pessoas.

@grupoconsumoteca

P9 Em um dia comum, quanto tempo você gasta com cada coisa. Base: 1003 respondentes.

O **TEMPO É TÃO ESCASSO** QUE O COTIDIANO FICA **MAIS ESTRATÉGICO**

Cria-se uma dinâmica onde, quanto menos tempo se tem, mais precisamos controlá-lo.

”Eu sou muito do papel, eu tenho que tá escrito, eu tenho que escrever para poder eu ver. Então assim, se eu não andar com o meu planner e não verificar, não der ozinho, eu tenho que dar o OK nas ações para tudo, para qualquer coisa. E aí acho que se eu aí se eu não tiver eu perco o controle." **(41 anos, Feminino, BPC / Home Care)**

” Todo domingo eu tenho que organizar a agenda e organizar os remédios. Se eu não aí, pronto, a semana fica louca... Então isso que me dá a sensação de segurança é planejar tudo...”
(41 anos, Feminino, BPC / Home Care)

"a gente tem meio que um cronograma de limpeza da casa. Deixa guardar a gente, fica no aplicativo e fica também no na geladeira. Aí a gente segue mais ou menos aquele cronograma de limpeza, cronograma de atividades..."
(Masculino, BPC / Home Care)

CADA VEZ MAIS ESTRATÉGICO, O COTIDIANO FAZ OS RITUAIS PERDEREM ESPAÇO.

O DIA FICA MAIS CONTÍNUO: MENOS MOMENTOS QUE INTERROMPEM A ROTINA, MAIS COISAS A FAZER.





AS PESSOAS COMEÇAM A CRIAR BRECHAS DENTRO DELE.

OS RITUAIS PASSAM A EXISTIR ALI: NAS FRESTRAS DO PONTEIRO DO RELÓGIO.

SURGE A:

NOVA ALQUIMIA DO COTIDIANO

Os rituais se adaptam a um cotidiano cada vez mais acelerado, fragmentado e individualizado.

NOVA ALQUIMIA DO COTIDIANO

Mistura função e significado: às vezes, o ritual está no resultado; mas ambos celebram a conquista de ter conseguido realizar.

É nas pequenas práticas do dia a dia que novos sentidos são criados.

NOVA ALQUIMIA DO COTIDIANO

Em algumas tarefas, o prazer está no processo. Em outras, está em conseguir terminar. E as tarefas que têm prazer no momento, parecem ser recompensa das que são feitas "no automático"

"A gente fica satisfeito com a limpeza, não com o processo." (Masculino, BPC / Home Care)

"Sexta-feira... a gente faz uma jantinha, tomamos um vinho, conversamos... a gente acaba fazendo um checklist do que deixou de fazer... 'Everton, conseguimos realizar todas as tarefas dessa semana', já vamos pensar pra próxima... p*, *para ficar melhor só duas vezes disso.*** "*

(47 anos, Masculino, Food / Home Care)

HÁ UMA ESPAÇO CINZENTO NO PROCESSO DAS ATIVIDADES:

A tarefa continua sendo uma obrigação, mas o jeito de fazê-la ganha pequenas doses de prazer, pausa, cuidado ou organização.

Apesar das pessoas dizerem que não seguem rituais, há um grande esforço em trazer novos significados para o ordinário: seja de reflexão ou um ato de resistência para sobreviver à tarefea.

75%

Concordam que tornar tarefas de casa mais agradáveis ouvindo música.

63%

Concordam que fazer algumas tarefas de casa ajudam a organizar a cabeça.

Porém, o que começa como uma tentativa de criar um momento para si pode terminar como uma celebração por, simplesmente, ter conseguido cumprir tudo.

”Eu tento me virar nos 30. Falou: 'O que que eu posso preparar hoje? O que que eu tenho nesse momento aqui?'.”
(40 anos, Feminino, Food / Home Care)

"Para mim é só um alívio. Ai, terminei essa parte. Ai, terminei essa tarefa .Check. Tá pronta. Tá tudo no seu lugar."
(40 anos, Feminino, Food / Home Care)

"Então, a sensação que eu tenho é de dever cumprido, assim, que eu tô fazendo algo positivo para mim mesma."
(31 anos, Feminino, BPC / Home Care)

A NOVA ALQUIMIA DO COTIDIANO NA PRÁTICA:

À medida que o cotidiano muda, também mudam as formas de viver as práticas que o compõem. O ritual encontra novas brechas, as tarefas ganham novas camadas de significado e os produtos passam a participar de experiências que vão além de sua função original.

ZONAS TÁTICAS DE RITUAIS

O cotidiano cria brechas para incorporar rituais às atividades que já precisam ser feitas. São espaços de sobreposição entre **função e experiência.**

PRODUTOS COM PAPÉIS DIFERENTES

Os produtos entram nessas zonas com funções já definidas, mas participam de experiências diferentes.

UMA PRESENÇA AO LONGO DO COTIDIANO

É essa combinação que permite à Unilever participar de diferentes momentos do dia, e não apenas de categorias isoladas.

TÍTULO DA APRESENTAÇÃO

02

A NOVA ALQUIMIA DO COTIDIANO E OS RITUAIS

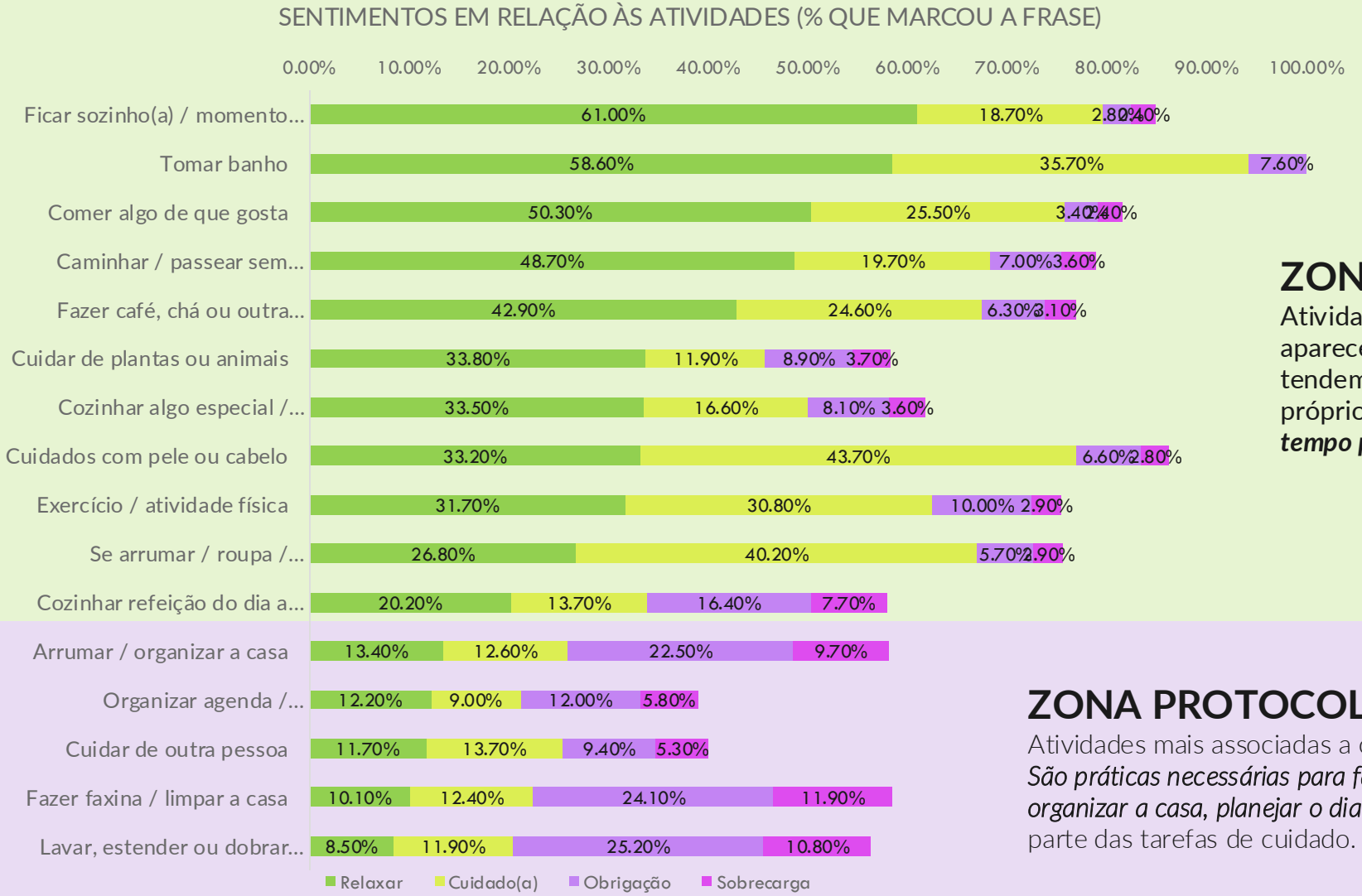


AS ZONAS TÁTICAS DO RITUAL

O RITUAL NÃO ESTÁ MAIS APENAS NO MOMENTO.
ÀS VEZES, ELE ESTÁ NA CONQUISTA DE TER CHEGADO ATÉ ELE.

A Nova Alquimia do Cotidiano atravessa as tarefas de forma diferente.
Em algumas, o próprio fazer produz prazer, cuidado ou presença.
Em outras, o bem-estar está apenas na sensação de ter terminado.

AS ZONAS TÁTICAS DA NOVA ALQUIMIA DO COTIDIANO



ZONA DE BEM-ESTAR:

Atividades em que relaxar e sentir-se cuidado aparecem com mais força. São práticas que tendem a produzir uma experiência positiva no próprio fazer, ***aqui, celebra-se o fato de encontrar tempo para si mesmo.***

ZONA PROTOCOLAR:

Atividades mais associadas a obrigação e sobrecarga. *São práticas necessárias para fazer a vida funcionar: organizar a casa, planejar o dia*, limpar, lavar roupa e parte das tarefas de cuidado.

% que marcou a frase para a atividade. Atividades ordenadas por "me faz relaxar" vs. "me faz sentir cumprindo uma obrigação"..

ONDE HÁ ESPAÇO PARA OS RITUAIS EM CADA UMA DAS ZONAS?

ZONA DE BEM-ESTAR:

- O ritual está **no próprio fazer**
- O processo já proporciona prazer, relaxamento ou cuidado
- A atividade pode ser vivida como um **momento para si**
- O valor está tanto **na experiência quanto no resultado**
- **Ele existe como celebração por cumprir todas as tarefas do dia**

TERRITÓRIOS UNILEVER:
BPC, Beauty e Wellbeing e Food

ZONA PROTOCOLAR:

- O bem-estar está mais associado **ao resultado da tarefa**
- O processo é percebido como obrigação ou necessidade
- A atividade serve para **manter a vida funcionando**
- O valor está principalmente **no que a tarefa resolve**
- **O ritual é o benefício que o resultado traz.**

TERRITÓRIOS UNILEVER:
Home Care e Food.

NA ROTINA DO CONSUMIDOR, AS ZONAS JÁ SÃO PERCEBIDAS

ZONA DE BEM-ESTAR:







Missão dos consumidores: Enviar momento agradável do dia a dia

ZONA PROTOCOLAR:



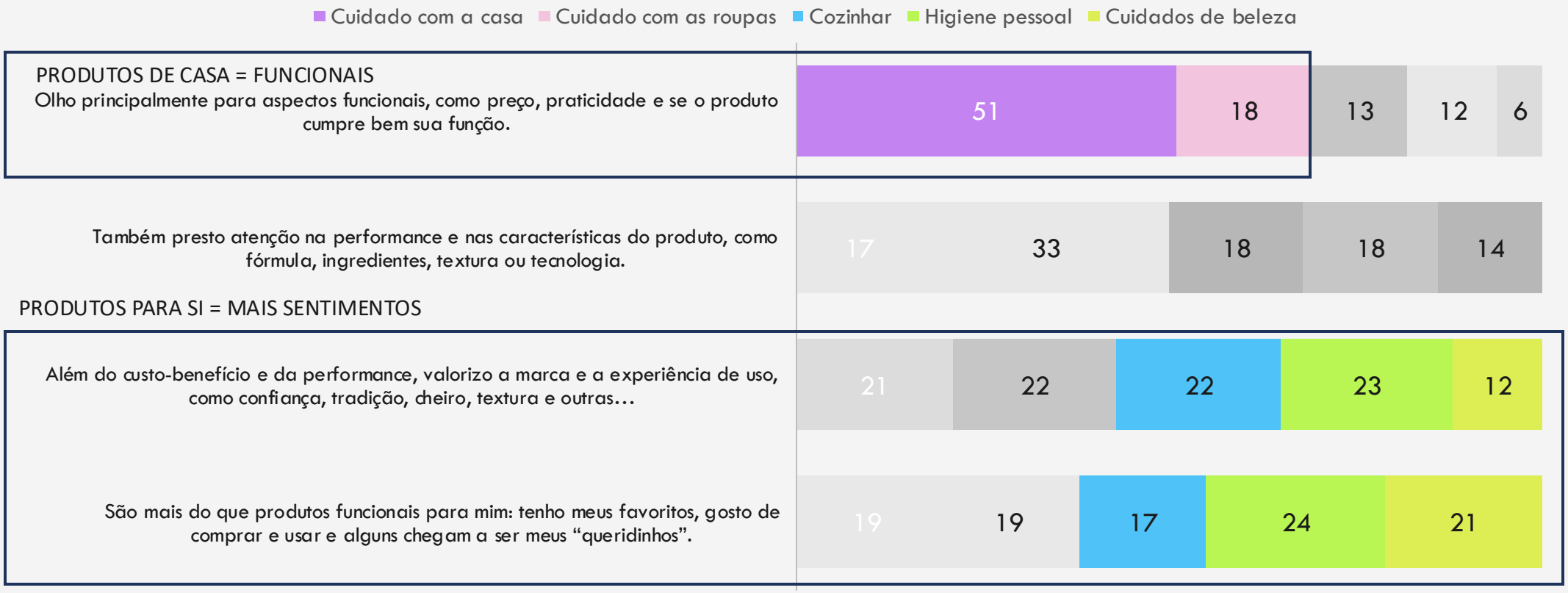




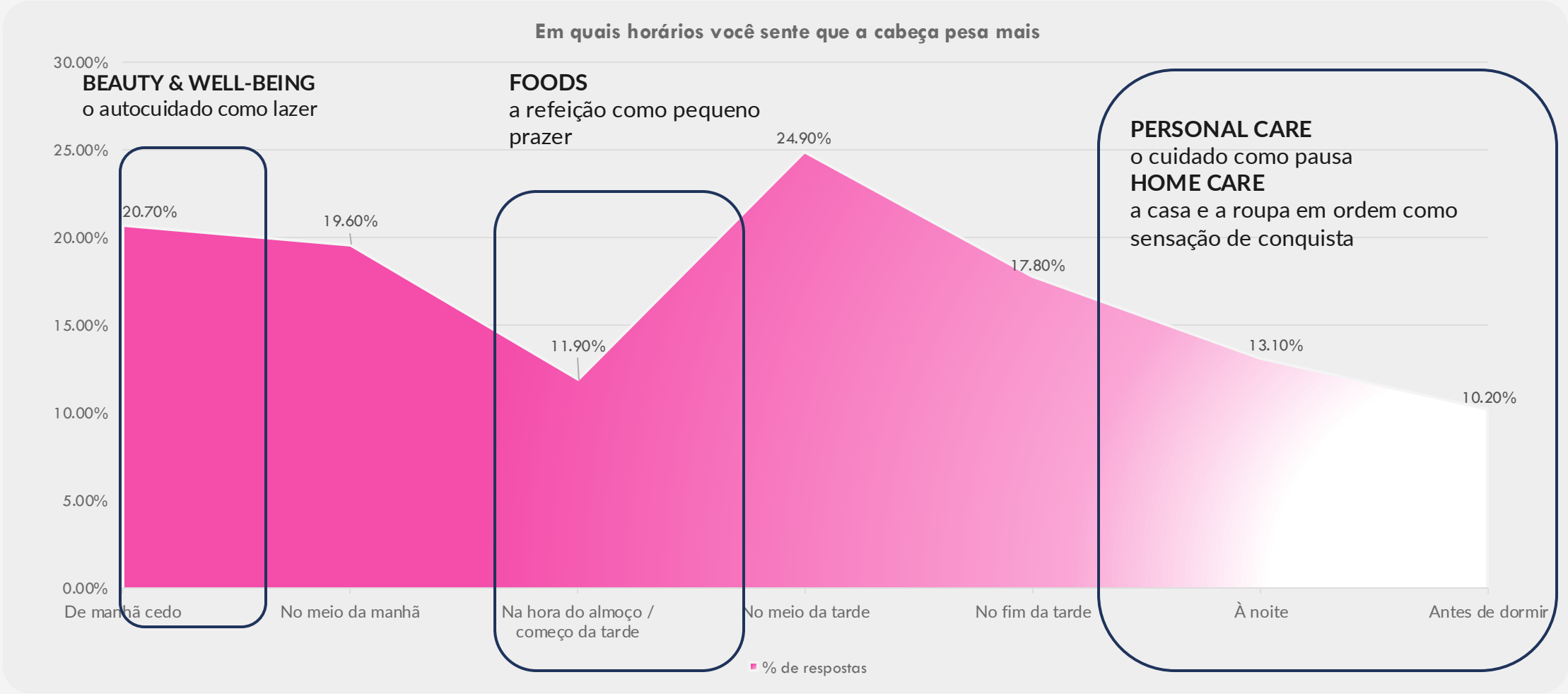
Missão dos consumidores: Enviar momento difícil do dia a dia

ISSO TRANSFORMA A MANEIRA COMO O CONSUMIDOR CRIA RELAÇÃO COM OS PRODUTOS:

Qual frase melhor representa sua relação com os produtos, por categoria:



PARA CABER NA ALQUIMIA, CADA CATEGORIA ENCONTRA SUAS PRÓPRIAS BRECHAS NO DIA.



A NOVA ALQUIMIA DO COTIDIANO É A ARTE DE ENCONTRAR BRECHAS PARA REVIVER PEQUENOS PRAZERES.

UNILEVER É A MARCA QUE AJUDA O CONSUMIDOR A PREENCER ESSAS BRECHAS.

SE A NOVA ALQUIMIA DO COTIDIANO É SOBRE ENCONTRAR BRECHAS, UNILEVER ENCONTRA SEUS MOMENTOS

HOME CARE

→ a casa e a roupa em ordem como sensação de conquista

FOODS

→ a refeição como pequeno prazer

PERSONAL CARE

→ o cuidado como pausa

BEAUTY & WELL-BEING

→ o autocuidado como lazer

NOVA ALQUIMIA DO COTIDIANO:
COMO O BRASIL REIVENTA SEUS RITUAIS NAS BRECHAS DO COTIDIANO

*Uma leitura transversal sobre **como diferentes categorias ocupam brechas do cotidiano**, revelando novos comportamentos de consumo e novas formas de experimentar o bem-estar, ora curtindo o processo, ora celebrando uma tarefa cumprida.*

ONDE HÁ ESPAÇO PARA OS RITUAIS EM CADA UMA DAS ZONAS?

ZONA DE BEM-ESTAR:

TERRITÓRIOS UNILEVER:
BPC, Beauty e Wellbeing e Food

ZONA PROTOCOLAR:

TERRITÓRIOS UNILEVER:
Home Care e Food.

NA NOVA ALQUIMIA DO COTIDIANO, PERSONAL CARE E BEAUTY & WELLBEING OCUPAM GRANDE PARTE DA ZONA DE BEM-ESTAR



PERSONAL CARE

O BANHO “QUEBRA” O RITMO DO COTIDIANO.

O banho aparece como um dos momentos em que o cotidiano pode ser interrompido. Ele marca uma passagem entre o trabalho e o tempo pessoal, cria uma pausa e ganha um valor que ultrapassa a função básica da higiene. Isso ajuda a explicar por que os produtos que fazem parte desse momento são percebidos como difíceis de abrir mão.

*Por isso que **64% dos brasileiros tomam 2 ou mais banhos por dia**: ele representa a ruptura do ritmo cotidiano e a celebração por ter conseguido.*

88%

CONCORDAM QUE TOMAR BANHO AJUDA A DESLIGAR O TRABALHO

67%

CONCORDAM QUE PRODUTOS DE BANHO E HIGIENTE SÃO OS ÚLTIMOS QUE CORTARIA SE O DINHEIRO APERTASSE

85%

CONCORDAM QUE O BANHO ESPECIAL É UM DOS PRINCIPAIS MOMENTOS DE PAUSA

P28 · D. Personal Care — banho e higiene O quanto você concorda com as frases abaixo (banho e higiene). (Concorda + Concorda Totalmente) Base: 531 entrevistas

PERSONAL CARE

O BANHO DO FINAL DE SEMANA “LIMPA” DOS PROBLEMAS E, POR ISSO, COSTUMA DEMORAR MAIS.

"Claro, chegou sábado de manhã, o banho não é 5 minutos, é banho de 15 minutos. Toma um banho um pouco mais tranquilo ali, fica debaixo da água quente, que é uma das melhores coisas do mundo... Os problemas acontecem depois que você sai, sabe? Mas até lá você tá lá só recebendo." (Masculino, BPC / Home Care)

57%

TOMAM BANHO LONGO E CAPRICHADO MAIS DE UMA VEZ NA SEMANA.



P28 · D. Personal Care — banho e higiene O quanto você concorda com as frases abaixo (banho e higiene). (Concorda + Concorda Totalmente) Base: 531 entrevistas

BEAUTY & WELL-BEING

NA NOVA ALQUIMIA DO COTIDIANO, CUIDAR DE SI É UMA FORMA DE LAZER.

Quando o cuidado também produz prazer, ele deixa de ocupar apenas um espaço funcional na rotina e passa a disputar espaço com outras formas de lazer.

74%

CONCORDAM CUIDAR DA APARÊNCIA É UMA FORMA DE LAZER.

52%

PREFEREM FAZER RITUAIS DE BELEZA E CUIDADO A ASSISTIR UM FILME E SÉRIE.

PURAMENTE ALQUIMIA:

69% concordam que têm próprios truques de beleza e cuidado.
59% concordam que gostam de pesquisar novos produtos e formas de cuidar do cabelo, pele ou corpo.

P33 · E. Beauty & Well-being. O quanto você concorda com as frases abaixo (beleza e autocuidado). Base: 534

A NEGATIVIDADE SOBRE O COTIDIANO
TAMBÉM É SOCIALMENTE DISTRIBUIDA.

Mulheres assinalam sentimentos de negatividade e insegurança, enquanto homens, apesar da correria, relatam mais alegria e tranquilidade.

A diferença abre espaço para investigar como os papéis de gênero atravessam a forma como cada um vive e sente o cotidiano ao longo da vida, especialmente quando falamos de tarefas domésticas.

"O meu marido às vezes reclama: 'Ah, vamos sair'. Eu falo para ele: 'Só depois que a gente limpar' [...] Ele gosta de pescar e muitas vezes ele vai sozinho. Eu não vou porque eu quero ficar limpando."

(Mulher, Home Care)

Mulheres gastam 2x mais tempo do que homens limpando e arrumando casa (2h vs. 1h)



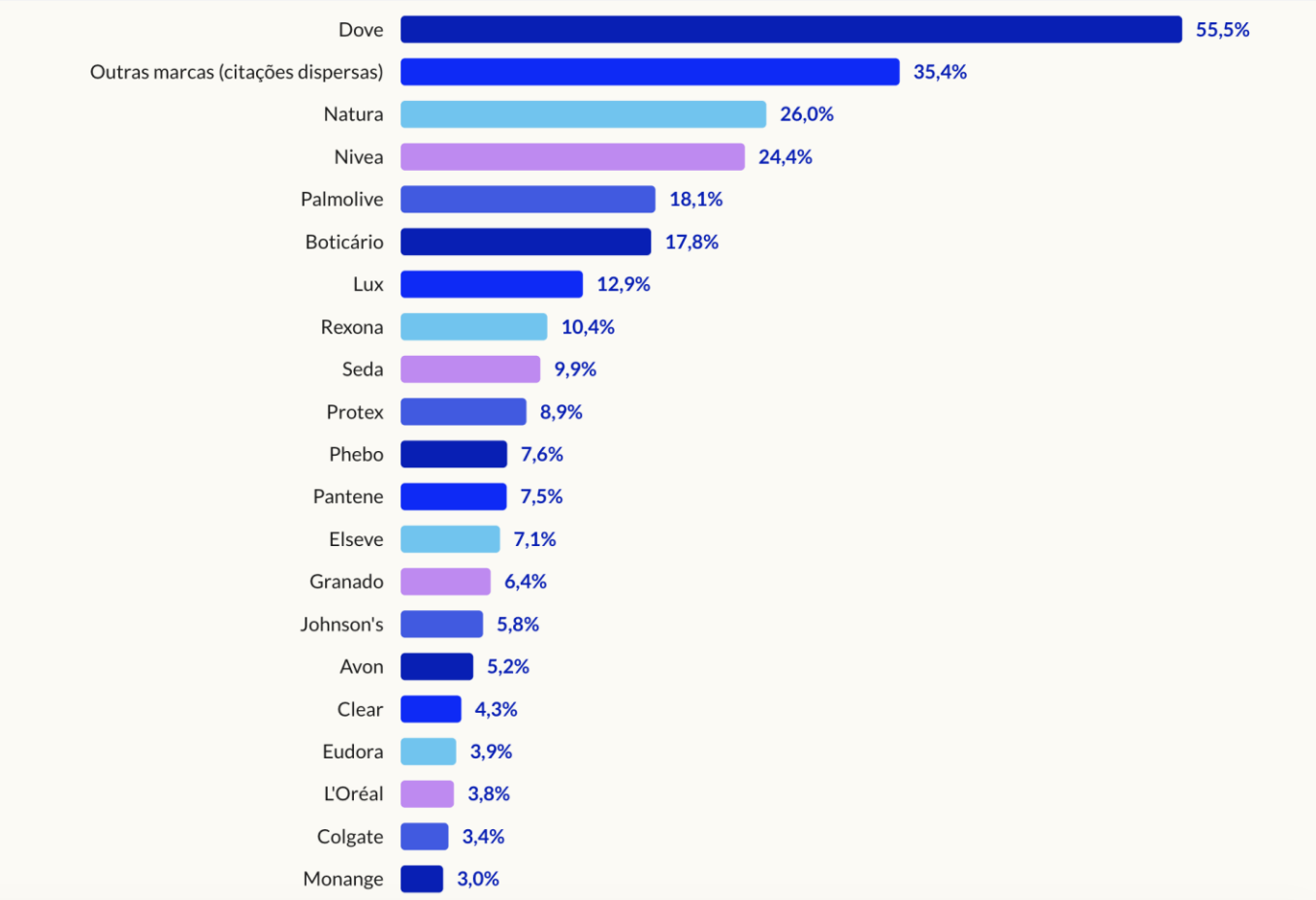
Sensações e sentimentos mais frequentes no dia a dia, % dos respondentes (n = 1.031, dados ponderados)

DOVE FOI A MAIS LEMBRADA NA CATEGORIA

O banho e a higiene pessoal são territórios onde a relação com a categoria também se constrói pela experiência.

Nesse espaço, Dove aparece como a marca mais associada a esse momento do cotidiano.

P30 · D. Personal Care — banho e higiene
Quais marcas você mais associa a banho e higiene pessoal



PERSONAL CARE

O banho que limpa até um dia ruim.

O BANHO VIROU UMA DAS ÚLTIMAS PAUSAS POSSÍVEIS DO DIA

Oportunidades de pauta

- **Quando o último compromisso do dia vira um momento para si**
- **Entre uma obrigação e outra: como o brasileiro encontra pequenas pausas no autocuidado**
- **Quanto tempo é preciso para transformar uma tarefa em um momento de cuidado?**

Por que funciona?

Porque desloca a conversa de **higiene como função** para **higiene como experiência cotidiana,** sem precisar transformar o produto em "terapia" ou "solução emocional". A alquimia está em pesquisar e experimentar produtos e fazer essa pausa caber no dia.

PAUTAS PARA PR:

BEAUTY & WELL-BEING

Quando se cuidar,
também vira lazer.

AUTOCUIDADO É LAZER, ASSIM COMO ASSISTIR UM FILME.

OPORTUNIDADES

- **Quando cuidar de si entra na lista de coisas que dão prazer**
- **O autocuidado está ocupando o espaço do lazer?**
- **Do ritual de beleza ao momento para si: como o brasileiro está criando novas formas de lazer**

POR QUE FUNCIONA?

Porque aqui a pauta pode explorar uma mudança cultural importante: **o cuidado deixa de ser apenas preparação ou manutenção da aparência e passa a ser uma experiência valorizada em si mesma.**

ONDE HÁ ESPAÇO PARA OS RITUAIS EM CADA UMA DAS ZONAS?

ZONA DE BEM-ESTAR:

TERRITÓRIOS UNILEVER:
BPC, Beauty e Wellbeing e Food

ZONA PROTOCOLAR:

TERRITÓRIOS UNILEVER:
Home Care e Food.

HOME CARE

HOME CARE OCUPA A ZONA PROTOCOLAR, ONDE CELEBRAR O FATO DE TER CONSEGUIDO É O RITUAL.

59%

DIZEM SÓ FAZER O BÁSICO QUANDO CUIDA E LIMPA A CASA, SEM MUITOS TRUQUES OU MACETES.

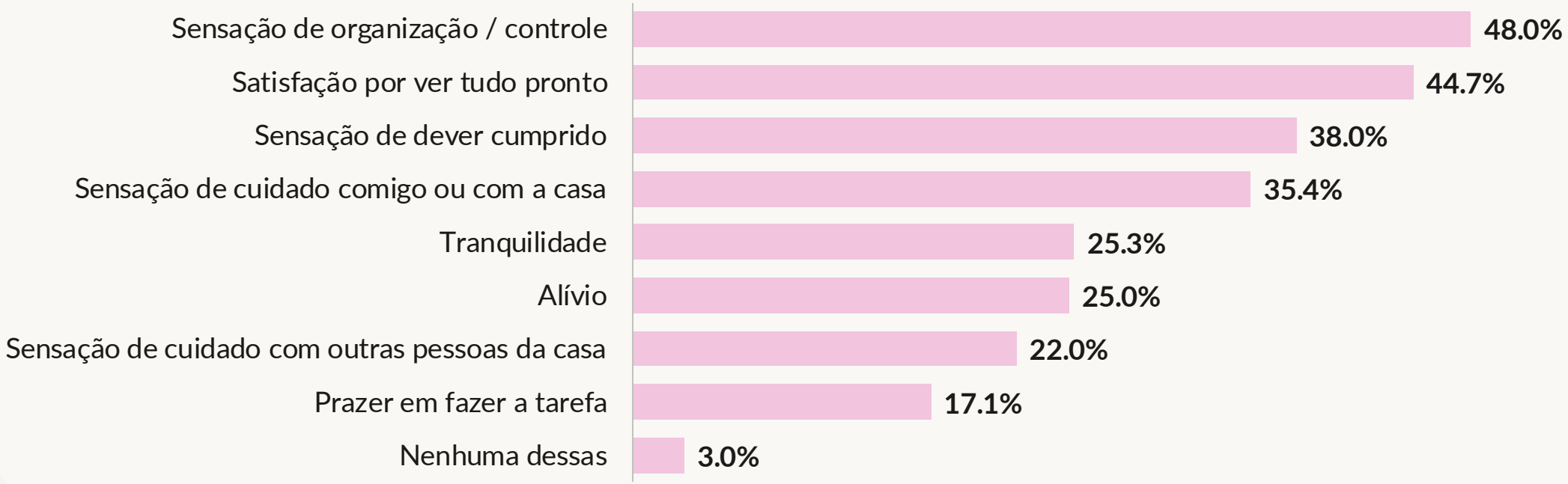
"Eu limpo porque eu não gosto de sujeira, mas falar que é uma coisa que eu amo de paixão, eu não amo." (Mulher, Home Care, 40 anos)

HOME CARE

A SENSAÇÃO DA TAREFA CUMPRIDA É O RITUAL DE HOME CARE

Na zona protocolar, o bem-estar vem da conclusão. A tarefa organiza, coloca as coisas no lugar e produz a sensação de dever cumprido. O prazer está menos em fazer e mais em terminar e o ritual do processo está naquilo que descomplica a tarefa: assim, vemos que para 48% traz sensação de controle e só 17% têm prazer em realizar a tarefa.

O que as tarefas de casa e roupa trazem além do resultado prático



@grupoconsumoteca

base n = 543

P19 · C. Home Care — casa e roupa O que as tarefas de casa e roupa trazem além do resultado prático

NA ZONA PROTOCOLAR, O TEMPO É O PRIMEIRO LIMITE DO RITUAL.

A casa até pode abrir uma brecha para presença e desaceleração, mas essa experiência ainda não se sustenta para a maioria.

O desejo de dedicar mais tempo à tarefa é maior do que a percepção de que ela própria constitui um momento de pausa.

59%

CONCORDAM QUE SE TIVESSEM MAIS TEMPO PASSARIAM MAIS TEMPO CUIDANDO DA CASA.

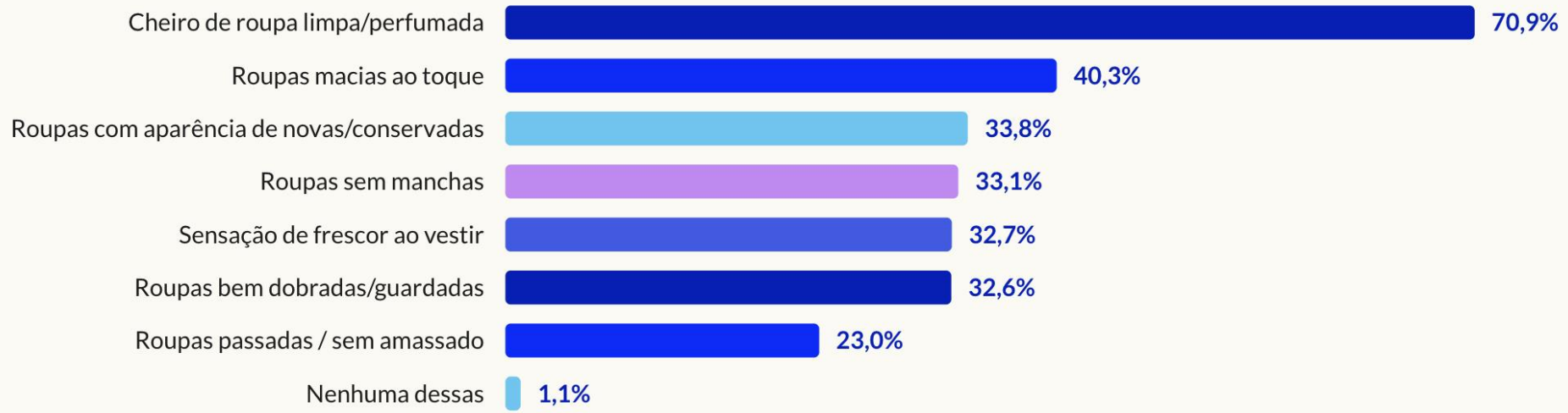
MENOS DA METADE concorda que cuidar da casa é um dos momentos que consegue ficar mais presente e desacelear.

P20 · C. Home Care — casa e roupa. O quanto você concorda com as frases abaixo (casa e roupa). BASE = 534

QUANDO FALAMOS DE ROUPA, É MAIS IMPORTANTE O SENSORIAL DO QUE O RESULTADO PRÁTICO.

O que mais te dá a sensação de roupa bem cuidada

base n = 542 | DADOS PONDERADOS



@grupoconsumoteca

P20 · C. Home Care — casa e roupa. O quanto você concorda com as frases abaixo (casa e roupa). BASE = 534

OMO LIDERA PORQUE ENTREGA O QUE PRECISA SEU EU TERRITÓRIO: SENSORIALIDADE E FUNCIONALIDADE.

Na zona protocolar, o valor da tarefa aparece principalmente quando ela termina. O cheiro, o toque, a sensação de limpeza e o resultado percebido transformam uma obrigação cotidiana em uma experiência.
É nesse momento que o produto deixa de ser apenas funcional e passa a participar da construção de preferência.

"Nossa, o cheiro dele, o cheiro dele é muito bom e a forma que ele dissolve. Outros não... não dissolve tão bem. Aí eu continuo com o Omo por causa disso." (44 anos, Feminino, Home Care)



PAUTAS PARA PR:

HOME CARE:

Quando terminar a tarefa vira recompensa.

A CASA ARRUMADA VIROU UMA PEQUENA VITÓRIA DO DIA

OPORTUNIDADES DE PAUTA:

- **Por que terminar uma tarefa dá tanta satisfação?**
- **O prazer de riscar uma tarefa da lista: quando colocar a casa em ordem também organiza o dia**
- **Da faxina à sensação de dever cumprido: como o brasileiro transformou a conclusão da tarefa em recompensa**

Por que funciona?

Porque tira a categoria da narrativa tradicional de **"produto que limpa melhor"** e leva a alquimia ao produto dentro de uma transformação cultural:
o valor simbólico de conseguir fazer a vida funcionar.

EXISTE UM TERRITÓRIO QUE PODE OCUPAR AS DUAS ZONAS:

ZONA DE BEM-ESTAR:

TERRITÓRIOS UNILEVER:
Food

ZONA PROTOCOLAR:

TERRITÓRIOS UNILEVER:
Food.

FOOD PODE OCUPAR AS DUAS ZONAS AO MESMO TEMPO.

FOOD É A PROVA DE QUE BEM-ESTAR E PROTOCOLO PODEM COEXISTIR.



NO COTIDIANO: É PROTOCOLAR, MAS ALGUNS DIAS COZINHAR ENTRA NA ZONA DE BEM-ESTAR.

P36 · F. Foods — cozinha e comida

Com que frequência você cozinha:

base n = 420 | DADOS PONDERADOS

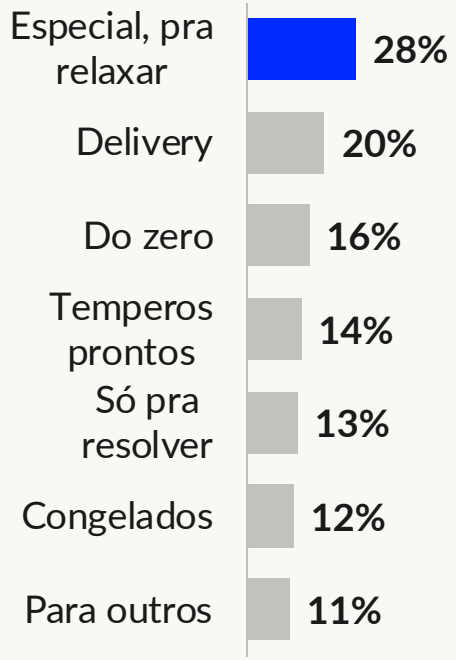
Todos os dias



Alguns dias por semana



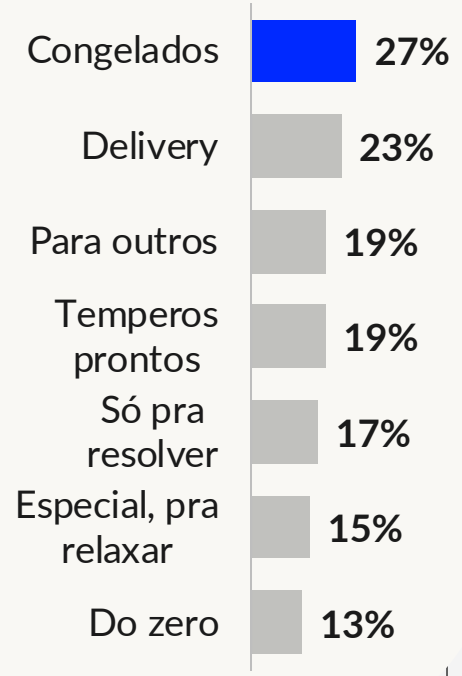
Uma vez por semana



De vez em quando

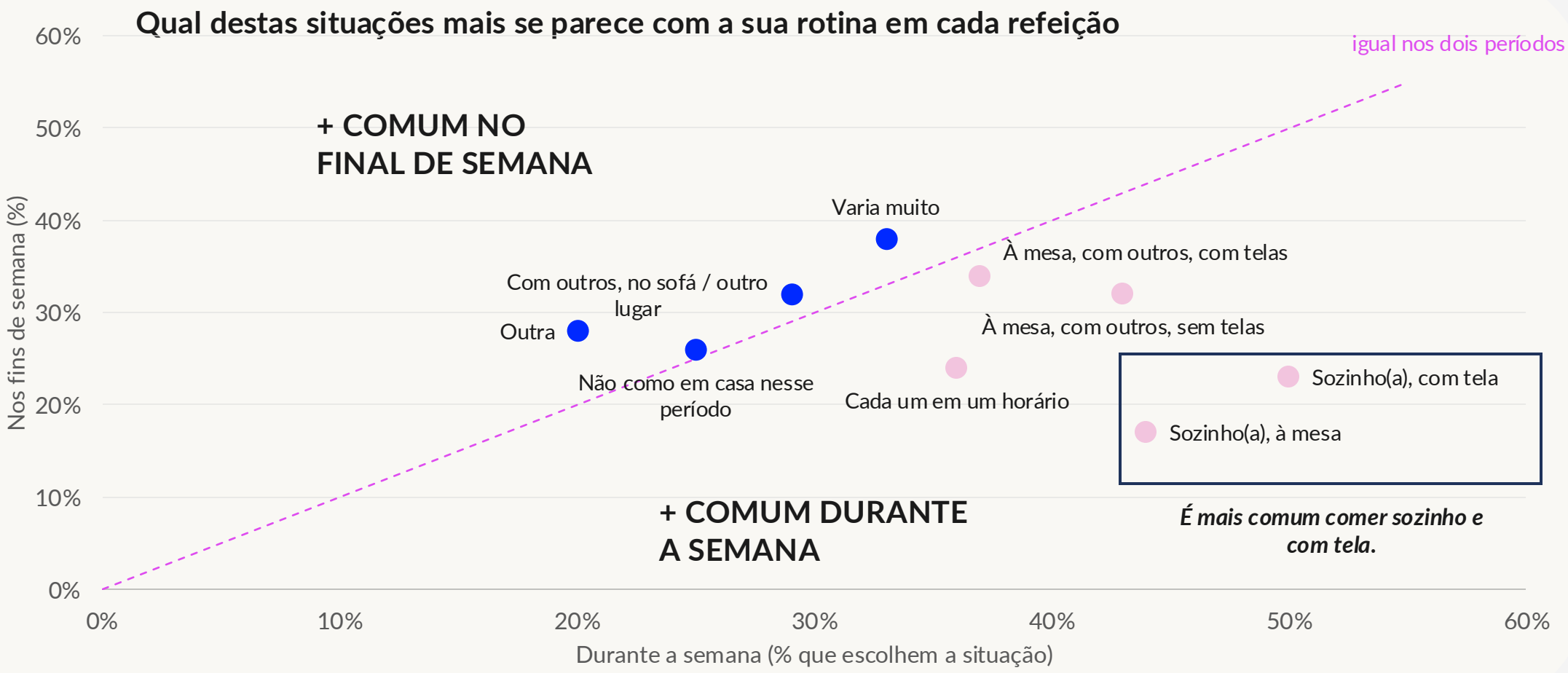


Raramente ou nunca



COZINHAR SÓ PRA RESOLVER É MAIS FREQUENTE DO QUE PARA RELAXAR.

FOOD É IMPACTADA PELAS INFRAESTRUTURA SOCIAL: A TELA VEIO PARA A MESA E A SOLIDÃO PARA A REFEIÇÃO



NO ENTANTO, UMA REFEIÇÃO MAIS ESPECIAL, EXIGE QUE ESSA ROTINA SEJA QUEBRADA: SEM TELAS E ACOMPANHADO.

P41 · F. Foods — cozinha e comida

O que você faz para tornar a refeição mais agradável ou especial

base n = 414 | DADOS PONDERADOS

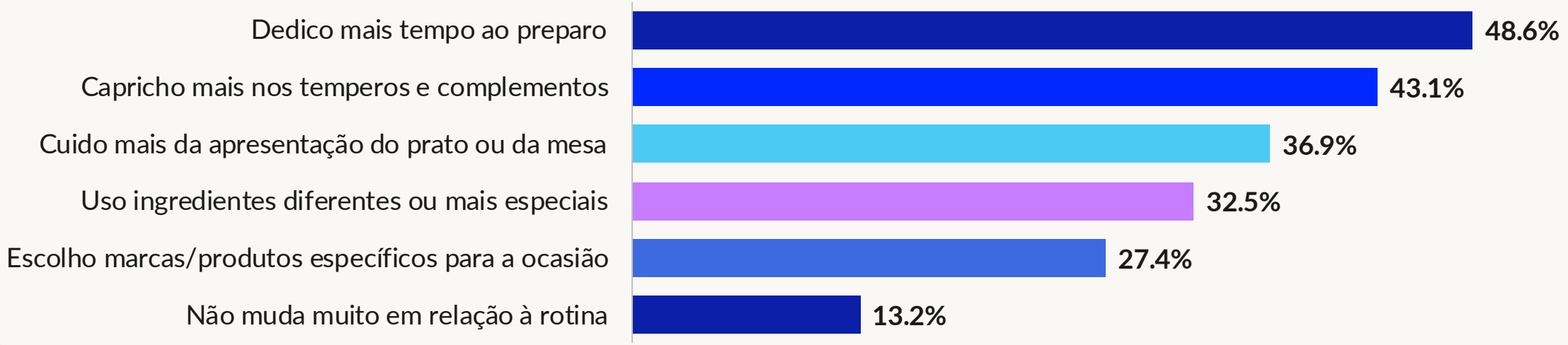


E PARA TORNAR-SE ESPECIAL
A ALQUIMIA ENTRA, PRECISANDO DE MAIS TEMPO E RITUAIS PARA CHEGAR NO GOSTO EXATO.

P39 · F. Foods — cozinha e comida

Quando cozinha para receber alguém ou em uma ocasião especial, o que muda na rotina

base n = 414 | DADOS PONDERADOS

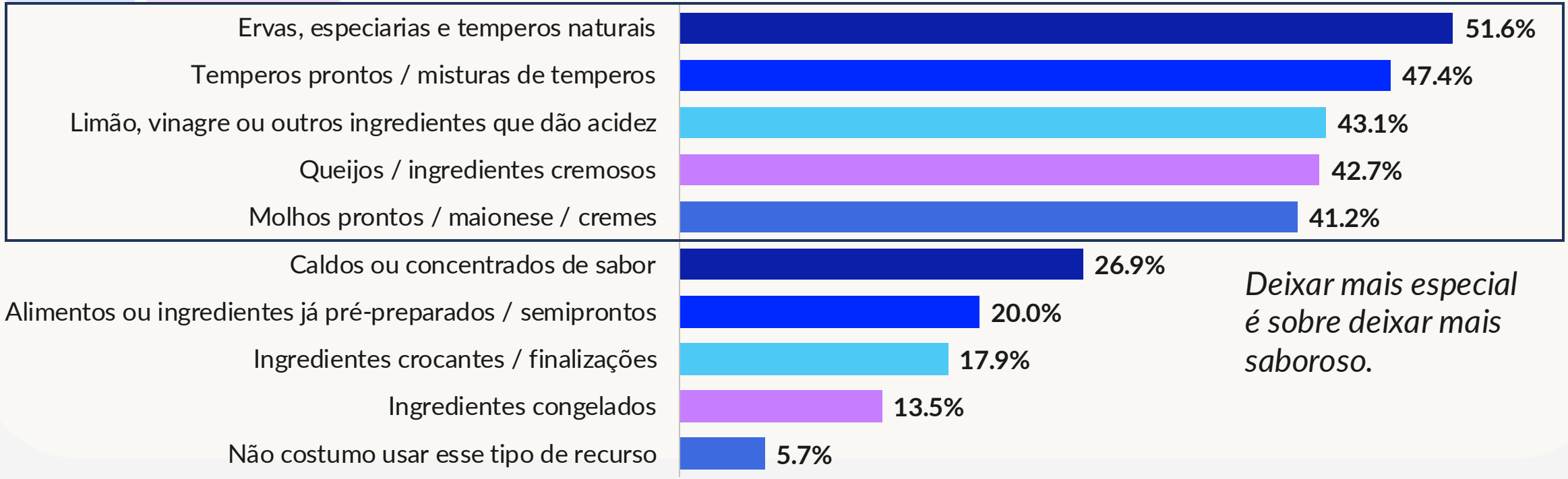


O NATURAL IMPORTA PARA DEIXAR MAIS ESPECIAL, MAS O TEMPERO PRONTO PODE RESPONDER AO COTIDIANO CORRIDO COM PRATICIDADE.

P38 · F. Foods — cozinha e comida

Quais atalhos você usa para deixar a comida mais gostosa gastando pouco tempo

base n = 415 | DADOS PONDERADOS



Deixar mais especial é sobre deixar mais saboroso.

PAUTAS PARA PR:

FOODS

Cozinhar como um
ato de sobrevivência

AS PEQUENAS RECOMPENSAS QUE CABEM NO PRATO

OPORTUNIDADES:

- **Quando comer deixa de ser apenas uma refeição e vira um momento do dia**
- **Por que os brasileiros estão transformando refeições em pequenas celebrações?**
- **A refeição como ritual possível: os novos momentos de prazer dentro de uma rotina apertada**

Por que é boa para IMPORTA:
Porque permite falar de **prazer sem cair na indulgência.** O foco não é “comer para compensar o estresse”, mas entender como a refeição ganha significado dentro da organização do cotidiano.

UNILEVER É A MARCA QUE REVIVE OS RITUAIS COTIDIANOS DO SEU CONSUMIDOR.

Obrigada!



@grupoconsumoteca

@grupoconsumoteca