PiniOn

O que mais influencia a escolha das marcas dos produtos de **alimentação** que o brasileiro consome?

Preço	23,2%
Qualidade	22,5%
Custo-benefício	17,1%

25-44 anos foi o que mais apontou *preço*
25-34 anos foi o que mais apontou *qualidade*

Norte e Nordeste apontaram *qualidade*
e sul, sudeste e centro-oeste apontaram *preço*.



E na compra de **vestuário**? O que mais influencia o consumo?

Preço	24,4%
Qualidade	19,7%
Promoção	15,7%

18-24 anos apontou *qualidade* mais do que preço. No restante das faixas *preço* é primeiro.

A região Sul foi a que mais apontou *promoção* como influência para comprar vestuário. E a Norte foi a que mais apontou *preço*.

A classe A foi a que mais apontou *promoção* como influência para comprar vestuário.

Matéria-prima e Recomendação de outras pessoas foi o menos voltado.

E quando o assunto é **higiene/cosméticos**? O que influencia na escolha das marcas?

Preço	25,1%
Qualidade	19,2%
Custo-benefício	14,2%

Nessa categoria a diferença entre homens e mulheres é grande, enquanto os homens são mais influenciados pelo preço, as mulheres por qualidade

Recomendações de outras pessoas e sustentabilidade são as menores influências.



Em **eletrodomésticos** o que mais influencia é:

Qualidade	23,4%
Preço	19,3%
Promoção	14%

Todas os recortes de idade apontaram *qualidade* como a principal influência assim como todas as regiões

Material utilizado e estilo são as influências menos apontadas

Principais Canais de Compra



ALIMENTAÇÃO, SAÚDE, HIGIENE

Lojas físicas	66,3%
Aplicativos de compra, como Shopee, Mercado Livre etc (marketplaces)	33,1%

LAZER, ROUPAS, CUIDADOS PESSOAIS

Lojas físicas	53,5%
Aplicativos de compra, como Shopee, Mercado Livre etc (marketplaces)	38,7%

Perguntamos aos brasileiros **quais serviços eles pretendem contratar nos próximos meses**

Nenhum serviço	31,9%
Reformas ou melhorias na casa	25,3%
Viagens ou passeios	23,9%

Streaming ou assinatura digital	15,5%	223
Serviços de beleza ou estética	16,5%	237
Cursos ou educação continuada	17,4%	249
Reformas ou melhorias na casa	25,3%	363
Viagens ou passeios	23,9%	343
Nenhum desses	31,9%	458

Em quais eventos promocionais os brasileiros pretendem aproveitar para consumir nos próximos meses?

Black Friday	58,0%	907
Natal	28,3%	443
Não pretendo aproveitar nenhum desses eventos promocionais	22,4%	350



A *Black Friday* é unânime em todas as regiões, idades, gêneros e classes

Os brasileiros se planejam para essas datas? Como?

Pesquisar antes de comprar	48,7%
Planejar a compra com antecedência	45,4%
Comprar parcelado	18,7%

A *compra parcelada* é mais popular entre os brasileiros de 35-44 anos, nas classes A e B e no Nordeste.

As *mulheres pesquisam mais* do que os homens antes de comprar, mais da metade das mulheres declarou pesquisar antes da compra, assim como a região Sul.

Os brasileiros perceberam mudanças no preço?

Menos acessível	27,6%	432
A mesma coisa	26,1%	408
Muito menos acessível	18,7%	292

A classe A foi a que mais apontou uma percepção "Muito menos acessível" dos preços, junto com o Centro-Oeste.

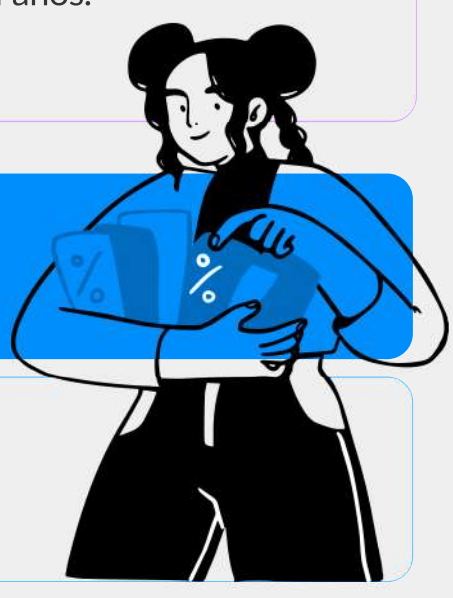
Quais fatores mais preocupam em relação à economia no momento?

Juros altos	43,2%
Inflação	40,9%
Instabilidade política	30,8%

A faixa-etária acima dos 45 anos é a mais preocupada com os *Juros e inflação*.

A *instabilidade* é a maior preocupação da faixa etária 35-44 anos.

No segundo semestre de 2025, os brasileiros vão:



Comprar apenas o essencial	38,7%
Aproveitar promoções para antecipar compras	22,2%
Reduzir gastos com lazer	18,9%

**Pesquisa realizada em julho de 2025 com uma amostra representativa de 1.563 brasileiros.*