

ALERTA DE INTELIGÊNCIA

Dados
de Mercado



UGE
Núcleo de
Inteligência e
Conhecimento

PÚBLICA

Brasileiros usam estratégias da época da hiperinflação para driblar escalada do preço dos alimentos

Consumidor compra embalagem grande e pequena, vai a vários tipos de lojas e leva tanto a marca líder como a mais barata; racionalidade predomina para economizar, dizem especialistas.

Diante da alta nos preços dos alimentos, os brasileiros estão adotando estratégias semelhantes às da época da hiperinflação para economizar. Utilizando a experiência adquirida e o acesso facilitado à informação online, os consumidores estão combinando táticas como **comprar embalagens grandes e pequenas, frequentar diversos tipos de lojas e escolher tanto marcas caras quanto mais baratas, sempre com foco na relação custo-benefício**. A pesquisa da NielsenIQ mostra que, no final de 2023, **37% dos lares frequentavam todos os canais de venda, como supermercados, atacarejos e farmácias**.

A compra em atacarejos tem ganhado força devido aos preços mais baixos, com um aumento de 4,7 pontos percentuais no número de notas fiscais com itens alimentícios nesses estabelecimentos. Além disso, as indústrias estão ajustando o tamanho das embalagens, **oferecendo opções menores para reduzir o impacto dos preços mais altos e atender à demanda de famílias menores**, que buscam gastar menos e evitar desperdícios.

Apesar da pressão inflacionária, **a pesquisa de preços e as promoções têm levado à desaceleração no aumento dos preços**. De acordo com a Neogrid, algumas capitais apresentaram queda nos preços da cesta básica, enquanto outras, como Curitiba, registraram altas. A inflação de alimentos no domicílio também mostrou desaceleração no início de 2025, com uma alta de 1,07% em janeiro, abaixo dos 1,17% de dezembro de 2024.

Fonte: [ESTADÃO](#), [ASMETRO](#)



Curto Prazo



Risco/
Oportunidade



Diferentes Setores da
Economia

Por que é relevante?

A notícia destaca mudanças no comportamento do consumidor, como a preferência por atacarejos, a busca por preços mais baixos e embalagens menores. Esses hábitos exigem que os negócios se adaptem, oferecendo promoções, ajustando a oferta de produtos e explorando novos canais de vendas. A desaceleração nos preços também abre oportunidades para ajustar estratégias e garantir uma boa relação custo-benefício, permitindo que os empreendedores mantenham a competitividade no mercado.

O que EU posso fazer diante disso?

- Investir em atacarejos ou em plataformas online, onde os consumidores estão cada vez mais buscando preços mais baixos e promoções. Adaptar o negócio para esses canais pode aumentar as vendas;
- Criar promoções para atrair consumidores em busca de preços mais acessíveis, aproveitando o comportamento de comparação de preços e o aumento das compras em múltiplos pontos de venda;
- Oferecer programas de fidelidade e benefícios para clientes que compram com frequência, já que muitos consumidores estão se tornando mais seletivos e sensíveis a preços.