

AB
CA
SA

Pesquisa Consumidores de Artigos de Decoração e Utilidades Domésticas

Perfil, hábitos e preferências dos consumidores



Inteligência
de Mercado

Apresentação Fevereiro | **2025**



Pesquisa de Mercado
www.iemi.com.br

Consumo no Varejo Brasileiro (sell-out)

R\$ 102 bilhões

Em 2024

+8,7%
vs. 2023



212 milhões de habitantes

R\$ 478 é o consumo *per capita* por ano



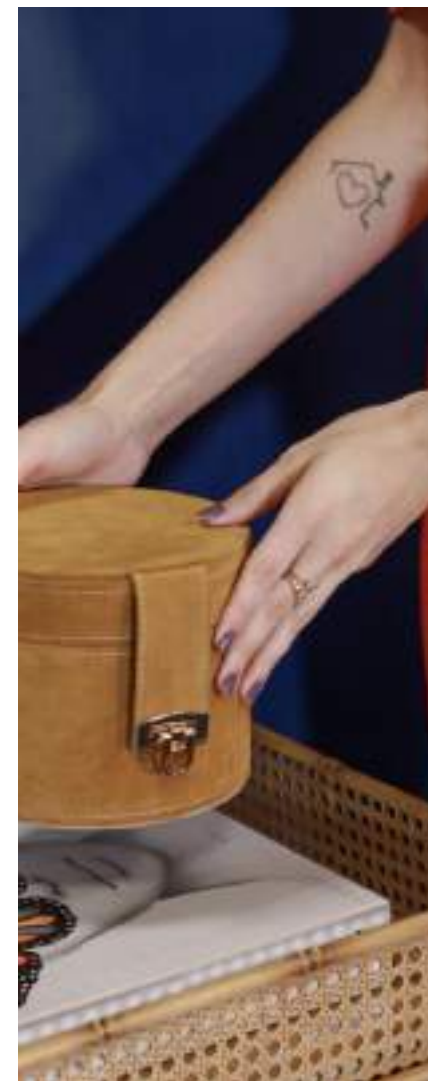
74 milhões de domicílios

R\$ 1.362 é o consumo médio por domicílio

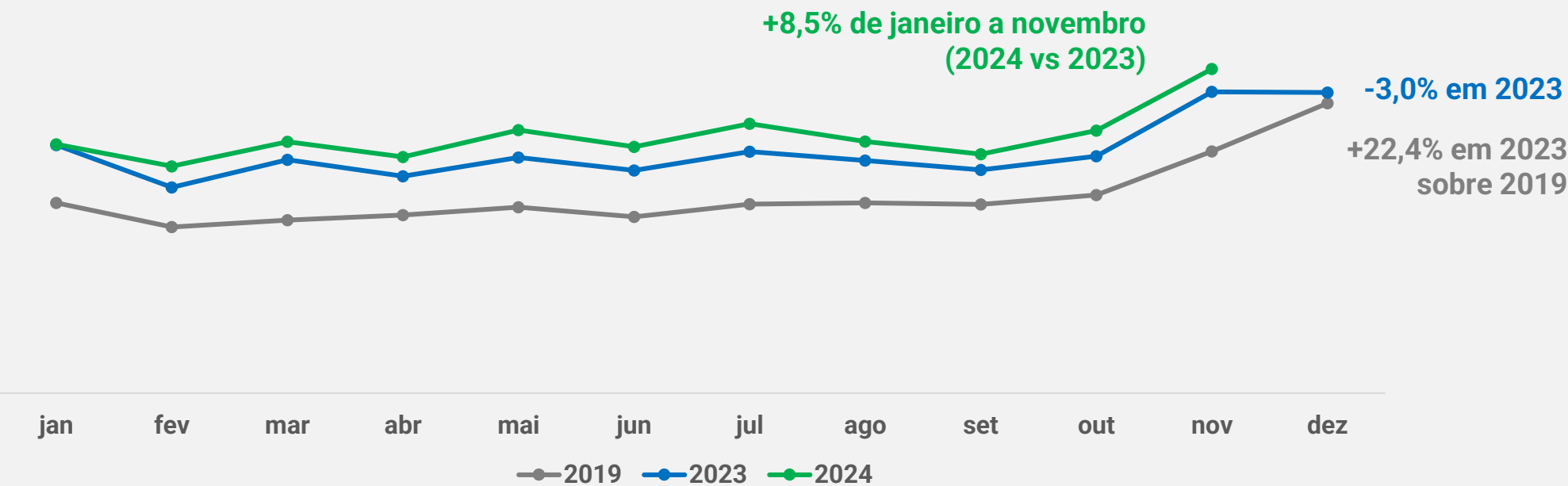


144 mil lojas especializadas no segmento

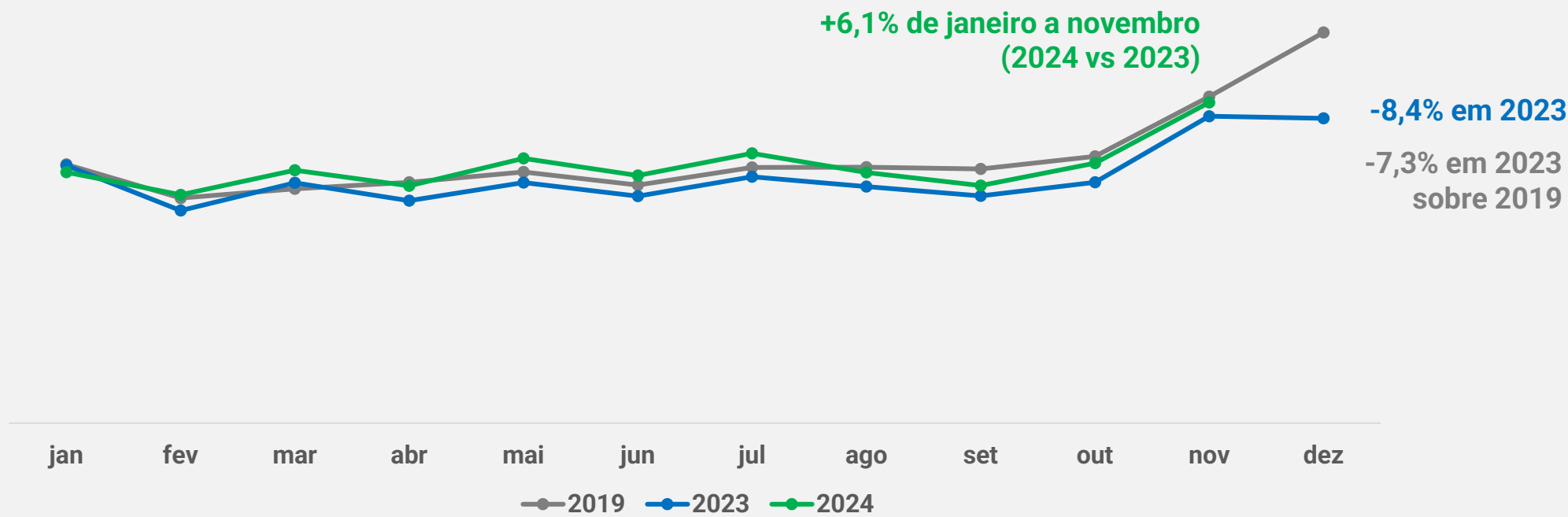
114 mil lojas não especializadas também vendem
esses produtos (lojas de departamento,
hipermercados, lojas de conveniência, etc.)



Em 2023, o varejo de artigos para casa registrou queda de 3,0% em valores nominais. Em comparação ao período pré-pandemia (2019), a alta foi de 22,4% em valores nominais, descontando a inflação do período, o recuo foi de 7,8%. Em 2024, o varejo registra uma alta de 8,5% no acumulado do ano (janeiro a novembro).



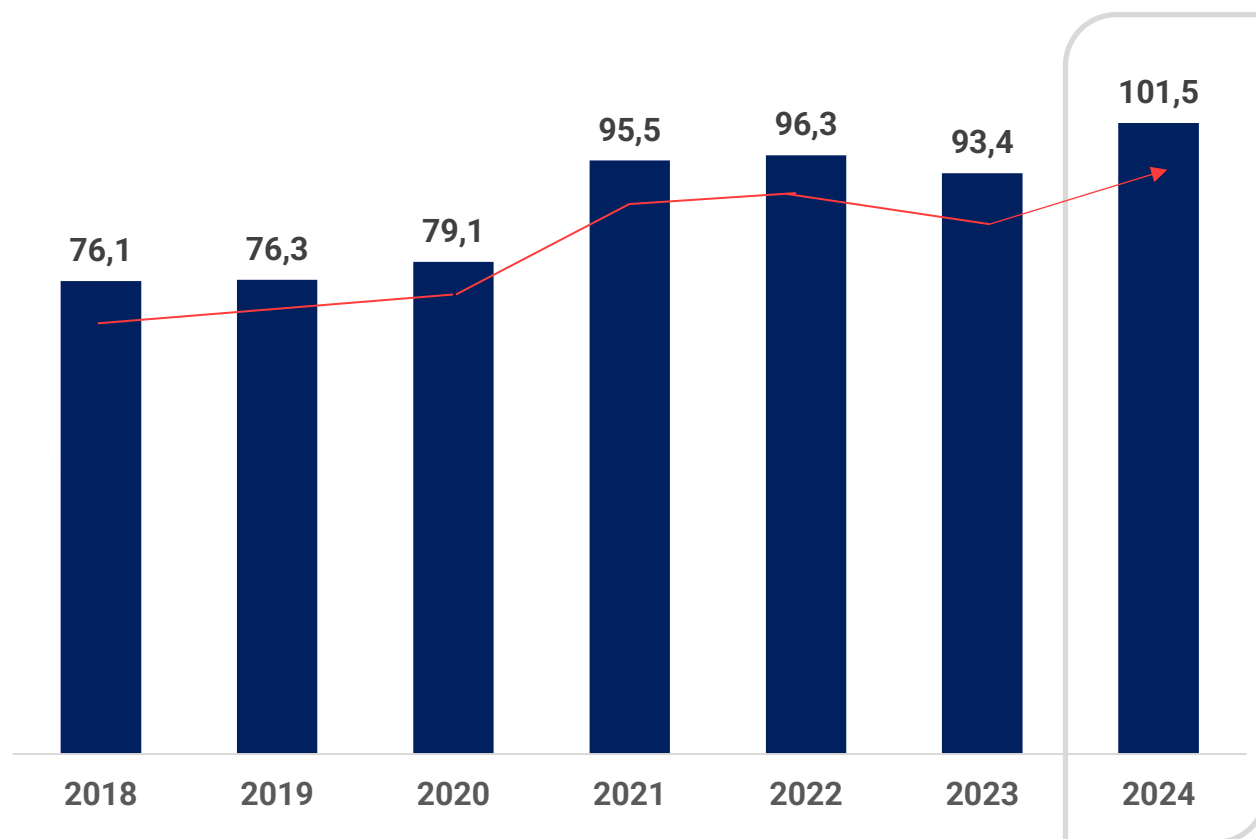
Em 2023, o varejo de artigos para casa registrou queda de 8,4% em volumes(*). Em comparação ao período pré-pandemia (2019), a queda foi de 7,3% em volumes. **Em 2024, o varejo registra uma alta de 6,1% no acumulado do ano (janeiro a novembro).**



Nota: Por abranger uma variedade de produtos, o volume do varejo é calculado a partir do número-índice para uniformizar as unidades do setor.

Fonte: IBGE – PMC (Pesquisa Mensal do Comércio).

Evolução das Vendas de Artigos para Casa no Varejo | 2018 até 2024¹



+33,4%
no período, contra
um IPCA de 39,4%
resultando em
queda real do
consumo de
-4,2%

Nota: (1) 2024 - Dados Preliminares



A modern living and kitchen area. In the foreground, a wooden dining table is set with a plate, cutlery, and glasses. To the left, a grey tufted sofa is visible. In the background, a kitchen with dark cabinets and a wooden countertop is shown. A large window on the left side of the image provides a view of a city at night, with lights from buildings and trees visible. A dark blue rounded rectangle is overlaid on the center of the image, containing the text.

COMPORTAMENTO DE COMPRA

última compra, motivação e planejamento

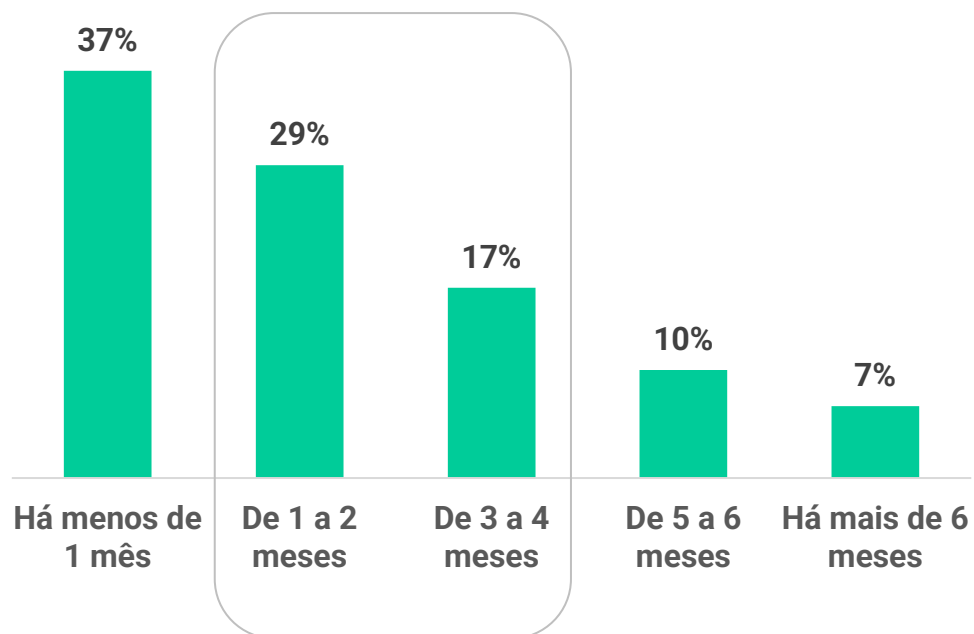
Tempo desde a Última compra e Frequência | 2024

Quanto tempo faz que você realizou a sua última compra de artigos de decoração e/ou utilidades domésticas para a sua casa?

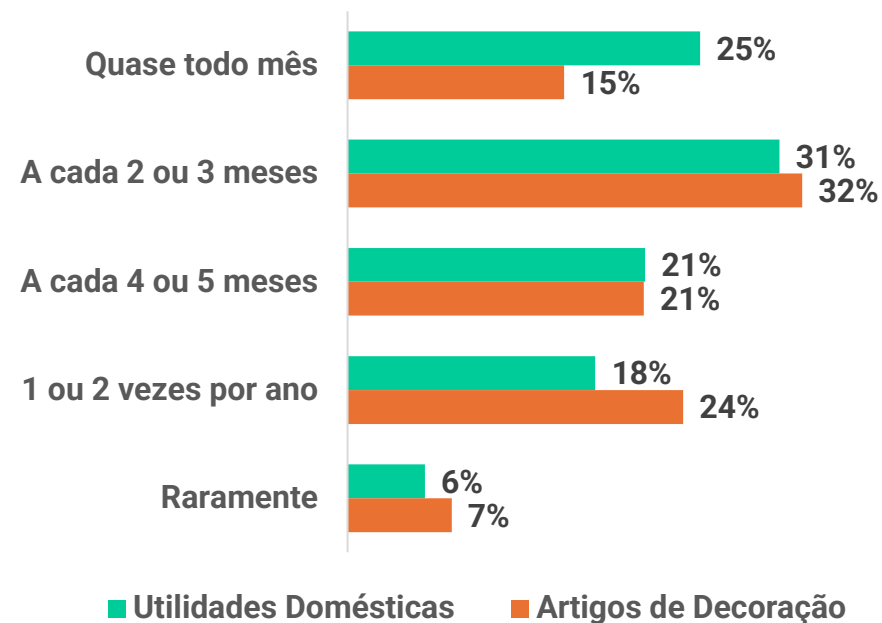
Com que frequência você costuma comprar artigos de decoração e utilidades domésticas para sua casa?

Última compra:

Tempo médio de compra:
há 2,4 meses



Frequência de compra:



Utilidades Domésticas = 5,4 vezes ao ano

Artigos de Decoração = 4,4 vezes ao ano

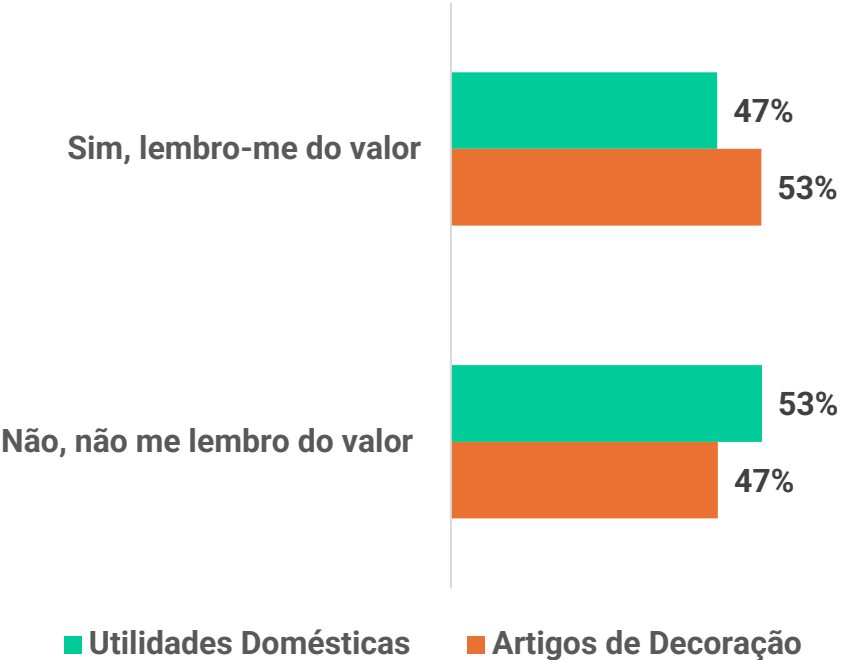
Em % de respondentes
Amostra = 2.000

Lembrança do valor gasto | 2024

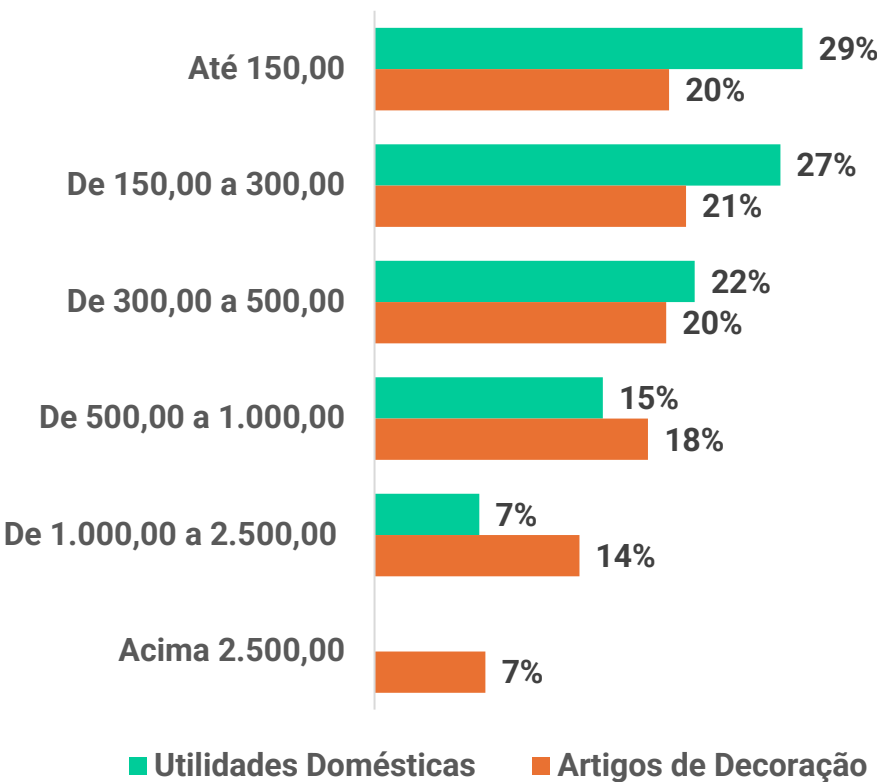
Você ainda se lembra do valor gasto nesta compra?



Lembrança:



Valor gasto:



UD:



Decorativos:

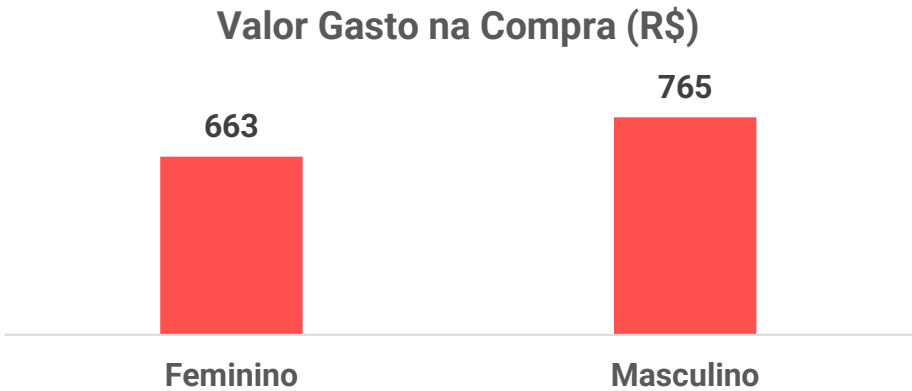
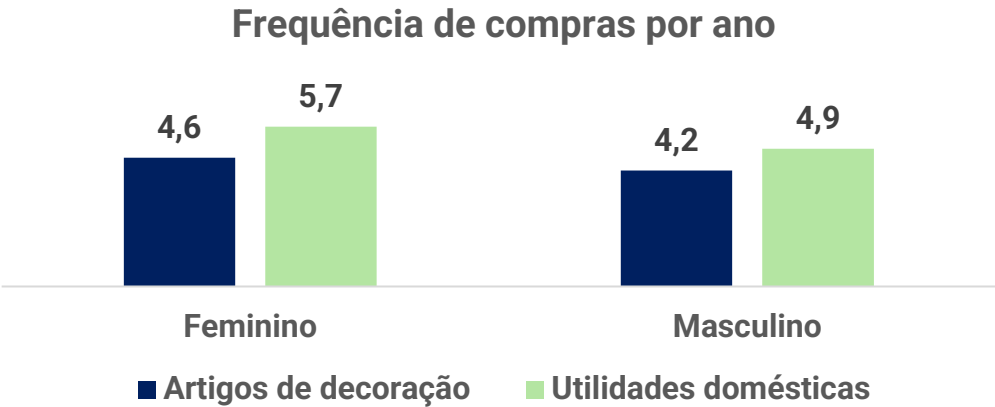


Em % de respondentes
Amostra = 2.000

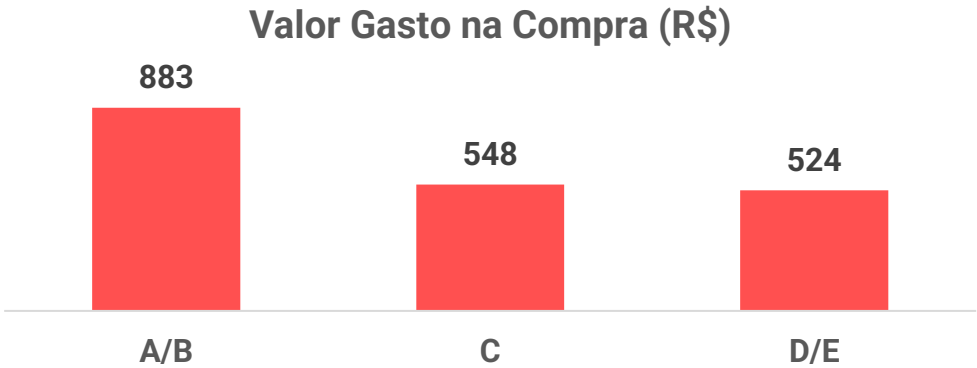
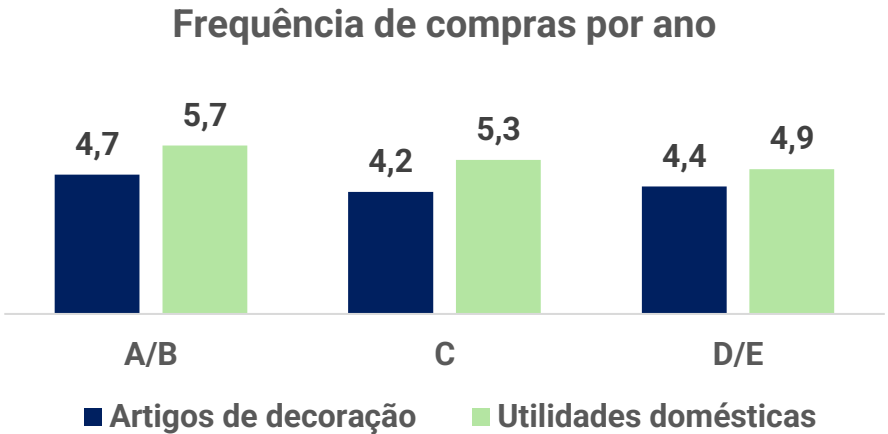
Frequência de compra e valor Gasto | Por Gênero e Poder de Compra - 2024



Por gênero:



Por poder de compra:

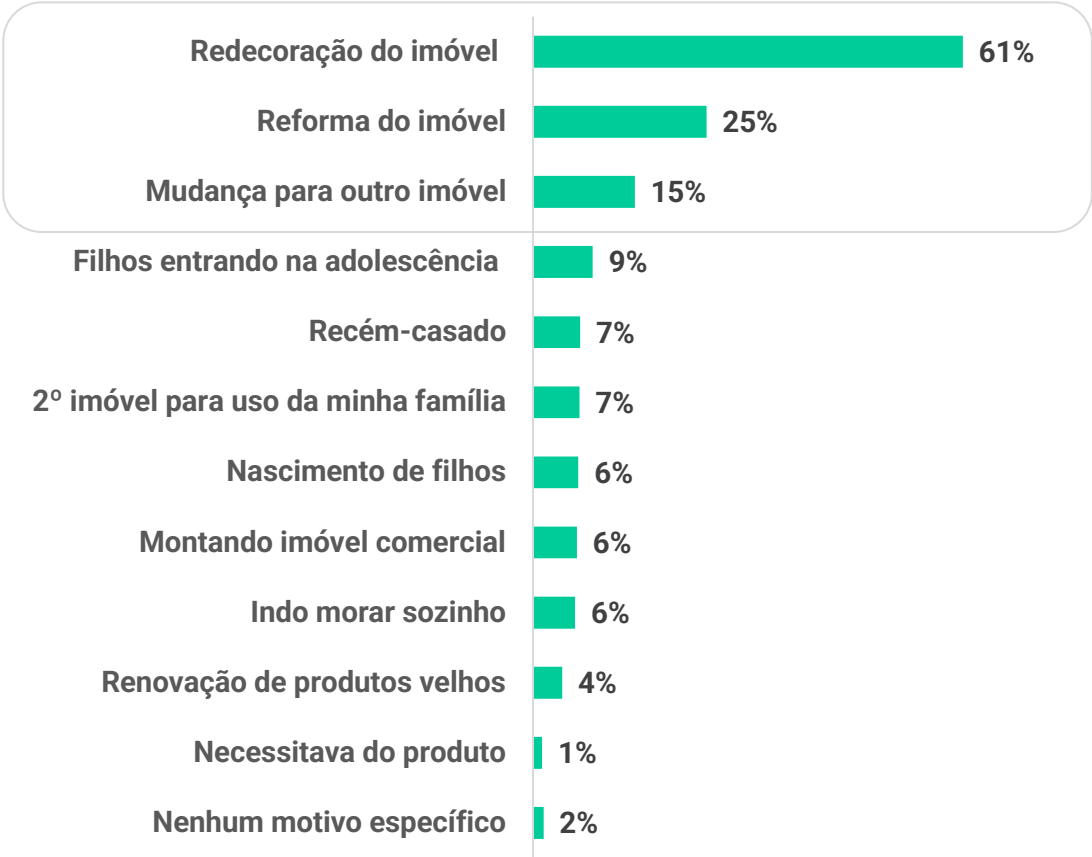


Momento da vida que levou a compra | 2024

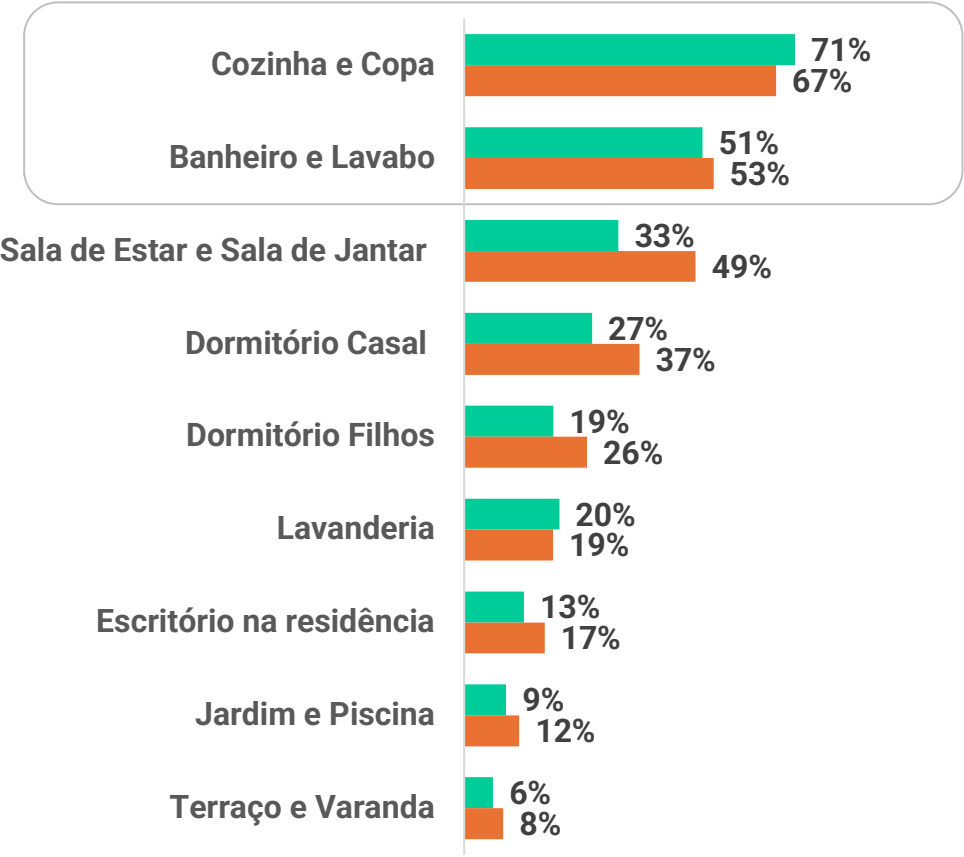
Qual o “momento de vida” que te levou a compra de artigos de casa? A qual ambiente da casa se destinava o produto?



Momento de vida:



Ambiente da casa:



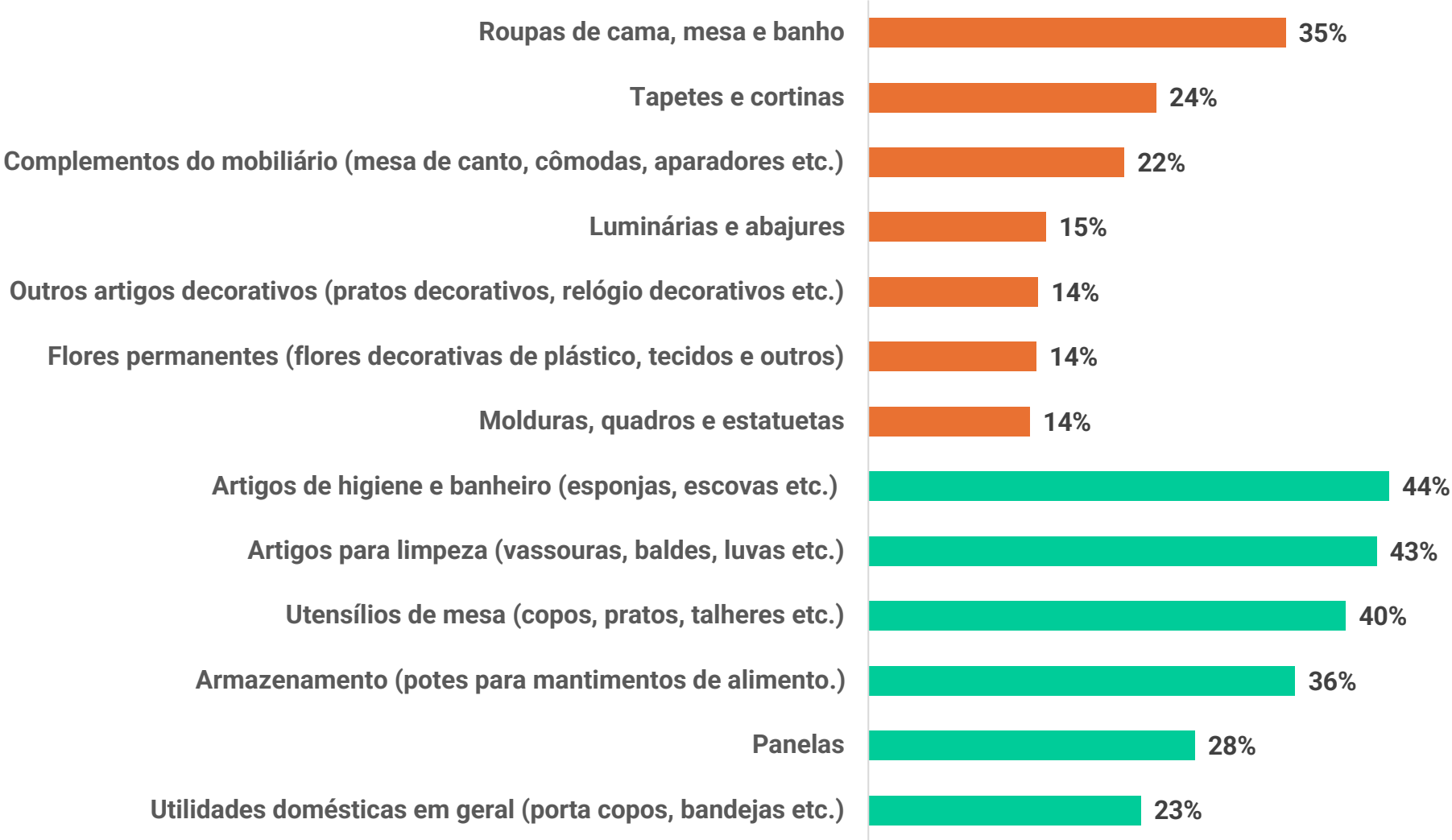
■ Utilidades Domésticas ■ Artigos de Decoração

Nota: Respostas múltiplas
Fonte: Base de entrevistas da pesquisa online | Elaboração: IEMI

Em % de respondentes
Amostra = 2.000

Produto de decoração e utilidade doméstica adquirido na Última Compra | 2024

Você comprou recentemente (no máximo até um ano), algum produto das linhas de artigos de decoração e/ou utilidades domésticas



45%
Artigos de
Decoração

55%
Utilidades
Domésticas

Atributos na decisão de compra e Mídias para se Informar sobre os Produtos | 2024

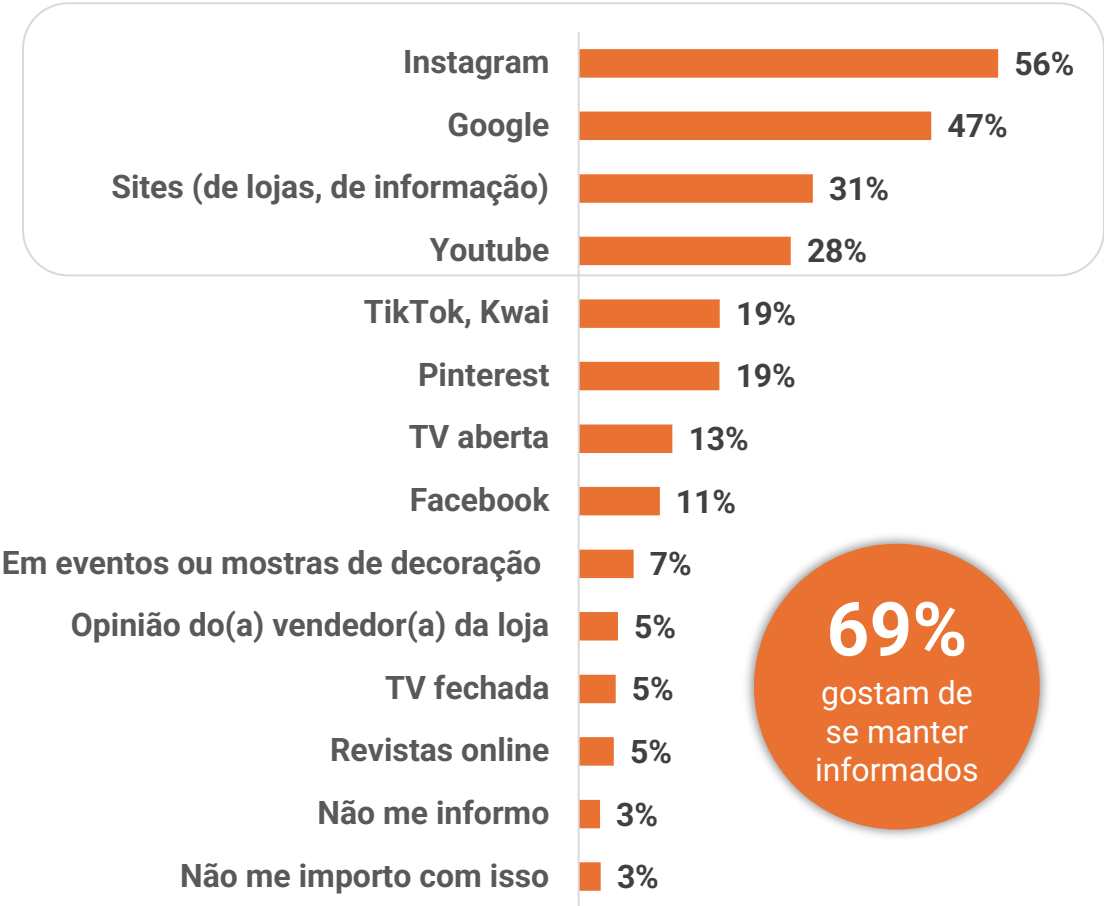
Quais os principais atributos do produto que te influenciaram positivamente no momento da sua última compra?



Atributos do produto adquirido



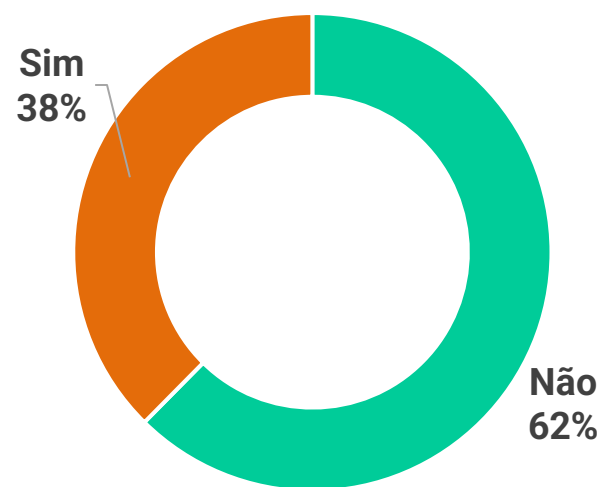
Como se informa sobre artigos para casa:



Época comemorativa para a compra | 2024

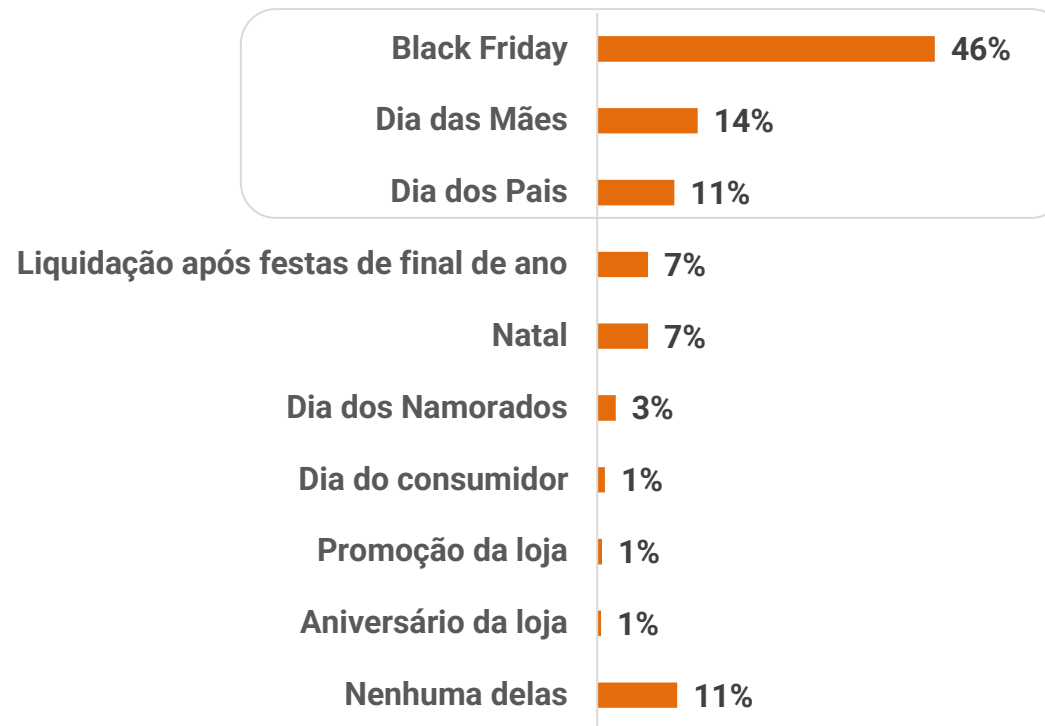
Você realizou a compra em alguma época comemorativa ou promocional?

Comprou em uma data comemorativa?



Em % de respondentes
Amostra = 2.000

Em qual data comemorativa comprou? (Para apenas 38% dos pesquisados)



Em % de respondentes
Amostra = 752

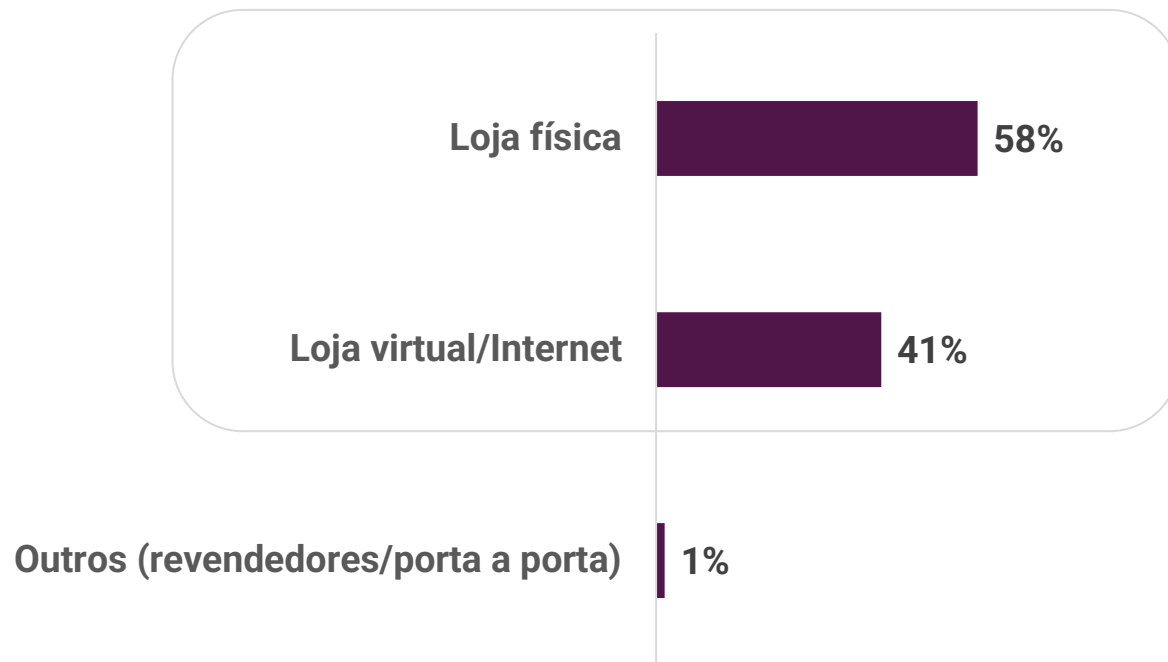


CANAIS DE COMPRA

lojas convencionais e internet

Canal da última compra | 2024

Em qual tipo de varejo você realizou a compra?



Em % de respondentes
Amostra = 2.000





LOJA CONVENCIONAL

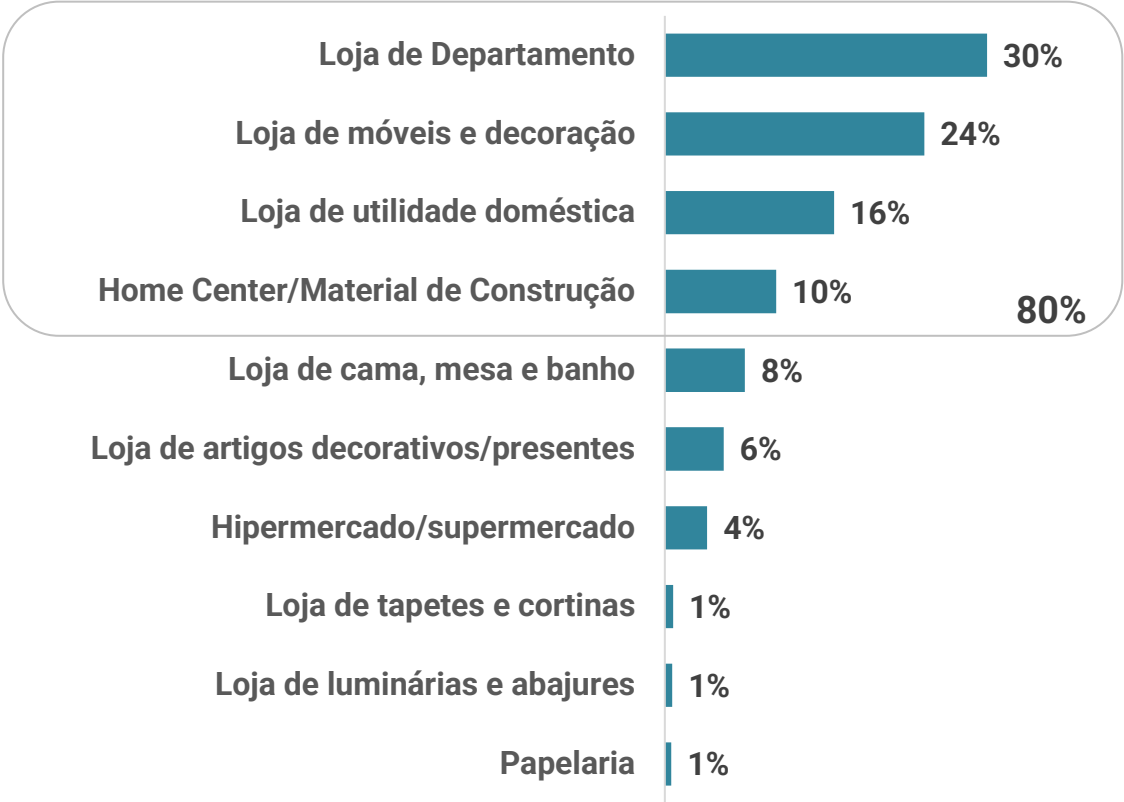
LOJA FÍSICA

Formato da loja | 2024

Qual o formato da loja?



Formato



Localização

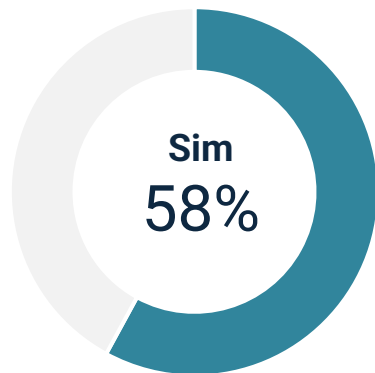


Em % de respondentes
Amostra = 1.158

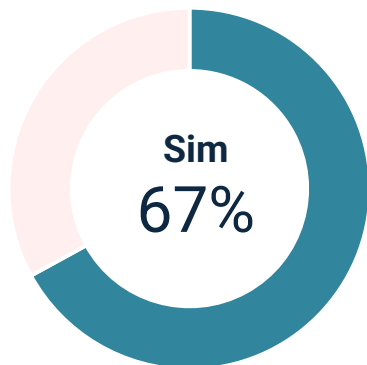
Pesquisou na internet | 2024

Você chegou a pesquisar na internet antes de realizar a compra?

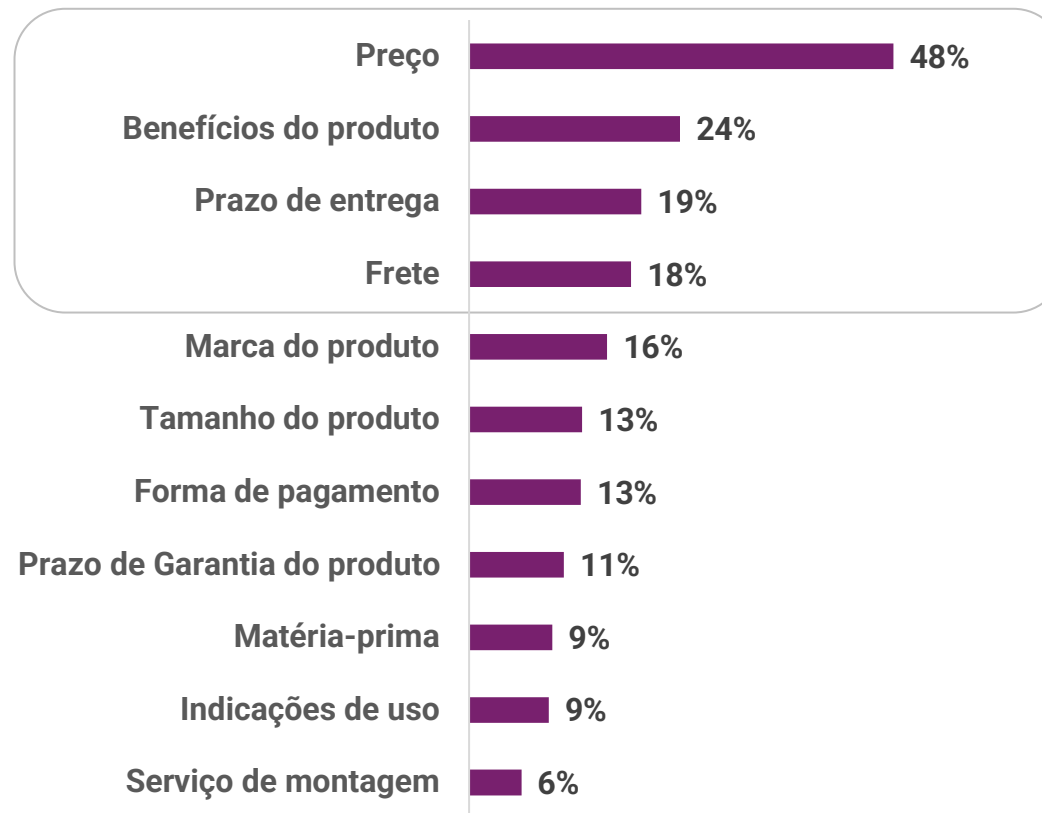
Comparou o produto em outras lojas:



Pesquisou na internet antes:



O que pesquisou:



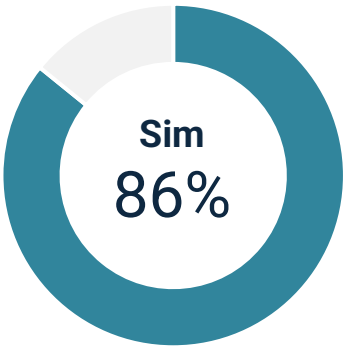
Nota: Resposta múltipla

Lembrança e Indicação da loja | 2024

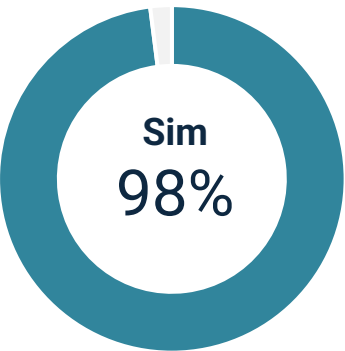
Lembra de qual loja você comprou? Você indicaria esta loja para seus amigos?



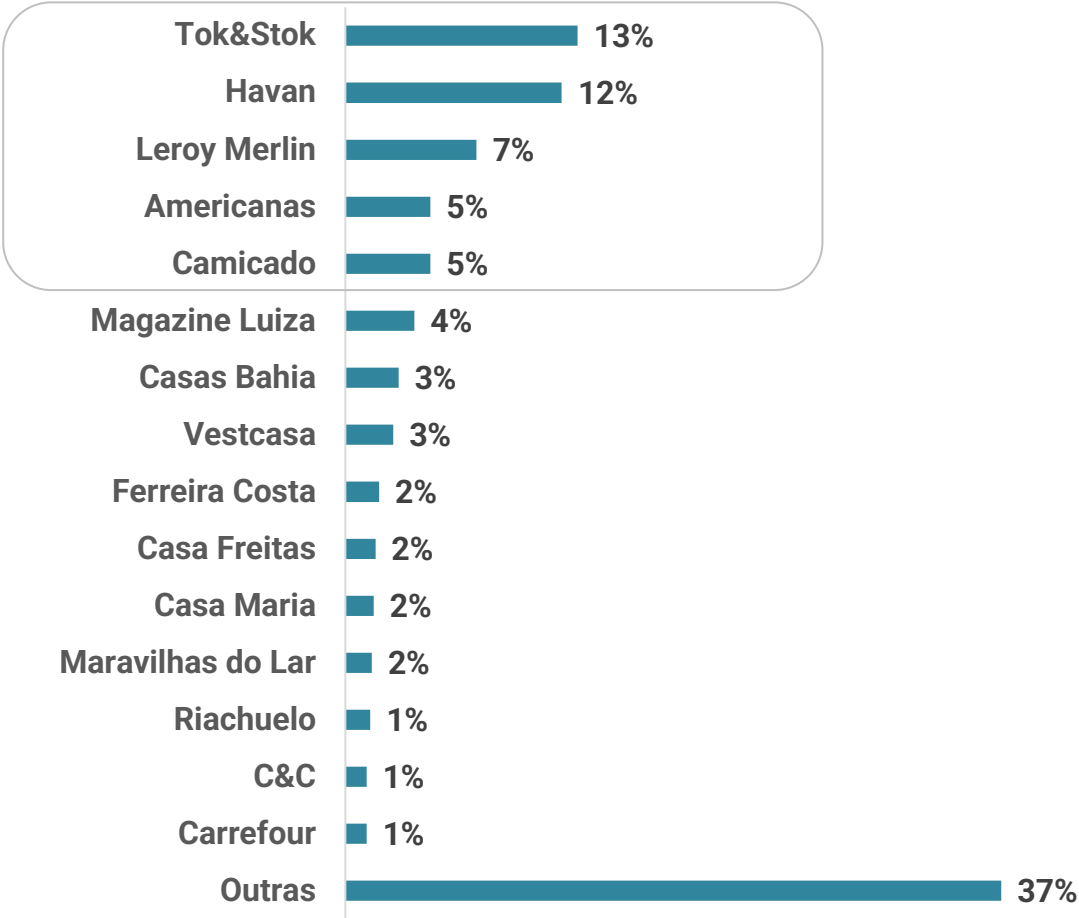
Lembra da loja:



Indicaria a loja:



Loja onde comprou (mais citadas):



Em % de respondentes
Amostra = 1.158

Motivos para comprar ou rejeitar uma loja | 2024



Para comprar:



Nota: Resposta múltipla

Para rejeitar:



Nota: Resposta múltipla

Em % de respondentes
Amostra = 1.158



E-COMMERCE

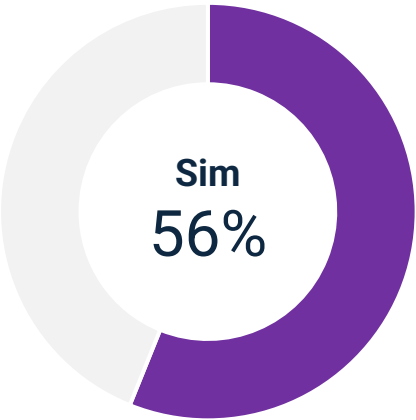
INTERNET

Pesquisou em lojas convencionais | 2024

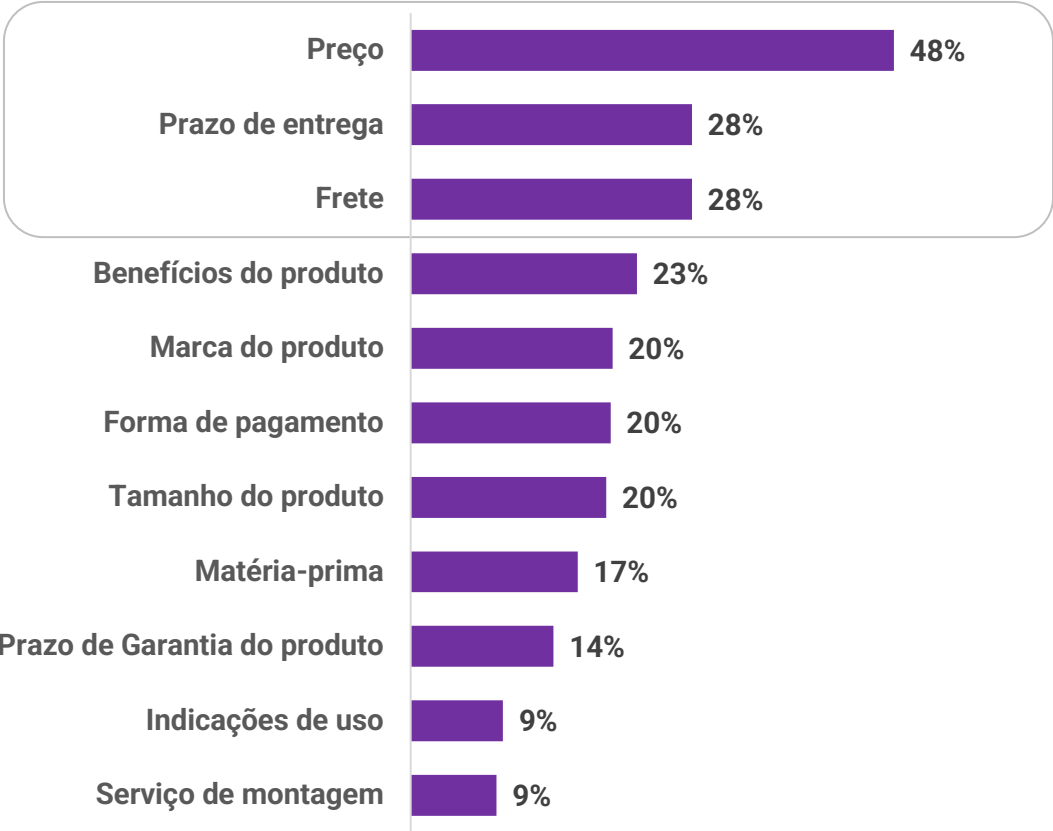
Você chegou a pesquisar na loja física antes de realizar a compra do artigo para casa pela internet?



Pesquisou em lojas convencionais antes:



O que pesquisou:



Em % de respondentes
Amostra = 811

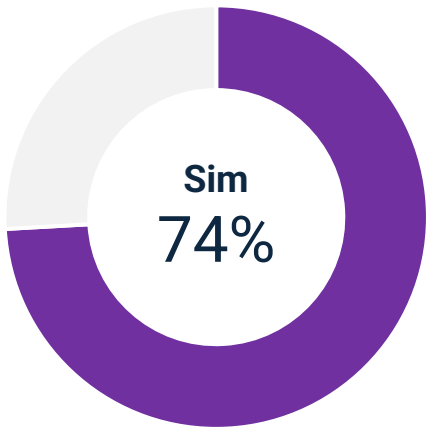
Nota: Resposta múltipla

Nome da loja on-line | 2024

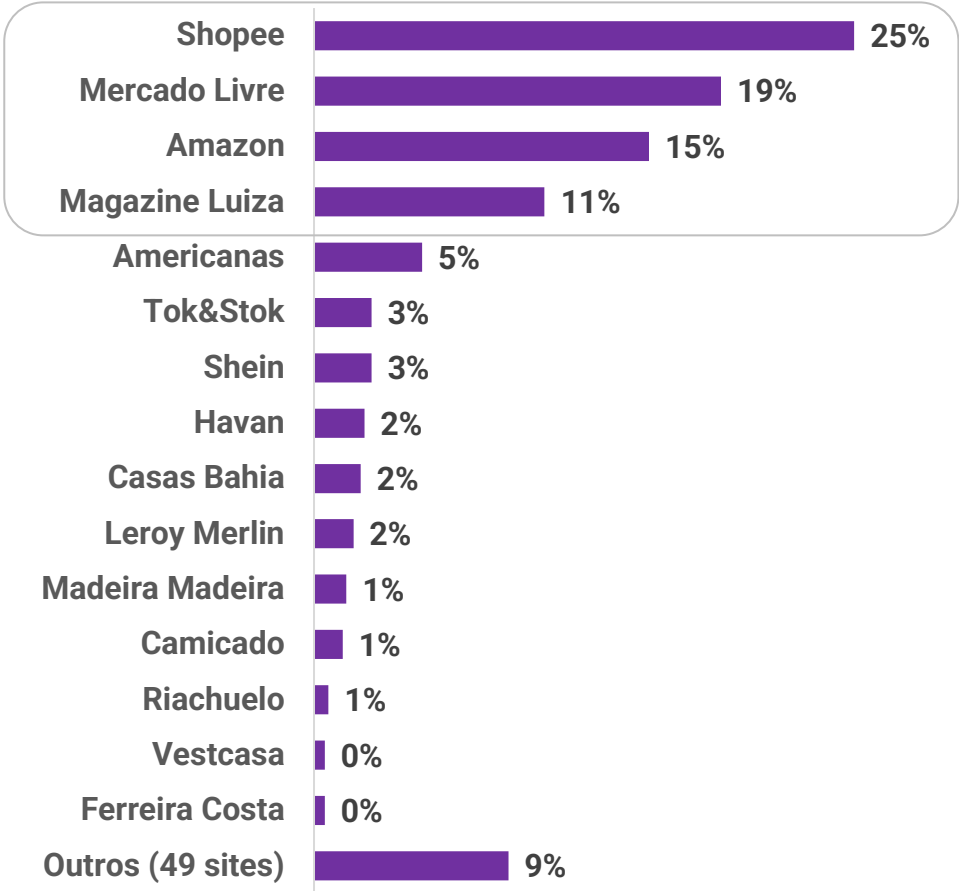
Lembra de qual site/loja online você comprou? Qual o nome da loja virtual onde realizou a compra?



Lembra do site em que comprou:



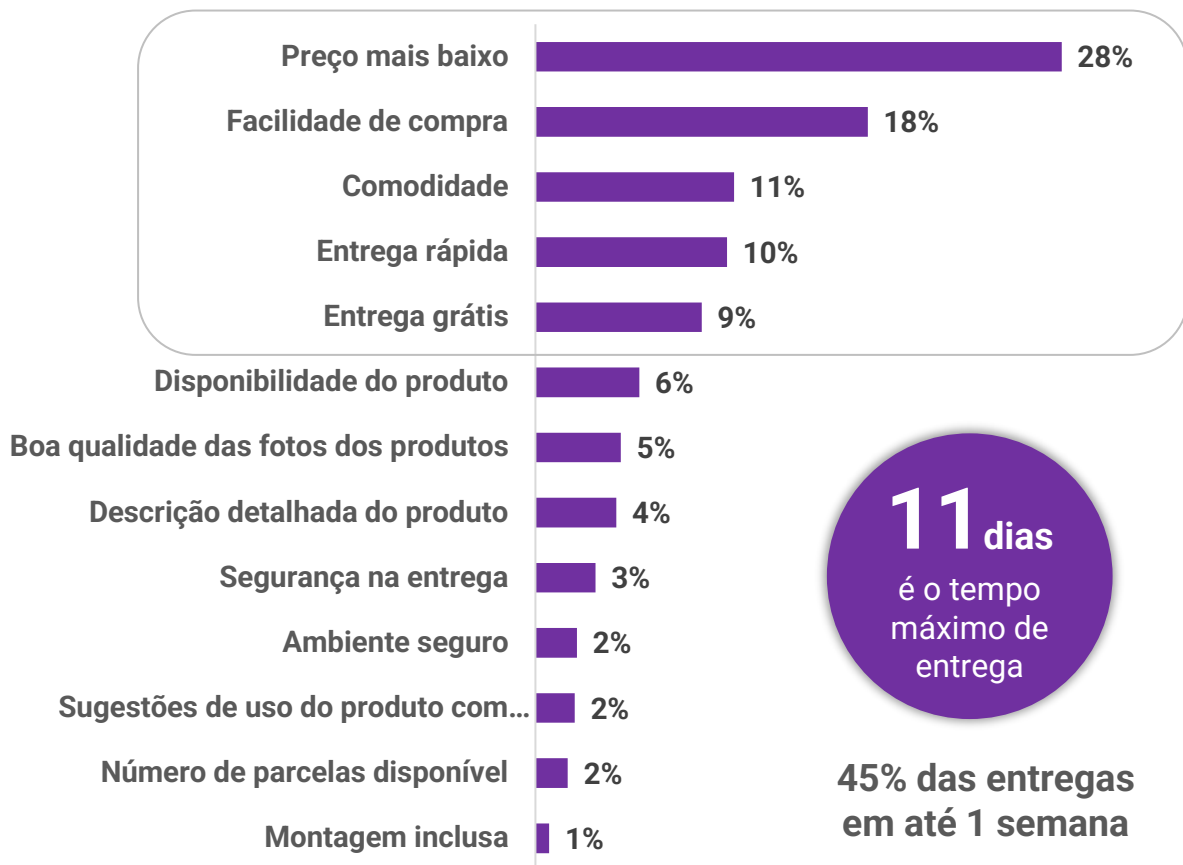
Qual era o site:



Em % de respondentes
Amostra = 601

Motivos para comprar pela internet | 2024

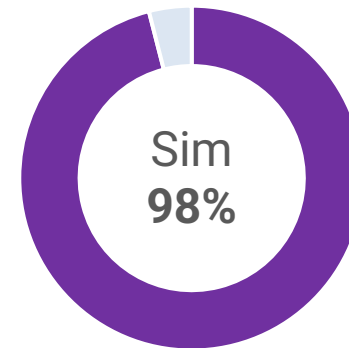
Por que você optou por comprar pela internet?



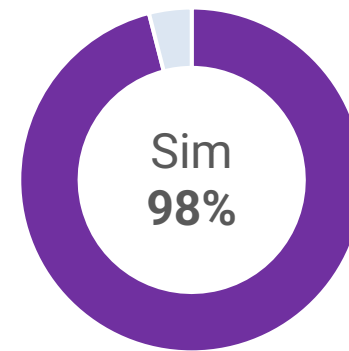
11 dias
é o tempo máximo de entrega

45% das entregas em até 1 semana

Satisfação com a compra:



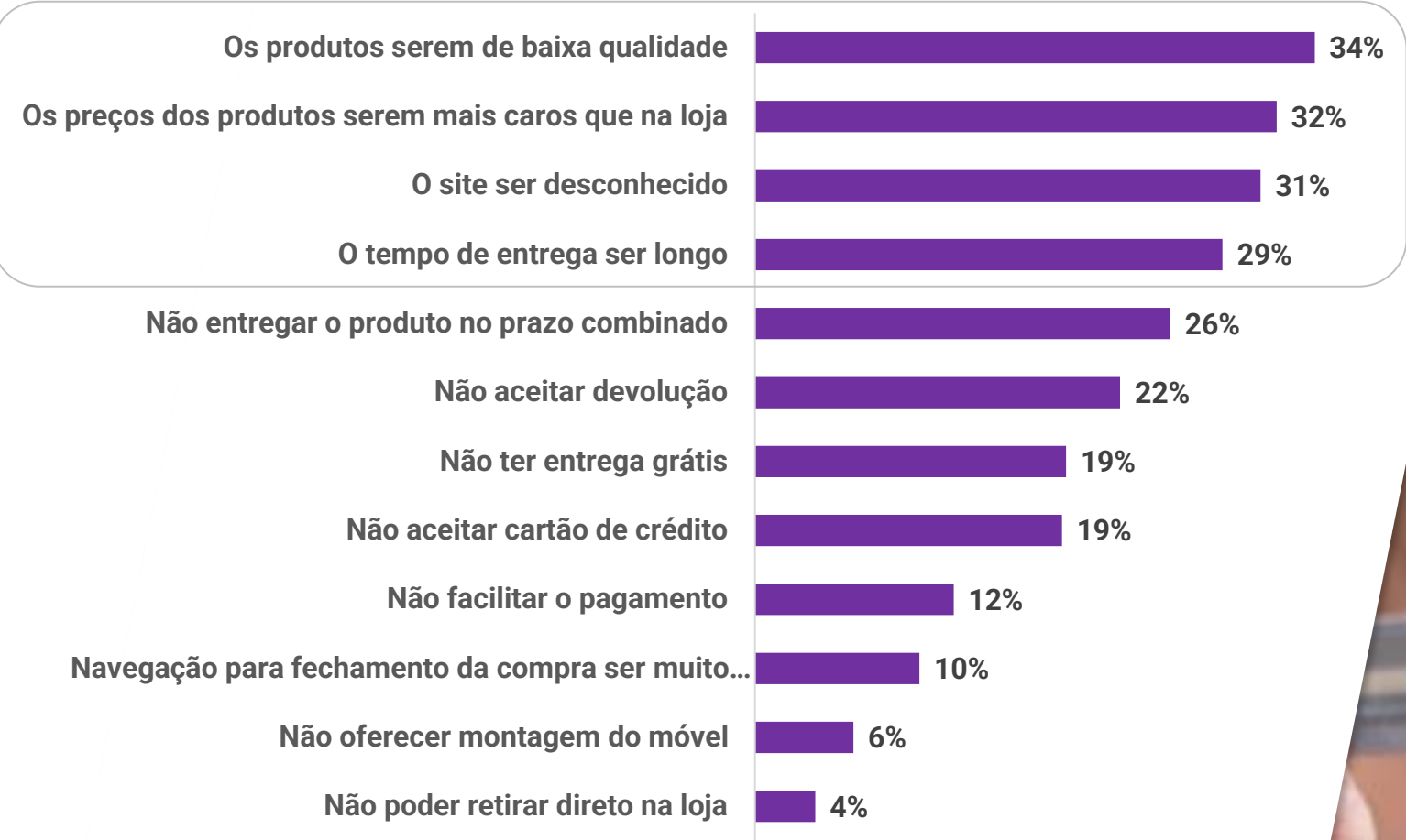
Indicaria a loja a amigos:



Em % de respondentes
Amostra = 811

Motivos para rejeitar a compra pela internet | 2024

O que o faria rejeitar comprar pela Internet novamente?



Em % de respondentes
Amostra = 811





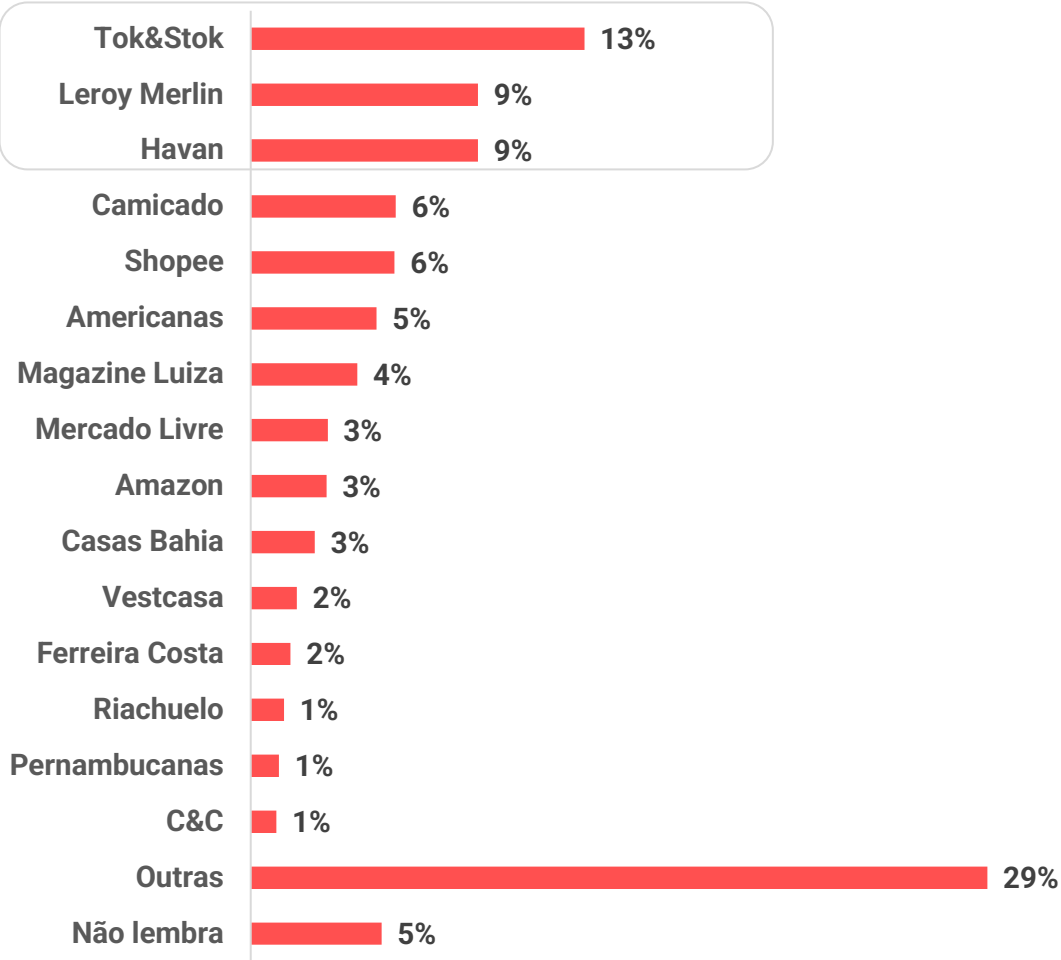
FORÇA DAS MARCAS

lembrança e influência das marcas
na decisão de compra

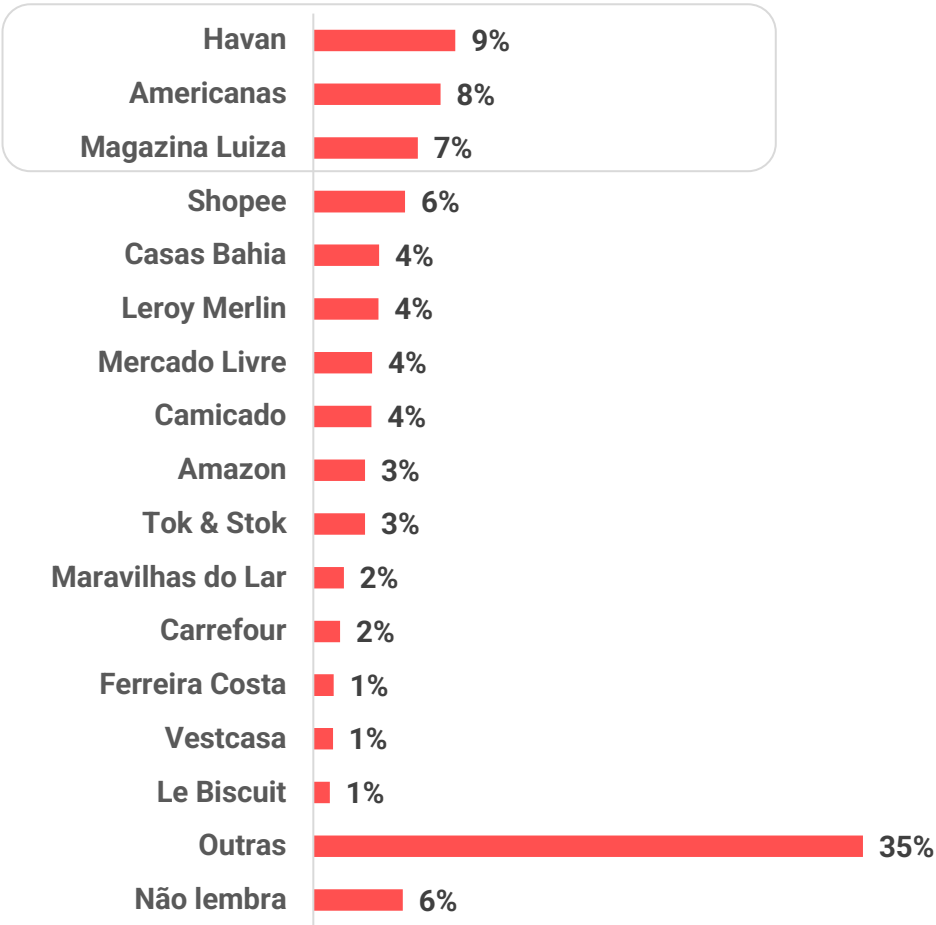
Top of mind das lojas | Marcas das lojas mais lembradas (de forma espontânea) | 2024



Lojas de Artigos Decorativos:



Lojas de UD:

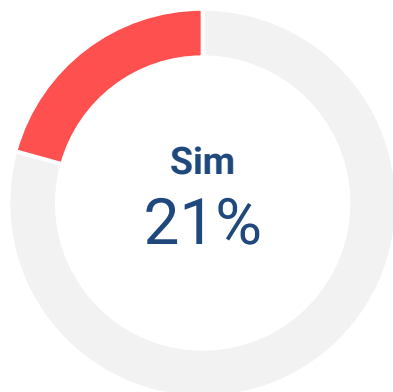


Em % de respondentes
Amostra = 2.000

Lembrança da marca adquirida (última compra) | 2024

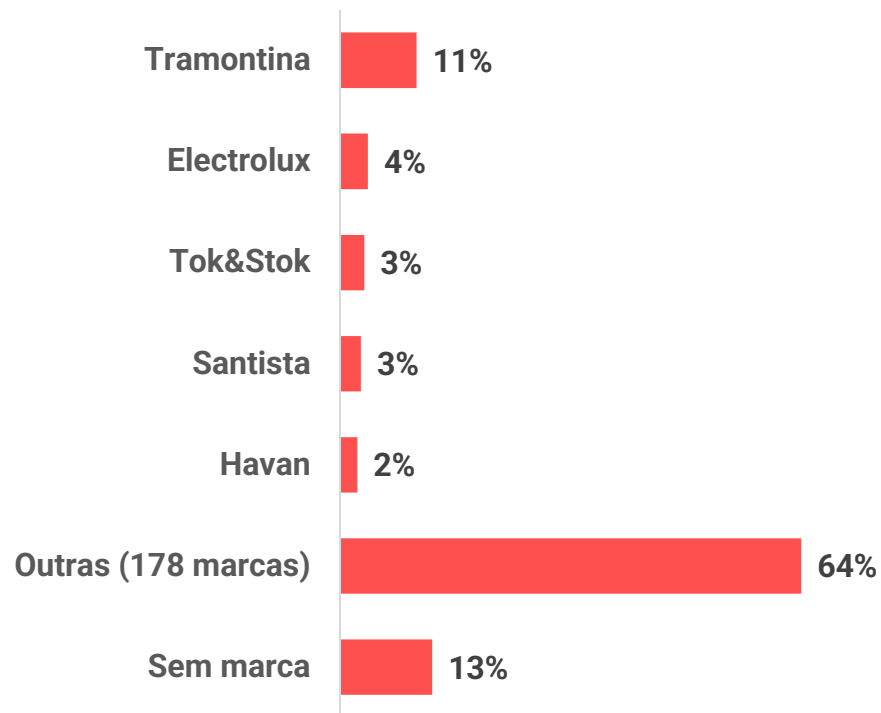
Você se lembra da marca do artigo para casa (decoração e/ou utilidades domésticas) comprado?

Lembra da marca adquirida:



Em % de respondentes
Amostra = 2.000

Marcas mais citadas:



414 pesquisados
lembraram da
marca adquirida

183 marcas conhecidas
foram citadas,

54 outras marcas
foram citadas,

Motivos para comprar a marca | 2024

Porque você escolheu comprar desta marca (em sua última compra)?



Nota: Resposta múltipla



Motivos para não comprar a marca | 2024

O que faria com que você NÃO comprasse de uma determinada marca?



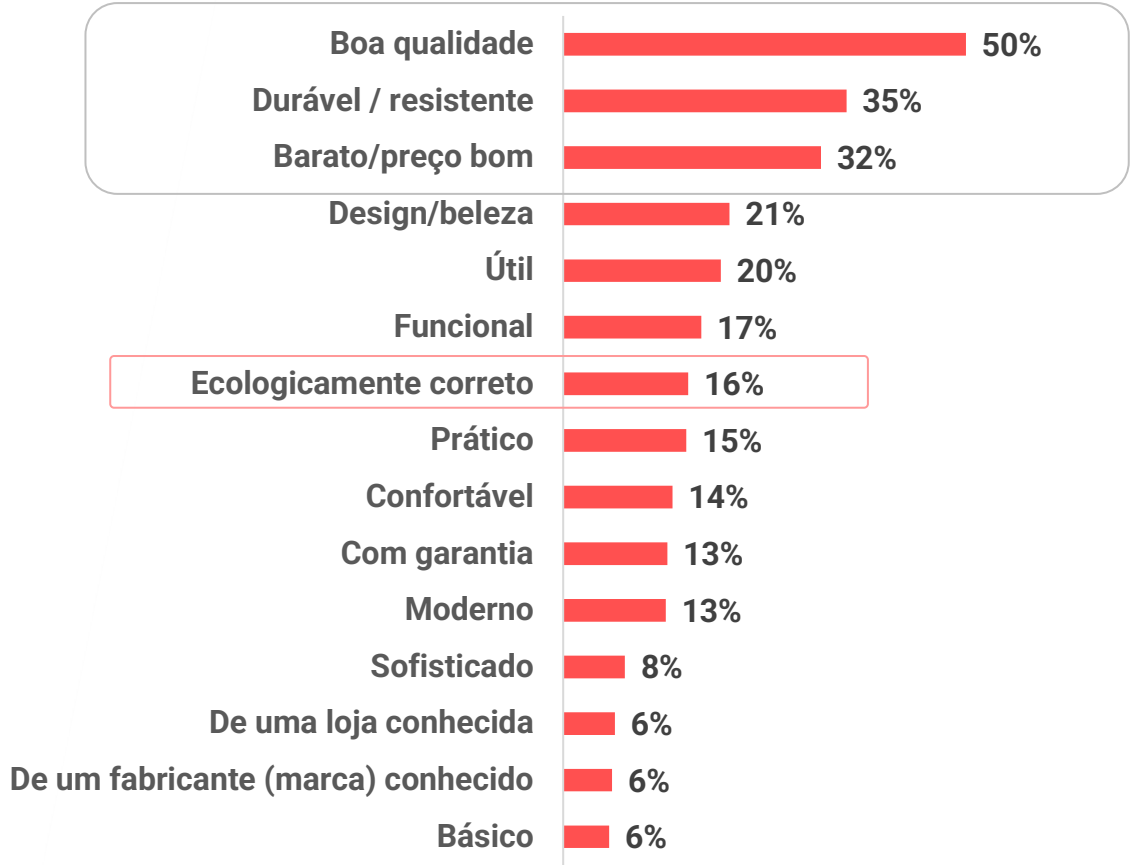
Nota: Resposta múltipla

Em % de respondentes
Amostra = 414



Atributos positivos que influenciam na última compra | 2024

Quais os principais atributos do produto que influenciaram sua última compra?



Nota: Resposta múltipla



*Acesse a pesquisa
completa:*

Muito Obrigado a todos!

marcelo@iemi.com.br

