



**E-COMMERCE
QUALITY
INDEX**

SAÚDE, HIGIENE E BELEZA

A única pesquisa que avalia a **qualidade das informações** nas páginas de produto do e-commerce brasileiro.



SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	05	➤	7	ANÁLISE DAS CATEGORIAS DO EQI	54	➤
2	AS VENDAS DO SEGMENTO	07	➤	8	RANKING DOS MELHORES SITES	65	➤
3	COMPORTEAMENTO DO CONSUMIDOR	12	➤	9	RANKING DAS MELHORES MARCAS	70	➤
4	METODOLOGIA DO EQI	21	➤	10	CONCLUSÃO	80	➤
5	A NOTA DO EQI DE SAÚDE, HIGIENE E BELEZA	29	➤	11	DADOS DE MERCADO	83	➤
6	ANÁLISE DOS ATRIBUTOS DO EQI	36	➤	12	INFORMAÇÕES EXTRAS	91	➤

Como a LETT ajuda as marcas em sua jornada digital?

A Lett, criadora e idealizadora do EQI, tem como objetivo ajudar marcas a aumentarem suas vendas online, melhorar a percepção da empresa no digital e transformar a jornada no e-commerce.

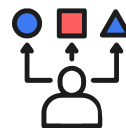
Somos especialistas em Trade Marketing Digital e utilizamos inteligência de dados para que as marcas monitorem os principais KPIs de execução no e-commerce e tenham acesso a um ecossistema perfeito de acompanhamento das ações online.

A Lett oferece para as indústrias uma solução que garante visibilidade para compreender como seus produtos são vendidos no ambiente online. Já os varejistas, têm acesso a um portal, no qual há todas as informações de cadastro para inserir na página do produto.

Saiba mais em: [lett.digital](https://www.lett.digital)

Conheça nosso blog: [dcx.lett.digital](https://www.dcx.lett.digital)

Na plataforma da Lett, as **marcas** contam com dados de:



Sortimento



Avaliações e comentários



Disponibilidade de estoque



Posição dos produtos no site por palavras-chave



Auditoria de imagens e informações de cadastro de produtos



Dados de venda (sell-out)

ASSISTA NOSSO VÍDEO



Parceiros do EQI 2021

NEOTRUST

opinion  box

All
iN 


Social Miner

olist

Chiligrum
creatives


NAÇÃO DIGITAL

POP AI
PART OF THE  GLOBAL NETWORK
BRASIL

hi
platform



 ESCOLA DE
E-COMMERCE

Introdução

O E-commerce Quality Index (EQI) é o único indicador, criado pela Lett, que avalia a qualidade das informações nas páginas de produto no e-commerce sob a perspectiva do consumidor final.

Essa é a segunda edição do EQI de Saúde, Higiene e Beleza que foi criado em virtude do alto crescimento do segmento no e-commerce. A pesquisa apresenta a performance das principais marcas e varejos do segmento em relação à experiência de compra quando o assunto é conteúdo digital.

A primeira versão foi realizada em 2020 e você pode conferir [o estudo completo aqui](#).



O faturamento do e-commerce foi de **R\$35,2 BILHÕES** nos três primeiros meses do ano de 2021, **72%** a mais que no mesmo período de 2020.

(Fonte: Neotrust)

Foram realizadas **78,5 MILHÕES** de compras online nos três primeiros meses de 2021, **54%** a mais que no mesmo período de 2020.

(Fonte: Neotrust)

O segmento de Beleza, Perfumaria e Saúde foi **O SEGUNDO MAIOR NO NÚMERO DE PEDIDOS** no e-commerce no primeiro trimestre de 2021.

(Fonte: Neotrust)

R\$7,2 bilhões

A categoria de Beleza, Perfumaria e Saúde faturou R\$7,2 bilhões e chegou a 43,4 milhões de pedidos em 2020.

(Fonte: Neotrust)

124%

O segmento de Saúde, Higiene e Beleza cresceu mais de 124% em faturamento no primeiro semestre de 2020, com um ticket médio de R\$215.

(Fonte: Fonte: Lett e Neotrust)

43.359

Os produtos de Saúde, Higiene e Beleza receberam 43.359 avaliações positivas contra 3.830 negativas entre janeiro e abril de 2021.

(Fonte: Hi Platform)

60%

As avaliações positivas foram 60% maiores nas lojas virtuais entre janeiro e abril de 2021 do que em 2020.

(Fonte: Hi Platform)

AS VENDAS NO E-COMMERCE DO SEGMENTO



O salto de vendas e número de pedidos da categoria de Saúde, Higiene e Beleza no e-commerce foi enorme em 2020 comparado com 2019.

VENDAS DO SEGMENTO EM 2019 X 2020

ANO	2019	2020	Variação
FATURAMENTO	4 bilhões	7,2 bilhões	+79,1%
NÚMERO DE PEDIDOS	20,9 milhões	43,4 milhões	+107,8%
TICKET MÉDIO	R\$192,00	R\$165,50	-13,8%

Fonte: Neotrust

Com isso, a categoria foi a segunda que mais faturou em 2020, perdendo apenas para o segmento de Moda e Acessórios, mesmo com uma redução de 13,8% do ticket médio.

Marcas mais vendidas em 2020



*A ordem não representa a posição em número de vendas.

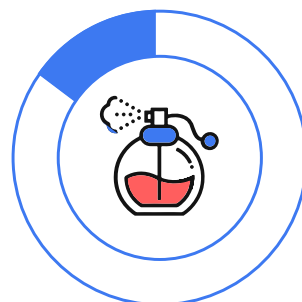
Fonte: Neotrust

Categorias mais vendidas em 2020



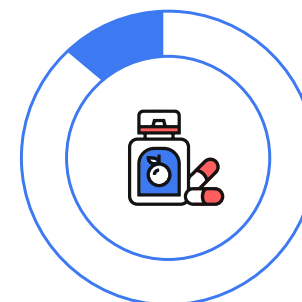
32,6%

Capilar



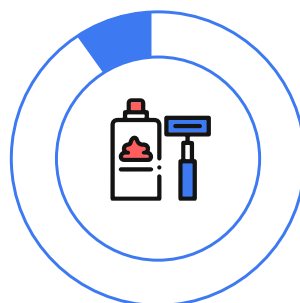
16,8%

Perfumaria



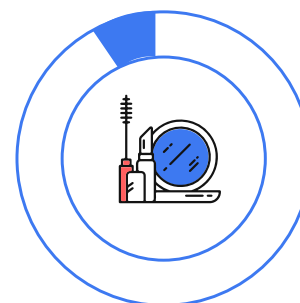
13,6%

Medicamentos/
Saúde



8,2%

Barbearia

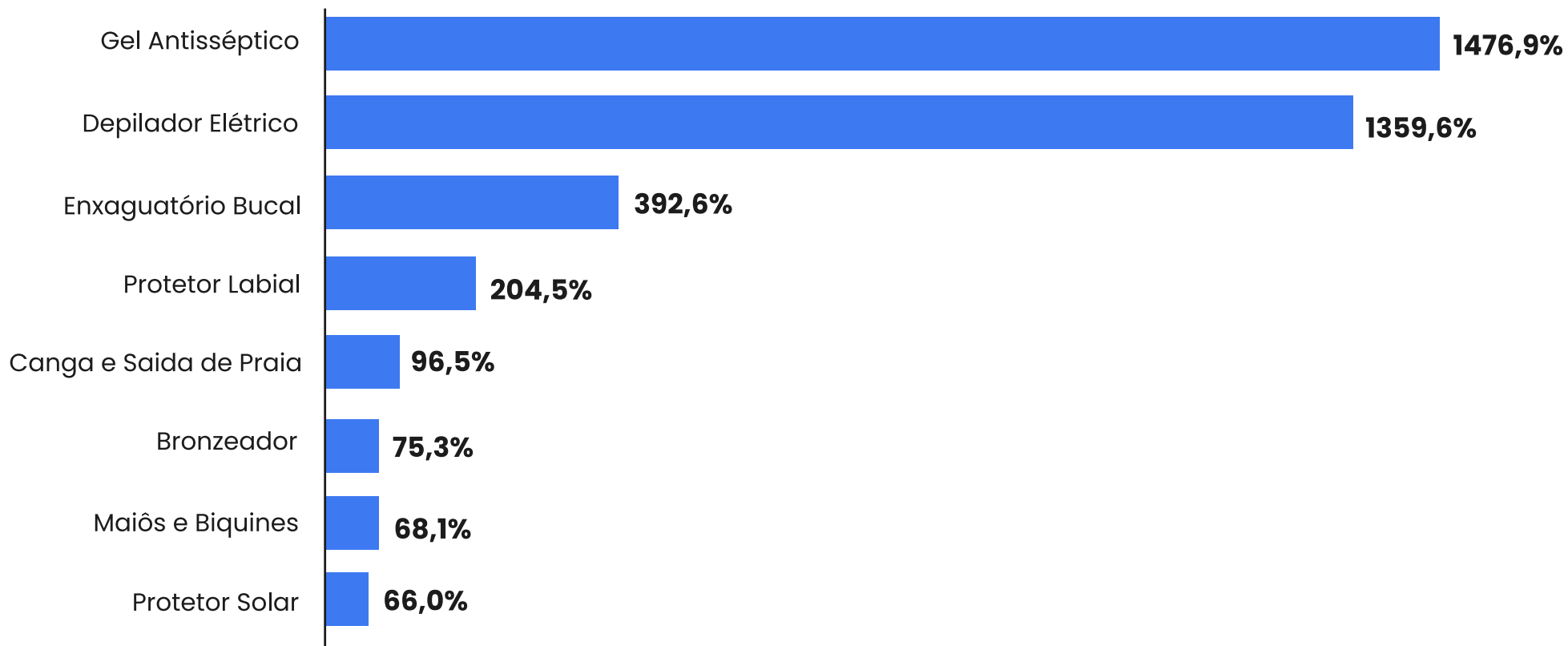


5,5%

Maquiagem

Fonte: Neotrust

Produtos mais vendidos no verão de 2019 x 2020



O período considerado é de 21 de dezembro de 2020 a 21 de janeiro de 2021 X 21 de dezembro de 2019 a 21 de janeiro de 2020.

Fonte: Neotrust

COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR



Pesquisa sobre comportamento do consumidor de Saúde, Higiene e Beleza:

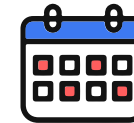
Um dos principais pilares do EQI é trazer insights para que marcas e varejistas ofereçam a melhor experiência de compra possível no e-commerce.

Pensando nisso, fizemos uma pesquisa em parceria com o Opinion Box para compreender o comportamento de compra exclusivamente no segmento de Saúde, Higiene e Beleza. Veja os principais resultados!



Entrevistados:

2140 pessoas maiores de 18 anos



Período:

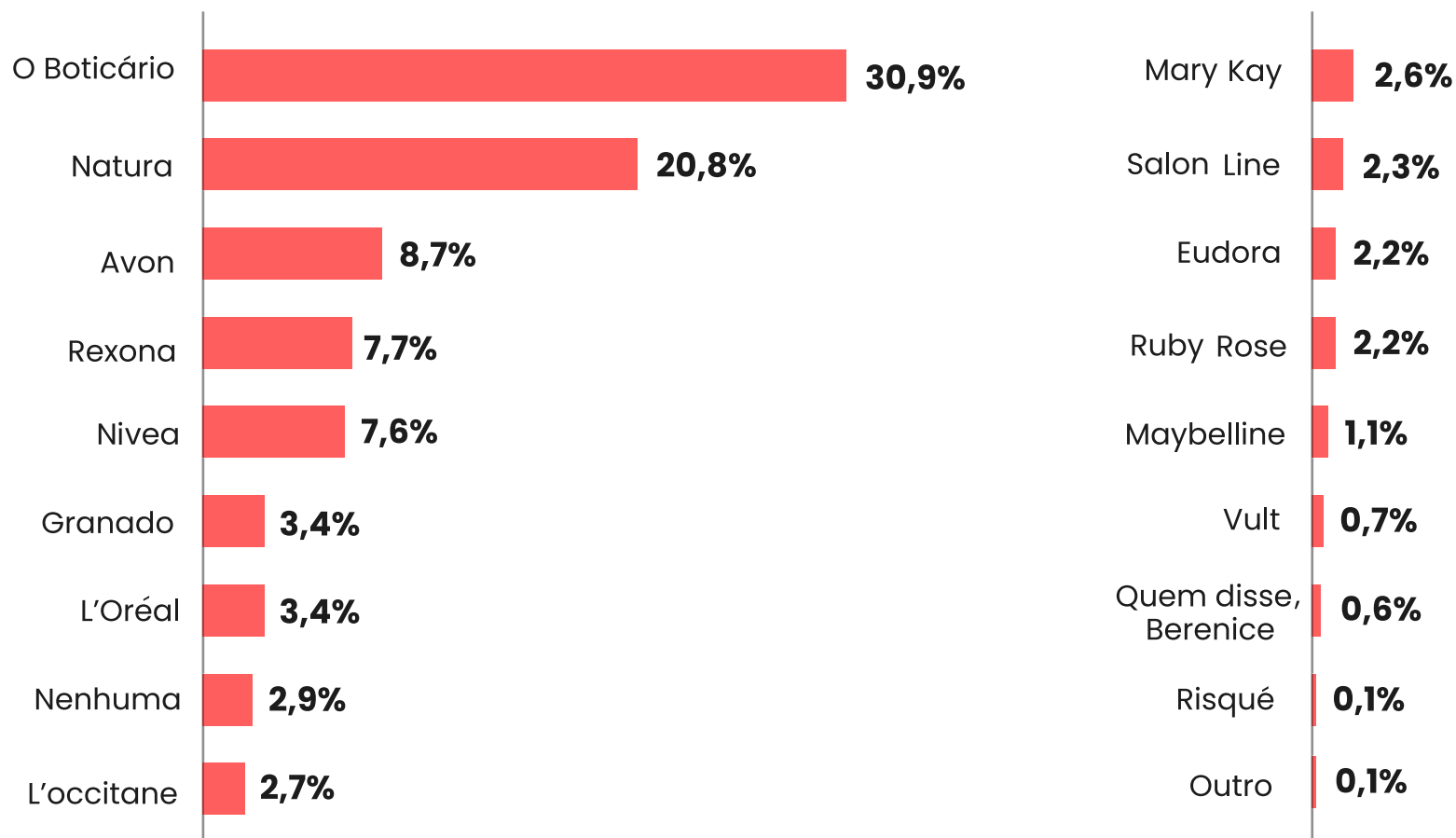
31 de março a 9 de abril de 2021



Fonte:

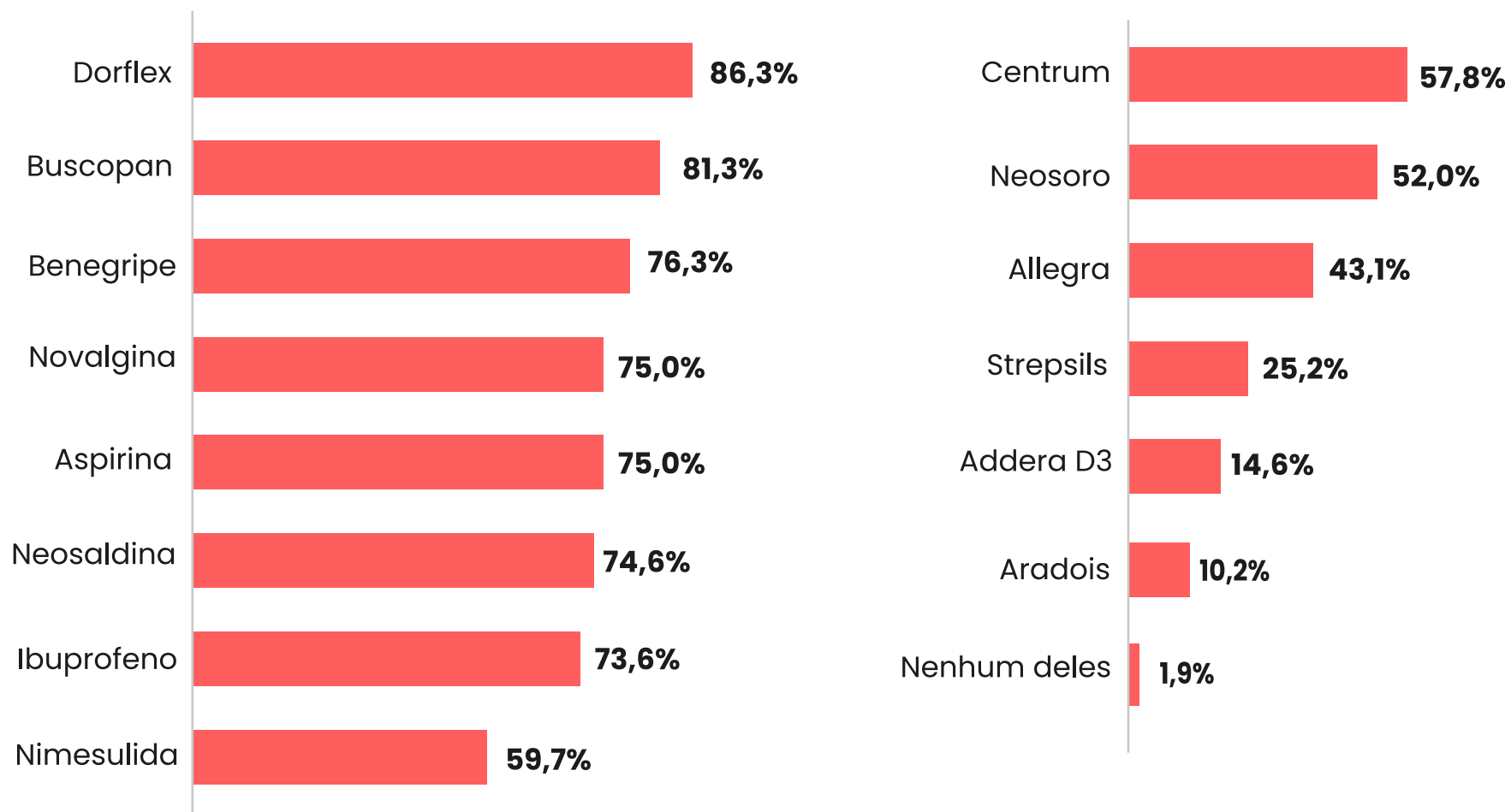


Das marcas abaixo, qual é a sua preferida para comprar produtos de Saúde, Higiene e Beleza?



Fonte: Lett e Opinion Box

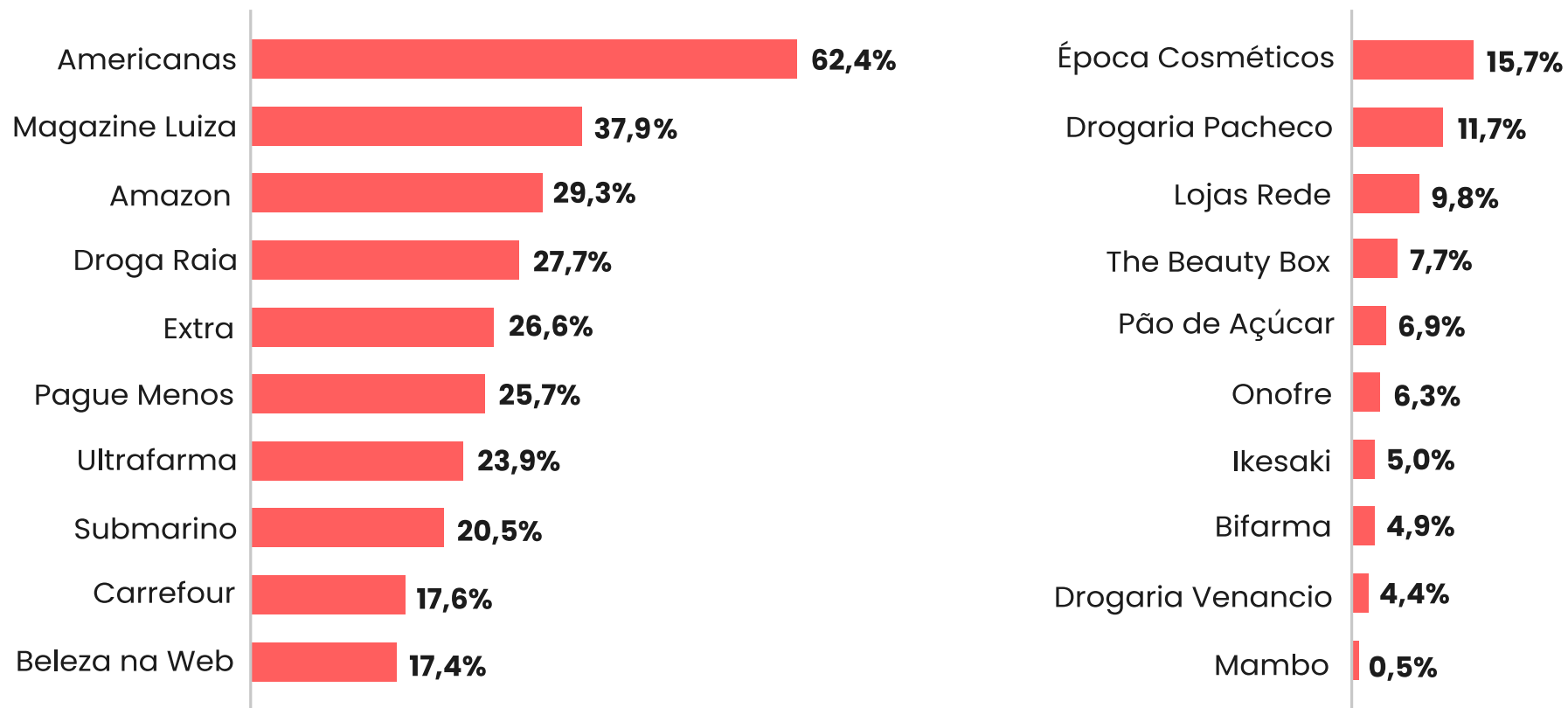
Dos produtos de saúde abaixo, quais você já ouviu falar?



Nessa pergunta era permitido marcar mais de uma opção.

Fonte: Lett e Opinion Box

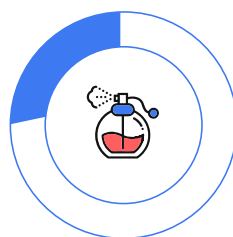
Em quais lojas online você já comprou produtos de Saúde, Higiene e Beleza?



Nessa pergunta era permitido marcar mais de uma opção.

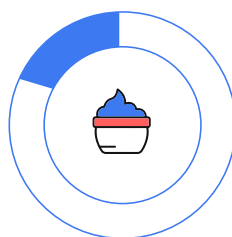
Fonte: Lett e Opinion Box

Qual é a categoria de produtos de Saúde, Higiene e Beleza que você mais compra na internet?



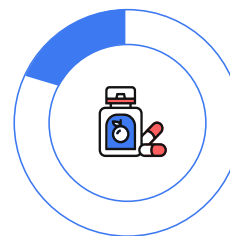
21,8%

Perfumes



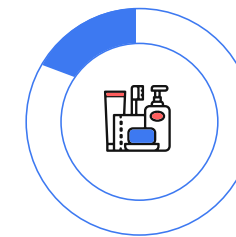
17,9%

Cuidados
com a Pele



17,8%

Saúde



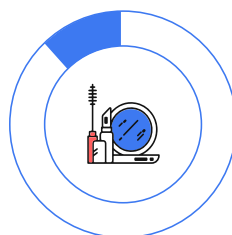
15,9%

Higiene
Pessoal



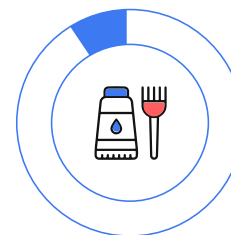
10,8%

Capilar



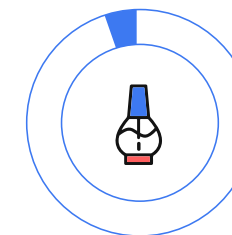
9,3%

Maquiagem



4,1%

Coloração
Capilar



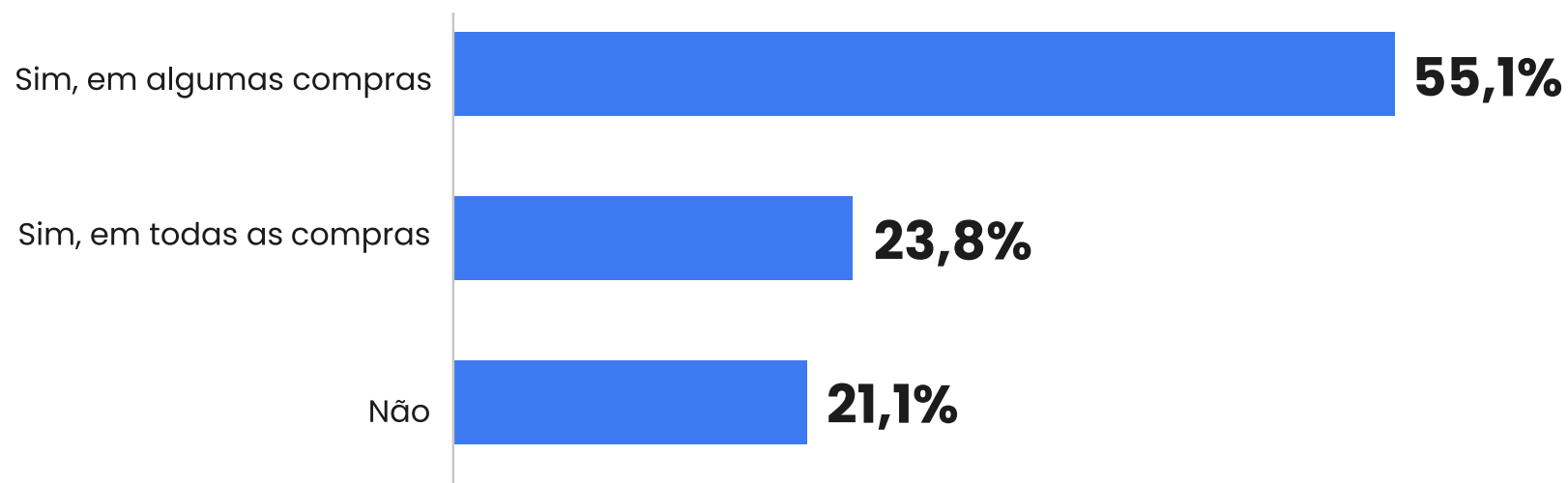
2,4%

Esmaltes

A categoria de Cuidados com a Pele abrange dermocosméticos, protetor solar, produtos para acne e anti rugas.
A categoria de Higiene Pessoal abrange creme dental, fraldas, lenços, enxaguantes bucais e produtos para barba.
A categoria de Saúde considera os medicamentos em geral, nutrição infantil e vitaminas.

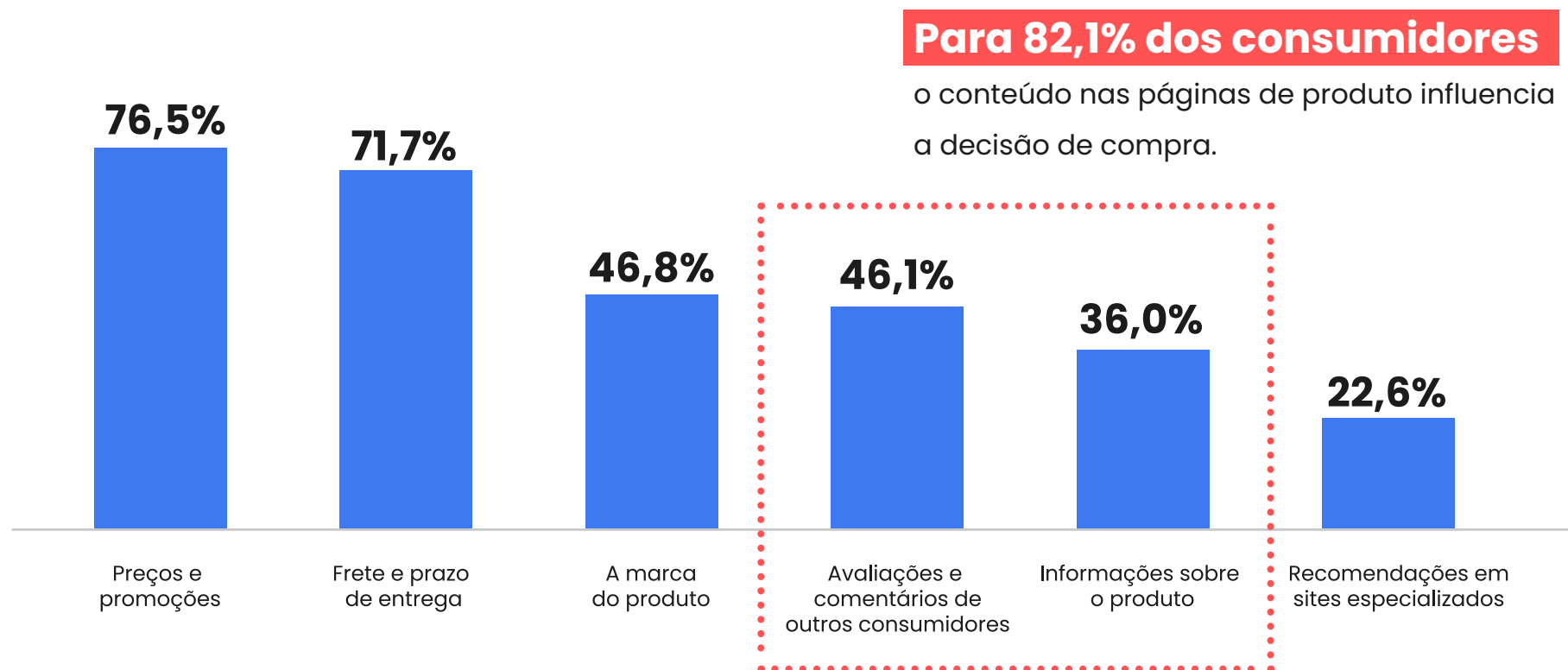
Fonte: Lett e Opinion Box

Você acessa o site da marca/fabricante para pesquisar informações sobre o produto de Saúde, Higiene e Beleza antes de comprar?



Fonte: Lett e Opinion Box

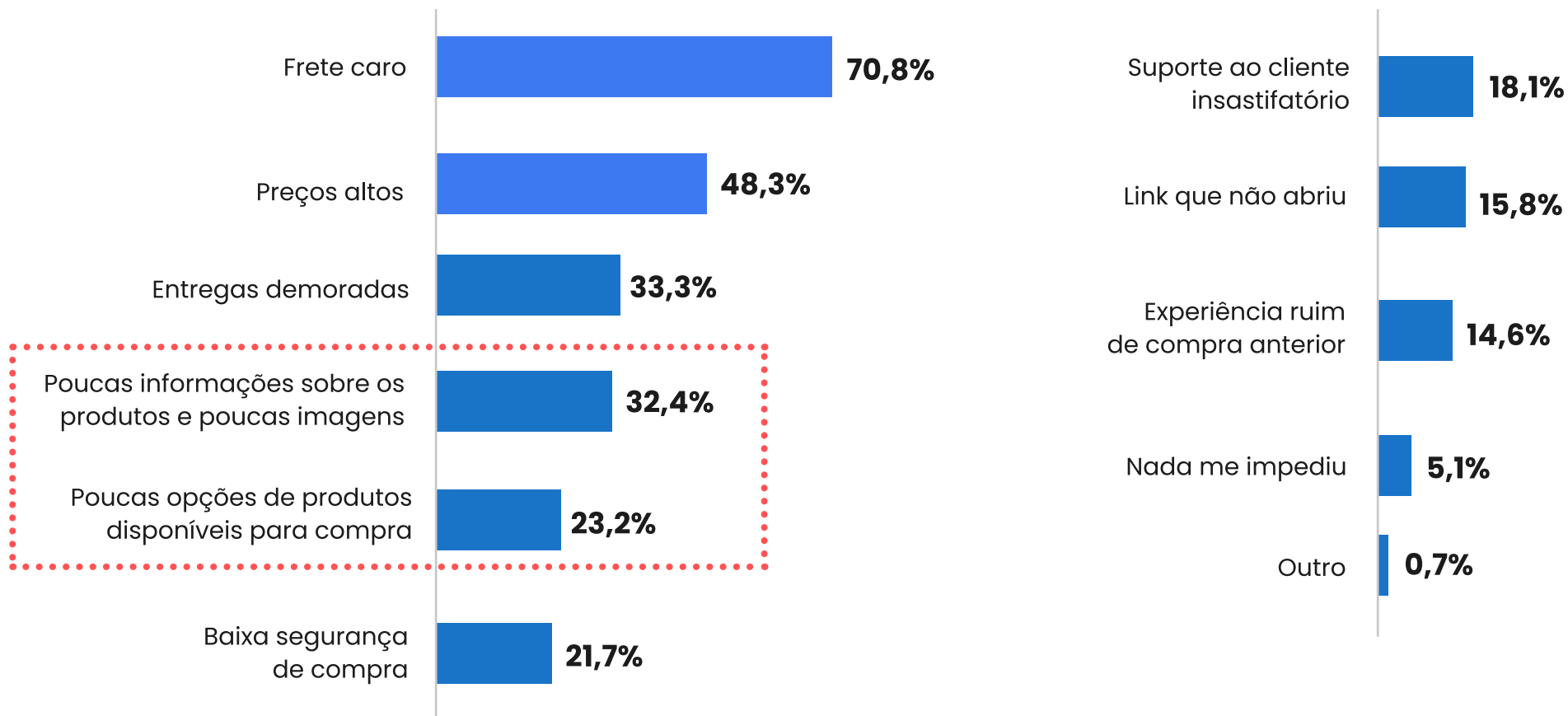
Quais fatores influenciam mais a sua decisão ao comprar produtos de Saúde Higiene e Beleza online?



Nessa pergunta era permitido marcar mais de uma opção.

Fonte: Lett e Opinion Box

O que já te impediu de concluir uma compra de um produto de Saúde, Higiene e Beleza na internet?



Nessa pergunta era permitido marcar mais de uma opção.

Fonte: Lett e Opinion Box

METODOLOGIA DO EQI



Escopo

EQI de Saúde, Higiene e Beleza 2021 avaliou:



+754 mil
páginas de produto

39
e-commerces

+650
marcas

Os dados foram coletados em abril, maio e junho de 2021.

Os sites e marcas foram escolhidos pela sua representatividade e presença no e-commerce, grande faturamento online e por serem as empresas mais lembradas pelos consumidores.



**CONFIRA AQUI A LISTA DE
E-COMMERCE AVALIADOS NO EQI**

**CONFIRA AQUI A LISTA DE MARCAS
AVALIADAS NO EQI**



Categorias

Os produtos avaliados no EQI de Saúde, Higiene e Beleza foram divididos nas seguintes categorias:



Capilar



Higiene Pessoal**



Coloração Capilar



Maquiagem



Cuidados com a Pele*



Perfumes



Esmaltes



Saúde***

*A categoria de Cuidados com a Pele abrange dermocosméticos, protetor solar, produtos para acne e anti rugas.

**A categoria de Higiene Pessoal abrange creme dental, fraldas, lençóis, enxaguantes bucais e produtos para barba.

***A categoria de Saúde considera os medicamentos em geral, nutrição infantil e vitaminas.

CrITÉrios de avaliaÇÃO

O EQI avalia 5 atributos presentes nas páginas de produto, de acordo com as informações encontradas no e-commerce.



IMAGE SCORE

Número de imagens presentes na página.



RATING SCORE

Nota média do produto avaliada pelos consumidores.



DESCRIPTION SCORE

Número de palavras encontradas no campo de descrição do produto.



SEARCH SCORE

Nota média baseada no número de caracteres no título e se o produto está cadastrado em alguma categoria no site.



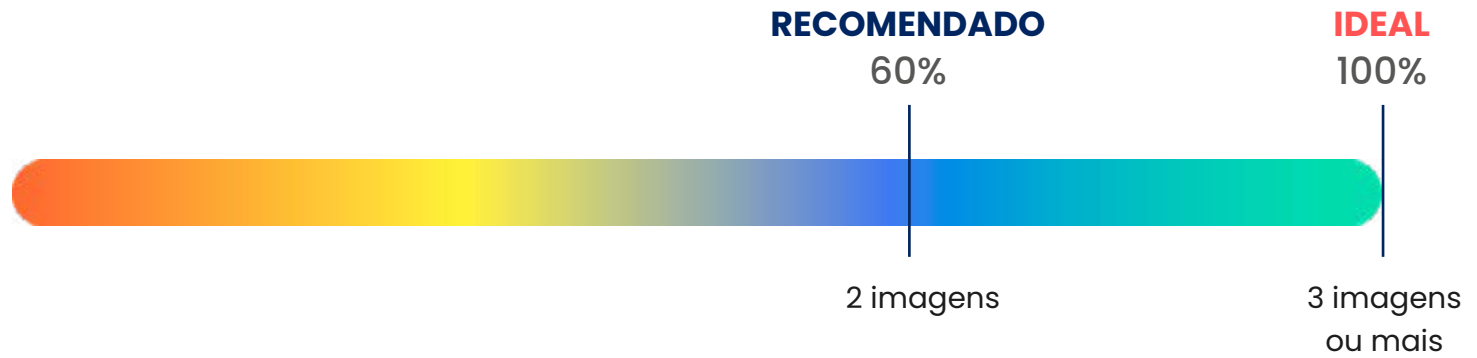
REVIEW SCORE

Número de comentários sobre o produto na página.

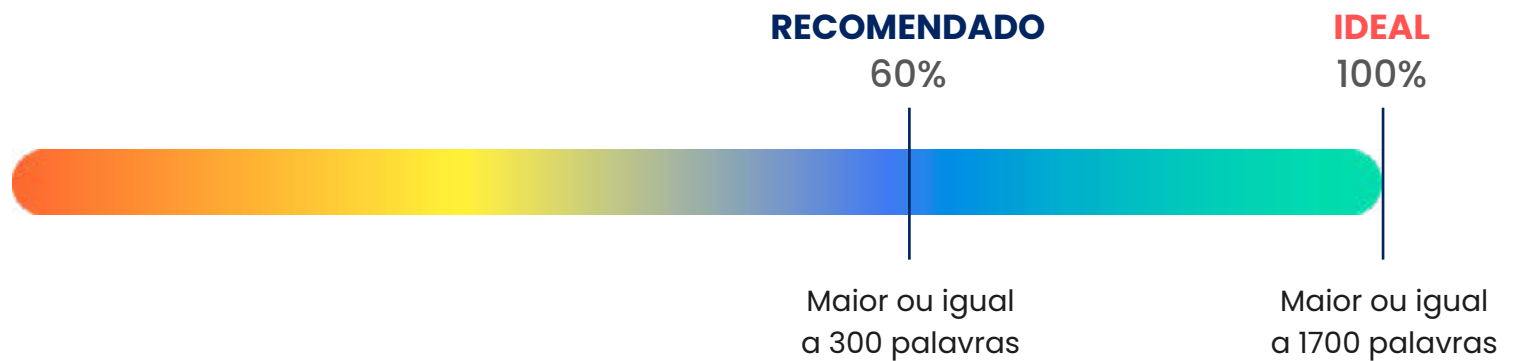
Segundo o EQI, o recomendado para cada um dos atributos seria:



Image
Score

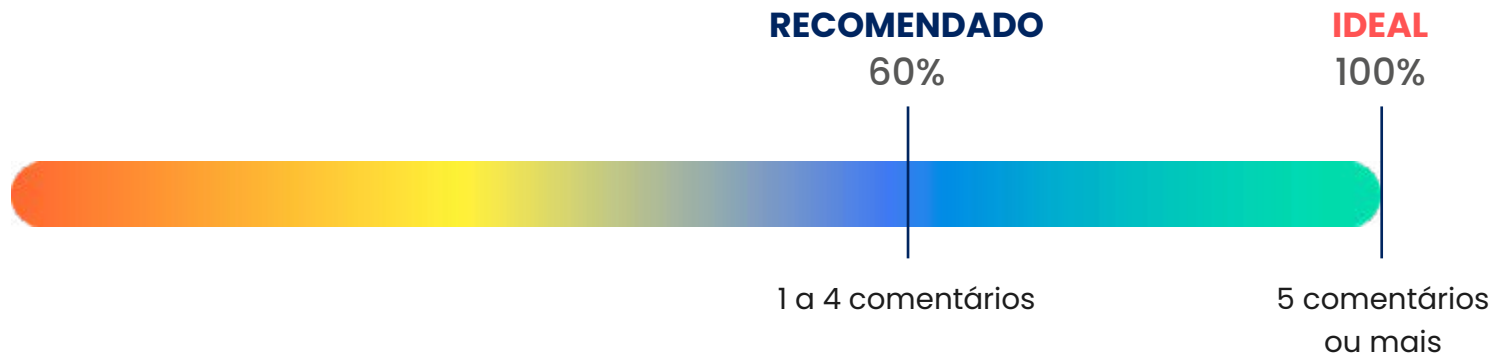


Description
Score

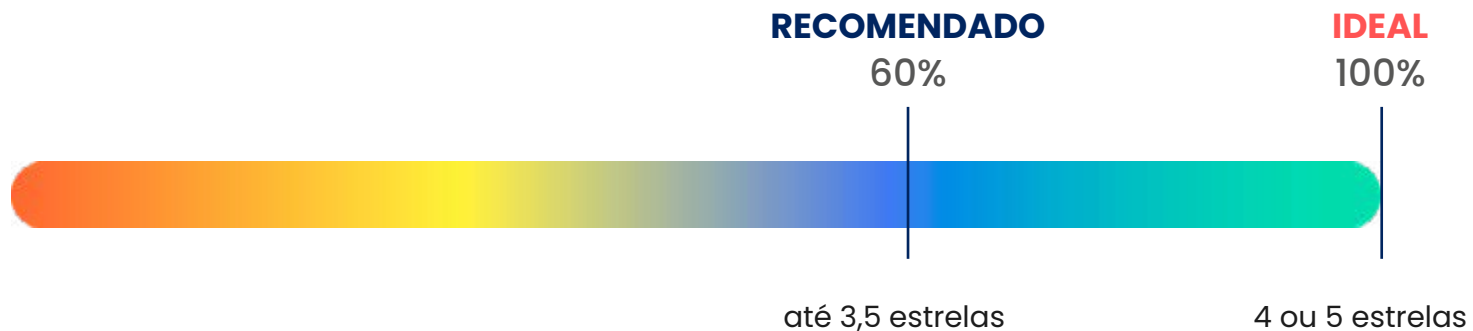




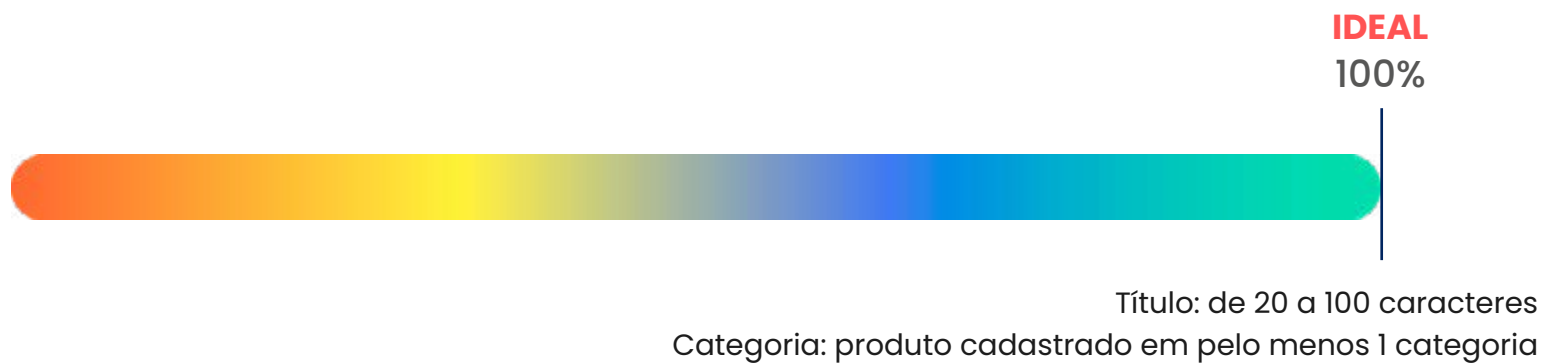
Review
Score



Rating
Score



Search
Score



Peso dos atributos do EQI

O EQI é uma pesquisa que avalia a informação no e-commerce sob a perspectiva do consumidor final. Então, para atribuir peso a cada um dos atributos do estudo, fizemos uma **pesquisa com o Opinion Box** para compreender qual conteúdo é mais relevante em uma página de produto no e-commerce para o consumidor.

Diante do resultado, os pesos dos atributos do EQI foram classificados de acordo com a sua relevância perante os consumidores.

Isso quer dizer que, para o consumidor, o rating tem maior relevância do que a descrição, reviews, imagens e buscas. Portanto, esse é o atributo com maior peso no EQI.

1. Rating Score

2. Description Score

3. Review Score

4. Image Score

5. Search Score

A NOTA DO EQI DE SAÚDE, HIGIENE E BELEZA





46

A nota do EQI Saúde, Higiene e Beleza 2021 é **46 em uma escala de 0 a 100.**

*O mínimo recomendado pelo EQI é **a nota 60**, portanto o resultado do segmento não foi satisfatório. Porém, houve um aumento significativo em relação a 2020.

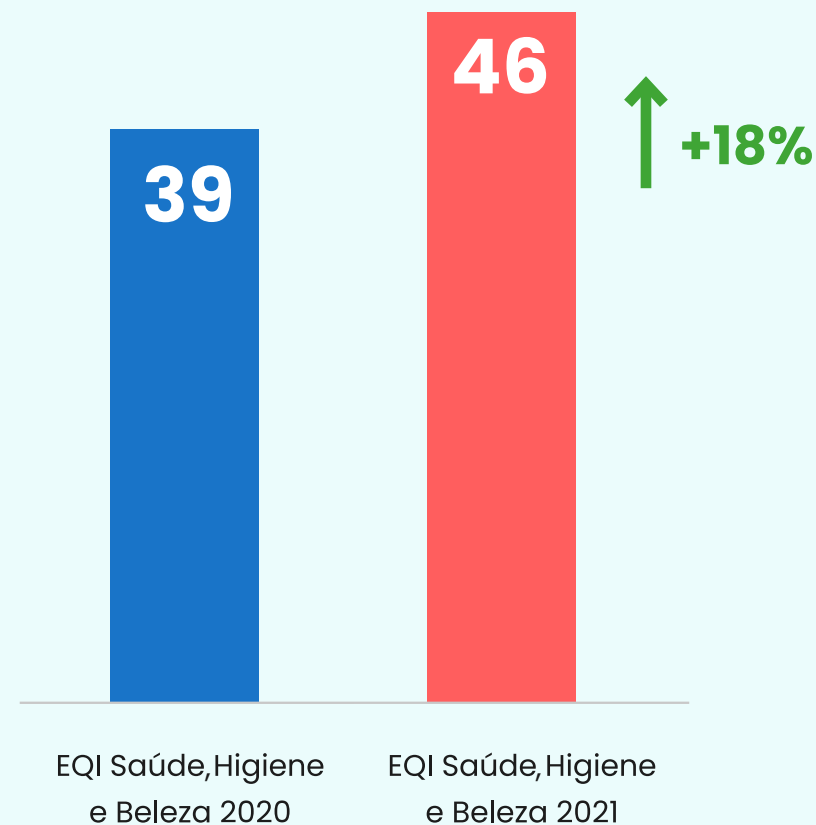
100

0



O EQI de Saúde, Higiene e Beleza de 2021 mostrou um grande avanço em relação à qualidade das informações nas páginas de produto, obtendo uma nota 18% superior em comparação com o **EQI de 2020**.

Apesar disso, o índice considera que o recomendado é uma nota 60, portanto, ainda há muito o que evoluir para que o consumidor tenha todos os dados que precisa para fazer uma compra com tranquilidade e não se arrepender depois.

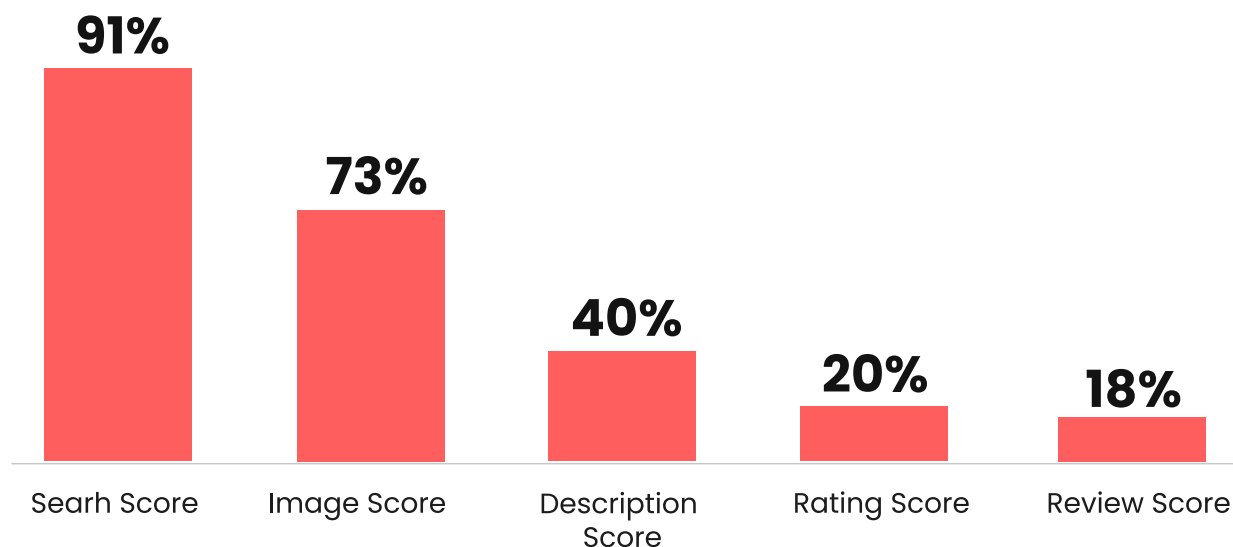


Resultado por atributo

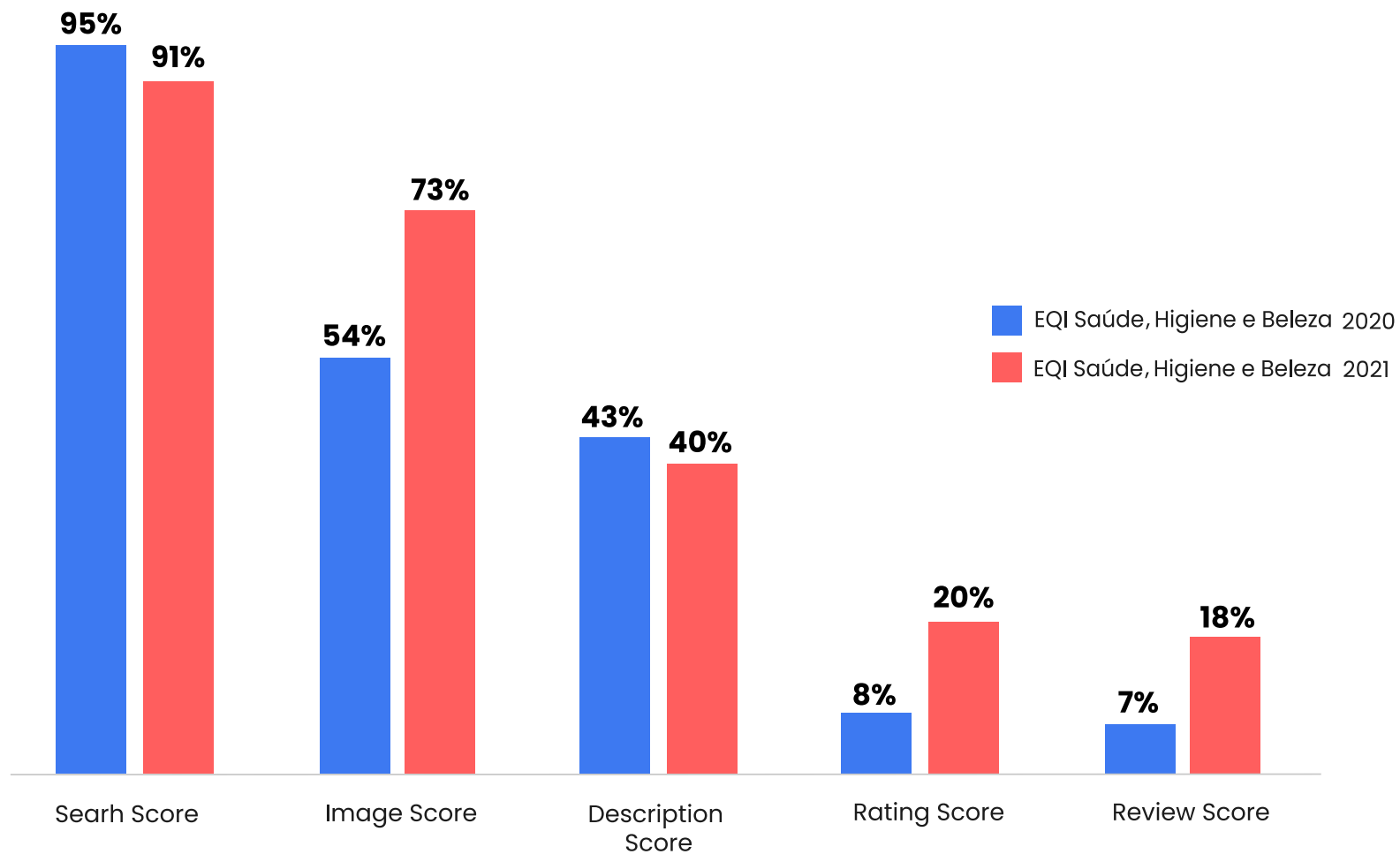
Para compreender porque o EQI de Saúde, Higiene e Beleza obteve a nota 46, é importante analisar os atributos que compõem o estudo. Cada atributo é calculado em um percentual de 0% a 100%.

Sendo assim, o resultado mostra que o maior problema do e-commerce brasileiro é a ausência de rating e reviews nas páginas de produto.

Ao contrário dos Estados Unidos, no Brasil, os consumidores ainda não têm o hábito de avaliar as compras que fazem online, o que dificulta a experiência de novos usuários. Por isso, fabricantes e varejistas têm o papel fundamental em estimular esses recursos.



Resultado por atributo EQI 2020 x 2021



Melhores atributos do EQI



Image Score passou de

54% para 73%



Rating Score passou de

8% para 20%



Review Score passou de

7% para 18%

Esses atributos mostram que os varejistas têm feito um papel mais eficiente em relação a rating e reviews e que estão priorizando a quantidade de imagens por produto.

Piores atributos do EQI



Description Score caiu de

43% para 40%



Search Score caiu de

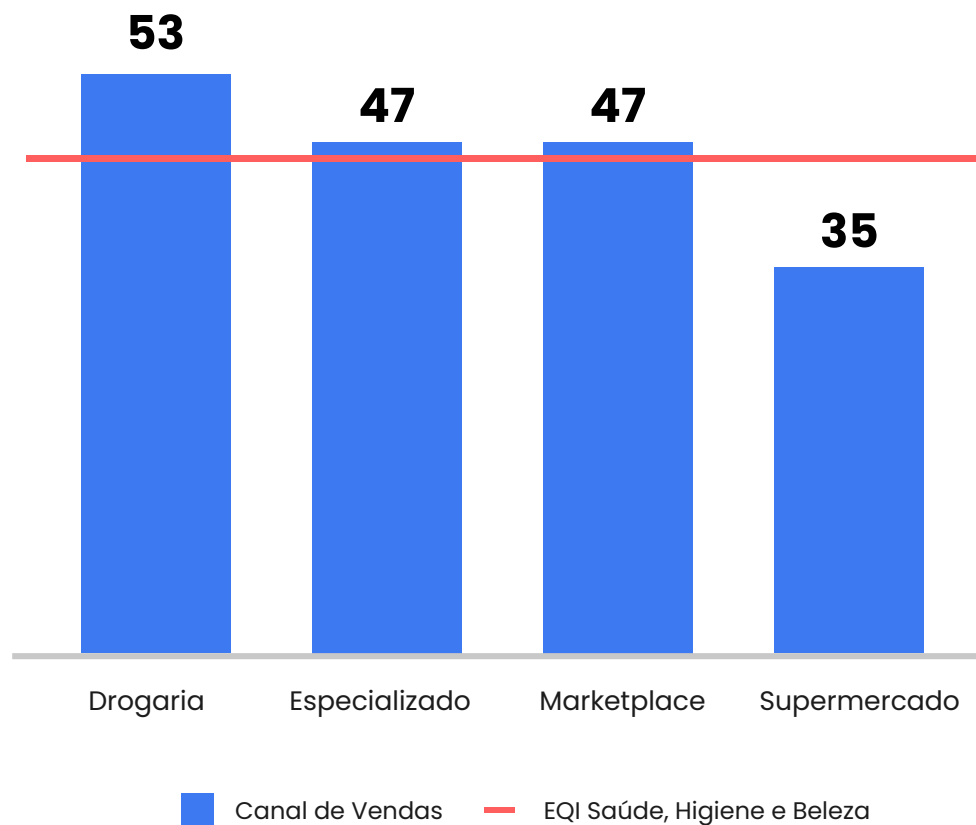
95% para 91%

Os resultados mostram que o título do produto não está adequado e que alguns itens não estão categorizados, o que prejudica a experiência de compra online.

Além disso, os varejistas e fabricantes estão se preocupando bastante com imagens, porém estão deixando a desejar em relação às descrições.

Resultado por canal de vendas

Quando a análise é feita por canal de vendas, Drogeria é o que obteve o melhor resultado, chegando a 53 pontos. Por outro lado, temos um sério problema com os sites de Supermercado que estão bem abaixo da média do mercado.



CONFIRA OS SITES DE CADA
CANAL DE VENDAS



ANÁLISE DOS ATRIBUTOS DO EQI





Image Score

O Image Score é calculado de acordo com o número de imagens na página de produto. Assim, o score é de 100% quando o produto possui 3 imagens ou mais.



EQI Saúde, Higiene e Beleza 2020



EQI Saúde, Higiene e Beleza 2021

↑ +35%



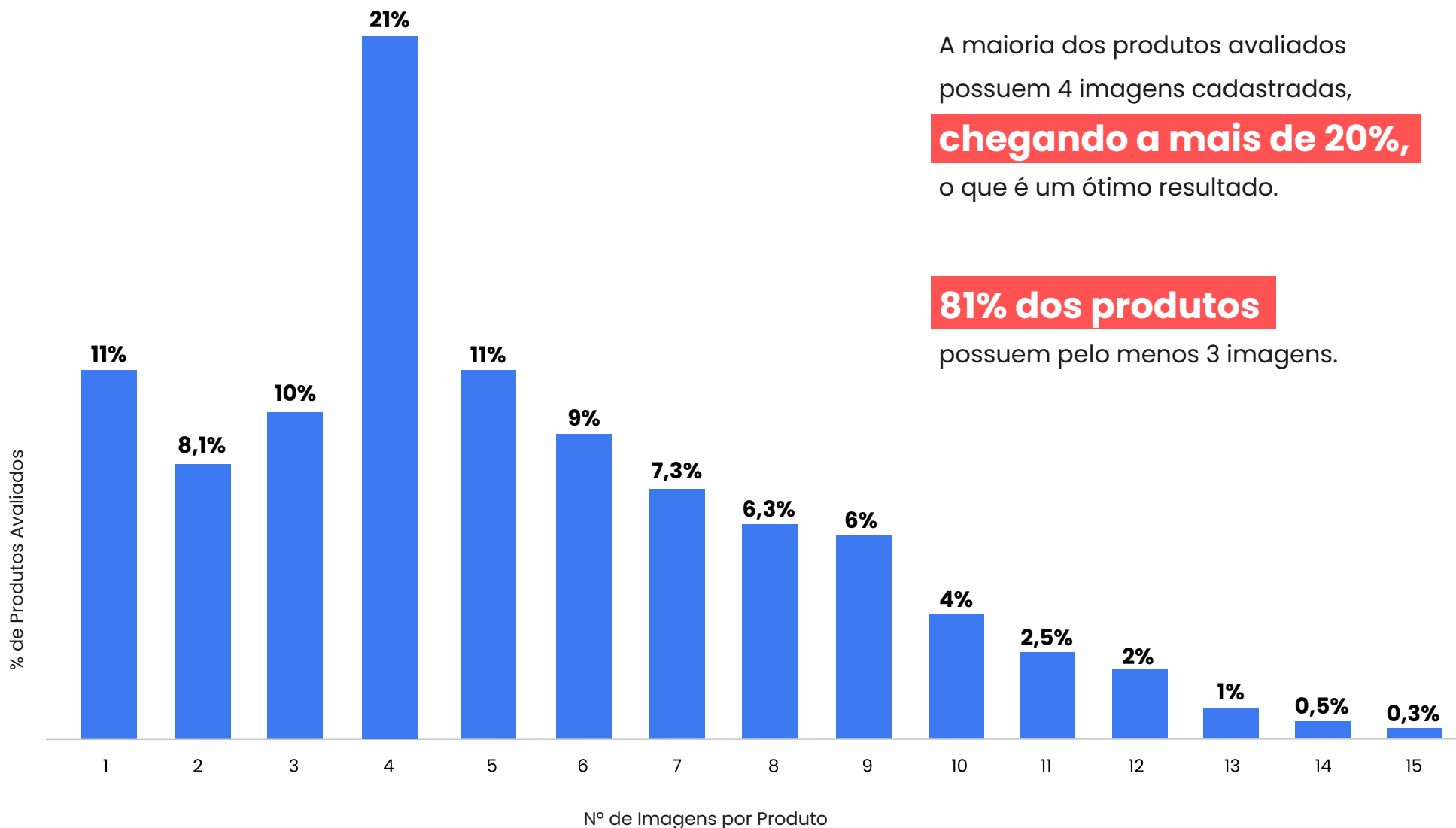
O EQI 2021 obteve um resultado bem melhor em relação ao Image Score, aumentando em 35%, ou seja, as categorias estão investindo mais nesse quesito.

O resultado mostra que o segmento de Saúde, Higiene e Beleza tem, em média, 3 fotos por item, que é o mínimo necessário para oferecer uma boa experiência de compra para o consumidor.



IMAGE SCORE	73%
Nº MÉDIO DE IMAGENS POR PRODUTO	3
PRODUTOS COM PELO MENOS 3 IMAGENS	81%

Número médio de imagens por produto



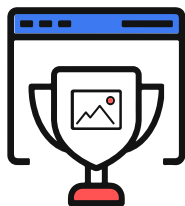
A maioria dos produtos avaliados possuem 4 imagens cadastradas,

chegando a mais de 20%,

o que é um ótimo resultado.

81% dos produtos

possuem pelo menos 3 imagens.



E-COMMERCE CAMPEÕES NO ATRIBUTO IMAGE SCORE

SITE	IMAGE SCORE
Época Cosméticos	94,4%
Bifarma	89,3%
Mambo	88,2%



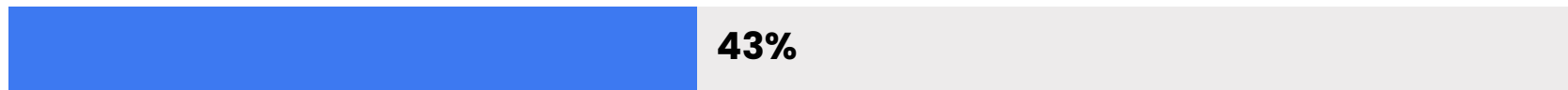
MARCAS CAMPEÃS NO ATRIBUTO IMAGE SCORE

MARCA	IMAGE SCORE
Elgydium	100%
Neocoflan	100%
Ômega 3 Natele	100%



Description Score

O Description Score é calculado de acordo com o número de palavras na descrição. Portanto, se a descrição possui 300 palavras ou mais, o resultado será de 60%. Se a descrição for maior ou igual a 1700 palavras, a nota é de 100%



EQI Saúde, Higiene e Beleza 2020



EQI Saúde, Higiene e Beleza 2021

↓ -7%

A descrição dos produtos continua sendo um dos principais desafios no e-commerce de Saúde, Higiene e Beleza e teve uma piora entre 2020 e 2021, caindo 7%.

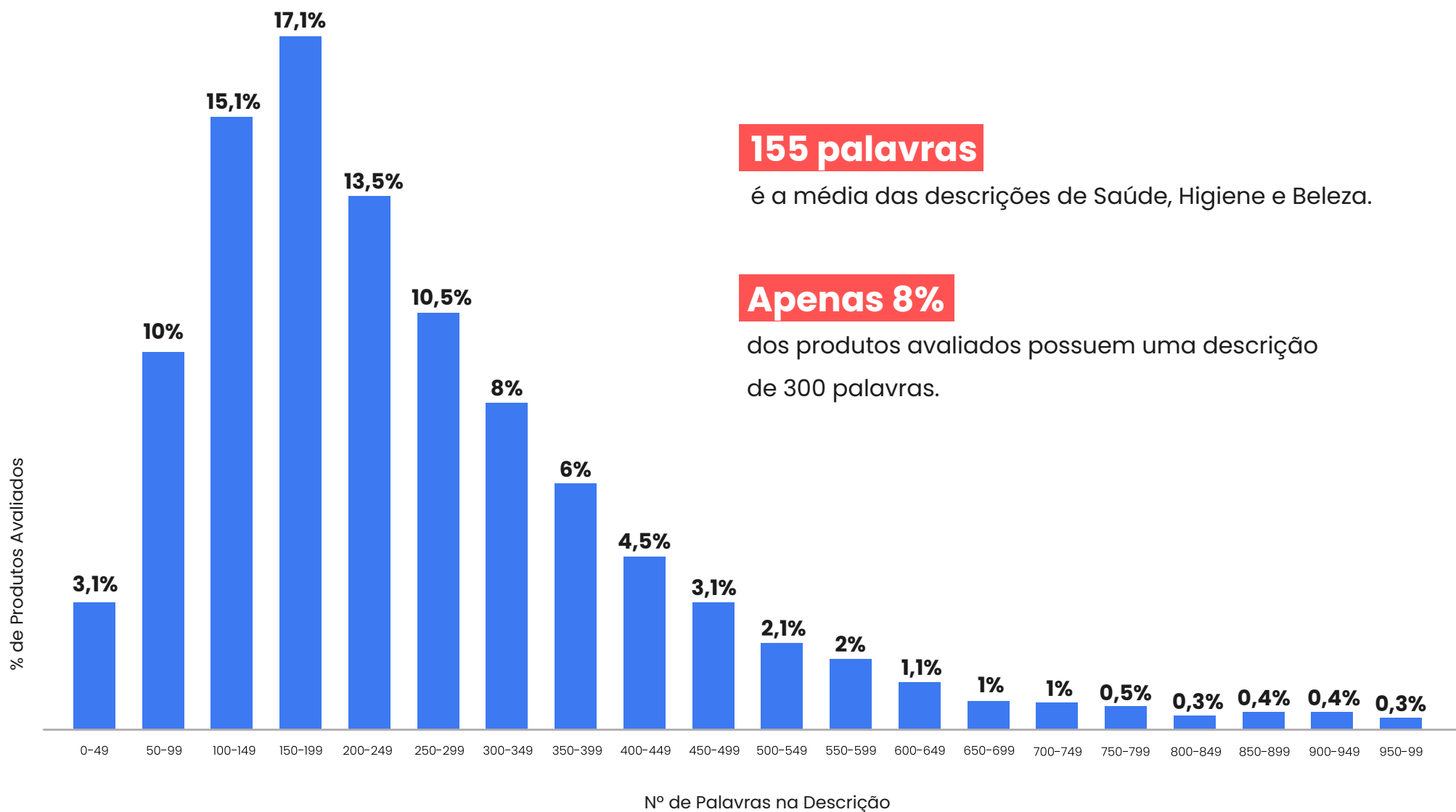
Os produtos têm, em média, 155 palavras, quase 50% a menos do valor necessário para um EQI recomendado, que orienta a ter pelo menos 300 palavras.

Segundo pesquisa do Backlinko, o ideal é que as descrições de produtos em e-commerce tenham 1.700 palavras para aparecer nas 10 primeiras posições de busca do Google.



DESCRIPTION SCORE	40%
Nº MÉDIO DE PALAVRAS NA DESCRIÇÃO	155
% DE PRODUTOS COM 300 PALAVRAS NA DESCRIÇÃO	8%

Número médio de palavras na descrição por produto





E-COMMERCE CAMPEÕES NO ATRIBUTO DESCRIPTION SCORE

SITE	DESCRIPTION SCORE
Época Cosméticos	53,4%
Beleza na Web	52,7%
Onofre	50,6%



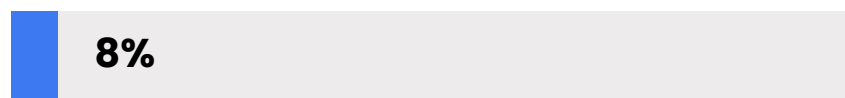
MARCAS CAMPEÃS NO ATRIBUTO DESCRIPTION SCORE

MARCA	DESCRIPTION SCORE
Tamiflu	86,6%
Perjeta	82,6%
Buscofem	69,4%

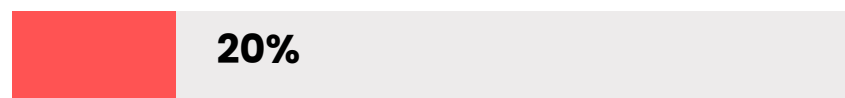


Rating Score

O Rating Score é calculado de acordo com o número de avaliações por produto. Páginas de produto com até 3,5 estrelas recebem o score de 60%, entre 4 a 5 estrelas, a nota é 100.



EQI Saúde, Higiene e Beleza 2020



EQI Saúde, Higiene e Beleza 2021

↑ +150%

RATING SCORE	20%
% DE PRODUTOS QUE POSSUEM EM MÉDIA 5 ESTRELAS	30,2%
% DE PRODUTOS QUE POSSUEM EM MÉDIA APENAS 1 ESTRELA	0,2%

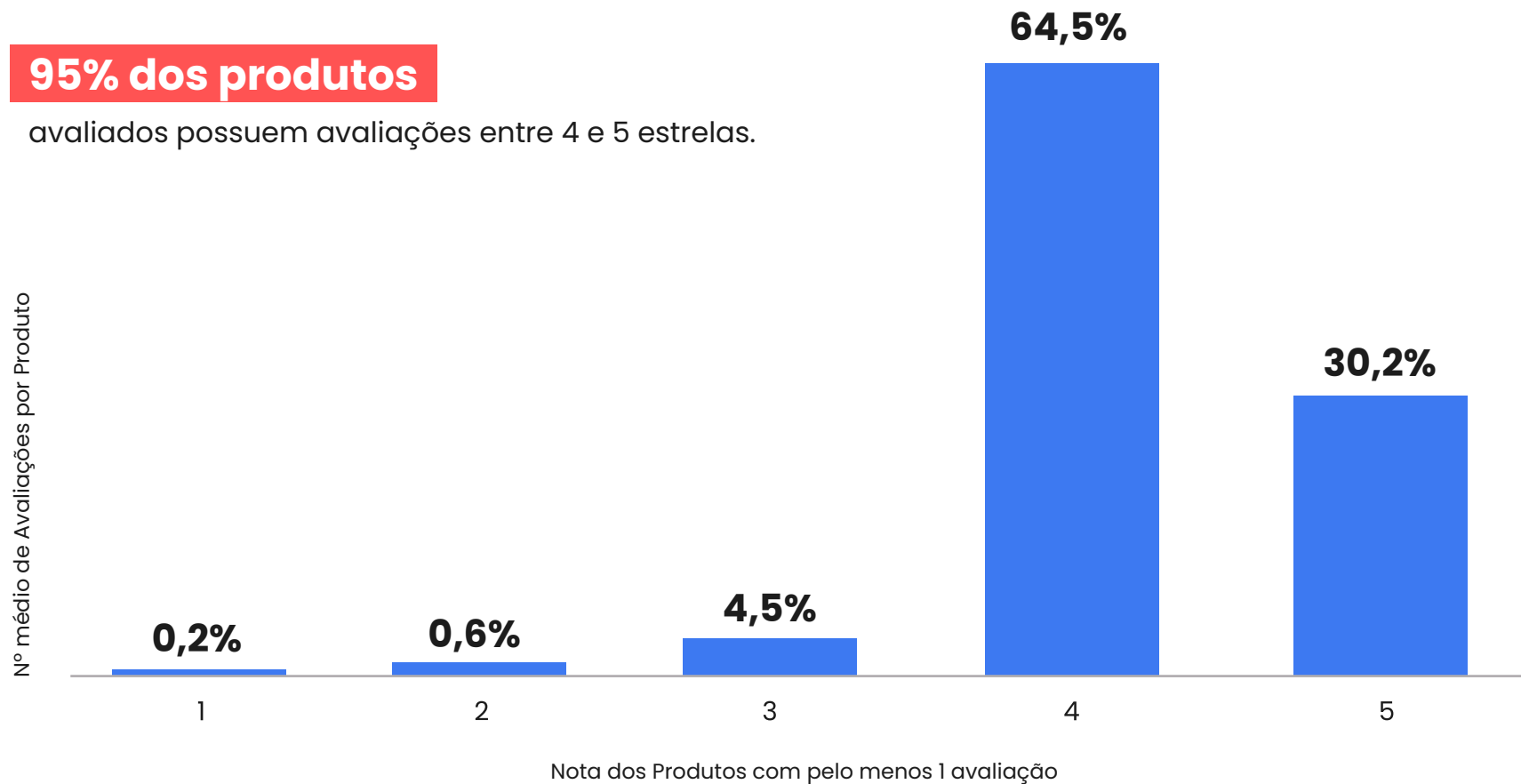
Número médio de avaliações por produto

90% dos produtos

não possuem nenhuma avaliação dos consumidores.

95% dos produtos

avaliados possuem avaliações entre 4 e 5 estrelas.





E-COMMERCE CAMPEÕES NO ATRIBUTO RATING SCORE

SITE	RATING SCORE
Droga Raia	99,1%
Época Cosméticos	91,5%
Drogasil	73,1%



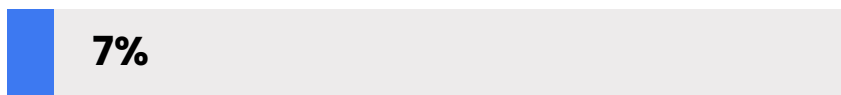
MARCAS CAMPEÃS NO ATRIBUTO RATING SCORE

MARCA	RATING SCORE
Brilinta	100%
Calcitotal	100%
L'Oréal Professional	100%

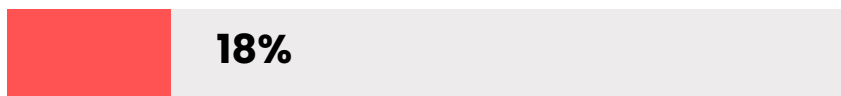


Review Score

O Review Score é baseado no número de comentários dos consumidores na página de produto. Para obter o mínimo recomendado de 60%, o índice deve ter entre 1 a 4 comentários, acima de 5 comentários o score é de 100%.



EQI Saúde, Higiene e Beleza 2020



EQI Saúde, Higiene e Beleza 2021

↑ +157%

REVIEW SCORE	18%
% DE PRODUTOS COM 10 REVIEWS OU MAIS	12%
% DE PRODUTOS NÃO POSSUEM NENHUM COMENTÁRIO DE CONSUMIDOR	77,8%

Número de produtos que possuem pelo menos 1 comentário

77,8% dos produtos

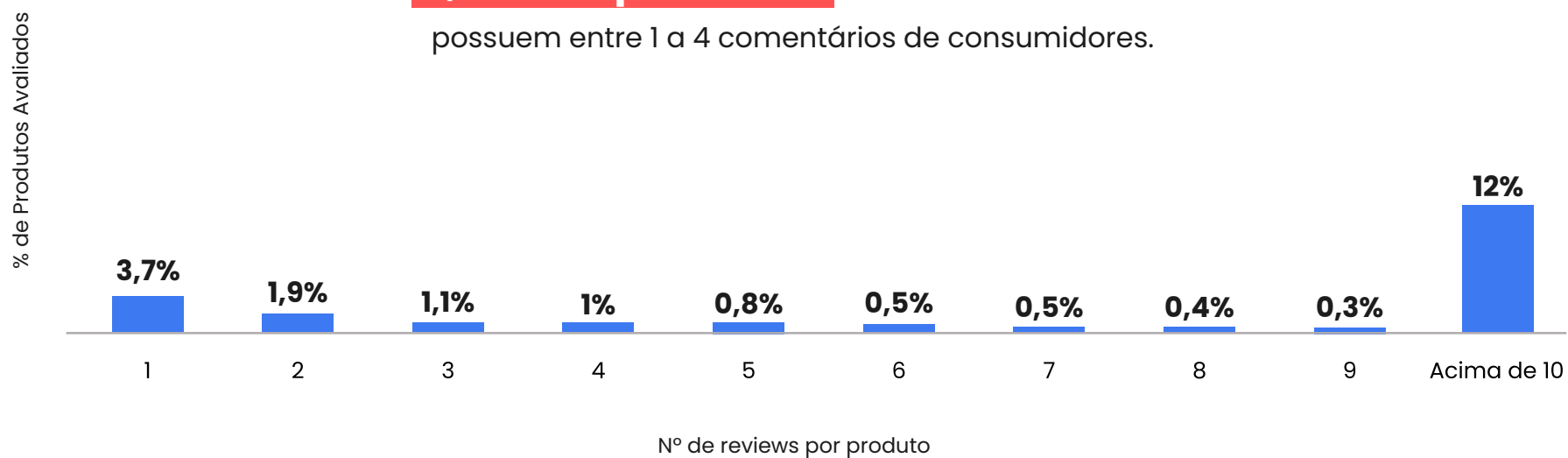
não possuem nenhum comentário de consumidor.

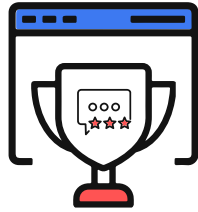
12% dos produtos

analisados possuem 10 reviews ou mais.

7,7% dos produtos

possuem entre 1 a 4 comentários de consumidores.





E-COMMERCE CAMPEÕES NO ATRIBUTO REVIEW SCORE

SITE	REVIEW SCORE
Droga Raia	95,6%
Época Cosméticos	88,6%
Amazon	69,5%



MARCAS CAMPEÃS NO ATRIBUTO REVIEW SCORE

MARCA	REVIEW SCORE
Brilinta	100%
Calcitotal	100%
L'Óreal Professional	100%



Search Score

O Search Score é baseado no número de caracteres no título e avalia também se o produto está categorizado no site.

Para obter um score de 100%, é preciso que o título do produto tenha entre 20 a 100 caracteres e que o item esteja dentro de pelo menos 1 categoria.



EQI Saúde, Higiene e Beleza 2020

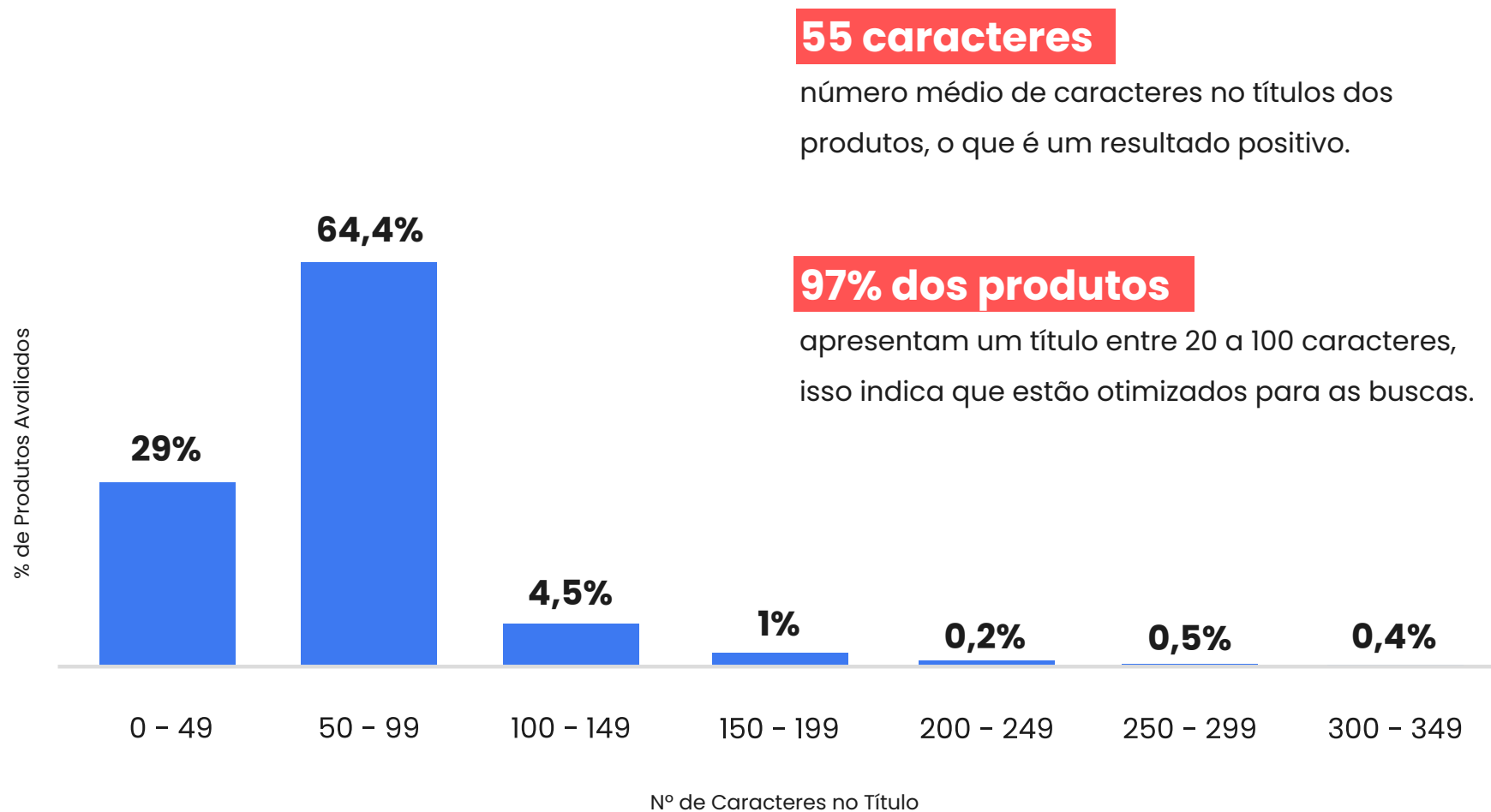


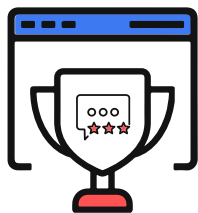
EQI Saúde, Higiene e Beleza 2021

↓ -4%

NÚMERO MÉDIO DE CARACTERES NO TÍTULO	55
% DE PRODUTOS COM TÍTULOS OTIMIZADOS PARA BUSCA	97%
% DE PRODUTOS QUE ESTÃO PELO MENOS EM UMA CATEGORIA NO SITE	79%

Número médio de caracteres no título por produto





E-COMMERCE CAMPEÕES NO ATRIBUTO SEARCH SCORE

SITE	REVIEW SCORE
Bifarma	100%
Beauty Box	99,9%
Época Cosméticos	99,8%



MARCAS CAMPEÃS NO ATRIBUTO SEARCH SCORE

Mais de **147 marcas** obtiveram a nota de **100% no Search Score**, portanto, não seria viável inserir todas elas aqui.

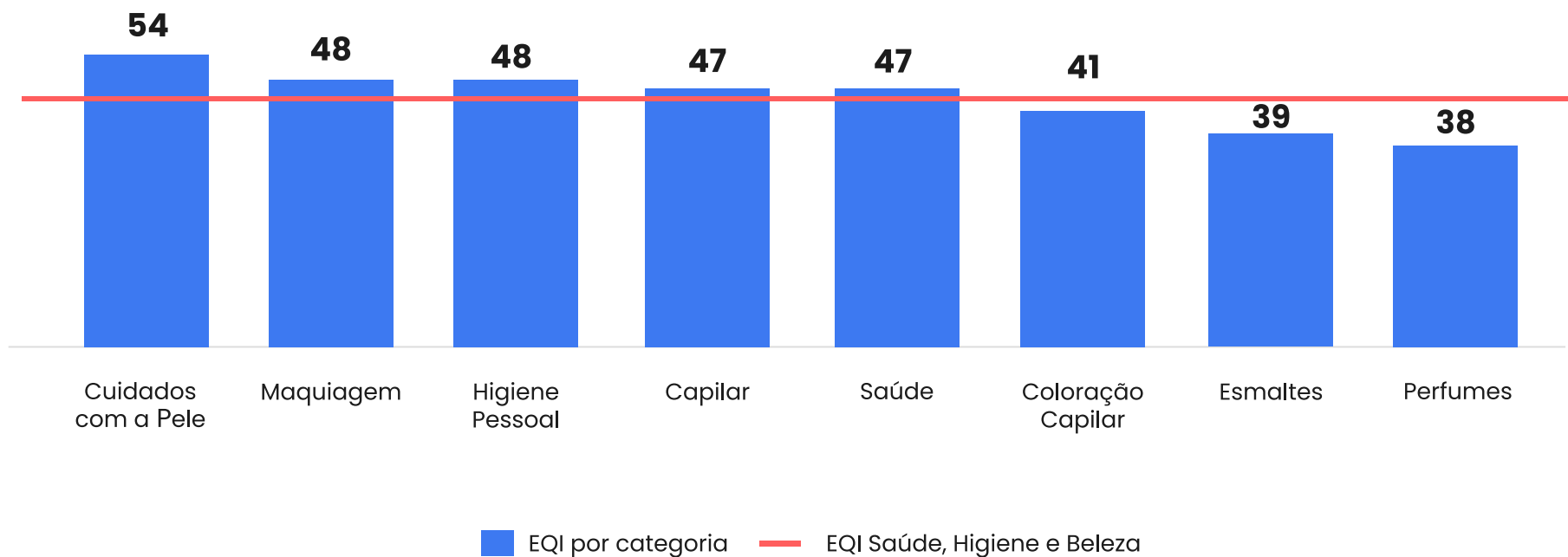
ANÁLISE DAS CATEGORIAS DO EQI



Resultado por categoria

Nessa edição do EQI de Saúde, Higiene e Beleza alteramos a divisão das categorias para ficar mais coerente com a visão do mercado.

Com a pandemia da Covid-19, o crescimento de vendas de cosméticos e dermocosméticos cresceu bastante e isso se reflete no EQI, já que a categoria de Cuidados com a Pele teve a melhor nota da pesquisa.



Resultado por categoria x Vendas no e-commerce

A categoria Capilar foi a que mais vendeu em 2020, porém ficou na quarta posição no EQI. Isso quer dizer que as vendas não estão acompanhando as informações nas páginas de produto.

Categoria*	Faturamento	EQI
Capilar	32,6%	47
Medicamento/Saúde	13,6%	47
Maquiagem	5,5%	48

Fonte: Neotrust e Lett

*Selecionamos apenas essas 3 categorias, porque são as que se relacionam melhor entre os dados da Neotrust e o EQI 2021, sendo possível compará-las.



Cuidados com a Pele

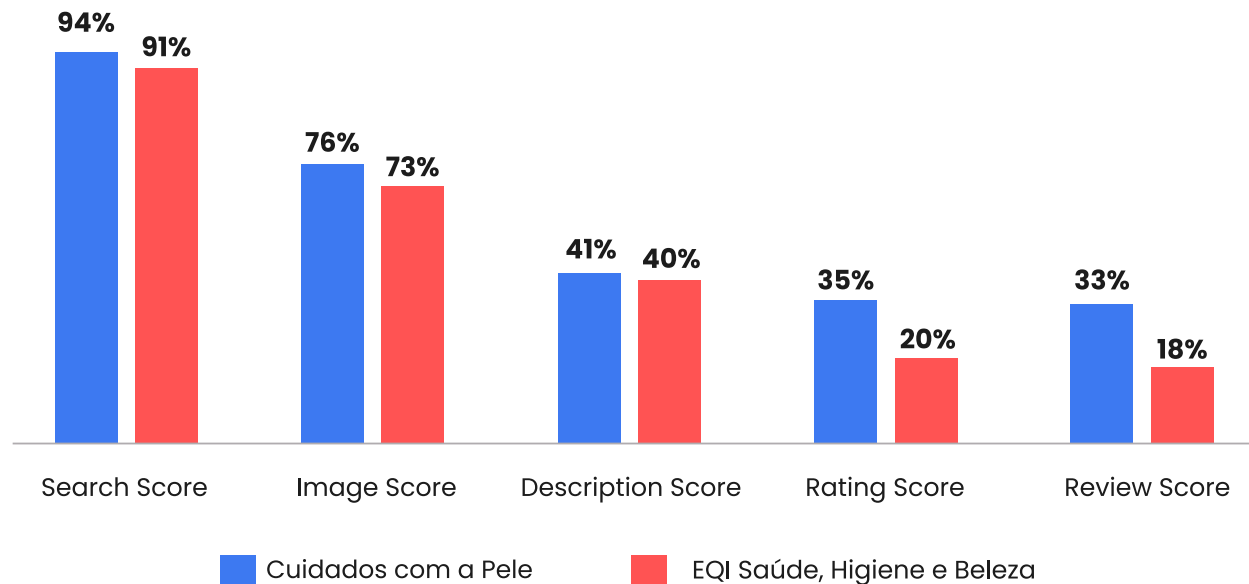


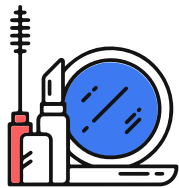
Cuidados com a Pele



EQI Saúde, Higiene e Beleza 2021

A categoria de Cuidados com a Pele obteve o melhor resultado das categorias ficando bem à frente da média do mercado. Vale destacar que essa categoria tem apostado fortemente em rating e reviews, chegando a 35% e 33% respectivamente.





Maquiagem

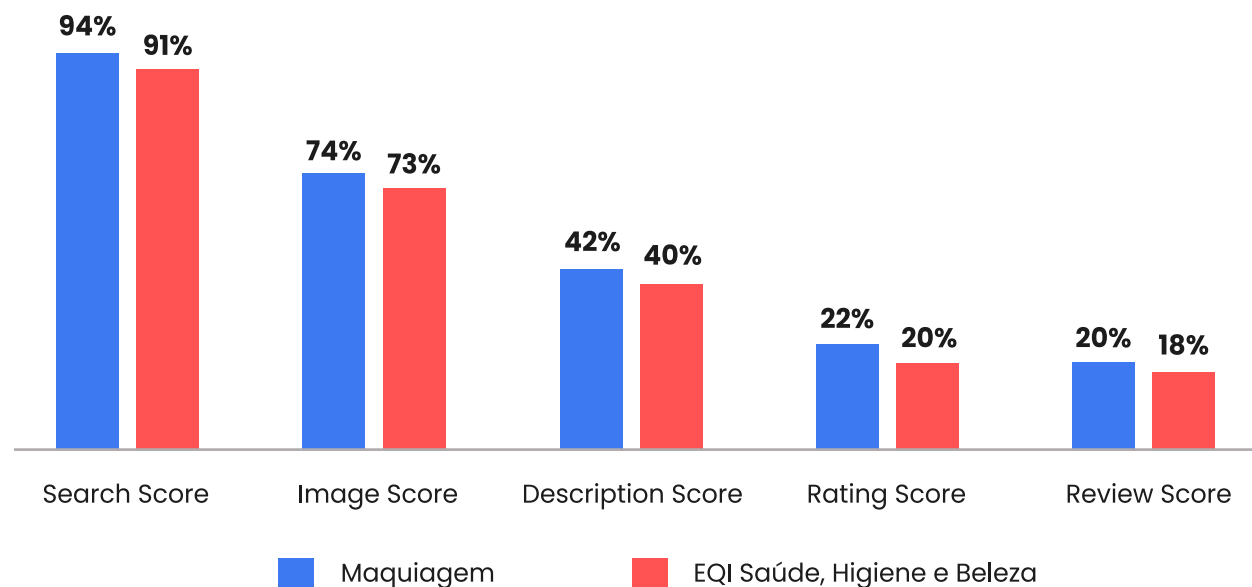


Maquiagem



EQI Saúde, Higiene e Beleza 2021

A categoria de Maquiagens é a segunda melhor, obtendo índices bem próximos à média do mercado. Vale destacar a preocupação com Search Score, ou seja, títulos otimizados e produtos categorizados.





Higiene Pessoal

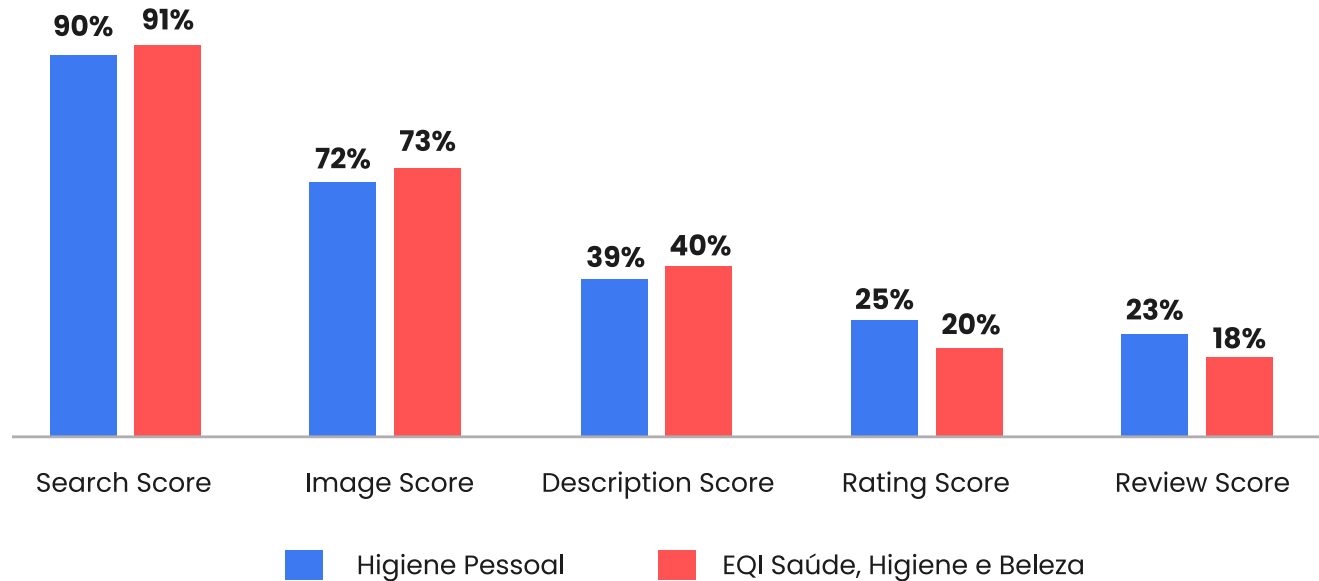


Higiene Pessoal



EQI Saúde, Higiene e Beleza 2021

A categoria de Higiene Pessoal foi a terceira melhor, obtendo atributos bem semelhantes à média do mercado. Esse segmento tem se destacado no incentivo de rating e reviews dos consumidores, que obtiveram 25% e 23% respectivamente.





Capilar

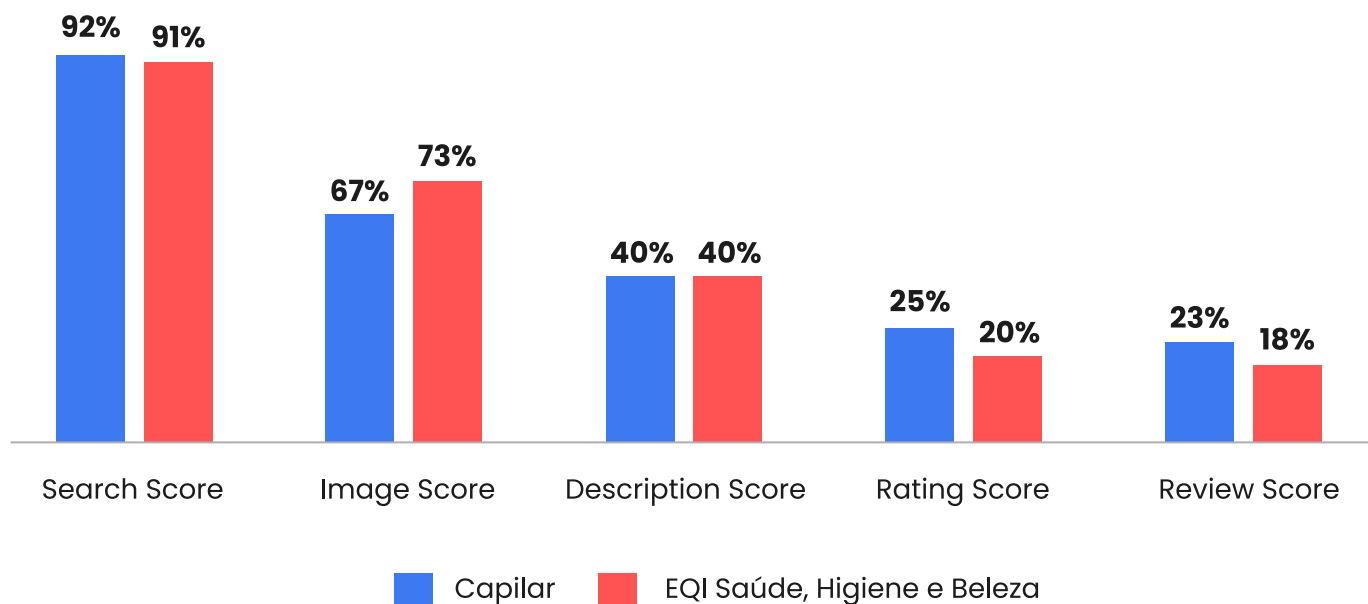


Capilar



EQI Saúde, Higiene e Beleza 2021

A categoria Capilar está abaixo da média do mercado, principalmente em relação ao número de imagens por produto. O Image Score foi de 67%, sendo 6% abaixo do EQI geral.





Saúde

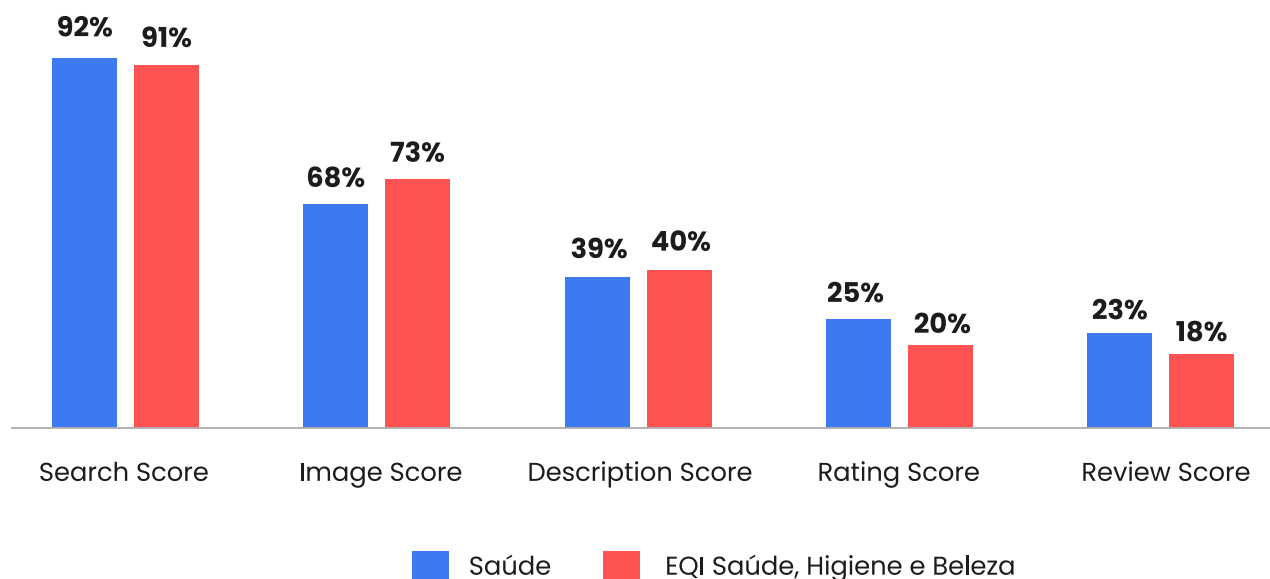


Saúde



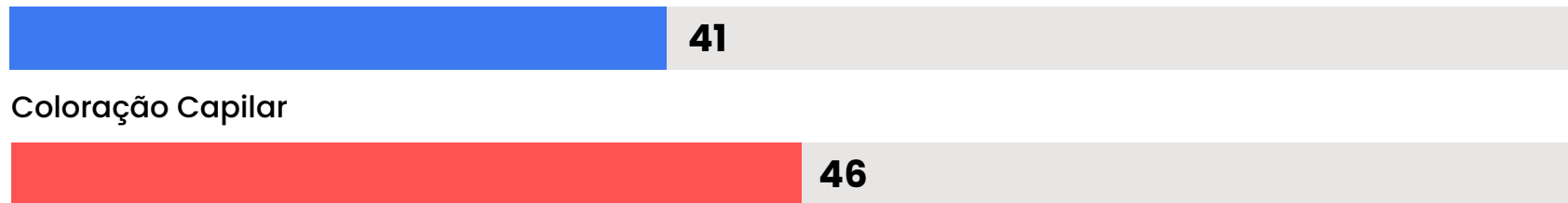
EQI Saúde, Higiene e Beleza 2021

A categoria de Saúde, uma das que mais cresceu em virtude da pandemia, tem tido problemas com o número de imagens por produto e descrição abaixo do esperado. Por outro lado, tem apresentado índices de avaliações e comentários maiores que a média do mercado.



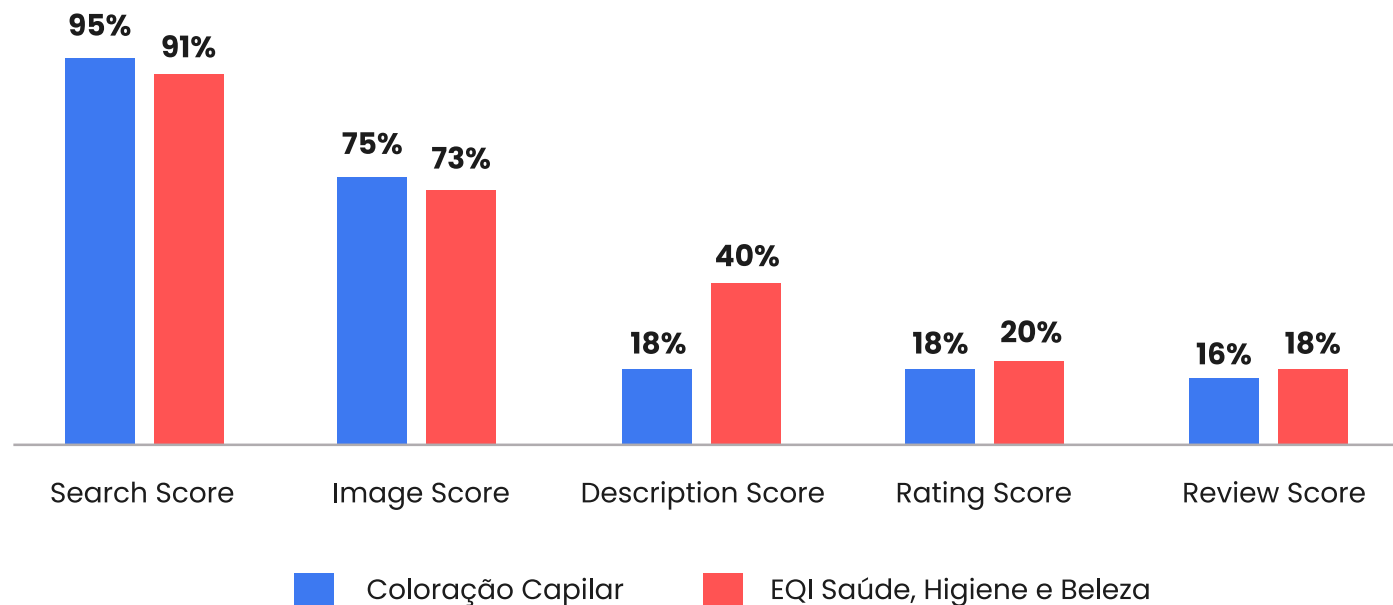


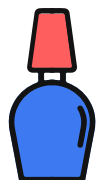
Coloração Capilar



EQI Saúde, Higiene e Beleza 2021

A categoria de Coloração Capilar foi uma das piores do EQI. O maior problema está no número de palavras nas descrições dos produtos que está bem abaixo da média do mercado.





Esmaltes

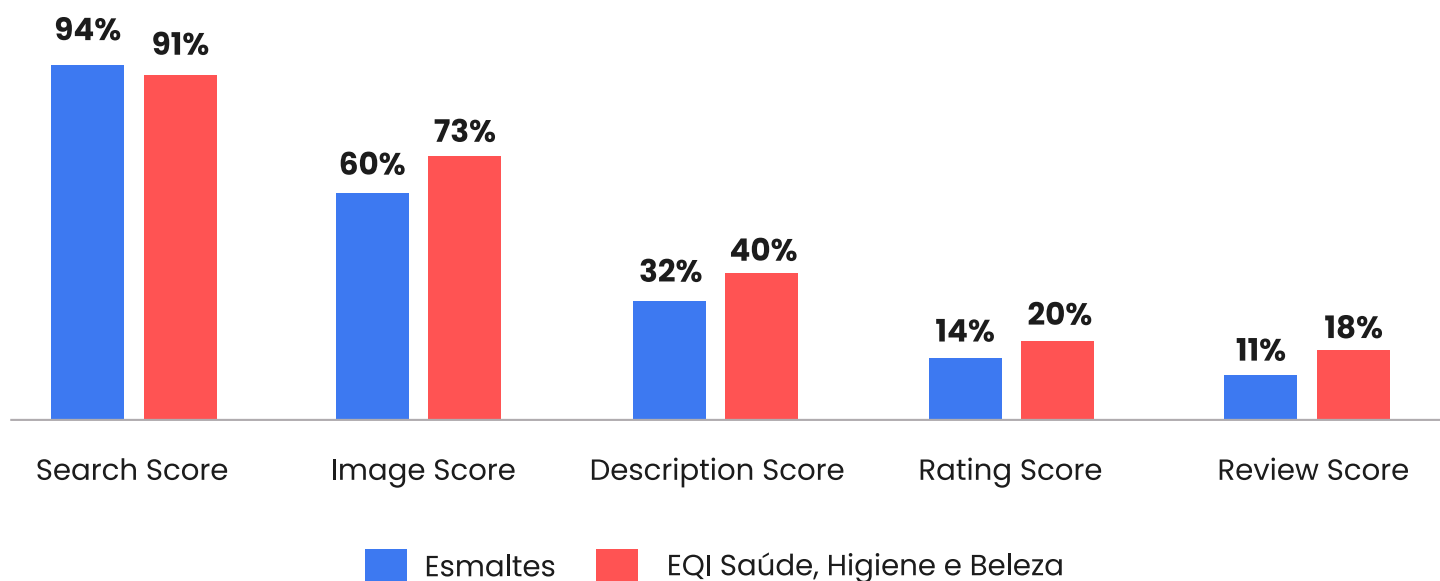


Esmaltes



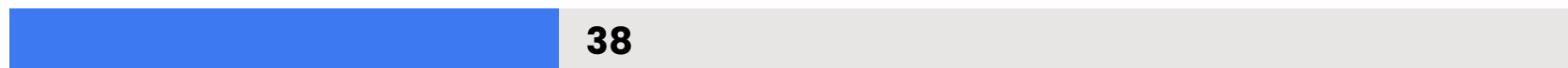
EQI Saúde, Higiene e Beleza 2021

A categoria de Esmaltes também obteve um resultado abaixo do esperado no EQI, mas vale ressaltar que a média do Search Score está superior à média do mercado. Porém, Image Score, Rating Score e Review Score deixam muito a desejar.





Perfumes

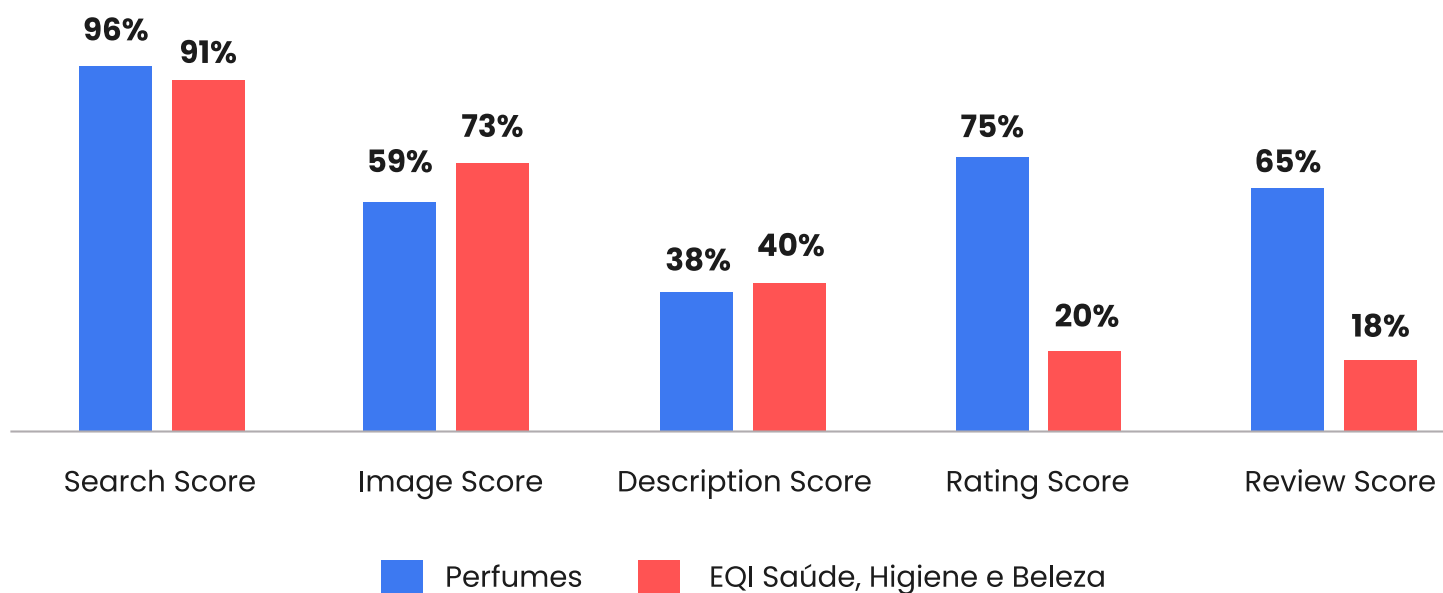


Perfumes



EQI Saúde, Higiene e Beleza 2021

A categoria de Perfumes teve um resultado abaixo da média do mercado e das demais categorias. Porém, chama a atenção Rating Score e Review Score que estão muito acima da média do mercado.



RANKING DOS MELHORES SITES DO EQI





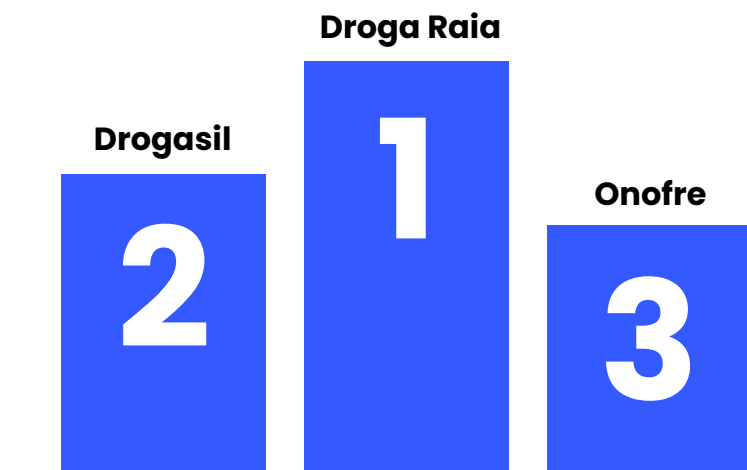
Ranking TOP 10 sites EQI

	SITE	CANAL DE VENDAS	NOTA EQI	VARIAÇÃO (2020 X 2021)
1º	Época Cosméticos	Especializado	85	↑ 2 posições
2º	Droga Raia	Drogaria	78	↑ 4 posições
3º	Amazon	Marketplace	71	↑ 5 posições
4º	Beleza na Web	Especializado	69	↓ 2 posições
5º	Drogasil	Drogaria	66	Mesma posição
6º	Mambo	Supermercado	55	↑ 15 posições
7º	Onofre	Drogaria	54	↑ 8 posições
8º	Drogaria Venancio	Drogaria	54	↑ 13 posições
9º	Araujo	Drogaria	53	↑ 3 posições
10º	Lojas Rede	Especializado	53	↑ 1 posição

Ranking dos melhores sites por canal de venda



TOP 3 DROGARIA

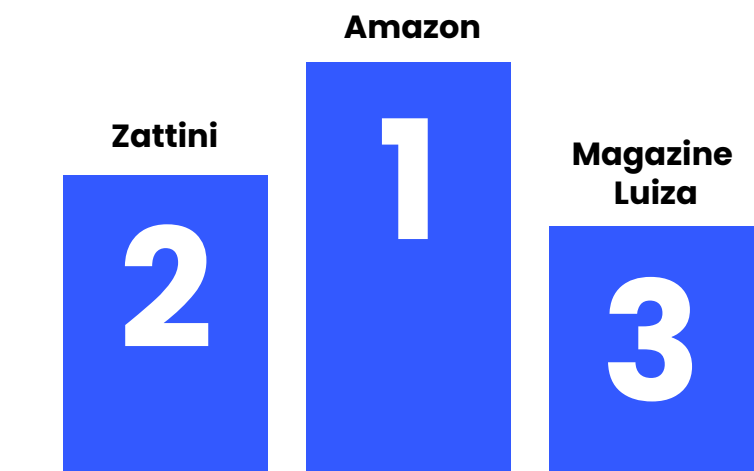


TOP 3 ESPECIALIZADO

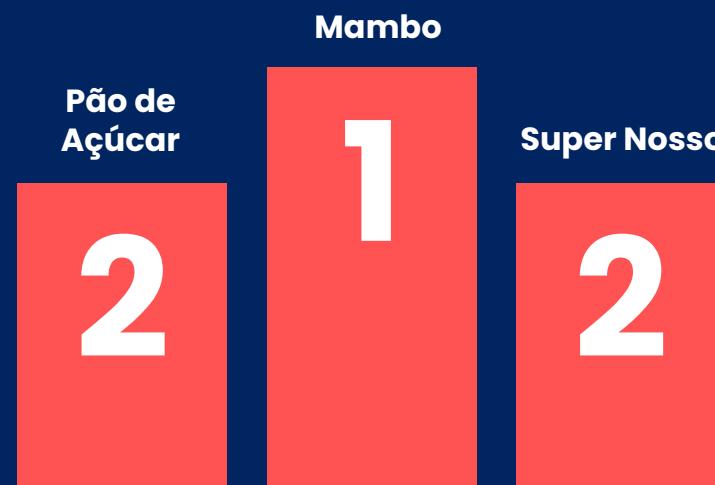




TOP 3 MARKETPLACE



TOP 3 SUPERMERCADOS



Pão de Açúcar e Super Nosso obtiveram a mesma nota, por isso ambos conquistaram o 2º lugar.

Análise dos sites do EQI

Considerando os 39 e-commerces avaliados nesse EQI, **apenas 5 obtiveram uma nota acima de cima 60**, que é o recomendado. Porém, isso é um aumento de 63% em relação ao EQI de 2020.

Além disso, o destaque vai para a **Época Cosméticos** que conquistou o primeiro lugar chegando a 85 pontos, o maior índice do EQI até hoje, considerando todas as edições.

87%



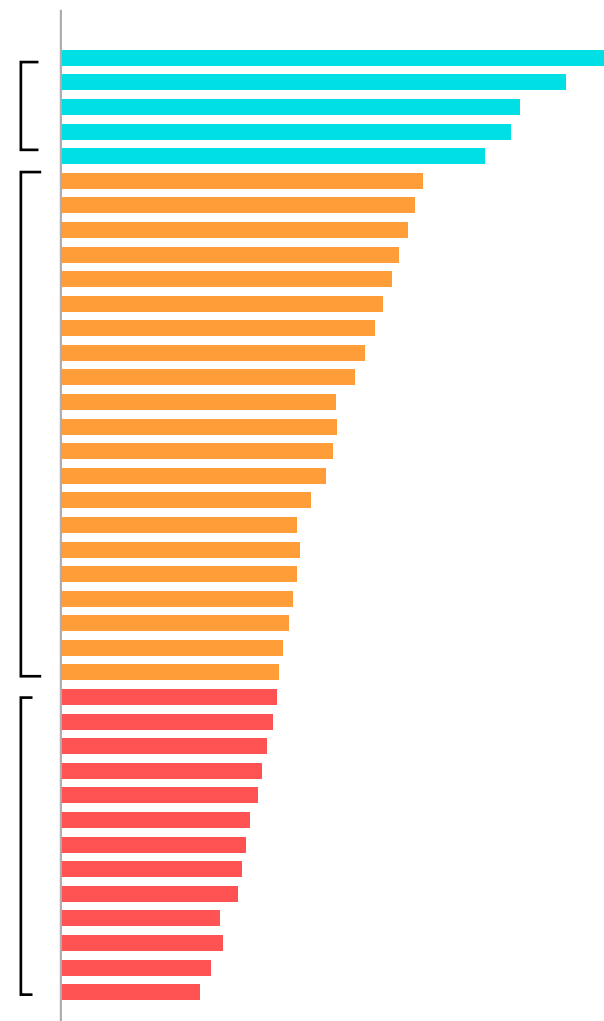
dos e-commerces de Saúde, Higiene e Beleza não oferecem informações suficientes nas páginas de produto.



APENAS 13% DOS SITES POSSUEM UM EQI ACIMA DE 60

54% DOS SITES POSSUEM UM EQI ENTRE 40 E 59

33% DOS SITES POSSUEM UM EQI ABAIXO DE 40



RANKING DAS MELHORES MARCAS DO EQI





Ranking Saúde: TOP 20 marcas globais

	MARCA	NOTA EQI
1º	Alivium	77
2º	Calcitotal	75
3º	Dermacyd	68
4º	Ad-til	66
5º	União Química	63
6º	Imfinzi	63
7º	Persantin	62
8º	Engov	61
9º	Neba-Sept	59
10º	Enterogermina	59

	MARCA	NOTA EQI
11°	Luftal	56
12°	Bepantol	56
13°	Nebacetin	55
14°	Naldecon	54
15°	Micardis	54
16°	Pielus	54
17°	Colact	53
18°	Clindoxyl	53
19°	Centrum	53
20°	Advil	51



Ranking Higiene e Beleza: TOP 20 marcas globais

	MARCA	NOTA EQI
1º	L'Oréal Professionnel	72
2º	Majirel	71
3º	Aveeno	68
4º	Mondial*	68
5º	Cicatricure	65
6º	Goicoechea	65
7º	Dermodex	64
8º	Cotonetes	64
9º	Veet	64
10º	Medicasp	62

**Foram analisados barbeadores da Mondial.*

	MARCA	NOTA EQI
11º	Jontex	61
12º	Olla	61
13º	Asepxia	60
14º	Philips	59
15º	L'Oréal Paris	58
16º	Desitin	58
17º	Cremer	57
18º	Eucerin	57
19º	Pampers	57
20º	Pom Pom	57



Ranking geral: TOP 30 marcas Saúde, Higiene e Beleza

	MARCA	NOTA EQI
1º	Ecotools	78
2º	Alivium	77
3º	Calcitotal	75
4º	Brilinta	73
5º	L'Oréal Professionnel	72
6º	Majirel	71
7º	Massageol	70
8º	Usk	69
9º	Dermacyd	68
10º	Aveeno	68

	MARCA	NOTA EQI
11º	Mondial*	68
12º	Alphagan	67
13º	AD-TIL	66
14º	Cromolerg	66
15º	Cicatricure	65
16º	Goicoechea	65
17º	Dermodex	64
18º	Cotonetes	64
19º	Veet	64
20º	Éh	64

**Os produtos da Mondial analisados na pesquisa são barbeadores.*

	MARCA	NOTA EQI
21°	União Química	63
22°	Imfinzi	63
23°	Jean Paul Gaultier	63
24°	Medicasp	62
25°	Persantin	62
26°	MM Expectorante	62
27°	Jontex	61
28°	Essie	61
29°	Engov	61
30°	Olla	61

Vendas por marca x EQI

Analisando as marcas que mais faturaram em 2020, de acordo com dados da Neotrust e o resultado do EQI de Saúde, Higiene e Beleza temos o seguinte resultado da tabela ao lado.

De acordo com o ranking do EQI, apenas a **L'Oréal Professionnel** apresentou uma nota recomendada, ou seja, acima de 60 pontos. Isso mostra que todas as marcas que mais faturaram no e-commerce em 2020 estão perdendo oportunidades de vender ainda mais.

Fabricantes e varejistas precisam se preocupar com a qualidade das informações nas páginas de produtos para promover uma melhor experiência de compra online e conquistar novos consumidores.

TOP MARCAS FATURAMENTO 2020	NOTA EQI 2021
L'Oréal Professionnel	72
Maybelline	56
Gillette	51
Vichy	51
La Roche-Posay	50
Truss	47
Joico	45

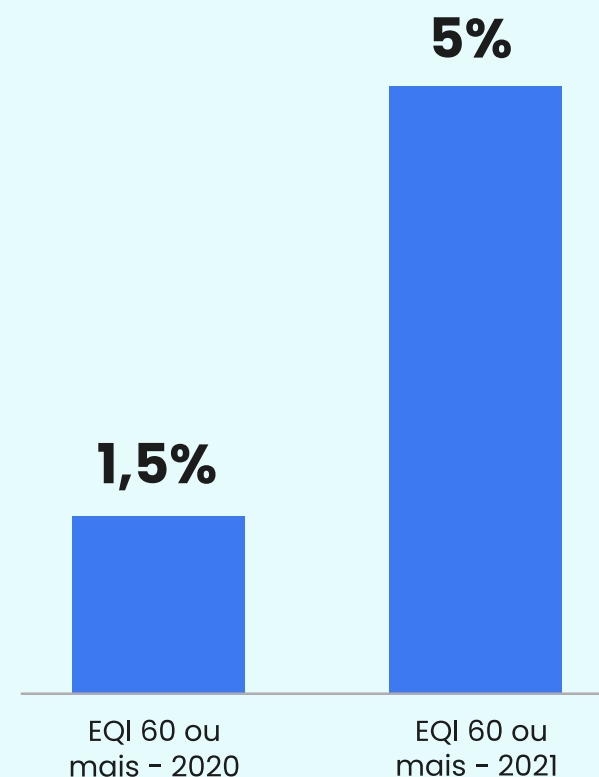
Análise das marcas do EQI

Foram analisadas mais de 650 marcas de Saúde, Higiene e Beleza nesse EQI e **apenas 5% delas apresentaram uma nota de 60 ou mais**. Vale ressaltar que mesmo assim podemos considerar um crescimento perceptível, visto que o EQI de 2020 apontou que apenas 1,5% das marcas tinham EQI recomendado (acima de 60 pontos), mas ainda há muito o que evoluir.

95%



das marcas do segmento de Saúde, Higiene e Beleza **não oferecem informações suficientes** nas páginas de produto no e-commerce.



CONCLUSÃO



Principais insights do EQI de Saúde, Higiene e Beleza 2021



Faturamento: o segmento de Beleza, Perfumaria e Saúde foi o segundo maior no número de pedidos no e-commerce no primeiro trimestre de 2021.



Melhores experiências para o consumidor: O EQI de Saúde, Higiene e Beleza de 2021 teve um aumento de 18% na sua nota em relação a 2020.



Marketplaces são os preferidos: Americanas, Magazine Luiza e Amazon são os sites que os consumidores mais compram produtos do segmento.



Busca nos sites das marcas: 55% dos consumidores acessam o site da marca/fabricante para saber mais informações antes de efetuar a compra.



Avaliações e comentários: esse recurso influencia 46% dos consumidores nas compras online.



Problemas de imagens e disponibilidade: 55,6% já desistiram de fazer uma compra no e-commerce por ter poucas imagens do produto ou o item não estar disponível para compra.



Melhores atributos do EQI: os sites investiram mais em Image Score, Rating Score e Review Score, porém ainda há uma grande oportunidade de crescimento.



Piores atributos do EQI: os atributos de Search Score e Description Score caíram no EQI de 2021, sinalizando que os sites precisam continuar investindo nesses recursos.



Categorias com melhor desempenho no EQI:

Cuidados com a Pele, Maquiagem e Higiene Pessoal.



Categorias com o pior desempenho no EQI:

Coloração Capilar, Esmaltes e Perfumes.



Melhor canal de vendas: Drogaria teve o melhor desempenho no EQI, proporcionando uma melhor experiência ao shopper.



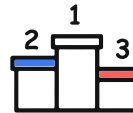
Pior canal de vendas: Supermercados tiveram o pior desempenho dentre os canais.



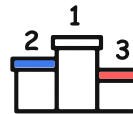
Site campeão: Época Cosméticos foi o site que obteve a nota mais alta do ranking do EQI. É o maior índice do EQI até hoje, considerando todas as edições.



Experiência de compra online dos sites: 87% dos e-commerces brasileiros não oferecem uma boa experiência de compra em relação às informações nas páginas de produto.



TOP 3 marcas globais de Saúde: Alivium, Calcitotal e Dermacyd.



TOP 3 marcas globais de Higiene e Beleza: L'Oréal Professionnel, Majirel e Aveeno.



Experiência de compra online das marcas: 95% das marcas não oferecem informações suficientes nas páginas de produto no e-commerce.

DADOS DE MERCADO



EQI de Disponibilidade de Estoque em 2020

A disponibilidade de estoque das categorias analisadas em 2020 em relação à 2019 teve as seguintes variações:



Saúde

+12,16%



Cuidados Diários

-0,17%



Beleza e Perfumaria

+11,66%

Dados analisados entre 01 de janeiro de 2020 a 31 de dezembro de 2020.

Isso mostra que, mesmo com as oscilações do estoque e durante a pandemia, os consumidores conseguiram encontrar produtos das categorias nas lojas online, com exceção do segmento de Cuidados Diários, que fechou o ano com uma ligeira queda no estoque.

Também é um indício de que o segmento soube controlar a ruptura do estoque, questão que ainda é um desafio para o e-commerce brasileiro.

VER DISPONIBILIDADE EM
TEMPO REAL



EQI de Preço em 2020

O preço dos produtos das categorias analisadas em 2020 em relação a 2019 teve as seguintes variações:



Saúde
-8,12%



Cuidados Diários
-10,86%



Beleza e Perfumaria
-16,68%

Dados analisados entre 01 de janeiro de 2020 a 31 de dezembro de 2020.

Isso significa que no final do ano de 2020, os consumidores encontraram produtos mais baratos no e-commerce.

Vale lembrar que houve oscilações significativas de preços durante todo o ano, especialmente de itens bem específicos, como o álcool em gel. Só em fevereiro, por exemplo, as vendas online do produto cresceram 4 vezes mais, superando o faturamento de R\$1 milhão.

VER PREÇOS EM
TEMPO REAL



IMPACTO DO CONTEÚDO NA CONVERSÃO NO E-COMMERCE





Imagens

19,5%

Produtos com 3 ou mais imagens possuem uma taxa de conversão **19,5%** superior aos produtos com apenas 1 imagem.

Fonte: Lett

24%

Imagens hero podem aumentar as vendas em até **24%**.

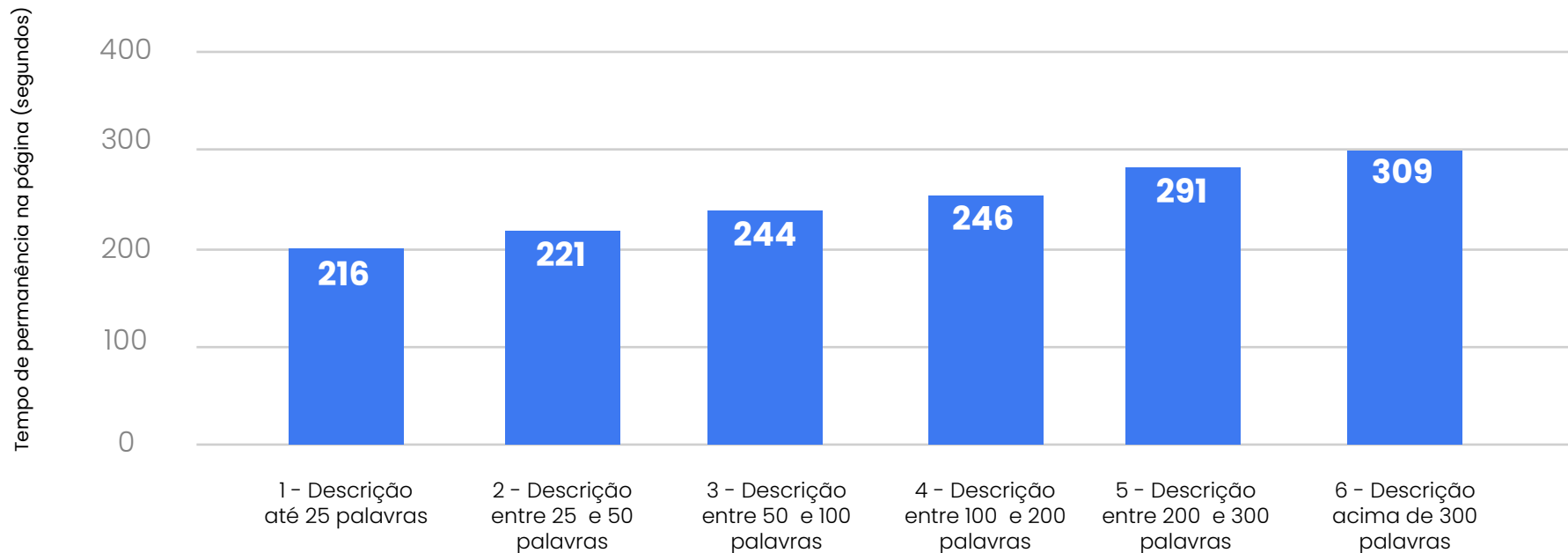
Fonte: GSI





Descrição

Produtos com **300 palavras** ou mais na descrição possuem um número médio de tempo de permanência na página 43,1% superior ao de descrições com até 25 palavras. De acordo com o Backlinko, o ideal é que a descrição tenha 1700 palavras descrição para aparecer nas 10 primeiras posições do Google.





Rating e Reviews

200%

Avaliações podem aumentar as conversões online em **mais de 200%**.

Fonte: Spiegel Resarch Center

95%

dos consumidores leem os reviews antes de fazerem uma compra.

Fonte: Spiegel Resarch Center

270%

A probabilidade de compra de um produto com 5 comentários **é 270% maior** do que em um item sem comentários.

Fonte: Spiegel Resarch Center

84%

dos consumidores já desistiram de uma compra depois de lerem os comentários de outros consumidores.

Fonte: Lett e Opinion Box



Vídeos

144%

Vídeos aumentam em 144% as chances de um produto ser adicionado no carrinho.

Fonte: Internet Retailer

60%

das pessoas já consideraram comprar algo após ver um vídeo no YouTube.

Fonte: Youtube

85%

Consumidores têm de 64% a 85% mais chance de realizar uma compra online após ver um vídeo do produto.

Fonte: Neil Patel

96%

dos usuários assistem um vídeo de explicação para entender melhor sobre um produto ou serviço.

Fonte: Wyzow

INFORMAÇÕES EXTRAS



Lista de sites avaliados

Drogaria

Araujo
Bifarma
Droga Raia
Drogaria Pacheco
Drogaria São Paulo
Drogaria Venancio
Drogasil
Nissei
Onofre
Pague Menos
Panvel
Ultrafarma

D2C (Direct to Consumer)*

Coty
Mac

Especializado em Saúde, Higiene e Beleza

Beleza na Web
Época Cosméticos
Ikesaki
Lojas Rede
Sephora
Beauty Box

Marketplace

Amazon
Americanas
Carrefour
Casas Bahia
Dafiti
Extra
Magazine Luiza
Ponto Frio
Ricardo Eletro
Submarino
Zattini

Supermercado

Angeloni
Delivery Extra
Mambo
Pão de Açúcar
Savegnago
Super Nosso
Superprix
Tenda Drive

*Como avaliamos apenas 2 sites D2C, não consideramos na análise de canal de vendas.

Lista de marcas avaliadas

A-Derma	Aidê	Antonio Banderas	Band Aid
Abercrombie Fitch	Albocresil	Apracur	Baruel
Above	Alca Flor	Arimidex	Bd
Aché	Aldazida	Aromasin	Becca
Acnen	Alektos	Asepxia	Belliz
Acquaflora	Aletam	Aspirina	Benalet
Actimove	Alfaparf	Asseptcare	Benegrip
Actine	Alivium	Astrazeneca	Benzac
Ad-til	Allegra	Atroveran	Bepantol
Adcetris	Allergan	Aussie	Bephagel
Adcos	Altiva	Avanço	Betulla
Addera	Always	Avastin	Bic
Adidas	Amend	Aveeno	Bigfral
Adocyl	Anaconda	Avène	Bio Extratus
Adultmax	Anador	Avent	Bio Instinto
Advil	Andriodermol	Avon	Bio-C
Aflorá	Animale	Axe	Biocolor
Agecare	Anita	Azzaro	Bioderma
Ahava	Anna Pegova	Babysec	Bisolvon

Bitufo	Capicilin	Clindoxyl	Davene
Blancy	Carefree	Clinique	Daxas
Blondme	Carolina Herrera	Close Up	Delta-Cast
Blowtex	Casodex	Cobavital	Dermacyd
Blumel	Casting	Cogmax	Dermal
Bonacure	Cataflampro	Colact	Dermatus
Bourjois	Caverject	Colgate	Dermodex
Bozzano	Celebra	Colorama	Dermovitin
Brilinta	Cenoura & Bronze	Combigan	Dersab
Broncho-Vaxom	Centrum	Condryn	Desitin
Buscofem	Cerave	Coppertone	Deva Curl
Bulgari	Cetaphil	Corega	Dexilant
Cacharel	Cetoneo	Coristina	Diabettx
Cadiveu	Champix	Cotonetes	Differin
Cafilisador	Charming	Creightons	Dimension
Calamyn	Chubby	Cremer	Dinill
Calcitotal	Cicatricure	Crest	Dior
Calcium Sandoz	Cimed	Cromolerg	Dkny
Calminex	Claritin	Curaprox	Doctar
Caltrate	Clarvisol	Dailus	Dolce
Calvin Klein	Clean Hair	Dalacin	Doralgina
Canesten	Clear	Darrow	Dorflex

Doril	Eno	Evoluxe	Forum
Dove	Enox	Farlac	Forxiga
Dramin	Ensure	Farmax	Francis
Drill Calm	Enterogermina	Farnese	Freestyle
Ducray	Entresto	Feldene	Frescor
Duetto	Entyvio	Felithi	Fresh Tears
Dulcogas	Eparema	Felps	Frontal
Duo-Travatan	Ephynal	Feminis	Fructis
Duofilm	Epidac	Ferrari	Galvus
Duovent	Epidrat	Ferrovitan	Ganfort
Duplostat	Epiduo	Fibernorm	Garnier
Ebastel	Episol	Filmcel	Gastrol
Ecos	Epocler	Fisher Price	Gazya
Ecotools	Ermenegildo Zegna	Fisiogel	Gelol
Éh	Escabin	Fit Me	Gentamicina
Eico	Essensity	Fixodent	Geodon
Elgydium	Essie	Flanax	Gillette
Eliquis	Esthederm	Flex-s	Gino-Canesten
Elizabeth Arden	Estomazil	Flomicin	Giorgio Armani
Elmex	Eucerin	Foldan	Giorgio Beverly Hills
Elseve	Eudora	Fontd	Givenchy
Engov	Everlast	Forever Liss	Go

Goicoechea	Hylo-comod	Juneve	Ladysoft
Gota Dourada	Hytós Plus	Kadcyla	Lakesia
Granado	Ibufran	Kallo Plast	Lamer
Guerlain	Ideal	Kamura	Lancôme
Gum	Igora Royal	Kérastase	Lastacraft
Guttalax	Imfinzi	Keune	Latika
Haskell	Impala	Kiss	Latisse
Head&Shoulders	Inaresp	Kleenex	Lavitan
Hebrin	Inoar	Klorane	Leiba
Heliocare	Intimus	Knut	Leite De Colônia
Hemcibra	Isdin	Koleston	Leris
Hidrabel	Issey Miyake	Korres	Lifebuoy
Hidramamy	Itallian	Korui	Lisador
Hipodermon	Jardiance	L-Caps	Listerine
Hipoglos	Jean Paul Gaultier	L'Homme Ideal	Lizz
Hipopó	Jimmy Choo	L'occitane	Loceryl
Histadin	Jo Malone	La Prairie	Lola
Histamin	John Frieda	La Roche-Posay	Lomecan
Huggies	Johnson's	Laclev	L'Oréal Paris
Humectol D	Joico	Lacoste	L'Oréal Professionnel
Hyabax	Jontex	Lacrifilm	Lowell
Hyalufem	Juliana Paes	Lady Million	Lucentis

Lucretin	Medicasp	Mylanta Plus	Nexcare
Luftagastropro	Medley	Naldecon	Nexium
Luftal	Mega	Nati	Nicorette
Luisance	Melhoral	Natupele	Nicotinell
Lumigan	Memphis	Neba-sept	Niely
Lux	Mercedes Benz	Nebacetin	Nina Ricci
Lyrica	Merthiolate	Needs	Nivea
Mabthera	Mesacol	Nenê-dent	Nivea Men
M·A·C	Micardis	Neo Clotrimazyl	Noripurum
Mac Paul	Miorrelax	Neo Isocaden	Norvasc
Macrilan	Mirvaso	Neo Química	Novafibra
Majirel	Mm Expectorante	Neocopan	Novalgina
Mam	Monange	Neolifrin	Novartis
Maq	Mondial	Neopiridin	Novex
Maracugina	Moroccanoil	Neosaldina	Nppe
Marchetti	Moschino	Neosoro	Nujol
Márcia	Motrin	Neostrata	Nupill
Marina Bourbon	Mucosolvan	Nesina	Nutraplus
Massageol	Mugler	Neurotin	Nutrisse
Mavala	Multilaser	Neutrogena	Nuxe
Maybe	Mundial	Neutrox	Ny Looks
Maybelline	Muriel	New Wave	Nyx

O.B	Palmolive	Pilocarpina	Prolopa
Océane	Pampers	Plantacil	Protex
Ocrevus	Pantene	Playboy	Provera
Oflox	Pantozol	Plenonax	Pulmicort
Ogx	Paracetamol	Pointts	Raavi
Old Spice	Paul Mitchell	Polaramine	Ralph Lauren
Oléo Mineral	Payot	Polishop	Rastro
Olla	Pedialyte	Pom Pom	Reach Johnson & Johnson
Omega 3 Natele	Pediasure	Ponstan	Reactine
Opi	Pegasys	Prada	Redken
Optive	Perfenol	Pradaxa	Redoxitos
Oral B	Perjeta	Pred Fort	Redoxon
Oraquick	Perlatte	Pred Mild	Refresh Gel
Origem	Perlutan	Proactiv	Relaxmedic
Os-cal	Perosteo	Probelle	Reserva
Osis	Persantin	Proctan	Restasis
Otivina	Pharmaton	Proctfis	Revestive
Outros	Phebo	Procto-Glycenol	Revlon
Ox	Philips	Proctoderm	Rexona
Oxiberry	Photoderm	Proctyl	Reyane Tradition
Paco Rabanne	Phytoervas	Proderm	Ricca
Paixão	Pielus	Proflam	Richée

Rinosoro	Seda	Solu-medrol	Theraskin
Riopan	Seduction	Sonridor	Tiratosse
Risqué	Seebri	Sonrisal	Tommy Hilfiger
Rivotril	Seloken	Soolantra	Topcoïd
Roberto Cavalli	Selozok	Sorriso	Trá Lá Lá
Roc	Sempre Livre	Spiolto	Tracta
Rocefin	Senscience Brasil	Splendil	Tree Liss
Roche	Sensodyne	Stetic Hair	Tresemmé
Rouge Baiser	Seroquel	Stetic Sculp	Tressa
Ruby Rose	Shiseido	Straite Styling	Triplenex
Salon Line	Siège	Strepsils	Triskle
Salvador Dali	Sillif	Sundown	Trivitt
Salvatore Ferragamo	Silhouette	Surya	Trombofob
Sanifill	Simple	Symbicort	Truss
Sapeka	Sisley	Taiff	Turma Da Mônica
Sauvage	Skafe	Tamarine	Tylenol
Scaflam	Skala	Tamiflu	Ultibro
Schwarzkopf	Skinceuticals	Tampax	Under Skin
Scooby Doo	Slow-k	Tandy	União Química
Sculptra	Smashbox	Targifor	United Dreams
Sebastian	Soapex	Tena	Urban Men
Secrets	Soft Color	Tenys Pé	Urovit

Usk	Viva La Juicy	Zafolat
Vagisil	Vizcaya	Zanphy
Valentino	Vodka	Zelboraf
Valium	Vult	Zoladex
Valmari	Vyvedas	Zymar
Veet	Walory	Zypred
Venalot	Waterpik	
Venocur Fit	Weleda	
Vênus	Wella	
Venvanse	Widi Care	
Veridica It	Wind Fix	
Versace	Xalatan	
Vertex	Xantinon	
Vibral	Xeloda	
Vichy	Xigduo	
Vick	Xolair	
Visazul	Yamá	
Vita Super	Yardley	
Vitaderm	Ybera	
Vital Cap	Yenzah	
Vitasay	Ykas	
Vitawin	York	

Parceiros EQI

NEOTRUST

A Neotrust, através dos dados transacionais totais e reais de milhares de varejistas nacionais, traz clareza e confiança oferecendo relatórios e análises exclusivas que respondem todas as perguntas do e-commerce.

<https://www.neotrust.com.br/>

opinion box

O Opinion Box é uma empresa de tecnologia referência em pesquisa de mercado e customer experience. Com as nossas soluções de consumer insights, ajudamos empresas a tomar decisões mais inteligentes, baseadas em dados e não em achismos.

<https://www.opinionbox.com/>

hi platform

A Hi Platform é a maior plataforma de customer experience do Brasil. Com mais de 1.400 clientes, a Hi oferece um portfólio completo de soluções para companhias que desejam aprimorar e expandir seus canais digitais.

<https://www.hiplatform.com/>

All iN

Social Miner

All iN | Social Miner, unindo inteligência artificial, automação e humanização, oferece uma suíte de soluções que ajudam marcas a transformar dados em experiências de consumo personalizadas e omnichannel, aumentando as vendas e retenção.

<https://materiais.allin.com.br/>



POPAI Brasil foi fundada em 1998 e é uma associação sem fins lucrativos, membro da Shop! Association que reúne 24 escritórios em todo mundo. Dedicada ao desenvolvimento da atividade de Marketing de Varejo, de forma a beneficiar os consumidores, gerar os melhores resultados para clientes, indústria, e comércio.

<http://popai brasil.com.br/>



Eleita duas vezes a melhor agência para e-commerce do Brasil. Unimos a metodologia de inbound marketing e mais de 10 anos de experiência em comércio eletrônico para entregar os melhores resultados. Toda a nossa estratégia é baseada em gerar valor e transformá-los em faturamento com um excelente ROI.

<https://nacao.digital/>



Chiligung Creatives é uma solução de Automação Criativa que automatiza a produção de artes finais nos mais variados formatos para tornar seus processos de produção de peças de marketing mais ágeis e eficientes. A solução perfeita para sua equipe escalar, gerenciar e distribuir ativos digitais.

<https://chiligung.com.br/>



O olist é uma solução completa para quem quer vender online de forma prática e profissional. Temos ferramentas que facilitam a criação de loja virtual, a venda em marketplaces e a logística no e-commerce. O olist já tem milhares de lojas parceiras em mais de 180 países.

<https://olist.com/>



A D1 gerencia milhões de jornadas digitais reduzindo custos operacionais e melhorando a satisfação do cliente. A plataforma permite a criação de mensagens e documentos digitais, a entrega omnicanal dessas comunicações (E-mail, SMS, Chatbot, Push, RCS, WhatsApp) e a análise de dados de engajamento.

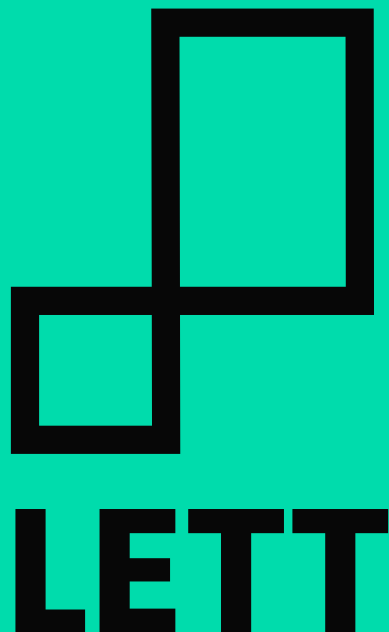
<https://www.d1.cx/>



**ESCOLA DE
E-COMMERCE**

A Escola de E-commerce é um portal de conteúdo relacionado ao mercado eletrônico e oferece materiais de apoio para empresas de pequeno, médio e grande porte desse segmento. Dentro dos materiais oferecidos gratuitamente para o empreendedor estão: artigos, webinars, e-books, dentre outros.

<https://www.escoladeecommerce.com/>



A Lett é uma solução que aproxima marcas e consumidores criando a jornada de compras perfeita no e-commerce.

Por meio de inteligência de dados para e-commerce, a Lett tem como objetivo principal criar experiências inesquecíveis para que as marcas aumentem suas vendas online.

Quer saber mais? Entre em contato conosco agora mesmo!

lett.digital

