

## Consumidores

## Consumidores



<sup>1</sup>Fonte: Brand Essence/Instituto Ipsos. <sup>2</sup> A medida de Top Box de avaliação global considera os respondentes que deram nota máxima para a marca Natura, em uma escala de 1 a 5. <sup>3</sup> Pesquisa a partir de amostra quantitativa de 3 mil entrevistas pessoais e domiciliares, distribuídas em 50 praças. Com a adição das cidades pequenas, o indicador de 2013 perdeu a comparabilidade com o indicador de 2012. O valor para 2012, considerando as mesmas praças, é de 78,8%.

---

## Penetração da marca Natura em domicílios brasileiros <sup>1 2 3</sup>

2013 **58,5%**

2012 – 60%

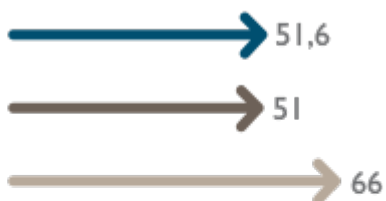
2011 – 62%

<sup>1</sup> Fonte: Kantar World Panel. <sup>2</sup> A penetração é a porcentagem de domicílios da população representada na pesquisa que compraram a marca no período especificado. <sup>3</sup> O painel representa 81% da população domiciliar e 90% do potencial de consumo do País, segundo o índice Target. Em função de atualizações no perfil populacional, as informações da Natura passam por adequações, e os números foram revistos.

## Qualidade das relações com consumidores

BRASIL <sup>1 2</sup>

(%) Lealdade<sup>3</sup>



(%) Preferência



OPERAÇÕES INTERNACIONAIS

(%) Lealdade<sup>4</sup>



(%) Preferência<sup>5</sup>



<sup>1</sup> Fonte: Brand Essence/Instituto Ipsos. <sup>2</sup> Pesquisa a partir de amostra quantitativa de 3 mil entrevistas pessoais e domiciliares, em 50 praças. Com a adição das cidades pequenas, o indicador de 2013 perdeu

a comparabilidade com o indicador de 2012.<sup>3</sup> Porcentagem de consumidores que deram a nota máxima (Top1Box), em uma escala de 1 a 5 pontos, a três aspectos: satisfação, intenção de continuar a relação com a Natura e recomendação.<sup>4</sup> Índice de lealdade é composto por top box em recomendação, top box em recompra e top box em satisfação. Considera consumidor que comprou e utilizou Natura nos últimos 12 meses.<sup>5</sup> O índice de preferência é medido nas principais praças dos países que compõem as OIs e ouve consumidores de 25 a 55 anos.

---

**Source URL:** <https://www.relatoweb.com.br/natura/13/pt-br/consumidores>