

December 2021

Online Shopping - Brazil

“After the great growth of online shopping due to the total or partial closure of physical stores during the COVID-19 pandemic, the sector has been impacted by a drop in purchasing power, which may encourage consumers to opt for physical stores as restrictive measures are relaxed. In order to continue ...

Busy Lifestyles - Brazil

“A large number of Brazilians have been feeling overwhelmed by the increased workload and household chores. As a result, the leisure activities most desired by consumers are taking care of themselves and doing physical activities, which reinforces their greater concern with health and wellbeing.”

– Laura Menegon, Junior Research ...

November 2021

Compras Online - Brazil

“Após o grande crescimento do comércio online, impulsionado pelo fechamento total ou parcial de comércios físicos durante a pandemia, o canal vem sendo impactado pela queda no poder aquisitivo dos brasileiros, que pode incentivar os brasileiros a optar por lojas físicas diante de sua reabertura total. Nesse cenário, para seguir ...

Estilo de Vida Ocupado - Brazil

“Atualmente, um grande número de brasileiros sente-se sobrecarregado em decorrência do aumento da carga de trabalho e das tarefas domésticas. Isso faz com que as atividades de lazer mais desejadas pelos consumidores sejam cuidar mais de si mesmo e praticar atividades físicas, o que evidencia a maior preocupação com a ...

Kids' Impact on Household Decisions - Brazil

“After a year of uncertainties, parents of children under 18 have tried to find some sort of stability, now that schools have reopened. The pursuit of a healthy lifestyle has been a priority, as well as family values. These factors have had great influence on consumption habits.”

– Laura ...

October 2021

Impacto das Crianças nas Decisões da Casa - Brazil

“Após um ano de muitas incertezas, os pais de crianças até 18 anos estão buscando alguma estabilidade, agora que a rotina escolar das crianças voltou ao normal. A busca por um estilo de vida saudável para a família tem sido uma prioridade, bem como os valores familiares. Esses são fatores ...

Brazilian Lifestyles - Brazil

“The COVID-19 pandemic and the economic recession that followed have been driving Brazilians’ priorities during 2021. In addition to taking care of their health and protecting themselves and their loved ones from the coronavirus, two major challenges have emerged. One is the financial adjustment needed in the midst of an ...

August 2021

Estilo de Vida dos Brasileiros - Brazil

“Ao contrário do que se desejava, a pandemia e a crise econômica seguiram ditando as prioridades dos brasileiros em 2021. Nesse cenário, os brasileiros tiveram dois grandes desafios, além é claro da preocupação com a saúde e proteção de si e de seus entes queridos: o ajuste financeiro diante de ...

July 2021

Household Care Habits - Brazil

"The household has become the center of consumers' routine during the COVID-19 pandemic, making the household care and cleaning a top priority. Disinfection is now as critical as cleaning, which means the demand for multi-surface disinfectants is on the rise. Consumers have demonstrated a growing interest in practicality, as they ...

Attitudes toward Technology and the Digital World - Brazil

"Brazilians demonstrate a great interest in new technologies and digital solutions, having a positive perception toward the impact of emerging technologies on society. However, the high cost of technological products (mostly imported), the lack of infrastructure and the lack of familiarity and knowledge of how to use these technologies are ...

June 2021

Hábitos de Cuidados da Casa - Brazil

“O lar tornou-se o centro da rotina dos consumidores brasileiros durante a pandemia, elevando a priorização das rotinas de limpeza e cuidados da casa. A desinfecção tornou-se uma etapa tão fundamental quanto a limpeza, aumentando a busca por desinfetantes para uso em diferentes superfícies. Nesse contexto, os consumidores demonstram interesse ...

Atitudes em relação à tecnologia e ao mundo digital - Brazil

“O brasileiro demonstra um grande interesse por novas tecnologias e soluções do universo digital e apresenta, em geral, uma percepção positiva em relação ao impacto de tecnologias emergentes na sociedade. Apesar disso, o alto custo de produtos tecnológicos, em sua grande maioria importados, a falta de infraestrutura e a pouca ...

Attitudes toward Ethics and Sustainability - Brazil

“Ethical and sustainable issues have gained prominence during the COVID-19 pandemic. On the one hand, health concerns have led Brazilians to momentarily put aside the perception of plastic as a villain and see the packaging as an ally. On the other hand, the importance of tackling ethical, social and sustainable ...

April 2021

Atitudes em Relação a Ética e Sustentabilidade - Brazil

“As questões éticas e sustentáveis ganharam uma grande visibilidade durante a pandemia. Se por um lado a preocupação com sua proteção fez o brasileiro deixar momentaneamente de lado a percepção do plástico como vilão e ver as embalagens como aliadas. Por outro lado, ficou mais evidente a importância de lidar ...

March 2021

Brazilian Pet Owners - Brazil

“Brazil’s pet market continues to show positive results even in the midst of an economic recession. The survey shows that 69% of Brazilians own a pet and more than half of pet owners see them as a child. Pet products, therefore, continue to have priority in the family budget. The ...