

A close-up portrait of a woman with dark skin, looking upwards and to the right. She has bright red lipstick and a gold nose ring. Her hand is partially visible near her chin. The background is a soft, out-of-focus red.

AVON

# HABLEMOS DE TECNOLOGÍA

Informe Sacateladuda  
Febrero 2026

## FICHA TÉCNICA

**OBJETIVO:** IDENTIFICAR PERCEPCIONES Y ACTITUDES DE LAS MUJERES DE LA REGIÓN RESPECTO DE LA TECNOLOGÍA EN GENERAL Y EN CUANTO A LOS PRODUCTOS DE BELLEZA EN PARTICULAR

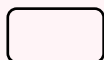
- **FECHA DE CAMPO:** 03 al 12 de Febrero de 2026
- **METODOLOGIA:** Encuestas online, invitando a las encuestadas a través de pauta en FB e IG.
- **TARGET:** Mujeres, de 20 años +, residentes en Argentina, Chile, Ecuador, México, Colombia y Perú.
- **MUESTRA:** 2398 casos totales, distribuidos como se detalla a continuación.

La muestra se ponderó por edad al interior de cada país y según el tamaño de la población de cada país para garantizar representatividad regional

### CLAVES DE LECTURA:



DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS AL 95% ENTRE PAÍSES



DATOS RELEVANTES / DESTACABLES

	Cantidad de casos por país	% de casos por país	% ponderado
Argentina	433	18%	13%
Chile	305	13%	8%
Colombia	411	17%	15%
Ecuador	412	17%	6%
México	421	18%	49%
Perú	399	17%	9%

INFORME SACATELADUDA: HABLEMOS DE TECNOLOGÍA

AVON

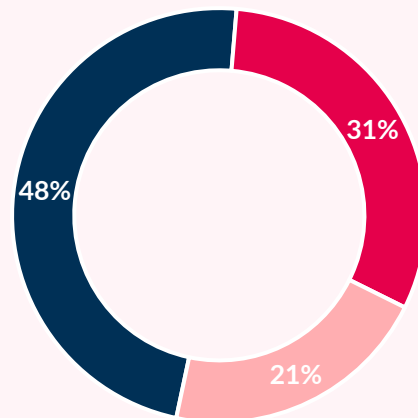
# ANALISIS DE RESULTADOS





## EDAD

■ 25-40 ■ 41-54 ■ + 55



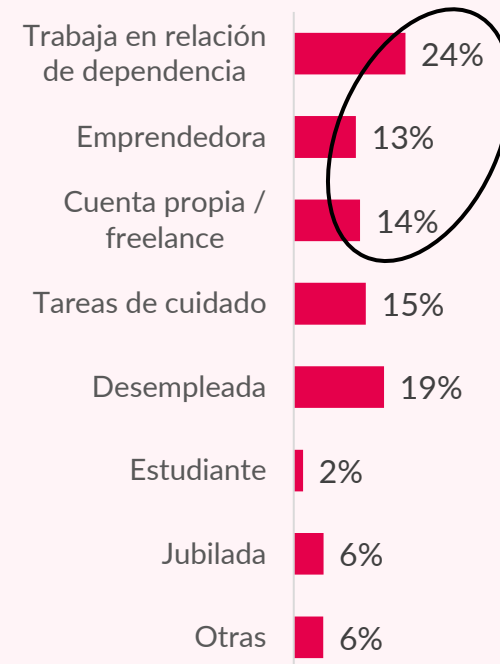
## 51%

DE LAS MUJERES TIENEN **TRABAJO REMUNERADO**



Mientras que **40%** de las **ARG** trabajan en **relación de dependencia**, en **ECU** aumentan las **desempleadas** a **28%**

## PRINCIPAL OCUPACIÓN ACTUAL



LAS MUJERES Y  
**LA TECNOLOGÍA**

**MOTOR DE AUTONOMÍA FEMENINA FRENTE A  
BARRERAS CULTURALES**



TECNOLOGÍA Y  
**BELLEZA**

**LA INNOVACIÓN EN LA OFERTA Y LA TECNOLOGÍA  
COMO HERRAMIENTA DE LA USUARIA**



LAS MUJERES Y  
**LA TECNOLOGÍA**  
MOTOR DE AUTONOMÍA  
FEMENINA FRENTE A  
BARRERAS CULTURALES

# LA TECNOLOGÍA TODAVÍA ARRASTRA ALGUNOS SESGOS DE GÉNERO

(Nivel simbólico)

Los referentes y el reconocimiento siguen teniendo una  
impronta masculina.


Hay una brecha entre capacidad real y legitimidad  
simbólica que proviene de la cultura.

¿QUÉ TAN DE ACUERDO ESTÁS CON LAS SIGUIENTES FRASES?

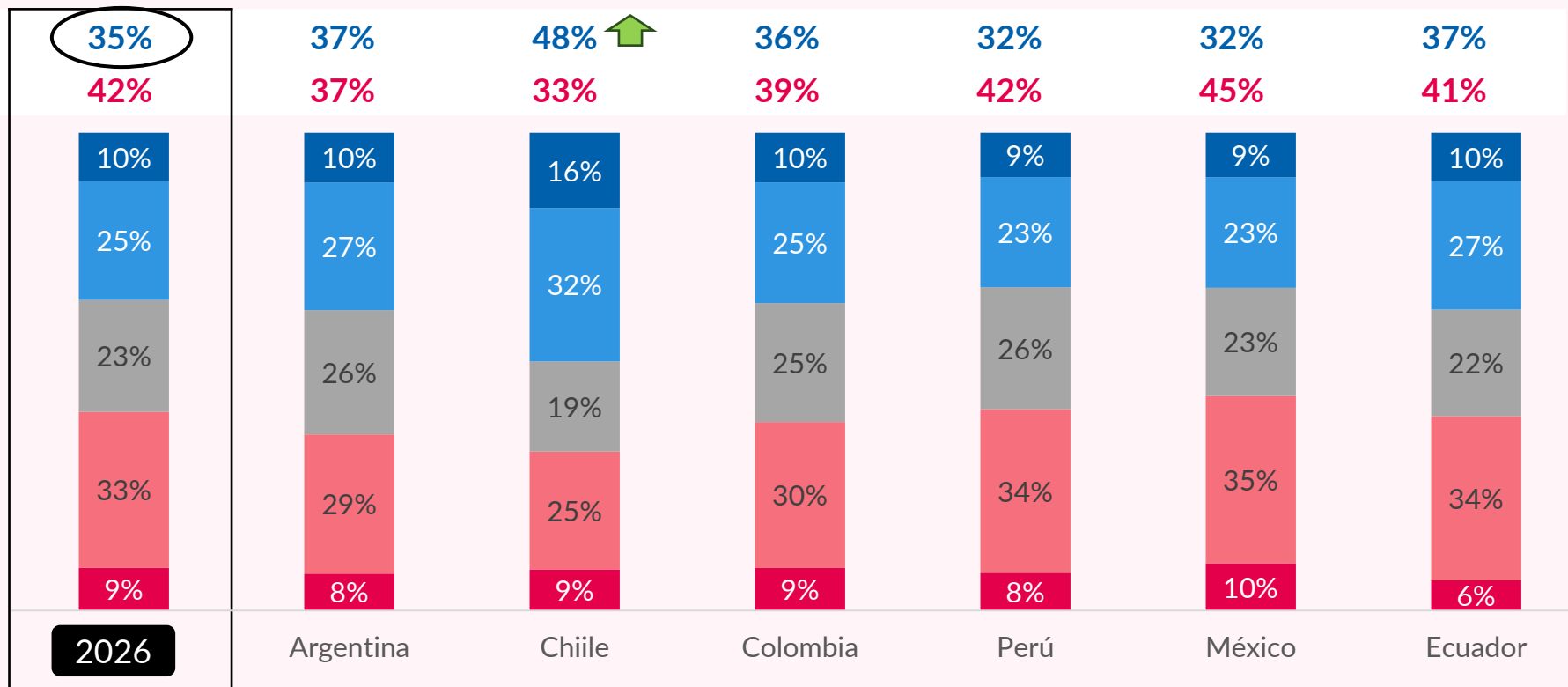
**DESDE CHICOS, A LOS VARONES SE LOS INCENTIVA MÁS A USAR TECNOLOGÍA QUE A LAS MUJERES**

Las opiniones están divididas, pero **35%** reconoce que hay un **INCENTIVO DIFERENCIAL** hacia los **VARONES** desde la **INFANCIA**

**LA BRECHA NO NACE EN LA CAPACIDAD, SINO EN LA SOCIALIZACIÓN TEMPRANA.**

 La mitad de las chilenas coinciden con esta opinión, destacando de los demás países de la región

- Totalmente de acuerdo
- Algo de acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Algo en desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

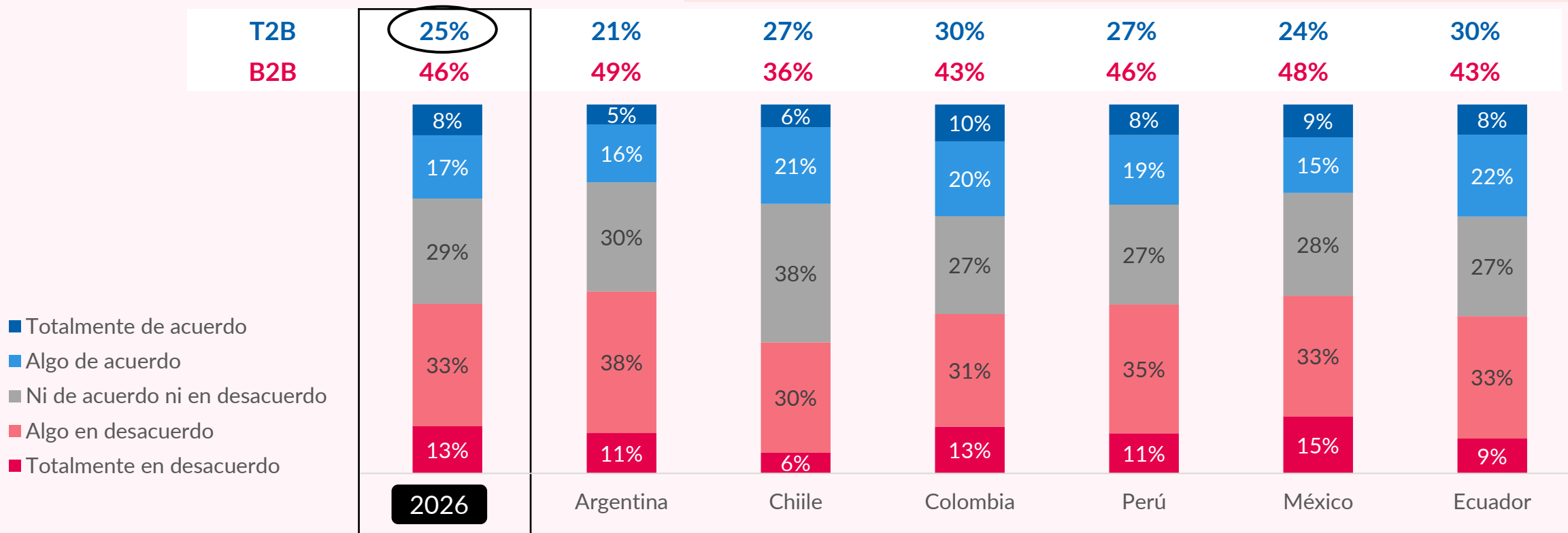


¿QUÉ TAN DE ACUERDO ESTÁS CON LAS SIGUIENTES FRASES?

**LOS HOMBRES USAN MÁS TECNOLOGÍA QUE LAS MUJERES**

Según un cuarto de las encuestadas los **hombres USAN MÁS TECNOLOGÍA** que las mujeres (un tercio en Colombia y Ecuador) y sólo la mitad opinan lo contrario.

**TODAVÍA HAY QUIENES ASOCIAN MÁS LO TECNOLÓGICO A LO MASCULINO EN LA PRÁCTICA COTIDIANA.**

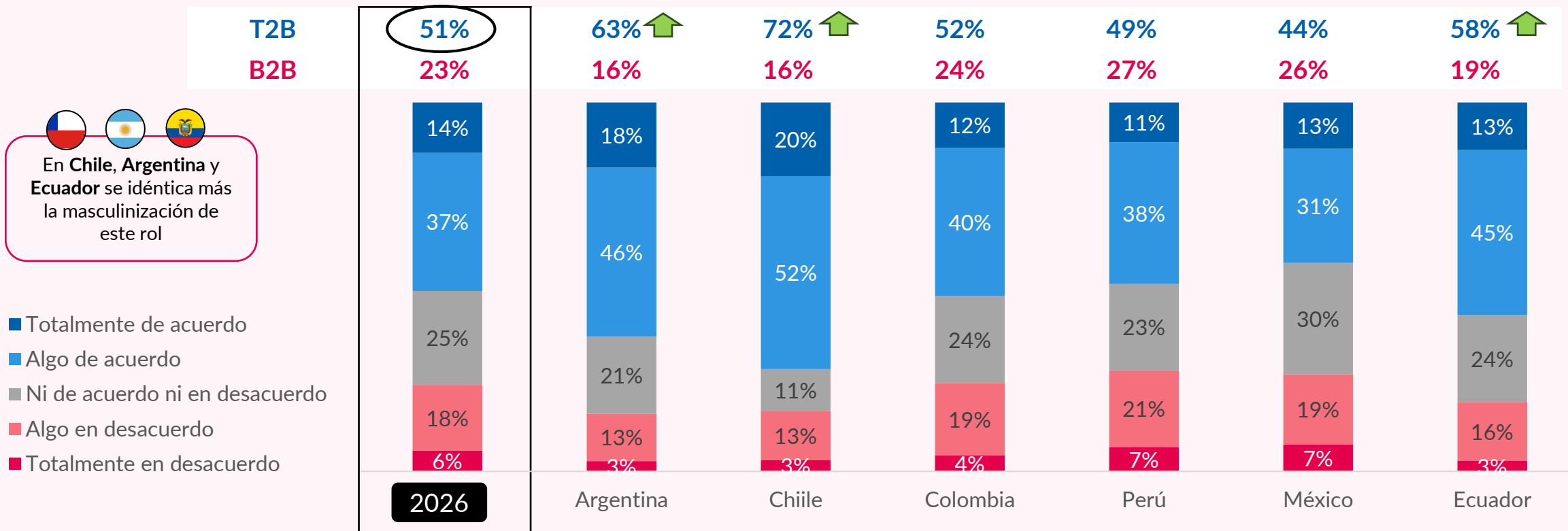


¿QUÉ TAN DE ACUERDO ESTÁS CON LAS SIGUIENTES FRASES?

**LOS REFERENTES TECNOLÓGICOS QUE APARECEN EN MEDIOS SUELEN SER MAYORITARIAMENTE HOMBRES**

A pesar de que de no hay consenso sobre la masculinidad de la preparación y el interés por la tecnología, **claramente la referencia mediática está masculinizada:**

**SI LOS MODELOS VISIBLES SON MASCULINOS, LO MASCULINO SE CONSOLIDA COMO NORMA**

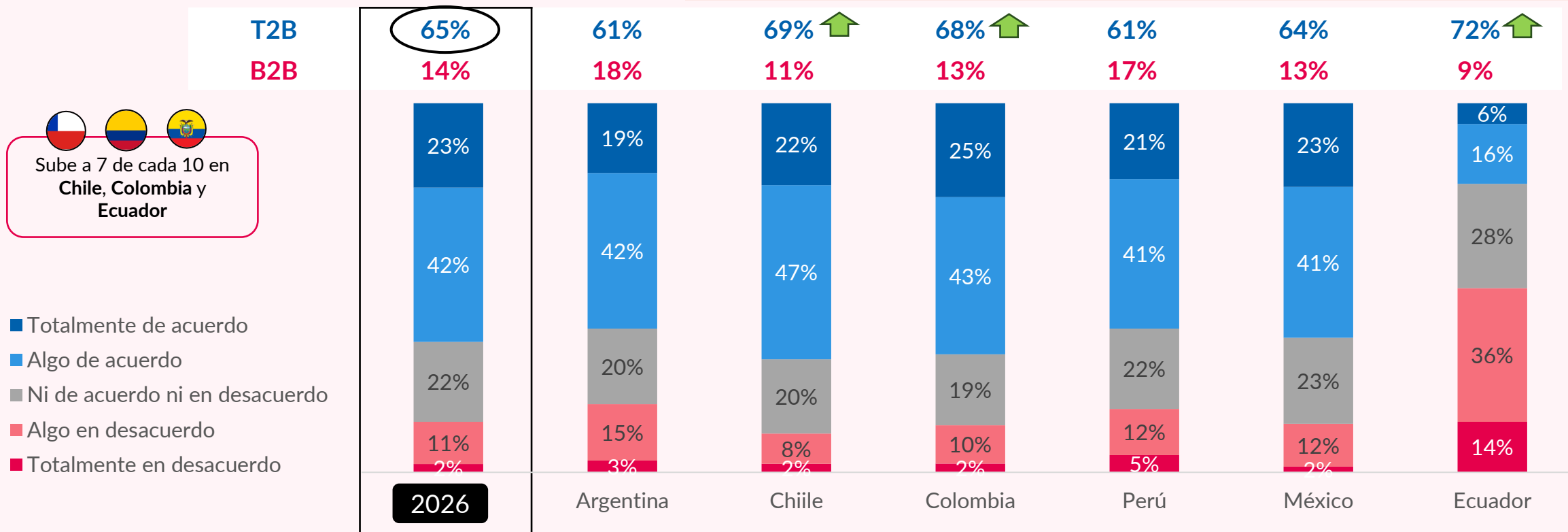


¿QUÉ TAN DE ACUERDO ESTÁS CON LAS SIGUIENTES FRASES?

**CUANDO UNA MUJER SABE MUCHO DE TECNOLOGÍA, SUELE SER VISTA COMO “EXCEPCIONAL”**

En este contexto, **6 de cada 10** dicen que **cuando una mujer sabe mucho de tecnología ES VISTA** como algo fuera de lo común.

**LA SOCIEDAD NO PERCIBE COMO “NORMAL” QUE UNA MUJER SEPA DE TECNOLOGÍA**



Sin embargo, la IGUALDAD ya está instalada  
como VALOR y los ESTEREOTIPOS más  
EXPLÍCITOS PIERDEN ADHESIÓN

(Nivel normativo)

**ESTAMOS EN UN MOMENTO DE CAMBIO:**

EL DISCURSO Y LA PRÁCTICA EVOLUCIONARON  
MÁS RÁPIDO QUE ALGUNAS REPRESENTACIONES  
CULTURALES.

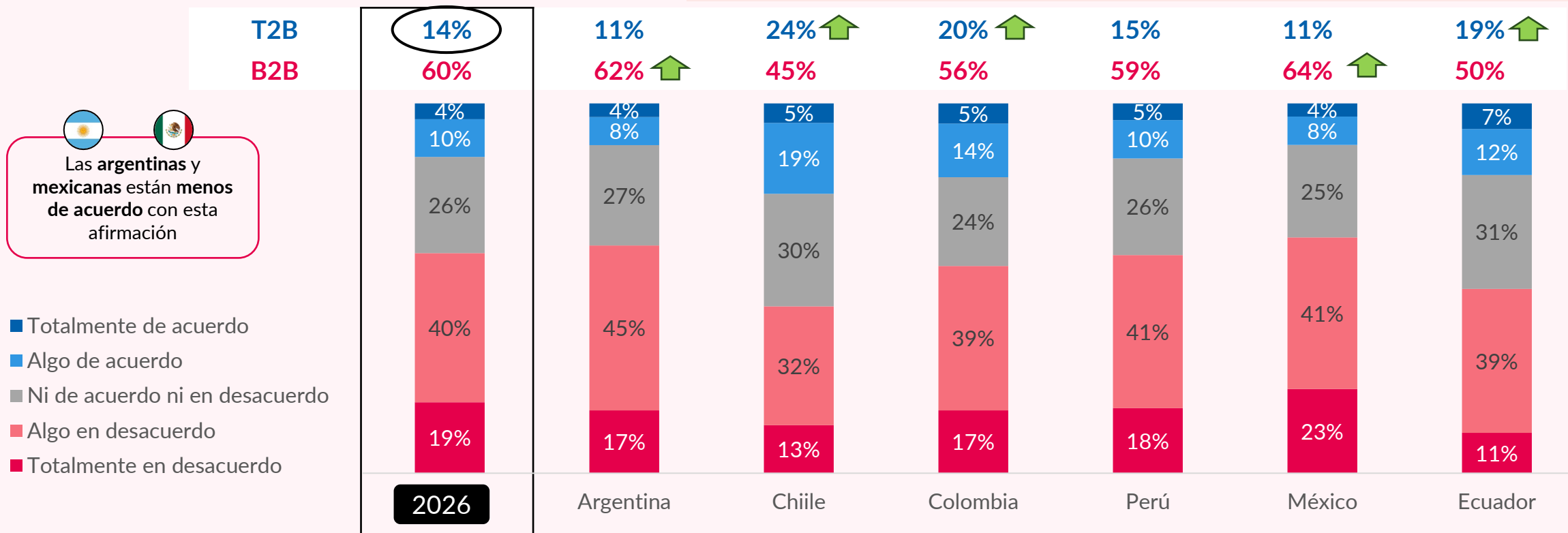
¿QUÉ TAN DE ACUERDO ESTÁS CON LAS SIGUIENTES FRASES?

**LOS HOMBRES SE LLEVAN MEJOR CON LA TECNOLOGÍA QUE LAS MUJERES**

Hay una **BAJA ADHESIÓN** a la idea de que los **HOMBRES** se lleven **MEJOR CON LA TECNOLOGÍA** que las mujeres.

**SI HAY DIFERENCIAS NO SON POR CAPACIDAD, SON CULTURALES**

Crece un poco en **Chile, Colombia y Ecuador.**

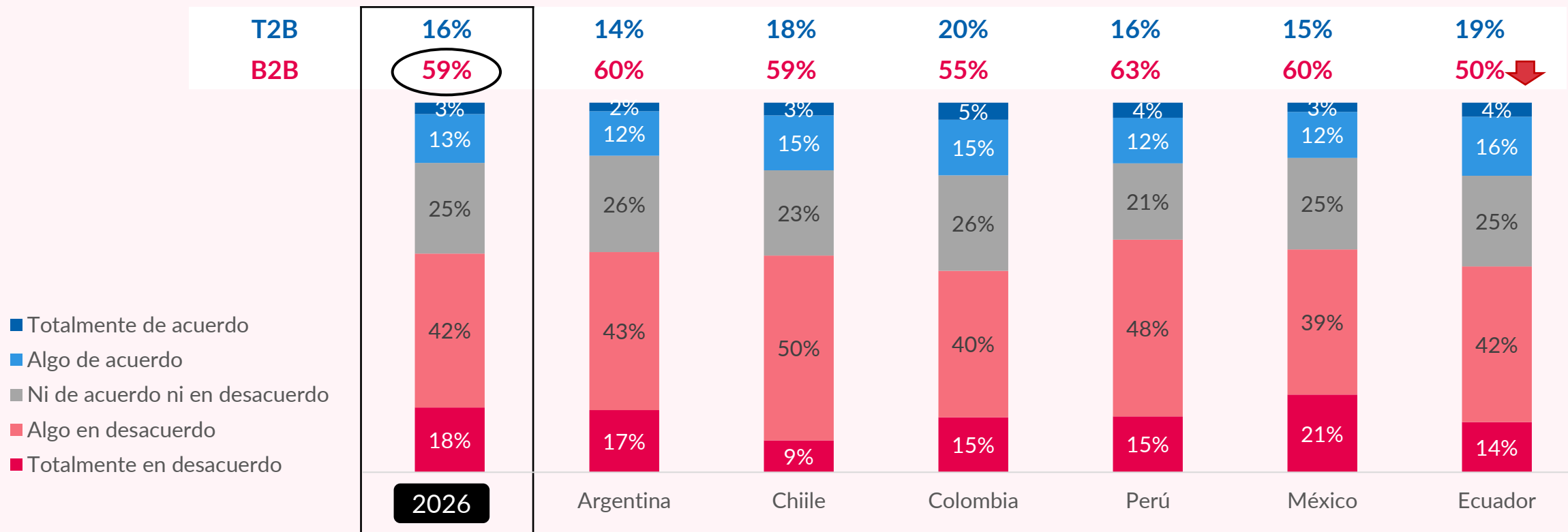


¿QUÉ TAN DE ACUERDO ESTÁS CON LAS SIGUIENTES FRASES?

**LAS MUJERES TIENEN MENOS INTERÉS NATURAL EN LA TECNOLOGÍA QUE LOS HOMBRES**

**SE DESARMA EL MITO** de que las mujeres “naturalmente” están menos interesadas que los hombres en la tecnología: 6 de cada 10 rechazan esta idea.

**LAS DIFERENCIAS NO SON BIOLÓGICAS, SON CONTEXTUALES.**

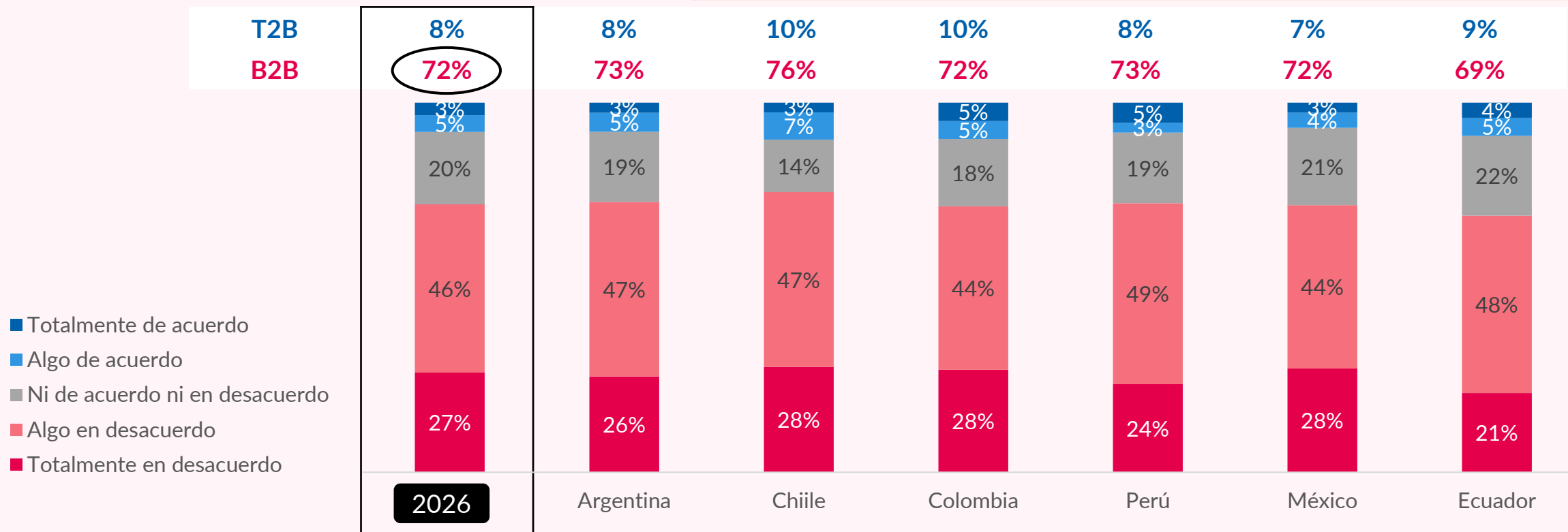


¿QUÉ TAN DE ACUERDO ESTÁS CON LAS SIGUIENTES FRASES?

**LAS CARRERAS TECNOLÓGICAS SON MÁS ADECUADAS PARA HOMBRES QUE PARA MUJERES**

7 de cada 10 coinciden en que **LAS CARRERAS TECNOLÓGICAS NO TIENEN GÉNERO.**

**EN SU FORMA MÁS EXPLÍCITA, EL ESTEREOTIPO PIERDE LEGITIMIDAD**




¿QUÉ TAN DE ACUERDO ESTÁS CON LAS SIGUIENTES FRASES?

**LAS MUJERES NECESITAN MÁS AYUDA QUE LOS HOMBRES PARA RESOLVER PROBLEMAS TECNOLÓGICOS**

En línea con lo anterior, la mayoría **RECHAZA** que las **mujeres** sean **MENOS CAPACES** para **RESOLVER PROBLEMAS TECNOLÓGICOS**.

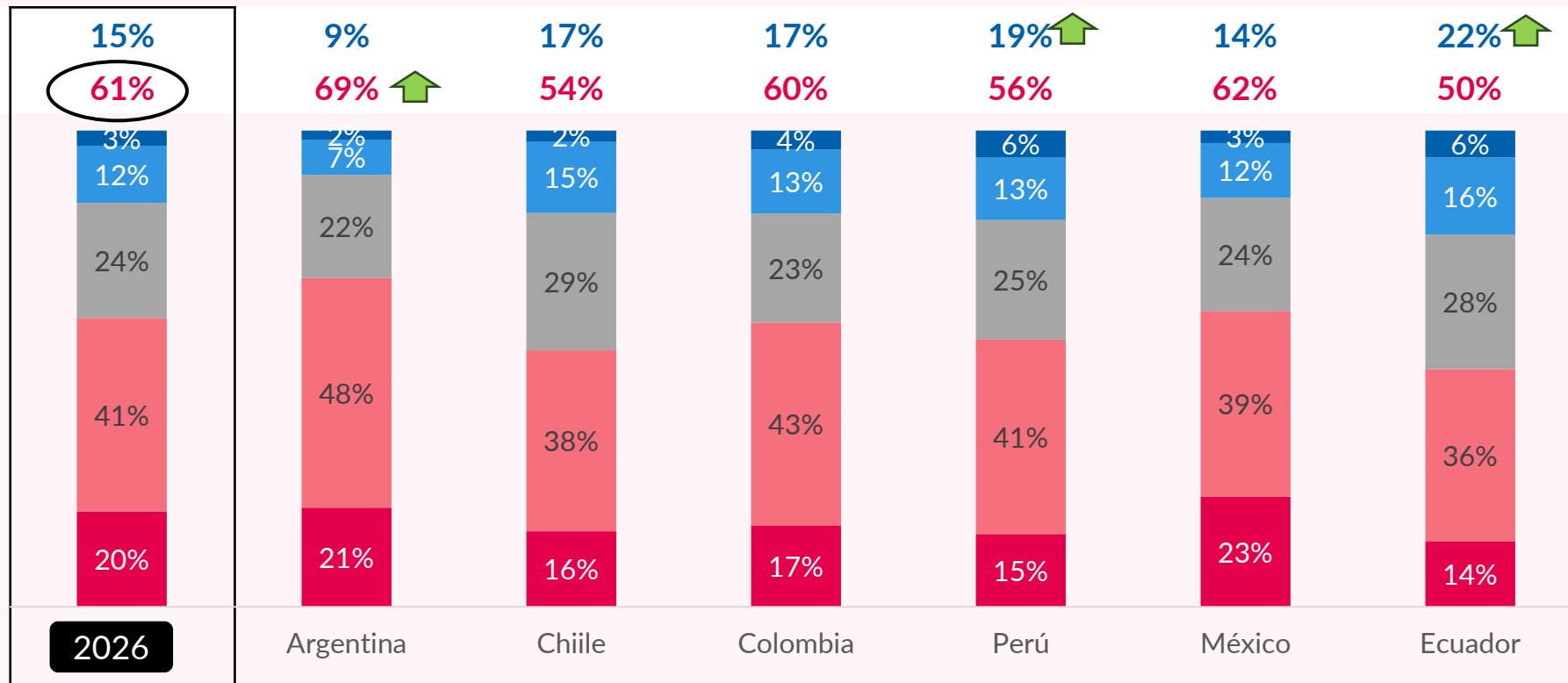
**NO SE CUESTIONA LA AUTONOMÍA TÉCNICA FEMENINA.**

 Para las **peruanas** y **ecuatorianas** las mujeres **sí necesitan** algo más de **ayuda** para resolver este tipo de problemas

 Las **argentinas** están **menos de acuerdo** con esta afirmación

- Totalmente de acuerdo
- Algo de acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Algo en desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

**T2B**  
**B2B**



¿QUÉ TAN DE ACUERDO ESTÁS CON LAS SIGUIENTES FRASES?

**EN GENERAL, CONFÍO MÁS EN LA OPINIÓN TECNOLÓGICA DE UN HOMBRE QUE EN LA DE UNA MUJER**

Sólo **1 de cada 10** declara **CONFÍAR MÁS** en la **opinión tecnológica** de un **hombre** que en la de una **mujer**.

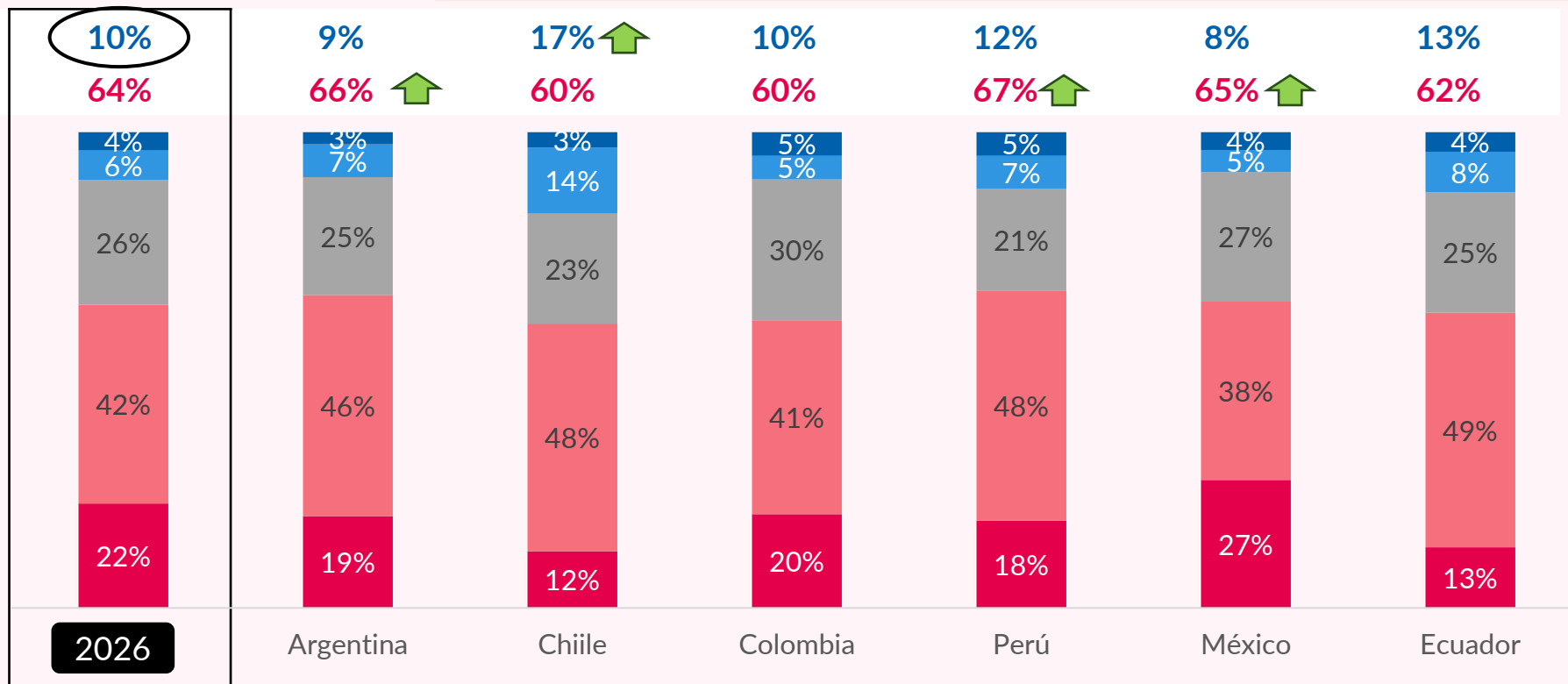
**EL SESGO EXPLÍCITO ES MINORITARIO.**

 Crece entre las **chilenas**

 Las **peruanas** se unen a las **mexicanas** y **argentinas** entre las de **menor acuerdo**

- Totalmente de acuerdo
- Algo de acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Algo en desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

**T2B**  
**B2B**



Entre EMPRENDEDORAS y  
TRABAJADORAS INDEPENDIENTES el  
consenso es claro:

**LA TECNOLOGÍA IMPULSA LA  
AUTONOMÍA FEMENINA**

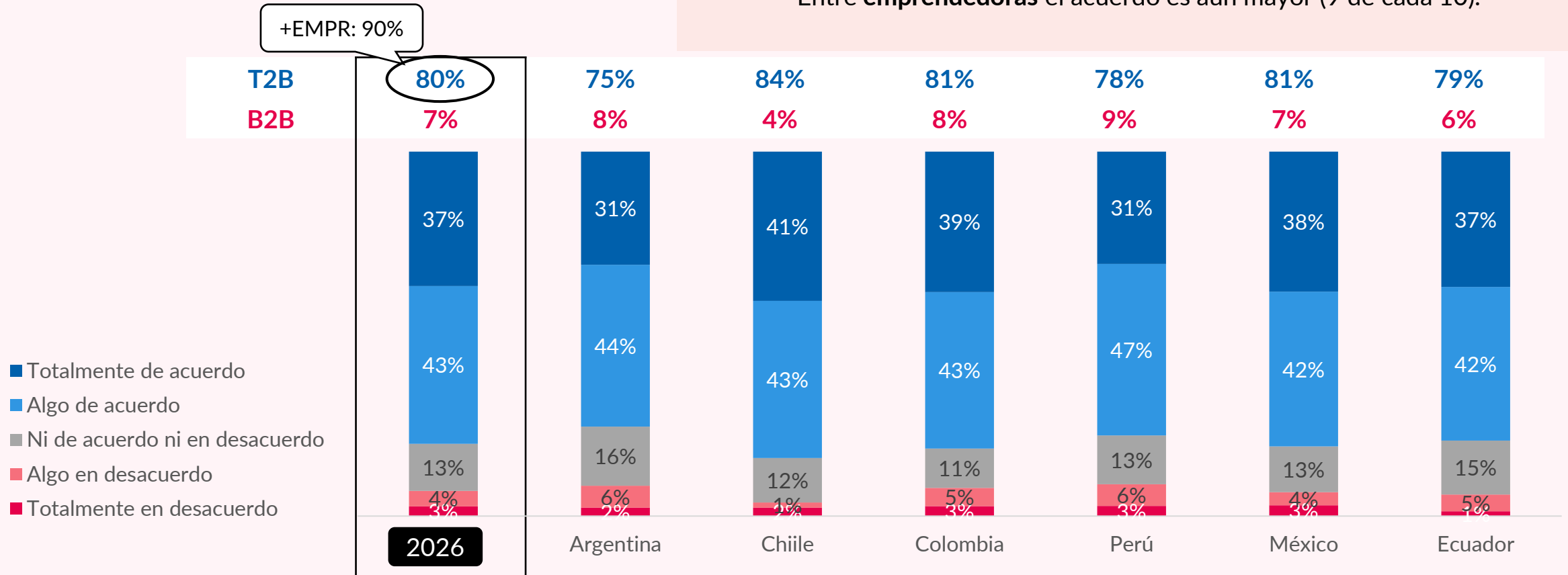
y ya funciona como MOTOR REAL DE  
INDEPENDENCIA ECONÓMICA.

¿QUÉ TAN DE ACUERDO ESTÁS CON LAS SIGUIENTES FRASES?

## LA TECNOLOGÍA FACILITA LA AUTONOMÍA DE LAS MUJERES

La **TECNOLOGÍA** es vista como una **herramienta clave** para fortalecer la **AUTONOMÍA DE LAS MUJERES**.

Entre **emprendedoras** el acuerdo es aún mayor (9 de cada 10).



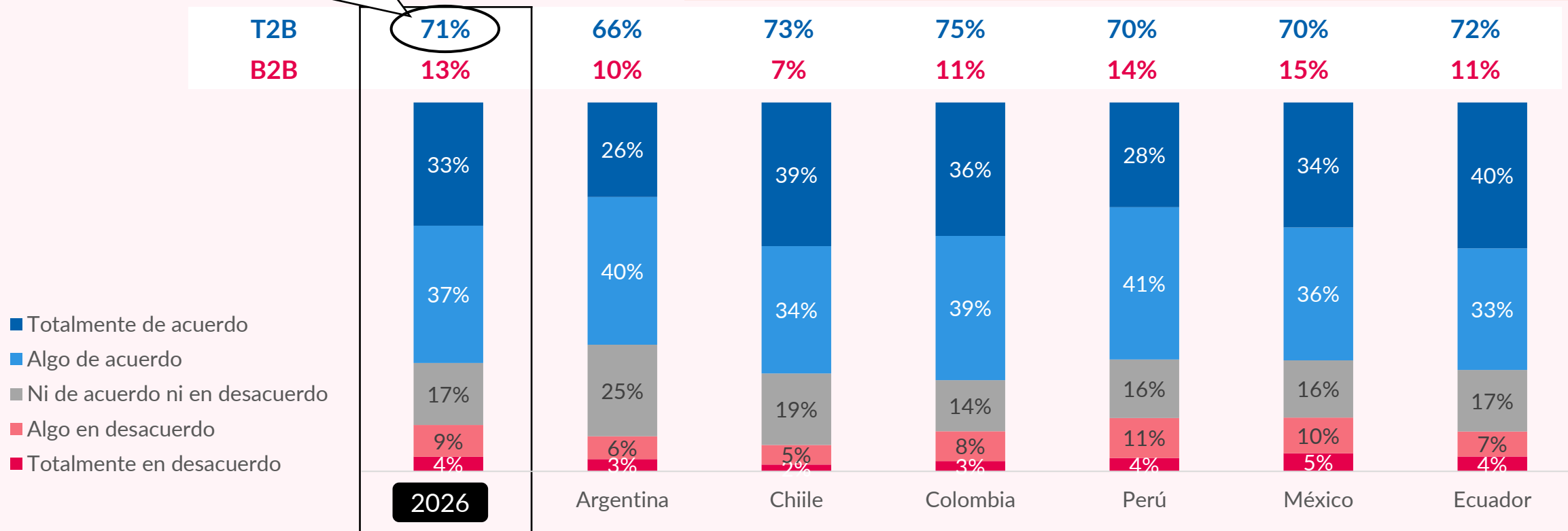
¿QUÉ TAN DE ACUERDO ESTÁS CON LAS SIGUIENTES FRASES?

**EL ACCESO A TECNOLOGÍA AYUDA A REDUCIR DESIGUALDADES DE GÉNERO**

El acceso a tecnología es percibido como una herramienta que **AYUDA A REDUCIR DESIGUALDADES DE GÉNERO**, sin diferencias entre países.

Esto es más fuerte entre las que trabajan en **relación de dependencia** y las **cuentapropistas**: **herramienta niveladora cuando necesitan equilibrar el terreno.**

+REL DEP: 77% /  
CUENTA PROPIA: 77%



## LA TECNOLOGÍA IMPULSA EL DESARROLLO LABORAL AUTÓNOMO DE LAS MUJERES

- Impulsa aprendizaje, mejora la productividad y habilita progreso.
- 6 de cada 10 reconocen que no dominarla implica quedar en desventaja.
- No es un diferencial opcional: es condición para competir y crecer.



Las **chilenas** se muestran algo más **reticentes**

<b>EMPREDEDORAS + CUENTA PROPIA</b>	TOTAL	AR	CH	CO	PE	ME	EC
LA <b>TECNOLOGÍA</b> ME AYUDA A ADQUIRIR NUEVOS CONOCIMIENTOS QUE SON ÚTILES PARA MI ACTIVIDAD LABORAL/EMPREDIMIENTO	<b>96%</b>	97%	82% ↓	97%	98%	98%	95%
EL <b>USO DE TECNOLOGÍA</b> ME AYUDA A SER MÁS PRODUCTIVA EN MI TRABAJO/EMPREDIMIENTO	<b>93%</b>	90%	98%	91%	94%	94%	88%
LA <b>TECNOLOGÍA</b> ME AYUDA A PROGRESAR EN MI TRABAJO/EMPREDIMIENTO	<b>92%</b>	89%	94%	95%	94%	92%	89%
LA <b>FALTA DE CONOCIMIENTOS</b> EN EL <b>USO DE LA TECNOLOGÍA</b> HOY ME PONE EN <b>DESVENTAJA</b> FRENTE A <b>OTRAS PERSONAS</b> QUE SE DEDICAN A LO MISMO QUE YO	<b>64%</b>	72%	56%	67%	63%	63%	64%
A VECES SIENTO QUE LA <b>TECNOLOGÍA</b> ME <b>COMPLICA MÁS DE LO QUE ME AYUDA</b>	<b>12%</b>	15%	33% ↑	9%	20%	9%	15%
MI TRABAJO / ACTIVIDAD / EMPREDIMIENTO ACTUAL <b>ESTÁ AMENAZADO POR LA TECNOLOGÍA. VA A DESAPARECER</b>	<b>12%</b>	11%	17%	10%	18%	11%	12%
<b>Base</b>	<b>626</b>	86	58	134	120	122	106

## ES LA INFRAESTRUCTURA DEL EMPRENDIMIENTO FEMENINO

Para las emprendedoras, la tecnología es su herramienta comercial directa: amplía clientes, ordena la gestión y permite sostener el negocio

Para 6 de cada 10, sin tecnología sería difícil mantener su actividad.

Más que una ayuda, es la base operativa del emprendimiento.

### EMPREDEDORAS

	TOTAL	AR	CH	CO	PE	ME	EC
GRACIAS A LA <b>TECNOLOGÍA</b> PUEDO <b>AMPLIAR MI PÚBLICO/GANAR MÁS CLIENTES</b>	<b>95%</b>	100%	98%	96%	98%	93%	99%
GRACIAS A LA <b>TECNOLOGÍA</b> , PUEDO <b>COMBINAR MEJOR MI ACTIVIDAD LABORAL CON MI VIDA PERSONAL</b>	<b>92%</b>	89%	80%	94%	90%	94%	86%
LA <b>TECNOLOGÍA</b> ME PERMITE <b>ORGANIZAR MEJOR MI ACTIVIDAD LABORAL/EMPRENDIMIENTO</b>	<b>89%</b>	90%	98%	95%	96%	84%	91%
<b>SIN TECNOLOGÍA</b> , HOY SERÍA <b>DIFÍCIL SOSTENER MI NEGOCIO / EMPRENDIMIENTO</b>	<b>63%</b>	70%	66%	71%	67%	60%	46%
<b>Base</b>	<b>317</b>	38	26*	64	74	56	59

## TECNOLOGÍA Y **BELLEZA**

LA INNOVACIÓN EN LA  
OFERTA Y LA TECNOLOGÍA  
COMO HERRAMIENTA DE LA  
USUARIA

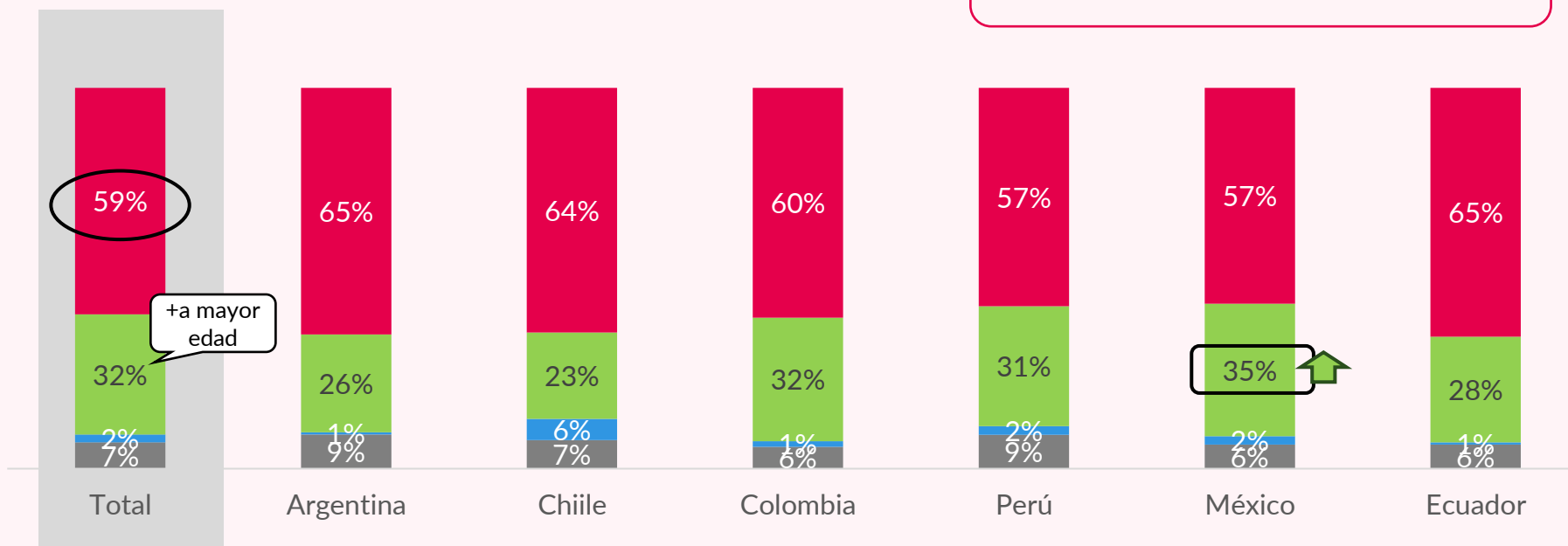
La INNOVACIÓN TECNOLÓGICA potencia  
la OFERTA de PRODUCTOS de BELLEZA y  
CUIDADO PERSONAL

¿DÓNDE DIRÍAS QUE HAY MÁS DESARROLLO E INNOVACIÓN EN TECNOLOGÍAS DE BELLEZA Y CUIDADO PERSONAL?

LA INNOVACIÓN EN TECNOLOGÍA DE BELLEZA Y CUIDADO PERSONAL SE PERCIBE MAYORMENTE FEMENINA

6 de cada 10 cree que son para productos orientados a mujeres, mientras que 32% considera que se innova por igual para ambos géneros (+ a mayor edad)

- En los productos orientados a mujeres
- En ambos por igual
- En los productos orientados a hombres
- No sabría decir



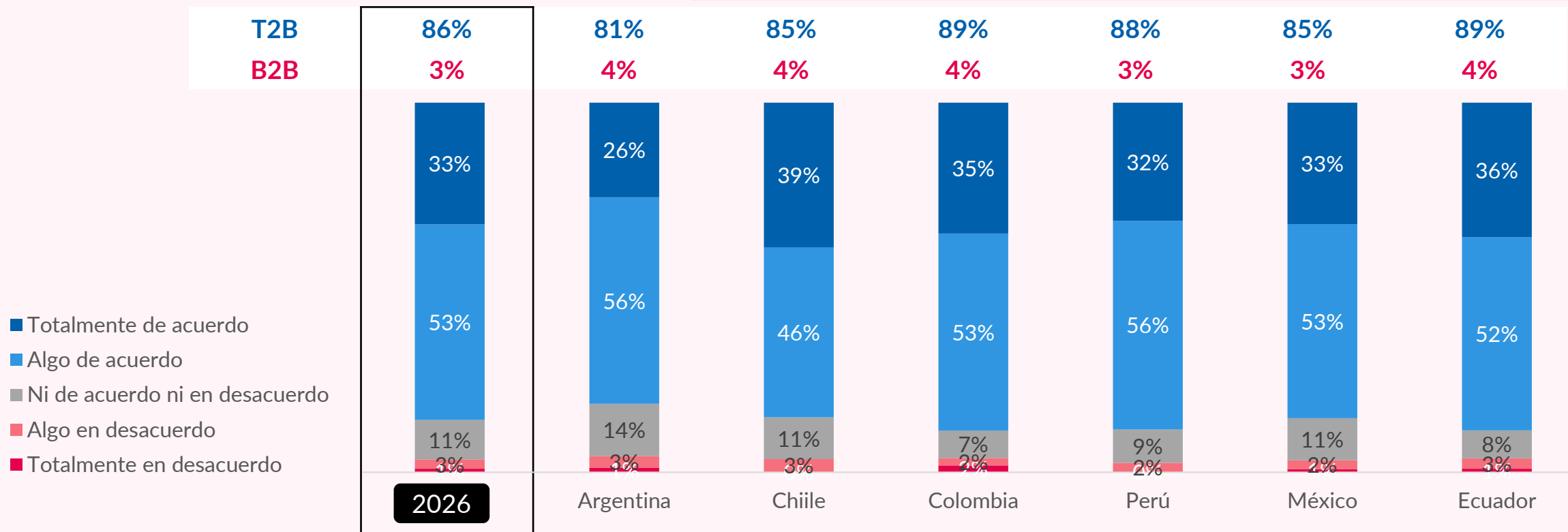
En México se percibe un poco más de equidad en el desarrollo de innovaciones de la categoría

¿QUÉ TAN DE ACUERDO ESTÁS CON LAS SIGUIENTES FRASES?

**GRACIAS A LA TECNOLOGÍA HOY EXISTEN PRODUCTOS DE BELLEZA Y CUIDADO PERSONAL MÁS ESPECÍFICOS PARA LOS DISTINTOS TIPOS DE PERSONA.**

**AMPLIO CONSENSO EN QUE LA INNOVACIÓN SE TRADUCE EN PRECISIÓN EN LA OFERTA Y TARGETIZACIÓN**

**9 de cada 10 afirman que gracias a la tecnología cada persona cuenta con un producto específico.**

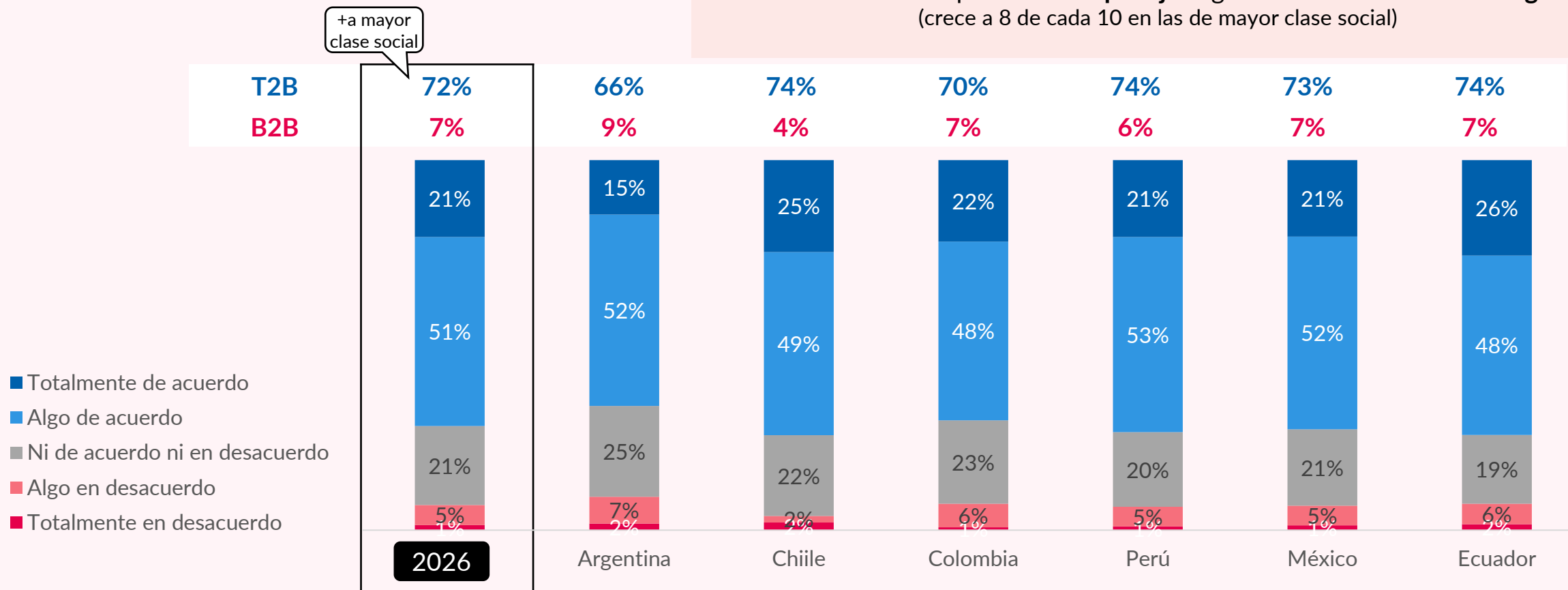


¿QUÉ TAN DE ACUERDO ESTÁS CON LAS SIGUIENTES FRASES?

**EL DESARROLLO TECNOLÓGICO MEJORÓ NOTABLEMENTE LA CALIDAD DEL MAQUILLAJE.**

**LA INNOVACIÓN SE EVIDENCIA EN MEJORAS TANGIBLES EN LA CALIDAD DE LOS MAQUILLAJES**

**72%** coinciden en que el **make up mejoró** gracias al **desarrollo tecnológico** (crece a 8 de cada 10 en las de mayor clase social)

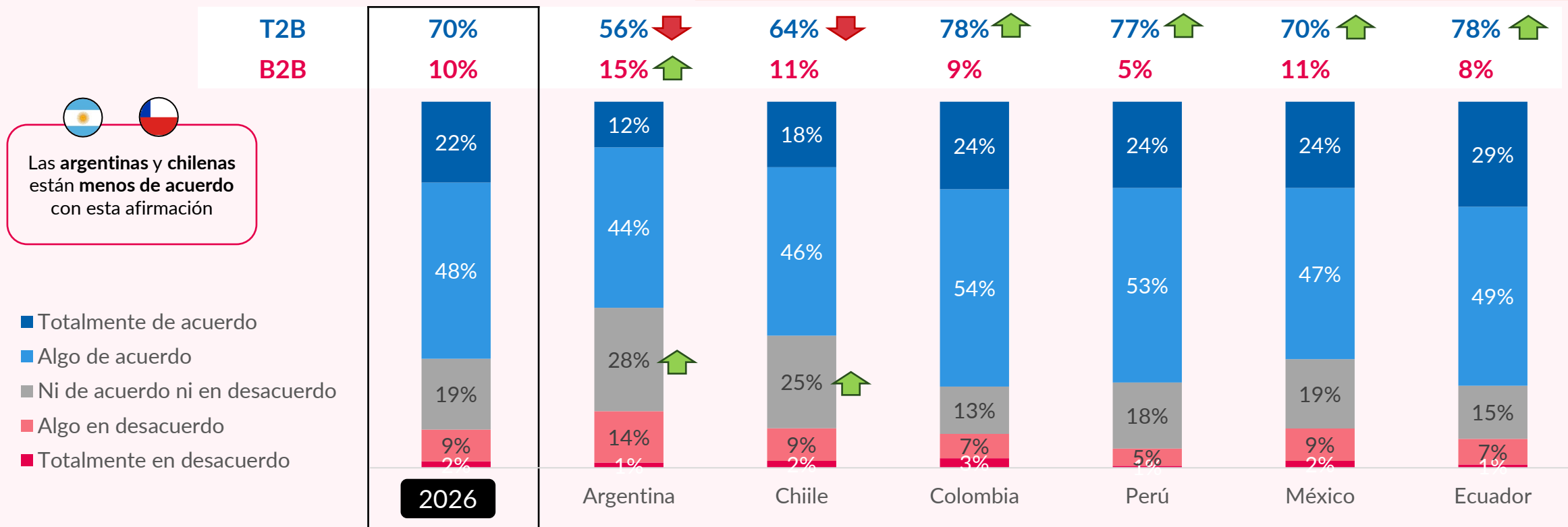


¿QUÉ TAN DE ACUERDO ESTÁS CON LAS SIGUIENTES FRASES?

**LA TECNOLOGÍA HIZO QUE LOS PRODUCTOS DE BELLEZA Y CUIDADO PERSONAL SEAN MÁS ACCESIBLES**

**EL DESARROLLO TECNOLÓGICO TAMBIÉN DEMOCRATIZA EL ACCESO A LOS PRODUCTOS DE BELLEZA**

7 de cada 10 mujeres considera que son más accesibles gracias a la tecnología, aunque con diferencias por país

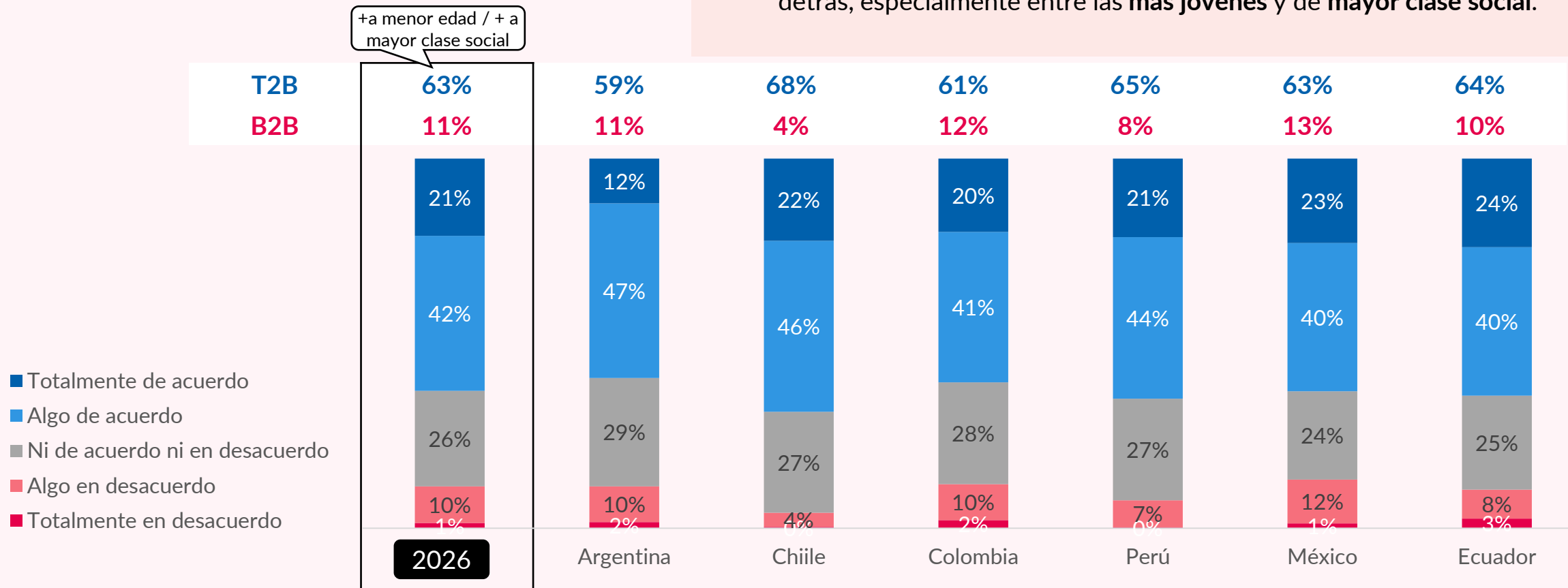


¿QUÉ TAN DE ACUERDO ESTÁS CON LAS SIGUIENTES FRASES?

**CONFÍO MÁS EN PRODUCTOS DE BELLEZA O CUIDADO PERSONAL CUANDO SÉ QUE TIENEN DESARROLLO TECNOLÓGICO DETRÁS.**

## EL RESPALDO TECNOLÓGICO GENERA CONFIANZA

**63% confía más** en los productos que tienen alguna **innovación tecnológica** detrás, especialmente entre las **más jóvenes** y de **mayor clase social**.




¿QUÉ TAN DE ACUERDO ESTÁS CON LAS SIGUIENTES FRASES?

**ESTOY DISPUESTA A PAGAR MÁS POR BELLEZA O CUIDADO PERSONAL CUANDO TIENE RESPALDO TECNOLÓGICO.**

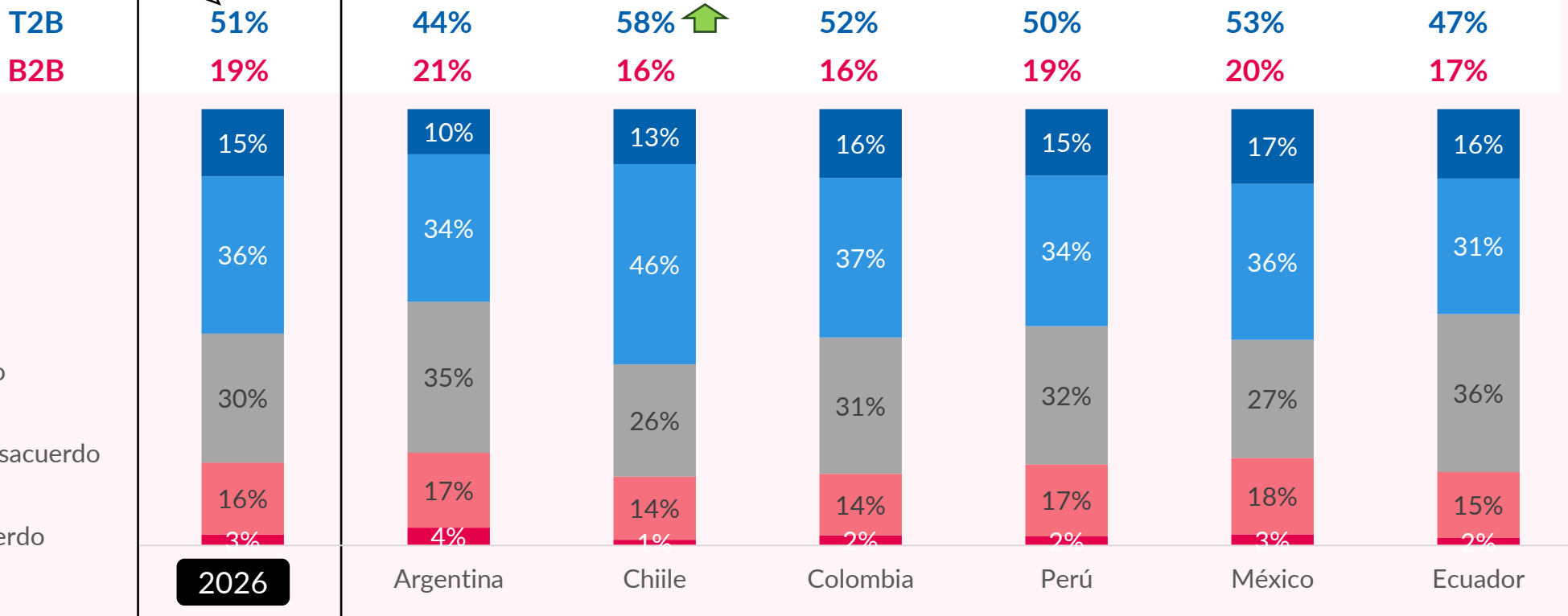
**Y CUANDO HAY INNOVACIÓN, SE AGREGA VALOR ECONÓMICO**

La mitad estaría dispuesta a pagar más por productos de belleza o cuidado personal con respaldo tecnológico.

+a menor edad / + a mayor clase social

 En Chile la disposición a pagar sube a 6 de cada 10

- Totalmente de acuerdo
- Algo de acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Algo en desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo



## AVON Y NATURA ESTÁN EN UN SEGUNDO NIVEL DE MARCAS ASOCIADAS A INNOVACIÓN TECNOLÓGICA EN BELLEZA

Si bien L'Oreal y Maybelline encabezan la asociación con tecnología, Avon y Natura muestran un posicionamiento sólido y competitivo, con desempeños destacados en mercados como Colombia y Ecuador (donde pasa desfilada a Maybelline) y en también en México y Perú.

### MARCAS QUE MÁS INCORPORAN TECNOLOGÍA EN SUS PRODUCTOS O DESARROLLOS

	TOTAL	AR	CH	CO	PE	ME	EC
L'ORÉAL PARIS	64%	66%	71%	58%	55%	67%	59%
MAYBELLINE	46%	53%	53%	29%	43%	49%	35%
<b>AVON</b>	<b>30%</b>	<b>22%</b>	<b>18%</b>	<b>39%</b>	<b>29%</b>	<b>31%</b>	<b>38%</b>
<b>NATURA</b>	<b>26%</b>	<b>31%</b>	<b>26%</b>	<b>37%</b>	<b>36%</b>	<b>21%</b>	<b>10%</b>
GARNIER	24%	17%	24%	19%	23%	28%	21%
REVLON	24%	29%	19%	20%	23%	25%	20%
PANTENE	19%	20%	21%	23%	17%	17%	21%
DOVE	19%	29%	18%	24%	16%	15%	25%
NIVEA	18%	9%	21%	20%	21%	17%	34%
SEDAL	7%	6%	5%	9%	11%	6%	12%
OTRA	3%	2%	3%	3%	1%	4%	5%
NINGUNA	2%	2%	2%	1%	4%	3%	3%

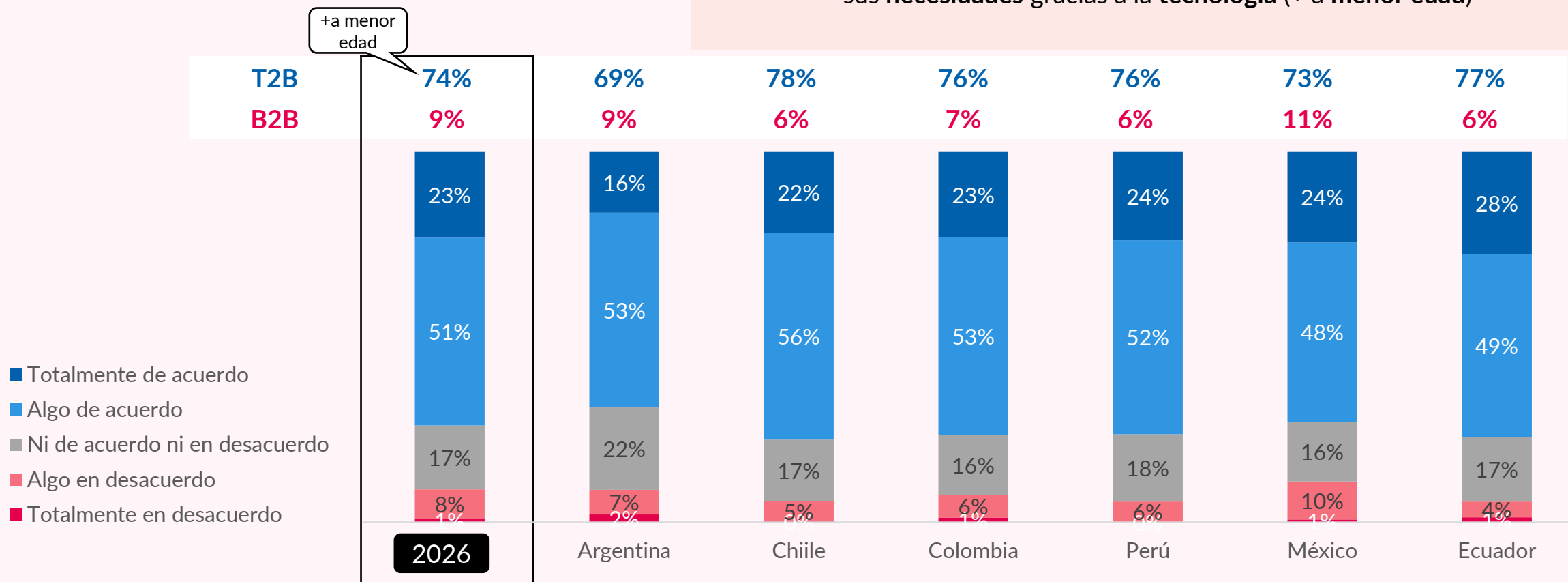
La **TECNOLOGÍA** redefine la **EXPERIENCIA**  
de **BELLEZA** y **CUIDADO PERSONAL**:  
**EMPODERA**, pero también **TENSIONA**

¿QUÉ TAN DE ACUERDO ESTÁS CON LAS SIGUIENTES FRASES?

**LA TECNOLOGÍA ME AYUDA A ELEGIR MEJOR LOS PRODUCTOS DE BELLEZA Y CUIDADO PERSONAL QUE SE ADAPTAN A MIS NECESIDADES**

**LA TECNOLOGÍA LAS AYUDA A ELEGIR MEJOR LO QUE NECESITAN**

**7 de cada 10 mujeres declara que puede elegir mejores productos adaptados a sus necesidades gracias a la tecnología (+ a menor edad)**



¿QUÉ TAN DE ACUERDO ESTÁS CON LAS SIGUIENTES FRASES?

**LA TECNOLOGÍA REDUCE EL MIEDO A “EQUIVOCARME” CON LOS PRODUCTOS DE BELLEZA O CUIDADO PERSONAL**

**LA TECNOLOGÍA APORTA SEGURIDAD**

Para 6 de cada 10 mujeres, la tecnología reduce la incertidumbre a la hora de elegir un producto de belleza (+ a menor edad, + a mayor clase social)

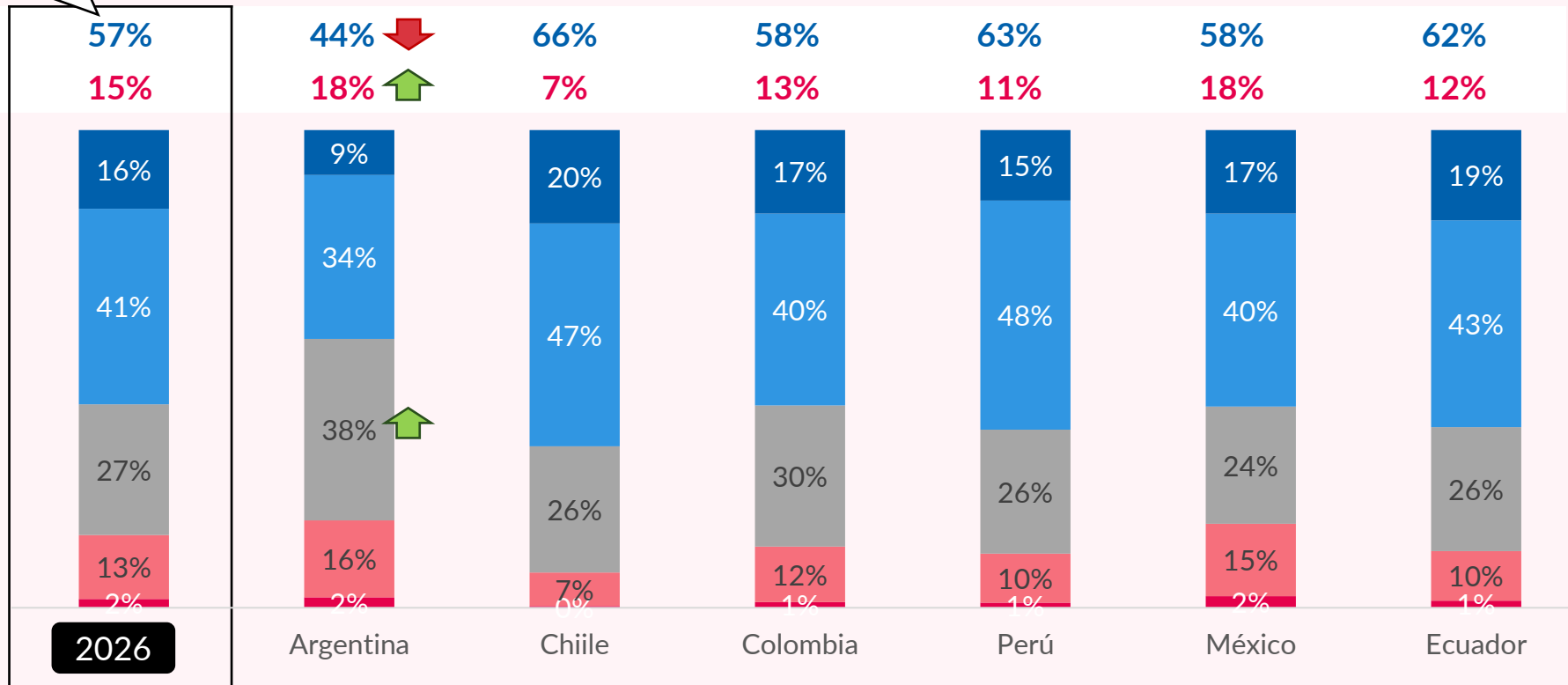
+a menor edad / + a mayor clase social

T2B  
B2B



Las argentinas se muestran algo más reticentes que las demás

- Totalmente de acuerdo
- Algo de acuerdo
- Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- Algo en desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

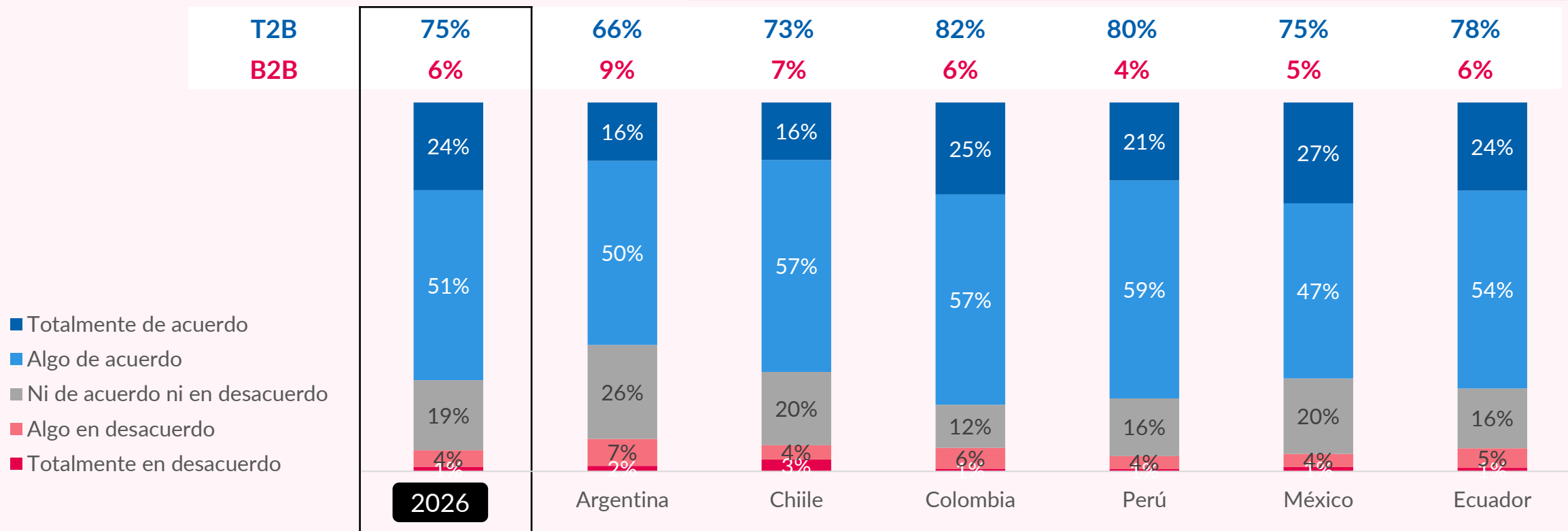


¿QUÉ TAN DE ACUERDO ESTÁS CON LAS SIGUIENTES FRASES?

**LA TECNOLOGÍA ME PERMITE USAR EL MAQUILLAJE DE FORMAS MÁS CREATIVAS.**

**LA TECNOLOGÍA HABILITA NUEVAS FORMAS DE USO, AMPLIANDO LAS POSIBILIDADES DE EXPRESIÓN**

Casi 8 de cada 10 afirman que les permite usar el maquillaje creativamente

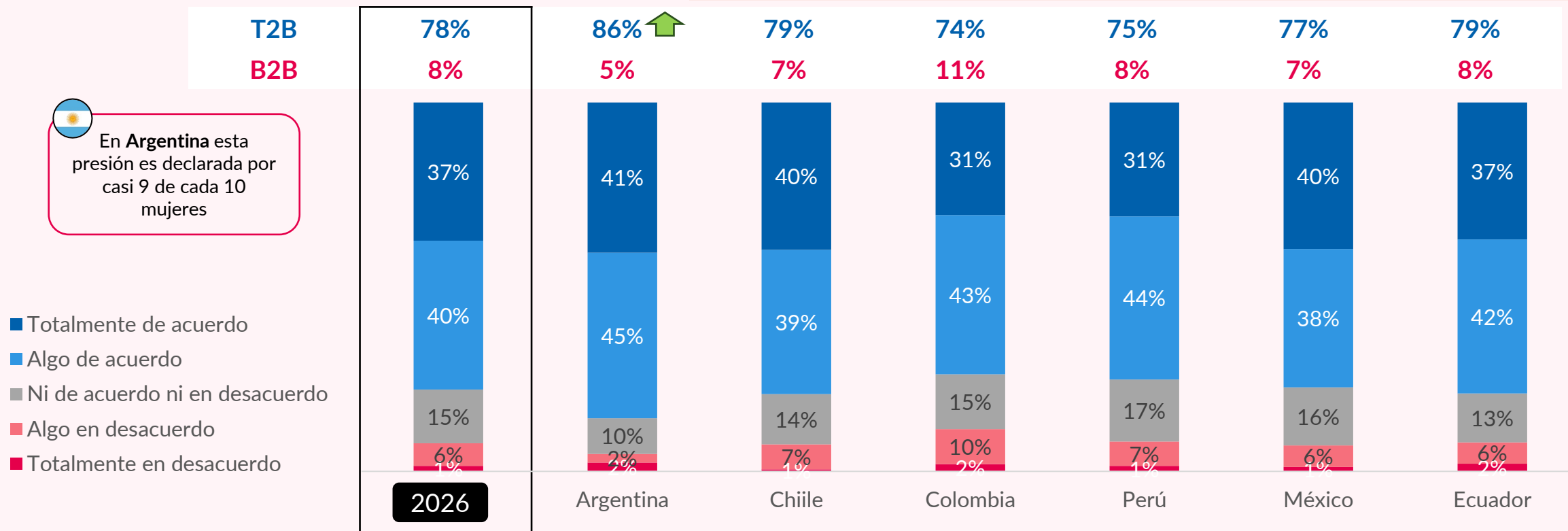


¿QUÉ TAN DE ACUERDO ESTÁS CON LAS SIGUIENTES FRASES?

**LOS FILTROS Y PROGRAMAS PARA RETOCAR FOTOS CREAN ESTÁNDARES DE BELLEZA IMPOSIBLES**

**SIN EMBARGO, TAMBIÉN CREA TENSIONES: HABILITA EXIGENCIAS ESTÉTICAS INALCANZABLES**

La gran mayoría coincide en que los **filtros y programas de retoques** definen estándares de belleza difíciles de alcanzar

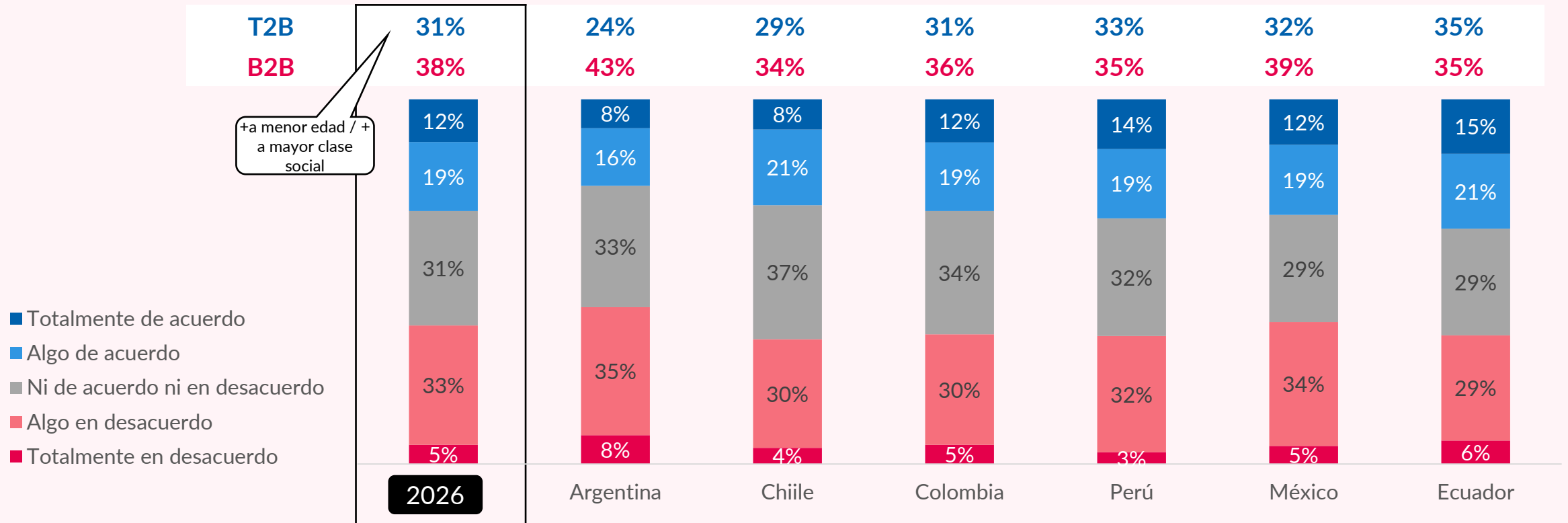


¿QUÉ TAN DE ACUERDO ESTÁS CON LAS SIGUIENTES FRASES?

**A LA HORA DE ELEGIR PRODUCTOS DE BELLEZA Y CUIDADO PERSONAL QUE SEAN REALMENTE BUENOS PARA MI CONFÍO MÁS EN LA RECOMENDACIÓN DE UNA INTELIGENCIA ARTIFICIAL QUE EN LA DE UN/A INFLUENCER.**

**ESTAMOS FRENTE A UN CAMBIO DE PARADIGMA: EN SOLO UN PAR DE AÑOS LA IA ESTÁ A PUNTO DE DESPLAZAR A LXS INFLUENCES COMO FUENTE DE RECOMENDACIÓN**

**3 de cada 10 ya confían más en el las IAs (+segmentos más trendy), frente a 4 de cada 10 que siguen priorizando influencers.**



INFORME SACATELADUDA: HABLEMOS DE TECNOLOGÍA

AVON

**SUMMARY &  
KEY  
LEARNINGS**



## LAS MUJERES Y LA TECNOLOGÍA SUMMARY

La <b>tecnología</b> facilita la <b>autonomía</b> de las mujeres	<b>80%</b>
El <b>acceso</b> a <b>tecnología</b> ayuda a <b>reducir desigualdades</b> de <b>género</b>	<b>71%</b>
Cuando una <b>mujer sabe mucho de tecnología</b> , suele ser <b>vista</b> como “ <b>excepcional</b> ”	<b>65%</b>
Los <b>referentes tecnológicos</b> que aparecen en <b>medios</b> suelen ser <b>mayoritariamente hombres</b>	<b>51%</b>
<b>Desde chicos</b> , a los <b>varones</b> se los <b>incentiva más</b> a usar <b>tecnología</b> que a las mujeres	<b>35%</b>
<b>Los hombres usan</b> más <b>tecnología</b> que las mujeres	<b>25%</b>
Las <b>mujeres</b> tienen <b>menos interés natural</b> en la tecnología que los hombres	<b>16%</b>
Las <b>mujeres</b> necesitan <b>más ayuda</b> que los hombres para <b>resolver problemas tecnológicos</b>	<b>15%</b>
Los <b>hombres se llevan mejor</b> con la tecnología que las mujeres	<b>14%</b>
En general, <b>confío más</b> en la <b>opinión tecnológica</b> de un <b>hombre</b> que en la de una mujer	<b>10%</b>
Las <b>carreras tecnológicas</b> son <b>más adecuadas</b> para <b>hombres</b> que para mujeres	<b>8%</b>

## LAS MUJERES Y LA TECNOLOGÍA SUMMARY

La <b>tecnología</b> me ayuda a <b>adquirir nuevos conocimientos</b> que son útiles para mi <b>actividad laboral/emprendimiento</b>	<b>96%</b>
El <b>uso de tecnología</b> me ayuda a ser <b>más productiva</b> en mi <b>trabajo/emprendimiento</b>	<b>93%</b>
La <b>tecnología</b> me ayuda a <b>progresar</b> en mi <b>trabajo/emprendimiento</b>	<b>92%</b>
La <b>falta de conocimientos</b> en el <b>uso de la tecnología</b> hoy me pone en <b>desventaja</b> frente a <b>otras personas que se dedican a lo mismo que yo</b>	<b>64%</b>
A veces siento que la <b>tecnología me complica más</b> de lo que me ayuda	<b>12%</b>
Mi <b>trabajo / actividad / emprendimiento</b> actual está <b>amenazado por la tecnología</b> . Va a desaparecer	<b>12%</b>
<b>BASE: EMPRENDEDORAS / CUENTA PROPIA / FREELANCE</b>	<b>626</b>
Gracias a la <b>tecnología</b> puedo <b>ampliar mi público/ganar más clientes</b>	<b>95%</b>
Gracias a la <b>tecnología</b> , puedo <b>combinar</b> mejor mi <b>actividad laboral</b> con mi <b>vida personal</b>	<b>92%</b>
La <b>tecnología</b> me permite <b>organizar mejor</b> mi <b>actividad laboral/emprendimiento</b>	<b>89%</b>
<b>Sin tecnología</b> , hoy sería <b>difícil sostener</b> mi <b>negocio / emprendimiento</b>	<b>63%</b>
<b>BASE: EMPRENDEDORAS</b>	<b>317</b>

**TECNOLOGÍA Y BELLEZA**  
**SUMMARY**

Gracias a la <b>tecnología</b> hoy existen <b>productos</b> de <b>belleza</b> y <b>cuidado personal</b> más <b>específicos</b> para los <b>distintos tipos de persona</b> .	<b>86%</b>
Los <b>filtros</b> y <b>programas</b> para <b>retocar fotos</b> crean <b>estándares de belleza imposibles</b>	<b>78%</b>
La tecnología me permite <b>usar el maquillaje</b> de <b>formas más creativas</b> .	<b>75%</b>
La <b>tecnología me ayuda</b> a <b>elegir mejor</b> los productos de belleza y cuidado personal que se adaptan a mis <b>necesidades</b>	<b>74%</b>
El desarrollo tecnológico <b>mejoró</b> notablemente la <b>calidad del maquillaje</b> .	<b>72%</b>
La tecnología hizo que los productos de belleza y cuidado personal sean <b>más accesibles</b>	<b>70%</b>
<b>Confío más</b> en productos de belleza o cuidado personal cuando sé que tienen <b>desarrollo tecnológico detrás</b> .	<b>63%</b>
La tecnología <b>reduce el miedo a “equivocarme”</b> con los productos de belleza o cuidado personal	<b>57%</b>
Estoy <b>dispuesta a pagar más</b> por belleza o cuidado personal cuando tiene <b>respaldo tecnológico</b> .	<b>51%</b>
A la hora de <b>elegir productos de belleza y cuidado personal</b> que sean realmente <b>buenos para mi</b> <b>confío más en la recomendación de una Inteligencia Artificial</b> que en la recomendación de un/a influencer.	<b>31%</b>

LAS MUJERES Y  
**LA TECNOLOGIA**  
 MOTOR DE AUTONOMÍA  
 FEMENINA FRENTE A  
 BARRERAS CULTURALES



### EN EL PLANO SIMBÓLICO LA TECNOLOGÍA SIGUE TENIENDO GÉNERO

- Todavía hay quienes consideran que los **hombres usan más la tecnología** que las mujeres y están **divididas** las opiniones sobre si a los **varones se los incentiva más** que a las mujeres desde la infancia **hacia lo tecnológico**.
- Se reconoce que los **modelos visibles** en la materia son **mayormente hombres**: entonces **LO MASCULINO SE CONSOLIDA COMO NORMA**.
- En este contexto, **6 de cada 10** reconocen que **CUANDO UNA MUJER SABE MUCHO DE TECNOLOGÍA ES VISTA COMO “EXCEPCIONAL”**

### LA TECNOLOGÍA YA ES UNA HERRAMIENTA DE AUTONOMÍA FEMENINA

- Estamos en un **etapa de transición** en la que el **discurso** y la **práctica** evolucionaron **más rápido que la cultura**.
- La **tecnología REDUCE BRECHAS DE GÉNERO (71%)** y **facilita la AUTONOMÍA** de las mujeres (80%)
- Entre **emprendedoras y trabajadoras independientes** esto ya es una **realidad**: la **tecnología impulsa APRENDIZAJE**, mejora la **PRODUCTIVIDAD** y habilita **PROGRESO**. Es lo que les permite **CRECER EN SU NEGOCIO**.

### OPORTUNIDADES CON IMPACTO PARA AVON

- **Construir y/o potenciar el territorio Fem-tech con propósito**: no sólo “marca innovadora, sino **“TECNOLOGÍA QUE POTENCIA LA AUTONOMÍA FEMENINA”**”.
- **Normalizar la competencia femenina**: mostrando **mujeres desarrollando y usando tecnología**, evitando la narrativa de “mujer excepcional”.
- **Desarrollar (y comunicar)** programas de **CAPACITACIÓN TECNOLÓGICA** para **revendedoras/emprendedoras**.

TECNOLOGIA Y  
**BELLEZA**  
 LA INNOVACIÓN EN LA  
 OFERTA Y LA TECNOLOGÍA  
 COMO HERRAMIENTA DE LA  
 USUARIA



### EN BELLEZA Y CUIDADO PERSONAL, LA INNOVACIÓN GENERA VALOR CONCRETO

- **Casi todas** reconocen que la innovación tecnológica permite **PRODUCTOS MÁS ESPECÍFICOS** para **distintos tipos de persona**.
- **7 de cada 10** afirman que **MEJORA LA CALIDAD** de los productos y los vuelve **MÁS ACCESIBLES**.
- El **63% CONFÍA MÁS** cuando sabe que hay **respaldo tecnológico** detrás, y la **mitad** estaría dispuesta a **PAGAR MÁS** por ese diferencial.
- Las **más entusiasmadas** suelen ser las que se declaran con **mayores ingresos** y a **menor edad**.
- **Avon** se consolida en un segundo bloque sólido de **asociación** con la **tecnología e innovación** junto a **Natura**.

### PERO AUNQUE MEJORA LA EXPERIENCIA, GENERA PRESIÓN

- La **tecnología empodera**, pero también **introduce nuevas tensiones simbólicas**.
- La mayoría coincide en que gracias a la tecnología pueden **ELEGIR MEJOR**, con **MENOS MIEDO** a **equivocarse**. También reconocen que habilita nuevas formas de **CREATIVIDAD** en el uso del maquillaje.
- Pero, como contrapartida, **78%** menciona los **filtros y programas de retoques de imágenes** que imponen **ESTANDARES DE BELLEZA INALCANZABLES**.
- La **IA** ya es una **realidad** como **FUENTE DE VALIDACIÓN**, casi a la par de **lxs INFLUENCERS**.

### OPORTUNIDADES CON IMPACTO PARA AVON

- **Democratizar la ciencia detrás de la belleza:** incorporar demostraciones claras, comparativas, pruebas visibles y contenidos educativos que expliquen qué cambia realmente cuando un producto tiene desarrollo tecnológico detrás.
- **Crear herramientas digitales propias que ayuden a elegir mejor:** diagnósticos simples, recomendaciones personalizadas y experiencias virtuales que reduzcan la incertidumbre al comprar y mejoren la confianza en la decisión, mostrando **resultados reales, diversidad de pieles y edades, y procesos sin retoques excesivos**.

INFORME SACATELADUDA: HABLEMOS DE TECNOLOGÍA

AVON

# ZOOM IN

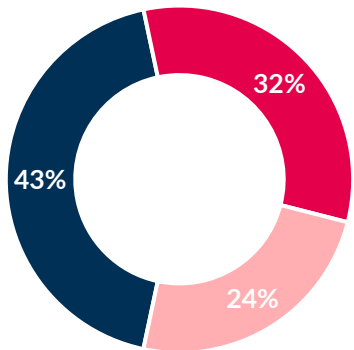
POR PAÍSES

- Entre las argentinas persisten marcas culturales en el plano simbólico, destacando para 6 de cada 10 la presencia referentes tecnológicos masculinos en medios (vs otros países) y, en línea con el resto de la región, 61% coincide en que cuando una mujer sabe mucho de tecnología es vista como “excepcional”.
- Sin embargo, las explicaciones biologicistas tienen baja adhesión y la mayoría de las mujeres argentinas reconoce que la tecnología es un facilitador clave de autonomía: 75% afirma que la tecnología ayuda a las mujeres a ser más autónomas y 66% que contribuye a reducir desigualdades de género, en línea con la tendencia regional.
- En el plano laboral, prácticamente todas las emprendedoras y trabajadoras independientes declaran que la tecnología permite adquirir nuevos conocimientos, mejora la productividad y ayuda a progresar. Además, 7 de cada 10 emprendedoras consideran que sin tecnología sería difícil sostener su actividad, proporción superior al promedio regional.
- En belleza y cuidado personal, la innovación tecnológica se reconoce fundamentalmente orientada al público femenino, liderada cómodamente por L'Oreal (66%) y Maybelline (53%, por encima del promedio regional). Natura (31%) también es más mencionada que el resto de la región y queda en tercer lugar junto a Dove y Revlon, dejando en un cuarto set de marcas a Avon con 2 de cada 10 menciones (al igual que Pantene y Garnier).
- Las argentinas son las más críticas hacia la tecnología: son quienes más sostienen que los filtros y programas para retocar fotos crean estándares de belleza imposibles (86%), y son las que menos sienten que la tecnología les ayuda a reducir la incertidumbre a la hora de elegir productos adecuados (44%). Además, son menos las que la accesibilidad como valor agregado de la tecnología (56%).
- Sin embargo, en línea con la media regional, reconocen que gracias a la tecnología hoy hay una mayor diversidad de productos específicos para distintos tipos de personas (81%) y que el desarrollo tecnológico mejoró notablemente la calidad del maquillaje (66%). También destacan que les permite usar el maquillaje en formas más creativas (66%).

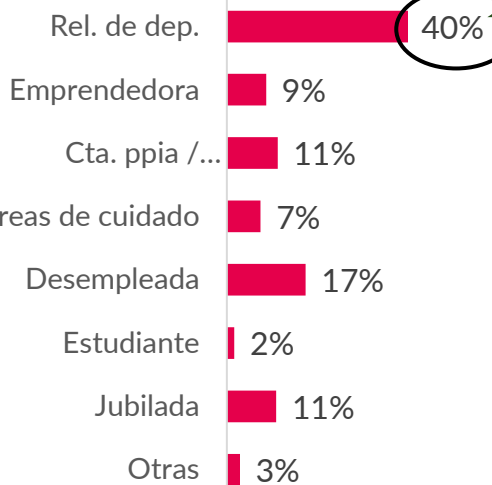
↑ ↓ Diff significativa vs otros países

## LAS MUJERES Y LA TECNOLOGÍA

■ 25-40 ■ 41-54 ■ + 55



### PRINCIPAL OCUPACIÓN ACTUAL



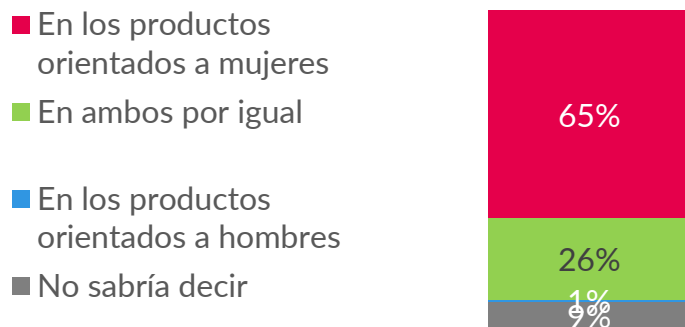
La <b>tecnología</b> facilita la <b>autonomía</b> de las mujeres	75%
El <b>acceso a tecnología</b> ayuda a <b>reducir desigualdades de género</b>	66%
Los <b>referentes tecnológicos</b> que aparecen en <b>medios</b> suelen ser <b>mayoritariamente hombres</b> ↑	63%
Cuando una <b>mujer sabe mucho de tecnología</b> , suele ser <b>vista</b> como <b>“excepcional”</b>	61%
<b>Desde chicos</b> , a los <b>varones</b> se los <b>incentiva más</b> a usar <b>tecnología</b> que a las mujeres	37%
<b>Los hombres usan</b> más <b>tecnología</b> que las mujeres	21%
Las <b>mujeres</b> tienen <b>menos interés natural</b> en la tecnología que los hombres	14%
Los <b>hombres se llevan mejor</b> con la tecnología que las mujeres	11%
En general, <b>confío más</b> en la <b>opinión tecnológica</b> de un <b>hombre</b> que en la de una mujer	9%
Las <b>mujeres</b> necesitan <b>más ayuda</b> que los hombres para <b>resolver problemas tecnológicos</b>	9%
Las <b>carreras tecnológicas</b> son <b>más adecuadas</b> para <b>hombres</b> que para mujeres	8%

La <b>tecnología</b> me ayuda a <b>adquirir nuevos conocimientos</b> que son útiles para mi <b>actividad laboral/emprendimiento</b>	97%
El <b>uso de tecnología</b> me ayuda a ser <b>más productiva</b> en mi <b>trabajo/emprendimiento</b>	90%
La <b>tecnología</b> me ayuda a <b>progresar</b> en mi <b>trabajo/emprendimiento</b>	89%
La <b>falta de conocimientos</b> en el <b>uso de la tecnología</b> hoy me pone en <b>desventaja</b> frente a <b>otras personas que se dedican a lo mismo que yo</b>	72%
A veces siento que la <b>tecnología me complica más</b> de lo que me ayuda	15%
Mi <b>trabajo / actividad / emprendimiento</b> actual está <b>amenazado por la tecnología</b> . Va a desaparecer	11%
BASE: EMPRENDEDORAS / CUENTA PROPIA / FREELANCE 86	
Gracias a la <b>tecnología</b> puedo <b>ampliar mi público/ganar más clientes</b>	100%
La <b>tecnología</b> me permite <b>organizar mejor</b> mi <b>actividad laboral/emprendimiento</b>	90%
Gracias a la <b>tecnología</b> , puedo <b>combinar</b> mejor mi <b>actividad laboral</b> con mi <b>vida personal</b>	89%
<b>Sin tecnología</b> , hoy sería <b>difícil sostener</b> mi <b>negocio / emprendimiento</b> ↑	70%
BASE: EMPRENDEDORAS 38	

↑ ↓ Diff significativa vs otros países

## TECNOLOGIA Y BELLEZA

¿DÓNDE DIRÍAS QUE HAY MÁS DESARROLLO E INNOVACIÓN EN TECNOLOGÍAS DE BELLEZA Y CUIDADO PERSONAL?



MARCAS DE BELLEZA Y CUIDADO PERSONAL QUE MÁS INCORPORAN TECNOLOGÍA EN SUS PRODUCTOS O DESARROLLOS

L'Oréal Paris		66%
Maybelline	↑	53%
<b>Natura</b>	↑	31%
Revlon		29%
Dove	↑	29%
<b>Avon</b>		22%
Pantene		20%
Garnier		17%
Nivea	↓	9%
Sedal		6%
Otro		2%
Ninguna		2%

Los **filtros** y **programas** para **retocar fotos** crean **estándares de belleza imposibles** ↑ **86%**

Gracias a la **tecnología** hoy existen **productos** de **belleza** y **cuidado personal** más **específicos** para los **distintos tipos de persona**. **81%**

La **tecnología** me ayuda a **elegir mejor** los productos de belleza y cuidado personal que se adaptan a mis **necesidades** **69%**

El desarrollo tecnológico **mejoró** notablemente la **calidad del maquillaje**. **66%**

La tecnología me permite **usar el maquillaje** de **formas más creativas**. **66%**

**Confío más** en productos de belleza o cuidado personal cuando sé que tienen **desarrollo tecnológico detrás**. **59%**

La tecnología hizo que los productos de belleza y cuidado personal sean **más accesibles** ↓ **56%**

Estoy **dispuesta a pagar más** por belleza o cuidado personal cuando tiene **respaldo tecnológico**. **44%**

La tecnología **reduce el miedo a "equivocarme"** con los productos de belleza o cuidado personal ↓ **44%**

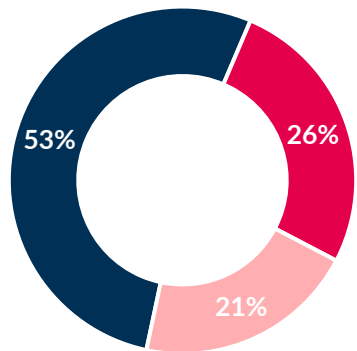
A la hora de **elegir productos de belleza y cuidado personal** que sean realmente **buenos para mi** confío más en la **recomendación de una Inteligencia Artificial** que en la recomendación de un/a influencer. **24%**

- Entre las chilenas persisten más marcas culturales en el plano simbólico que en otros países, destacando para 7 de cada 10 la presencia referentes tecnológicos masculinos en medios y que las mujeres que saben de tecnología son vistas como excepcionales. Aunque con menos menciones, 17% declara confiar más en las opiniones tecnológicas masculinas. Asimismo, la mitad refiere que desde la infancia a los varones se los incentiva más a usar tecnología que a las mujeres y 27% menciona que, efectivamente, los hombres usan más tecnología que las mujeres. En todos los casos, estas afirmaciones destacan vs el resto de la región.
- Pese a lo anterior, la mayoría de las chilenas reconoce que la tecnología es un facilitador clave de autonomía: 84% afirma que la tecnología ayuda a las mujeres a ser más autónomas y 73% que contribuye a reducir desigualdades de género, en línea con la tendencia regional.
- En el plano laboral, prácticamente todas las emprendedoras y trabajadoras independientes declaran que la tecnología permite aumentar la productividad y ayuda a progresar. No obstante, aunque 8 de cada 10 reconoce que contribuye a la adquisición de conocimientos útiles para la actividad laboral, es el país donde menos se menciona, al tiempo que son más quienes creen que a veces la tecnología les complica más de lo que les ayuda (33%).
- En belleza y cuidado personal, la innovación tecnológica se reconoce fundamentalmente orientada al público femenino, liderada cómodamente por L'Oreal (71%) y Maybelline (53%), en ambos casos por encima del promedio regional. Natura queda en 3° puesto con 26%, pero Avon se ubica muy por detrás, sólo relacionada con la innovación en productos o desarrollos por 18% de las mujeres.
- En línea con la media regional, muestran un alto consenso en que gracias a la tecnología hoy hay una mayor diversidad de productos específicos para distintos tipos de personas (85%). Sin embargo, no dejan de reconocer que los filtros y programas para retoca fotos crean estándares de belleza imposibles (79%)
- 8 de cada 10 destacan que funciona es útil para elegir mejor productos que se ajusten a sus necesidades. Están más dispuestas a pagar por un producto con respaldo tecnológico (58%) y perciben menos a la accesibilidad como valor agregado de la tecnología (64%).

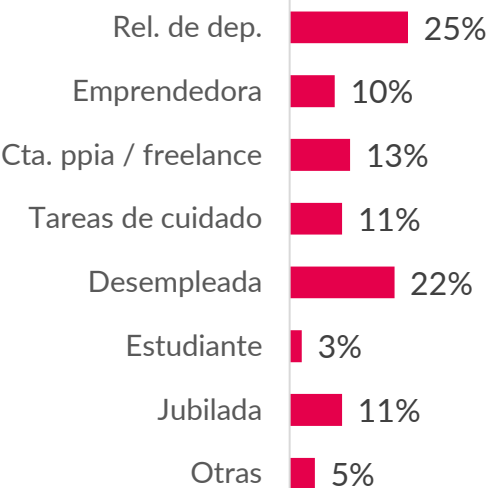
  Diff significativa vs otros países






## LAS MUJERES Y LA TECNOLOGÍA



■ 25-40 ■ 41-54 ■ + 55



### PRINCIPAL OCUPACIÓN ACTUAL



La <b>tecnología</b> facilita la <b>autonomía</b> de las mujeres	<b>84%</b>
El <b>acceso a tecnología</b> ayuda a <b>reducir desigualdades de género</b>	<b>73%</b>
Los <b>referentes tecnológicos</b> que aparecen en <b>medios</b> suelen ser <b>mayoritariamente hombres</b> 	<b>72%</b>
Cuando una <b>mujer sabe mucho de tecnología</b> , suele ser <b>vista como "excepcional"</b> 	<b>69%</b>
<b>Desde chicos</b> , a los <b>varones</b> se los <b>incentiva más</b> a usar <b>tecnología</b> que a las mujeres 	<b>48%</b>
<b>Los hombres usan</b> más <b>tecnología</b> que las mujeres 	<b>27%</b>
Los <b>hombres se llevan mejor</b> con la tecnología que las mujeres	<b>24%</b>
Las <b>mujeres</b> tienen <b>menos interés natural</b> en la tecnología que los hombres	<b>18%</b>
Las <b>mujeres</b> necesitan <b>más ayuda</b> que los hombres para <b>resolver problemas tecnológicos</b>	<b>17%</b>
En general, <b>confío más</b> en la <b>opinión tecnológica</b> de un <b>hombre</b> que en la de una mujer 	<b>17%</b>
Las <b>carreras tecnológicas</b> son <b>más adecuadas</b> para <b>hombres</b> que para mujeres	<b>10%</b>

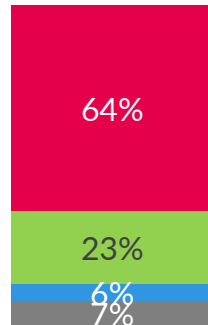
El <b>uso de tecnología</b> me ayuda a ser <b>más productiva</b> en mi <b>trabajo/emprendimiento</b>	<b>98%</b>
La <b>tecnología</b> me ayuda a <b>progresar</b> en mi <b>trabajo/emprendimiento</b>	<b>94%</b>
La <b>tecnología</b> me ayuda a <b>adquirir nuevos conocimientos</b> que son útiles para mi <b>actividad laboral/emprendimiento</b> 	<b>82%</b>
La <b>falta de conocimientos</b> en el <b>uso de la tecnología</b> hoy me pone en <b>desventaja</b> frente a <b>otras personas que se dedican a lo mismo que yo</b>	<b>56%</b>
A veces siento que la <b>tecnología me complica más</b> de lo que me ayuda 	<b>33%</b>
Mi <b>trabajo / actividad / emprendimiento</b> actual está <b>amenazado por la tecnología</b> . Va a desaparecer	<b>17%</b>
BASE: EMPRENDEDORAS / CUENTA PROPIA / FREELANCE <b>58</b>	
Gracias a la <b>tecnología</b> puedo <b>ampliar mi público/ganar más clientes</b>	<b>98%</b>
La <b>tecnología</b> me permite <b>organizar mejor</b> mi <b>actividad laboral/emprendimiento</b>	<b>98%</b>
Gracias a la <b>tecnología</b> , puedo <b>combinar</b> mejor mi <b>actividad laboral</b> con mi <b>vida personal</b>	<b>80%</b>
<b>Sin tecnología</b> , hoy sería <b>difícil sostener</b> mi <b>negocio / emprendimiento</b>	<b>66%</b>
BASE: EMPRENDEDORAS <b>26</b> Base chica	

↑ ↓ Diff significativa vs otros países

## TECNOLOGIA Y BELLEZA

¿DÓNDE DIRÍAS QUE HAY MÁS DESARROLLO E INNOVACIÓN EN TECNOLOGÍAS DE BELLEZA Y CUIDADO PERSONAL?

- En los productos orientados a mujeres
- En ambos por igual
- En los productos orientados a hombres
- No sabría decir



MARCAS DE BELLEZA Y CUIDADO PERSONAL QUE MÁS INCORPORAN TECNOLOGÍA EN SUS PRODUCTOS O DESARROLLOS

L'Oréal Paris	↑	71%
Maybelline	↑	53%
<b>Natura</b>		26%
Garnier		24%
Pantene		21%
Nivea		21%
Revlon		19%
Dove		18%
<b>Avon</b>		18%
Sedal		5%
Otro		3%
Ninguna		2%

Gracias a la <b>tecnología</b> hoy existen <b>productos</b> de <b>belleza</b> y <b>cuidado personal</b> más <b>específicos</b> para los <b>distintos tipos de persona</b> .	85%
Los <b>filtros</b> y <b>programas</b> para <b>retocar fotos</b> crean <b>estándares de belleza imposibles</b>	79%
La <b>tecnología me ayuda</b> a <b>elegir mejor</b> los productos de belleza y cuidado personal que se adaptan a mis <b>necesidades</b>	78%
El desarrollo tecnológico <b>mejoró</b> notablemente la <b>calidad del maquillaje</b> .	74%
La tecnología me permite <b>usar el maquillaje</b> de <b>formas más creativas</b> .	73%
<b>Confío más</b> en productos de belleza o cuidado personal cuando sé que tienen <b>desarrollo tecnológico detrás</b> .	68%
La tecnología <b>reduce el miedo a "equivocarme"</b> con los productos de belleza o cuidado personal	66%
La tecnología hizo que los productos de belleza y cuidado personal sean <b>más accesibles</b>	64%
Estoy <b>dispuesta a pagar más</b> por belleza o cuidado personal cuando tiene <b>respaldo tecnológico</b> .	58%
A la hora de <b>elegir productos de belleza y cuidado personal</b> que sean realmente <b>buenos para mi</b> confío más en la <b>recomendación de una Inteligencia Artificial</b> que en la recomendación de un/a influencer.	29%

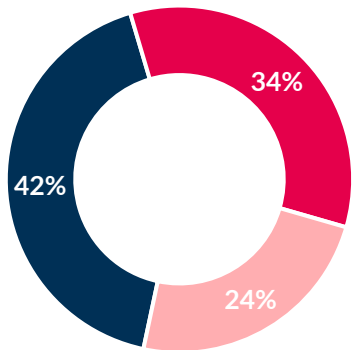
- Entre las colombianas persisten marcas culturales en el plano simbólico, destacando vs otros país que para 7 de cada 10 que cuando una mujer sabe mucho de tecnología es vista como “excepcional” y que 2 de cada 10 cree que los hombres se llevan mejor con la tecnología que las mujeres. En línea con la región, la mitad declara que los referentes tecnológicos en medios son principalmente masculinos.
- Sin embargo, los estereotipos más directos tienen baja adhesión y la mayoría de las mujeres colombianas reconoce que la tecnología es un facilitador clave de autonomía: 81% afirma que la tecnología ayuda a las mujeres a ser más autónomas y 75% que contribuye a reducir desigualdades de género, en línea con la tendencia regional.
- En el plano laboral, prácticamente todas las emprendedoras y trabajadoras independientes declaran que la tecnología permite adquirir nuevos conocimientos, mejora la productividad y ayuda a progresar. Además, 7 de cada 10 emprendedoras consideran que sin tecnología sería difícil sostener su actividad, proporción superior al promedio regional.
- En belleza y cuidado personal, la innovación tecnológica se reconoce fundamentalmente orientada al público femenino, liderada cómodamente por L'Oreal (58%). En este mercado Avon y Natura tienen un desempeño superior al de otros países y se ubican en segundo lugar, asociadas con el desarrollo en productos y la tecnología por 39% y 37% respectivamente, dejando a Maybelline en un lejano tercer lugar con 29%.
- En línea con la media regional, muestran un alto consenso en que gracias a la tecnología hoy hay una mayor diversidad de productos específicos para distintos tipos de personas (89%) y mencionan la creatividad que habilita en el uso del maquillaje (82%),
- Están más dispuestas a pagar por un producto con respaldo tecnológico que en otros países (78%).



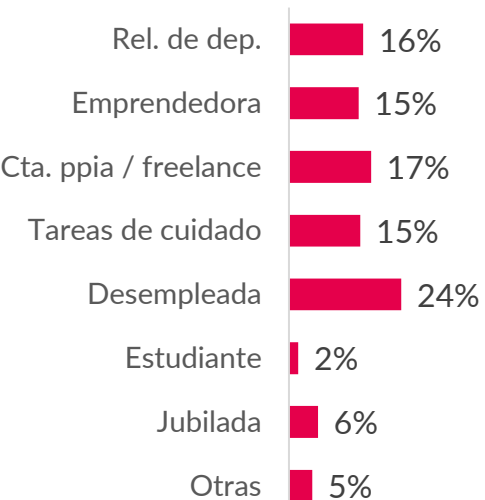
↑ ↓ Diff significativa vs otros países

## LAS MUJERES Y LA TECNOLOGÍA

■ 25-40 ■ 41-54 ■ + 55



### PRINCIPAL OCUPACIÓN ACTUAL



La <b>tecnología</b> facilita la <b>autonomía</b> de las mujeres	81%
El <b>acceso a tecnología</b> ayuda a <b>reducir desigualdades de género</b>	75%
Cuando una <b>mujer sabe mucho de tecnología</b> , suele ser vista como <b>"excepcional"</b>	68%
Los <b>referentes tecnológicos</b> que aparecen en <b>medios</b> suelen ser <b>mayoritariamente hombres</b>	52%
<b>Desde chicos</b> , a los <b>varones</b> se los <b>incentiva más</b> a usar <b>tecnología</b> que a las mujeres	36%
<b>Los hombres usan</b> más <b>tecnología</b> que las mujeres	30%
Los <b>hombres se llevan mejor</b> con la tecnología que las mujeres	20%
Las <b>mujeres</b> tienen <b>menos interés natural</b> en la tecnología que los hombres	20%
Las <b>mujeres</b> necesitan <b>más ayuda</b> que los hombres para <b>resolver problemas tecnológicos</b>	17%
En general, <b>confío más</b> en la <b>opinión tecnológica</b> de un <b>hombre</b> que en la de una mujer	10%
Las <b>carreras tecnológicas</b> son <b>más adecuadas</b> para <b>hombres</b> que para mujeres	10%

La <b>tecnología</b> me ayuda a <b>adquirir nuevos conocimientos</b> que son útiles para mi <b>actividad laboral/emprendimiento</b>	97%
La <b>tecnología</b> me ayuda a <b>progresar</b> en mi <b>trabajo/emprendimiento</b>	95%
El <b>uso de tecnología</b> me ayuda a ser <b>más productiva</b> en mi <b>trabajo/emprendimiento</b>	91%
La <b>falta de conocimientos</b> en el <b>uso de la tecnología</b> hoy me pone en <b>desventaja</b> frente a <b>otras personas que se dedican a lo mismo que yo</b>	67%
Mi <b>trabajo / actividad / emprendimiento</b> actual está <b>amenazado por la tecnología</b> . Va a desaparecer	10%
A veces siento que la <b>tecnología me complica más</b> de lo que me ayuda	9%
<b>BASE: EMPRENDEDORAS / CUENTA PROPIA / FREELANCE</b>	<b>134</b>

Gracias a la <b>tecnología</b> puedo <b>ampliar mi público/ganar más clientes</b>	96%
La <b>tecnología</b> me permite <b>organizar mejor</b> mi <b>actividad laboral/emprendimiento</b>	95%
Gracias a la <b>tecnología</b> , puedo <b>combinar</b> mejor mi <b>actividad laboral</b> con mi <b>vida personal</b>	94%
<b>Sin tecnología</b> , hoy sería <b>difícil sostener</b> mi <b>negocio / emprendimiento</b>	71%
<b>BASE: EMPRENDEDORAS</b>	<b>64</b>

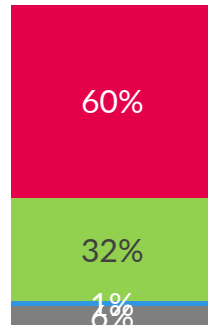


↑ ↓ Diff significativa vs otros países

## TECNOLOGIA Y BELLEZA

¿DÓNDE DIRÍAS QUE HAY MÁS DESARROLLO E INNOVACIÓN EN TECNOLOGÍAS DE BELLEZA Y CUIDADO PERSONAL?

- En los productos orientados a mujeres
- En ambos por igual
- En los productos orientados a hombres
- No sabría decir



MARCAS DE BELLEZA Y CUIDADO PERSONAL QUE MÁS INCORPORAN TECNOLOGÍA EN SUS PRODUCTOS O DESARROLLOS

L'Oréal Paris		58%
Avon	↑	39%
Natura	↑	37%
Maybelline		29%
Dove	↑	24%
Pantene		23%
Revlon		20%
Nivea		20%
Garnier		19%
Sedal		9%
Otro		3%
Ninguna		1%

Gracias a la **tecnología** hoy existen **productos de belleza y cuidado personal** más **específicos** para los **distintos tipos de persona**. **89%**

La tecnología me permite **usar el maquillaje** de **formas más creativas**. **82%**

La tecnología hizo que los productos de belleza y cuidado personal sean **más accesibles**. **78%** ↑

La **tecnología me ayuda** a **elegir mejor** los productos de belleza y cuidado personal que se adaptan a mis **necesidades**. **76%**

Los **filtros y programas** para **retocar fotos** crean **estándares de belleza imposibles**. **74%**

El desarrollo tecnológico **mejoró** notablemente la **calidad del maquillaje**. **70%**

**Confío más** en productos de belleza o cuidado personal cuando sé que tienen **desarrollo tecnológico detrás**. **61%**

La tecnología **reduce el miedo a "equivocarme"** con los productos de belleza o cuidado personal. **58%**

Estoy **dispuesta a pagar más** por belleza o cuidado personal cuando tiene **respaldo tecnológico**. **52%**

A la hora de **elegir productos de belleza y cuidado personal** que sean realmente **buenos para mi** confío más en la **recomendación de una Inteligencia Artificial** que en la recomendación de un/a influencer. **31%**

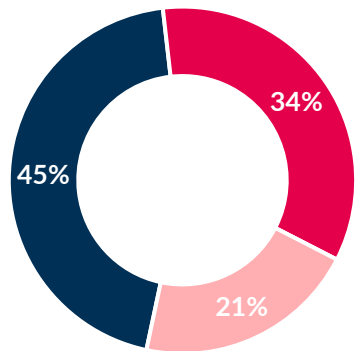


- En línea con la región, las peruanas muestran señales culturales en el plano simbólico que replican sesgos de género en el plano tecnológico, dado que 6 de cada 10 declaran que cuando una mujer sabe mucho de tecnología es vista como “excepcional” y la mitad coincide en que los referentes tecnológicos en medios son principalmente masculinos. Superando a otros países, 2 de cada 10 creen que las mujeres necesitan más ayuda que los hombres para resolver problemas en esta área.
- Sin embargo, también en Perú los estereotipos más directos tienen baja adhesión y la mayoría de las mujeres peruanas reconoce que la tecnología es un facilitador clave de autonomía: 78% afirma que la tecnología ayuda a las mujeres a ser más autónomas y 70% que contribuye a reducir desigualdades de género, en línea con la tendencia regional.
- En el plano laboral, prácticamente todas las emprendedoras y trabajadoras independientes declaran que la tecnología permite adquirir nuevos conocimientos, mejora la productividad y ayuda a progresar. Además, 7 de cada 10 emprendedoras consideran que sin tecnología sería difícil sostener su actividad, proporción superior al promedio regional.
- En belleza y cuidado personal, la innovación tecnológica se reconoce fundamentalmente orientada al público femenino, liderada cómodamente por L'Oreal (55%). En este mercado Natura tienen un desempeño superior al de otros países y se comparte el segundo lugar con Maybelline, con 4 de cada 10 menciones cada una, seguidas por Avon con 29%.
- En línea con la media regional, muestran un alto consenso en que gracias a la tecnología hoy hay una mayor diversidad de productos específicos para distintos tipos de personas (88%) y mencionan la creatividad que habilita en el uso del maquillaje (80%),
- 8 de cada 10 peruanas resaltan la mayor accesibilidad que brinda la tecnología (superando a otras mujeres de la región), y una proporción similar resalta la ayuda que brinda para poder elegir mejor los productos adecuados. Sin embargo, también 75% mencionan los estándares de belleza inalcanzables de filtros y programas para retocar fotografías.

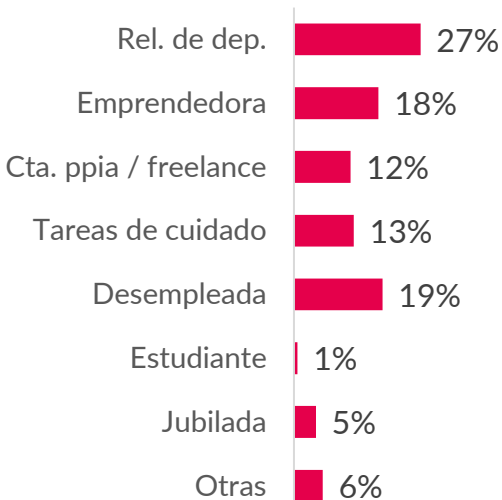
↑ ↓ Diff significativa vs otros países

## LAS MUJERES Y LA TECNOLOGÍA

■ 25-40 ■ 41-54 ■ + 55



### PRINCIPAL OCUPACIÓN ACTUAL



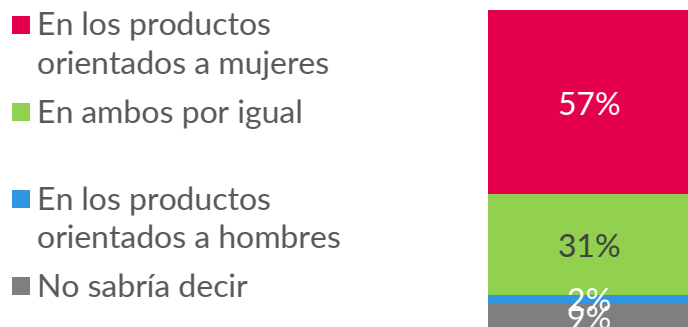
La <b>tecnología</b> facilita la <b>autonomía</b> de las mujeres	78%
El <b>acceso</b> a <b>tecnología</b> ayuda a <b>reducir desigualdades</b> de <b>género</b>	70%
Cuando una <b>mujer sabe mucho de tecnología</b> , suele ser <b>vista</b> como <b>"excepcional"</b>	61%
Los <b>referentes tecnológicos</b> que aparecen en <b>medios</b> suelen ser <b>mayoritariamente hombres</b>	49%
<b>Desde chicos</b> , a los <b>varones</b> se los <b>incentiva más</b> a usar <b>tecnología</b> que a las mujeres	32%
<b>Los hombres usan</b> más <b>tecnología</b> que las mujeres	27%
Las <b>mujeres</b> necesitan <b>más ayuda</b> que los hombres para <b>resolver problemas tecnológicos</b>	19%
Las <b>mujeres</b> tienen <b>menos interés natural</b> en la <b>tecnología</b> que los hombres	16%
Los <b>hombres se llevan mejor</b> con la <b>tecnología</b> que las mujeres	15%
En general, <b>confío más</b> en la <b>opinión tecnológica</b> de un <b>hombre</b> que en la de una mujer	12%
Las <b>carreras tecnológicas</b> son <b>más adecuadas</b> para <b>hombres</b> que para mujeres	8%

La <b>tecnología</b> me ayuda a <b>adquirir nuevos conocimientos</b> que son útiles para mi <b>actividad laboral/emprendimiento</b>	98%
El <b>uso de tecnología</b> me ayuda a ser <b>más productiva</b> en mi <b>trabajo/emprendimiento</b>	94%
La <b>tecnología</b> me ayuda a <b>progresar</b> en mi <b>trabajo/emprendimiento</b>	94%
La <b>falta de conocimientos</b> en el <b>uso de la tecnología</b> hoy me pone en <b>desventaja</b> frente a <b>otras personas que se dedican a lo mismo que yo</b>	63%
A veces siento que la <b>tecnología me complica más</b> de lo que me ayuda	20%
Mi <b>trabajo / actividad / emprendimiento</b> actual está <b>amenazado por la tecnología</b> . Va a desaparecer	18%
BASE: EMPRENDEDORAS / CUENTA PROPIA / FREELANCE 120	
Gracias a la <b>tecnología</b> puedo <b>ampliar mi público/ganar más clientes</b>	98%
La <b>tecnología</b> me permite <b>organizar mejor</b> mi <b>actividad laboral/emprendimiento</b>	96%
Gracias a la <b>tecnología</b> , puedo <b>combinar mejor</b> mi <b>actividad laboral</b> con mi <b>vida personal</b>	90%
<b>Sin tecnología</b> , hoy sería <b>difícil sostener</b> mi <b>negocio / emprendimiento</b>	67%
BASE: EMPRENDEDORAS 74	

↑ ↓ Diff significativa vs otros países

## TECNOLOGIA Y BELLEZA

¿DÓNDE DIRÍAS QUE HAY MÁS DESARROLLO E INNOVACIÓN EN TECNOLOGÍAS DE BELLEZA Y CUIDADO PERSONAL?



MARCAS DE BELLEZA Y CUIDADO PERSONAL QUE MÁS INCORPORAN TECNOLOGÍA EN SUS PRODUCTOS O DESARROLLOS

L'Oréal Paris	55%
Maybelline	43%
<b>Natura</b> ↑	36%
<b>Avon</b>	29%
Revlon	23%
Garnier	23%
Nivea	21%
Pantene	17%
Dove	16%
Sedal	11%
Ninguna	4%
Otro	1%

Gracias a la **tecnología** hoy existen **productos de belleza y cuidado personal** más **específicos** para los **distintos tipos de persona**. **88%**

La tecnología me permite **usar el maquillaje** de **formas más creativas**. **80%**

La tecnología hizo que los productos de belleza y cuidado personal sean **más accesibles** ↑ **77%**

La **tecnología me ayuda** a **elegir mejor** los productos de belleza y cuidado personal que se adaptan a mis **necesidades** **76%**

Los **filtros y programas** para **retocar fotos** crean **estándares de belleza imposibles** **75%**

El desarrollo tecnológico **mejoró** notablemente la **calidad del maquillaje**. **74%**

**Confío más** en productos de belleza o cuidado personal cuando sé que tienen **desarrollo tecnológico detrás**. **65%**

La tecnología **reduce el miedo a "equivocarme"** con los productos de belleza o cuidado personal **63%**

Estoy **dispuesta a pagar más** por belleza o cuidado personal cuando tiene **respaldo tecnológico**. **50%**

A la hora de **elegir productos de belleza y cuidado personal** que sean realmente **buenos para mi** confío más en la **recomendación de una Inteligencia Artificial** que en la recomendación de un/a influencer. **33%**

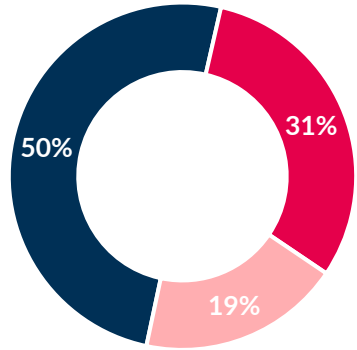


- Las mexicanas no presentan diferencias significativas respecto de los demás países en cuanto a sus opiniones sobre las mujeres y la tecnología, presentando similares sesgos de género que en el resto de la región: 6 de cada 10 declaran que las mujeres que saben sobre tecnología son vistas como fuera de la norma y 44% declaran que los principales referentes en la temática son masculinos.
- En este mismo sentido, también en México los estereotipos más directos tienen baja adhesión y la mayoría de las mujeres mexicanas reconoce que la tecnología es un facilitador clave de autonomía: 81% afirma que la tecnología ayuda a las mujeres a ser más autónomas y 70% que contribuye a reducir desigualdades de género, en línea con la tendencia regional.
- En el plano laboral, prácticamente todas las emprendedoras y trabajadoras independientes declaran que la tecnología permite adquirir nuevos conocimientos, mejora la productividad y ayuda a progresar, lo que se ve reforzado todavía más cuando se pone el foco en el trabajo exclusivamente emprendedor.
- En belleza y cuidado personal, la innovación tecnológica se reconoce fundamentalmente orientada al público femenino, pero es el mercado en el que más se menciona un desarrollo para ambos géneros por igual (35%). La innovación en la categoría es liderada cómodamente por L'Oreal (67%), seguida de lejos por Maybelline (49%), en ambos casos con más menciones que en otros países. Avon también es más mencionado que en el promedio regional y se ubica en tercer lugar con 31%.
- Las mexicanas muestran un alto consenso en que gracias a la tecnología hoy hay una mayor diversidad de productos específicos para distintos tipos de personas (85%), Sin embargo, no dejan de reconocer que los filtros y programas para retoca fotos crean estándares de belleza imposibles (77%).
- 7 de cada 10 mujeres resaltan la mayor accesibilidad que brinda la tecnología (superando a otras mujeres de la región)

↑ ↓ Diff significativa vs otros países

## LAS MUJERES Y LA TECNOLOGÍA

■ 25-40 ■ 41-54 ■ + 55



### PRINCIPAL OCUPACIÓN ACTUAL



La <b>tecnología</b> facilita la <b>autonomía</b> de las mujeres	<b>81%</b>
El <b>acceso</b> a <b>tecnología</b> ayuda a <b>reducir desigualdades</b> de <b>género</b>	<b>70%</b>
Cuando una <b>mujer sabe mucho de tecnología</b> , suele ser <b>vista</b> como <b>"excepcional"</b>	<b>64%</b>
Los <b>referentes tecnológicos</b> que aparecen en <b>medios</b> suelen ser <b>mayoritariamente hombres</b>	<b>44%</b>
<b>Desde chicos</b> , a los <b>varones</b> se los <b>incentiva más</b> a usar <b>tecnología</b> que a las mujeres	<b>32%</b>
<b>Los hombres usan</b> más <b>tecnología</b> que las mujeres	<b>24%</b>
Las <b>mujeres</b> tienen <b>menos interés natural</b> en la <b>tecnología</b> que los hombres	<b>15%</b>
Las <b>mujeres</b> necesitan <b>más ayuda</b> que los hombres para <b>resolver problemas tecnológicos</b>	<b>14%</b>
Los <b>hombres se llevan mejor</b> con la <b>tecnología</b> que las mujeres	<b>11%</b>
En general, <b>confío más</b> en la <b>opinión tecnológica</b> de un <b>hombre</b> que en la de una mujer	<b>8%</b>
Las <b>carreras tecnológicas</b> son <b>más adecuadas</b> para <b>hombres</b> que para mujeres	<b>7%</b>

La <b>tecnología</b> me ayuda a <b>adquirir nuevos conocimientos</b> que son útiles para mi <b>actividad laboral/emprendimiento</b>	<b>98%</b>
El <b>uso de tecnología</b> me ayuda a ser <b>más productiva</b> en mi <b>trabajo/emprendimiento</b>	<b>94%</b>
La <b>tecnología</b> me ayuda a <b>progresar</b> en mi <b>trabajo/emprendimiento</b>	<b>92%</b>
La <b>falta de conocimientos</b> en el <b>uso de la tecnología</b> hoy me pone en <b>desventaja</b> frente a <b>otras personas que se dedican a lo mismo que yo</b>	<b>63%</b>
Mi <b>trabajo / actividad / emprendimiento</b> actual está <b>amenazado por la tecnología</b> . Va a desaparecer	<b>11%</b>
A veces siento que la <b>tecnología me complica más</b> de lo que me ayuda	<b>9%</b>
<b>BASE: EMPRENDEDORAS / CUENTA PROPIA / FREELANCE 122</b>	

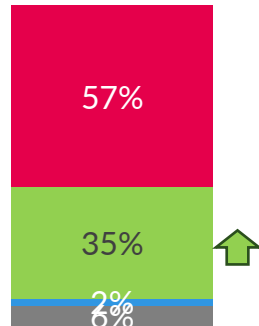
Gracias a la <b>tecnología</b> , puedo <b>combinar</b> mejor mi <b>actividad laboral</b> con mi <b>vida personal</b>	<b>94%</b>
Gracias a la <b>tecnología</b> puedo <b>ampliar mi público/ganar más clientes</b>	<b>93%</b>
La <b>tecnología</b> me permite <b>organizar mejor</b> mi <b>actividad laboral/emprendimiento</b>	<b>84%</b>
<b>Sin tecnología</b> , hoy sería <b>difícil sostener</b> mi <b>negocio / emprendimiento</b>	<b>60%</b>
<b>BASE: EMPRENDEDORAS 56</b>	

↑ ↓ Diff significativa vs otros países

## TECNOLOGIA Y BELLEZA

¿DÓNDE DIRÍAS QUE HAY MÁS DESARROLLO E INNOVACIÓN EN TECNOLOGÍAS DE BELLEZA Y CUIDADO PERSONAL?

- En los productos orientados a mujeres
- En ambos por igual
- En los productos orientados a hombres
- No sabría decir



MARCAS DE BELLEZA Y CUIDADO PERSONAL QUE MÁS INCORPORAN TECNOLOGÍA EN SUS PRODUCTOS O DESARROLLOS

L'Oréal Paris	↑	67%
Maybelline	↑	49%
<b>Avon</b>	↑	31%
Garnier	↑	28%
Revlon		25%
<b>Natura</b>		21%
Pantene		17%
Nivea		17%
Dove		15%
Sedal		6%
Otro		4%
Ninguna		3%

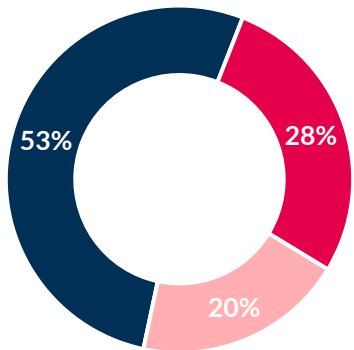
Gracias a la <b>tecnología</b> hoy existen <b>productos de belleza y cuidado personal</b> más <b>específicos</b> para los <b>distintos tipos de persona</b> .	85%
Los <b>filtros y programas</b> para <b>retocar fotos</b> crean <b>estándares de belleza imposibles</b>	77%
La tecnología me permite <b>usar el maquillaje</b> de <b>formas más creativas</b> .	75%
La <b>tecnología me ayuda</b> a <b>elegir mejor</b> los productos de belleza y cuidado personal que se adaptan a mis <b>necesidades</b>	73%
El desarrollo tecnológico <b>mejoró</b> notablemente la <b>calidad del maquillaje</b> .	73%
La tecnología hizo que los productos de belleza y cuidado personal sean <b>más accesibles</b>	70%
<b>Confío más</b> en productos de belleza o cuidado personal cuando sé que tienen <b>desarrollo tecnológico detrás</b> .	63%
La tecnología <b>reduce el miedo a "equivocarme"</b> con los productos de belleza o cuidado personal	58%
Estoy <b>dispuesta a pagar más</b> por belleza o cuidado personal cuando tiene <b>respaldo tecnológico</b> .	53%
A la hora de <b>elegir productos de belleza y cuidado personal</b> que sean realmente <b>buenos para mi</b> confío más en la <b>recomendación de una Inteligencia Artificial</b> que en la recomendación de un/a influencer.	32%

- Entre las ecuatorianas persisten más marcas culturales en el plano simbólico que en otros países, destacando para 7 de cada 10 las mujeres que saben de tecnología son vistas como excepcionales y 58% declaran que los referentes tecnológicos en medios son principalmente masculinos. Aunque con menos menciones, según 2 de cada 10 los hombres se llevan mejor con la tecnología y la misma proporción creen que las mujeres necesitan más ayuda para resolver problemas en esta área. En todos los casos, estas afirmaciones destacan vs el resto de la región.
- Pese a lo anterior, la mayoría de las ecuatorianas reconoce que la tecnología es un facilitador clave de autonomía: 79% afirma que la tecnología ayuda a las mujeres a ser más autónomas y 72% que contribuye a reducir desigualdades de género, en línea con la tendencia regional.
- En el plano laboral, prácticamente todas las emprendedoras y trabajadoras independientes declaran que la tecnología permite adquirir nuevos conocimientos, mejora la productividad y ayuda a progresar, lo que se ve reforzado todavía más cuando se pone el foco en el trabajo exclusivamente emprendedor.
- En belleza y cuidado personal, la innovación tecnológica se reconoce fundamentalmente orientada al público femenino. La innovación en la categoría es liderada cómodamente por L'Oreal (59%). Avon crece vs otros países (38%) y se ubica segunda, desplazando a Maybelline a un cercano 3° puesto.
- Las ecuatorianas muestran un alto consenso en que gracias a la tecnología hoy hay una mayor diversidad de productos específicos para distintos tipos de personas (89%), Sin embargo, no dejan de reconocer que los filtros y programas para retoca fotos crean estándares de belleza imposibles (79%).
- 8 de cada 10 mujeres resaltan la mayor accesibilidad que brinda la tecnología (superando a otras mujeres de la región)

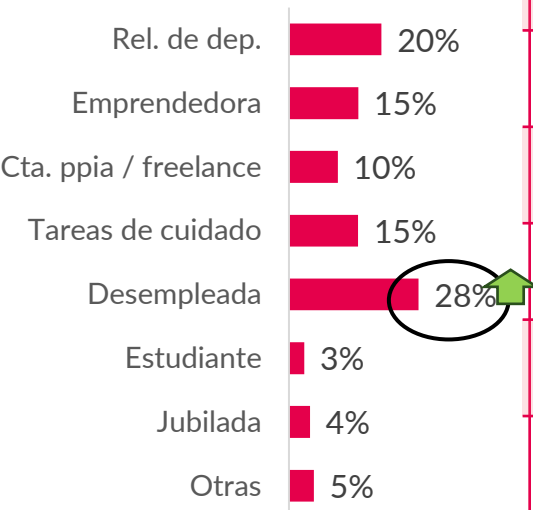
↑ ↓ Diff significativa vs otros países

## LAS MUJERES Y LA TECNOLOGÍA

■ 25-40 ■ 41-54 ■ + 55



### PRINCIPAL OCUPACIÓN ACTUAL



La <b>tecnología</b> facilita la <b>autonomía</b> de las mujeres	79%
El <b>acceso</b> a <b>tecnología</b> ayuda a <b>reducir desigualdades</b> de <b>género</b>	72%
Cuando una <b>mujer sabe mucho de tecnología</b> , suele ser <b>vista</b> como <b>"excepcional"</b>	72%
Los <b>referentes tecnológicos</b> que aparecen en <b>medios</b> suelen ser <b>mayoritariamente hombres</b>	58%
<b>Desde chicos</b> , a los <b>varones</b> se los <b>incentiva más</b> a usar <b>tecnología</b> que a las mujeres	37%
<b>Los hombres usan</b> más <b>tecnología</b> que las mujeres	30%
Las <b>mujeres</b> tienen <b>menos interés natural</b> en la <b>tecnología</b> que los hombres	20%
Las <b>mujeres</b> necesitan <b>más ayuda</b> que los hombres para <b>resolver problemas tecnológicos</b>	22%
Los <b>hombres se llevan mejor</b> con la <b>tecnología</b> que las <b>mujeres</b>	19%
En general, <b>confío más</b> en la <b>opinión tecnológica</b> de un <b>hombre</b> que en la de una mujer	13%
Las <b>carreras tecnológicas</b> son <b>más adecuadas</b> para <b>hombres</b> que para mujeres	9%

La <b>tecnología</b> me ayuda a <b>adquirir nuevos conocimientos</b> que son útiles para mi <b>actividad laboral/emprendimiento</b>	95%
La <b>tecnología</b> me ayuda a <b>progresar</b> en mi <b>trabajo/emprendimiento</b>	89%
El <b>uso de tecnología</b> me ayuda a ser <b>más productiva</b> en mi <b>trabajo/emprendimiento</b>	88%
La <b>falta de conocimientos</b> en el <b>uso de la tecnología</b> hoy me pone en <b>desventaja</b> frente a <b>otras personas que se dedican a lo mismo que yo</b>	64%
A veces siento que la <b>tecnología me complica más</b> de lo que me ayuda	15%
Mi <b>trabajo / actividad / emprendimiento</b> actual está <b>amenazado por la tecnología</b> . Va a desaparecer	12%
BASE: EMPRENDEDORAS / CUENTA PROPIA / FREELANCE 106	

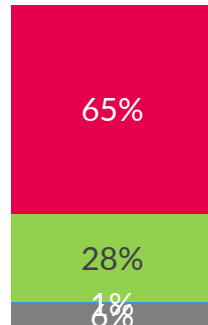
Gracias a la <b>tecnología</b> puedo <b>ampliar mi público/ganar más clientes</b>	99%
La <b>tecnología</b> me permite <b>organizar mejor</b> mi <b>actividad laboral/emprendimiento</b>	91%
Gracias a la <b>tecnología</b> , puedo <b>combinar mejor</b> mi <b>actividad laboral</b> con mi <b>vida personal</b>	86%
<b>Sin tecnología</b> , hoy sería <b>difícil sostener</b> mi <b>negocio / emprendimiento</b>	46%
BASE: EMPRENDEDORAS 59	

↑ ↓ Diff significativa vs otros países

## TECNOLOGIA Y BELLEZA

¿DÓNDE DIRÍAS QUE HAY MÁS DESARROLLO E INNOVACIÓN EN TECNOLOGÍAS DE BELLEZA Y CUIDADO PERSONAL?

- En los productos orientados a mujeres
- En ambos por igual
- En los productos orientados a hombres
- No sabría decir



MARCAS DE BELLEZA Y CUIDADO PERSONAL QUE MÁS INCORPORAN TECNOLOGÍA EN SUS PRODUCTOS O DESARROLLOS

L'Oréal Paris		59%
<b>Avon</b>	↑	38%
Maybelline		35%
Nivea	↑	34%
Dove	↑	25%
Pantene		21%
Garnier		21%
Revlon		20%
Sedal		12%
<b>Natura</b>		10%
Otro		5%
Ninguna		3%

Gracias a la **tecnología** hoy existen **productos de belleza y cuidado personal** más **específicos** para los **distintos tipos de persona**. **89%**

Los **filtros y programas** para **retocar fotos** crean **estándares de belleza imposibles**. **79%**

La tecnología hizo que los productos de belleza y cuidado personal sean **más accesibles**. **78%** ↑

La tecnología me permite **usar el maquillaje** de **formas más creativas**. **78%**

La **tecnología me ayuda a elegir mejor** los productos de belleza y cuidado personal que se adaptan a mis **necesidades**. **77%**

El desarrollo tecnológico **mejoró** notablemente la **calidad del maquillaje**. **74%**

**Confío más** en productos de belleza o cuidado personal cuando sé que tienen **desarrollo tecnológico detrás**. **64%**

La tecnología **reduce el miedo a "equivocarme"** con los productos de belleza o cuidado personal. **62%**

Estoy **dispuesta a pagar más** por belleza o cuidado personal cuando tiene **respaldo tecnológico**. **47%**

A la hora de **elegir productos de belleza y cuidado personal** que sean realmente **buenos para mi** confío más en la **recomendación de una Inteligencia Artificial** que en la recomendación de un/a influencer. **35%**






AVON

# ¡MUCHAS GRACIAS!

## Contacto

 Adrián Kohan  
 [adrian.kohan@gentedemente.info](mailto:adrian.kohan@gentedemente.info)  
 +54 911 31913782

 Violeta Bendersky  
 [violeta.bendersky@gentedemente.info](mailto:violeta.bendersky@gentedemente.info)  
 +54 911 55230195