

**CENTRO DE ESTUDOS APLICADOS DE MARKETING – CEAM**

# **O IMPACTO DO TARIFAÇÃO NO CONSUMO**

A visão do consumidor brasileiro.

**CEAM**

# AGENDA

TARIFAÇÃO E CONSUMO

CONTEXTO E OBJETIVOS

METODOLOGIA

RESULTADOS

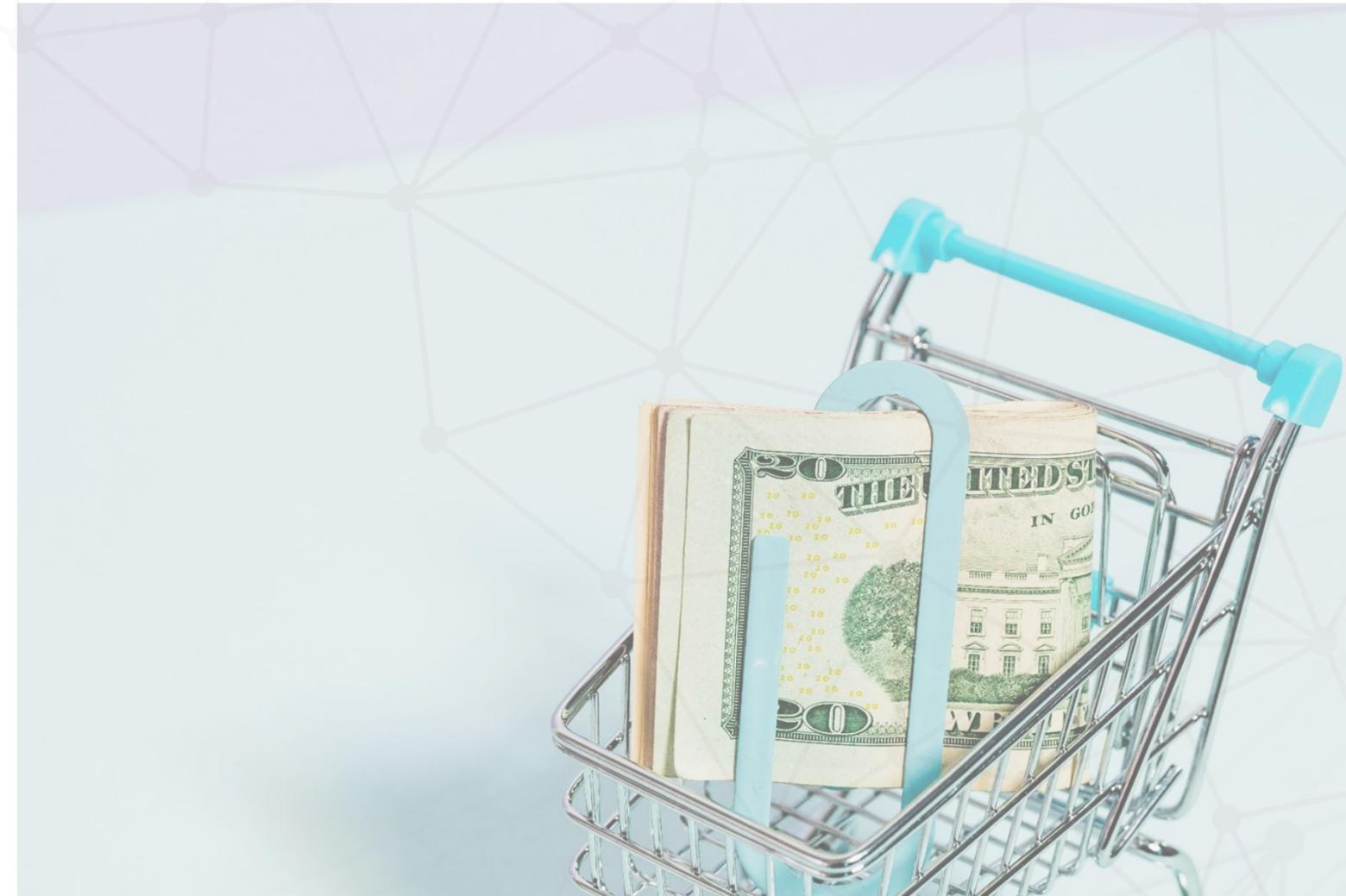
- Impactos na visão do consumidor
- Impactos políticos
- Respostas do consumidor

APRENDIZADOS



# **O IMPACTO DO TARIFAÇO NO CONSUMO**

Nos últimos meses, o anúncio do **aumento de tarifas sobre produtos brasileiros exportados para os Estados Unidos** (popularmente chamado de “tarifaço”) trouxe à tona debates sobre seus potenciais impactos na economia nacional. Além dos efeitos diretos sobre setores produtivos e cadeias de exportação, o tema ganhou espaço no dia a dia dos brasileiros, influenciando percepções sobre consumo, inflação e perspectivas para o futuro do país.

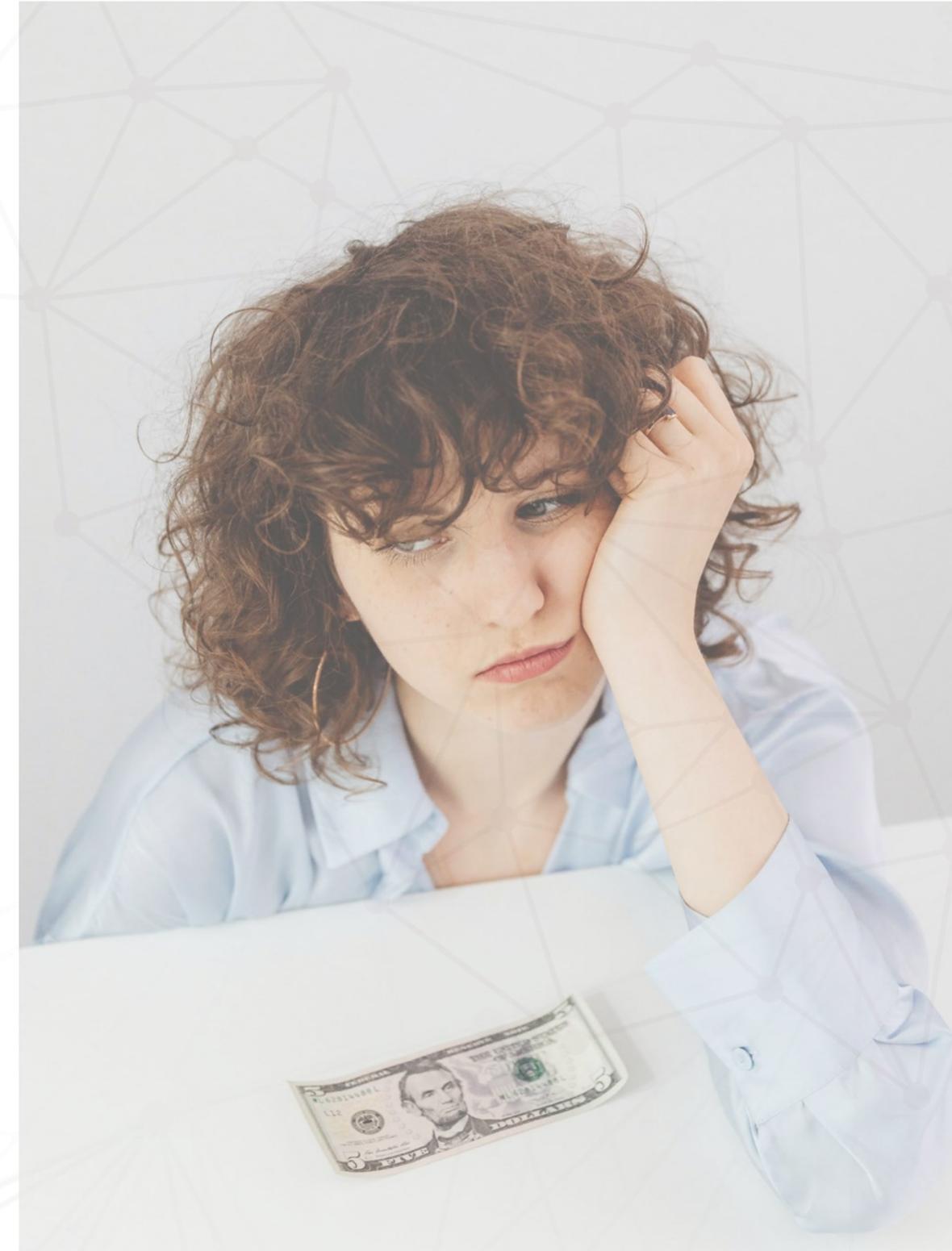


**Compreender como os consumidores percebem e reagem a esse cenário** é essencial para avaliar não apenas os possíveis reflexos econômicos, mas também as mudanças no comportamento de compra e no sentimento em relação ao contexto macroeconômico. Este estudo busca, portanto, oferecer um panorama claro e fundamentado sobre a **percepção pública do tarifaço**, contribuindo para a compreensão mais ampla dos efeitos desse tipo de medida sobre a sociedade.



Este relatório tem o objetivo de apresentar um panorama geral sobre a **percepção dos consumidores em relação ao chamado “tarifaço”** aplicado pelos Estados Unidos ao Brasil.

Ou seja, **como os brasileiros compreendem essa medida e quais impactos acreditam que ela terá em seu consumo, na economia e no futuro do país.**



Para isso, foram avaliados aspectos como a **percepção do impacto no consumo pessoal e na inflação, a avaliação sobre os efeitos macroeconômicos e as perspectivas para o país, bem como diferenças nessas percepções** de acordo com variáveis como viés político, renda, sexo e poder de decisão no consumo familiar.

A amostra buscou abranger participantes de **todo o Brasil**, com abordagem aleatória não probabilística, por quotas de perfil seguindo recomendações da **ABEP** (Associação Brasileira das Empresas de Pesquisa) com relação a sexo, classe social, regionalidade, e renda.

Se trata de um estudo exploratório, com dados quantitativos e qualitativos, uso de técnicas estatísticas descritivas e multivariadas. **O nível de confiança adotado foi de 95%.**

# **TARIFAÇO**

Demográficos



# PERFIL DEMOGRÁFICO

**1000**

PARTICIPANTES

**GENÊRO**



**52%**

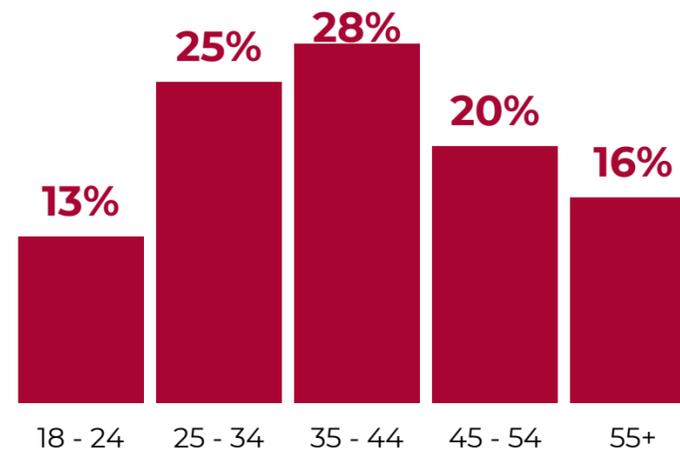
MULHERES



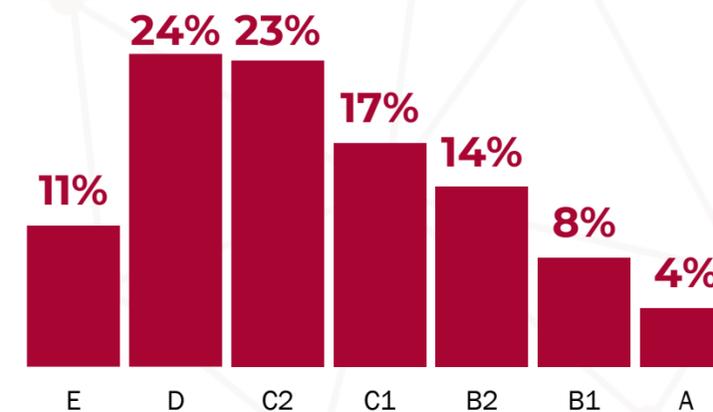
**48%**

HOMENS

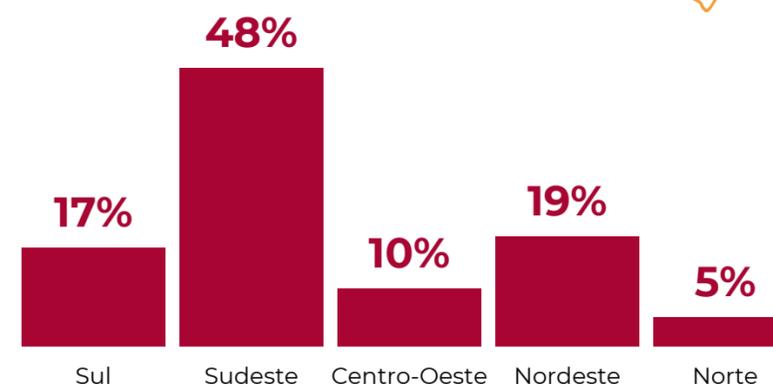
**IDADE**



**RENDA**



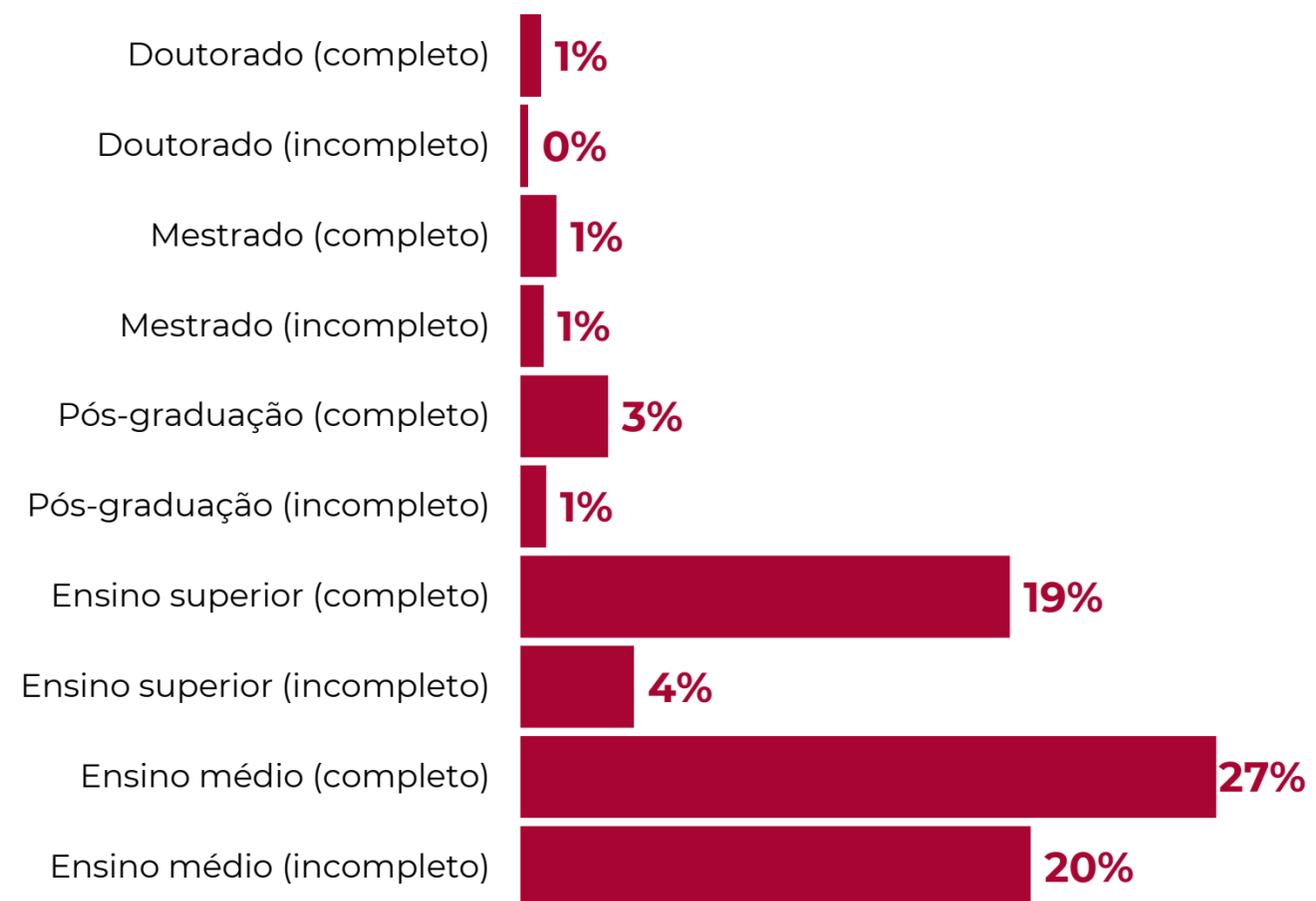
**REGIÃO**



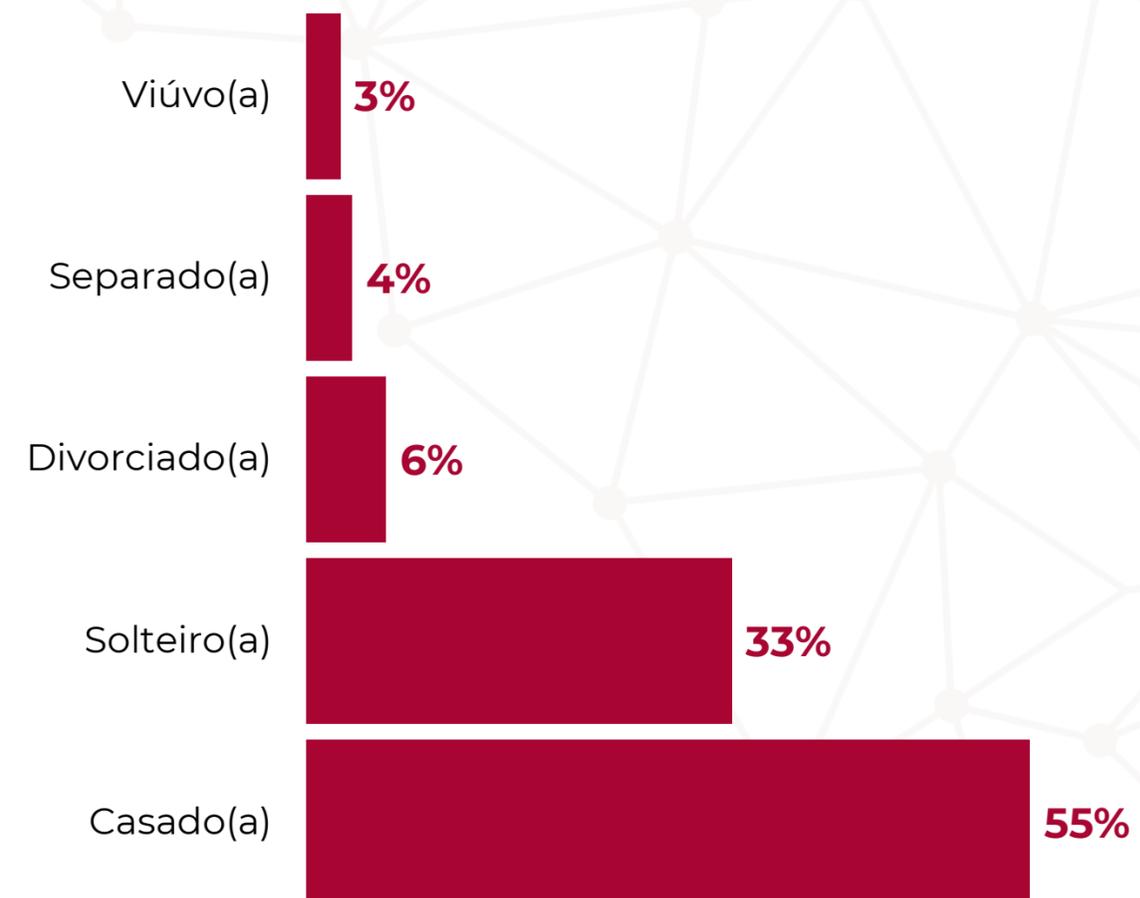
# PERFIL DEMOGRÁFICO



## ESCOLARIDADE



## ESTADO CIVIL



N= 1000

# PERFIL DEMOGRÁFICO

## A decisão é:

Meus gastos são apenas destinados a mim, ou a outras pessoas, mas em menor grau

14%

Participante das decisões financeiras da família, pois divido isto com outras pessoas da família

29%

Decisor das escolhas financeiras da família, chefe da família

57%

As mulheres foram a maioria dos decisores de família (51,7%)

E na faixa de 50% a 75% dos gastos destinados à família, mais da metade são mulheres (54%).

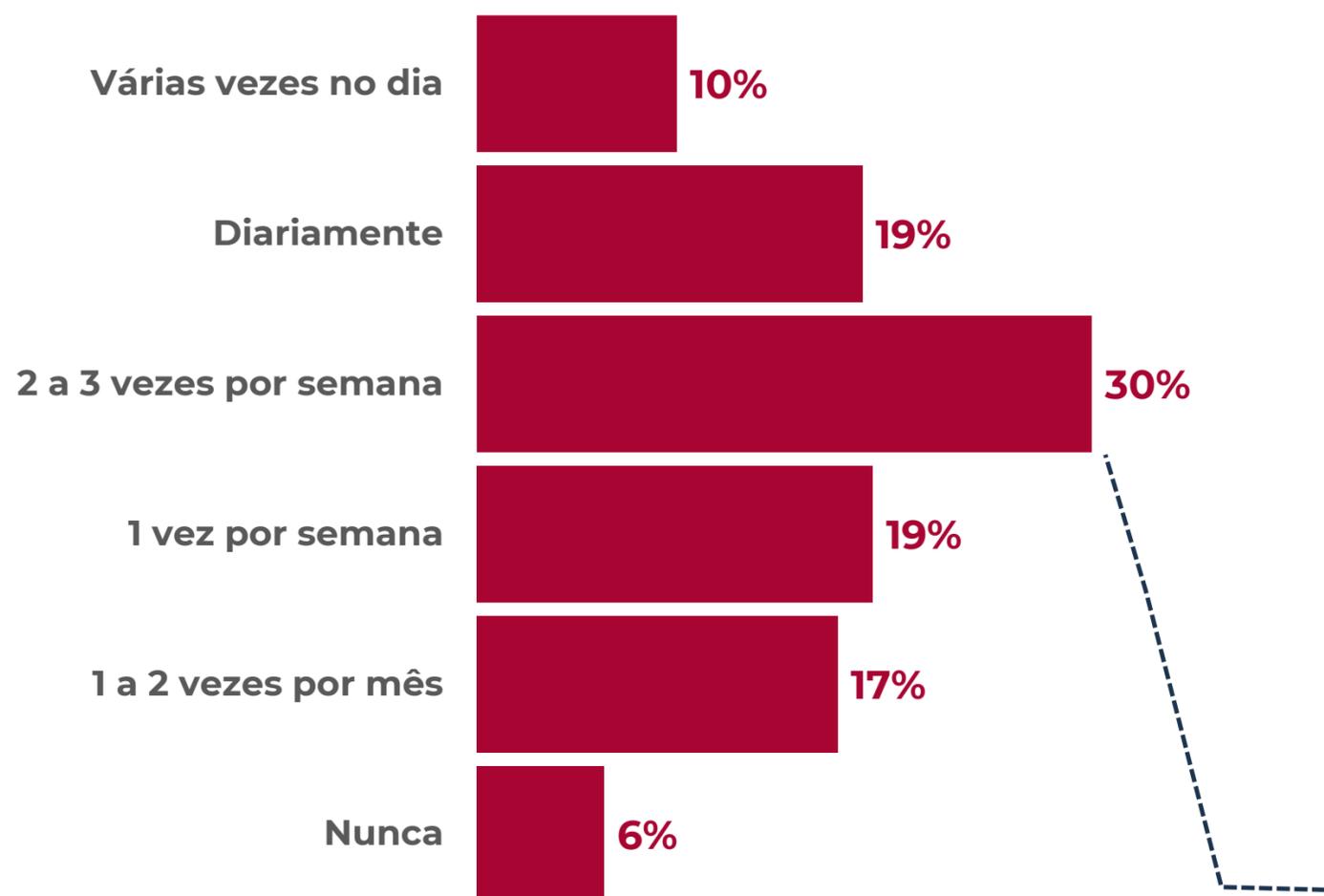
Q10

Q1 e Q9

N= 1000

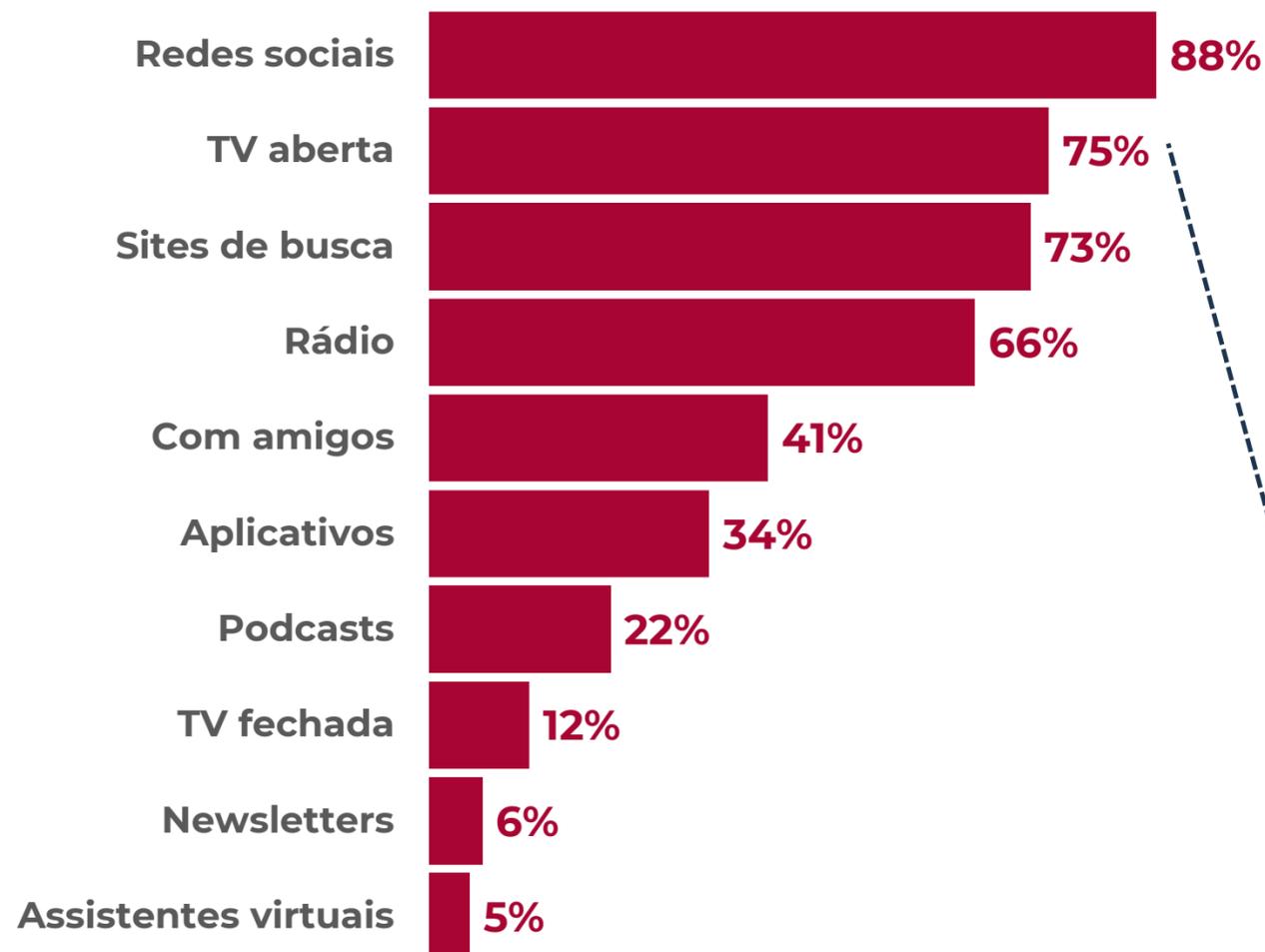
# PERFIL DEMOGRÁFICO

## Acompanha Notícias



O engajamento com notícias não é diário

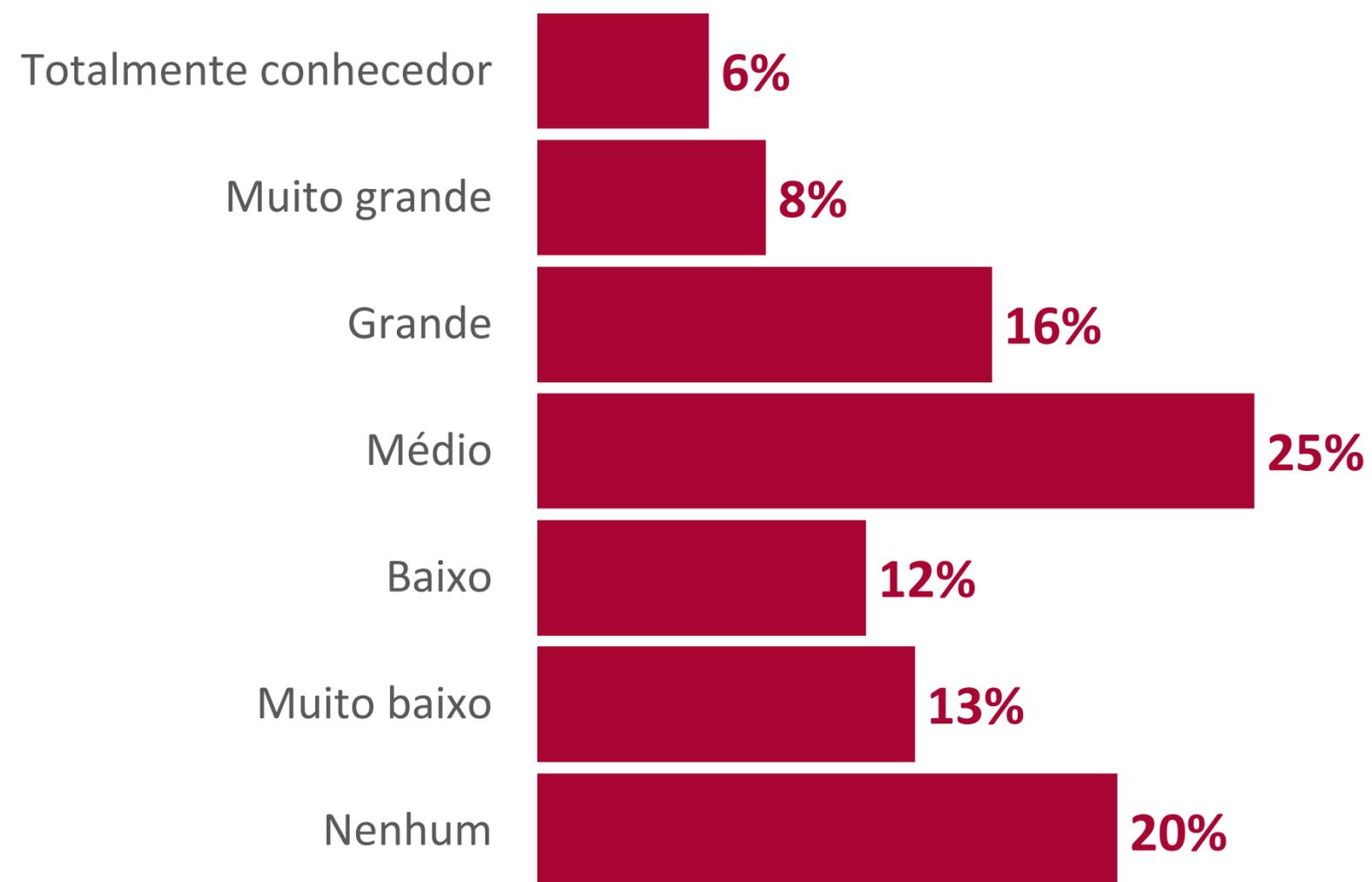
## POR QUAL MEIO



Meios digitais e a TV são as principais fontes de informação

N= 1000

## Conhecimento sobre política

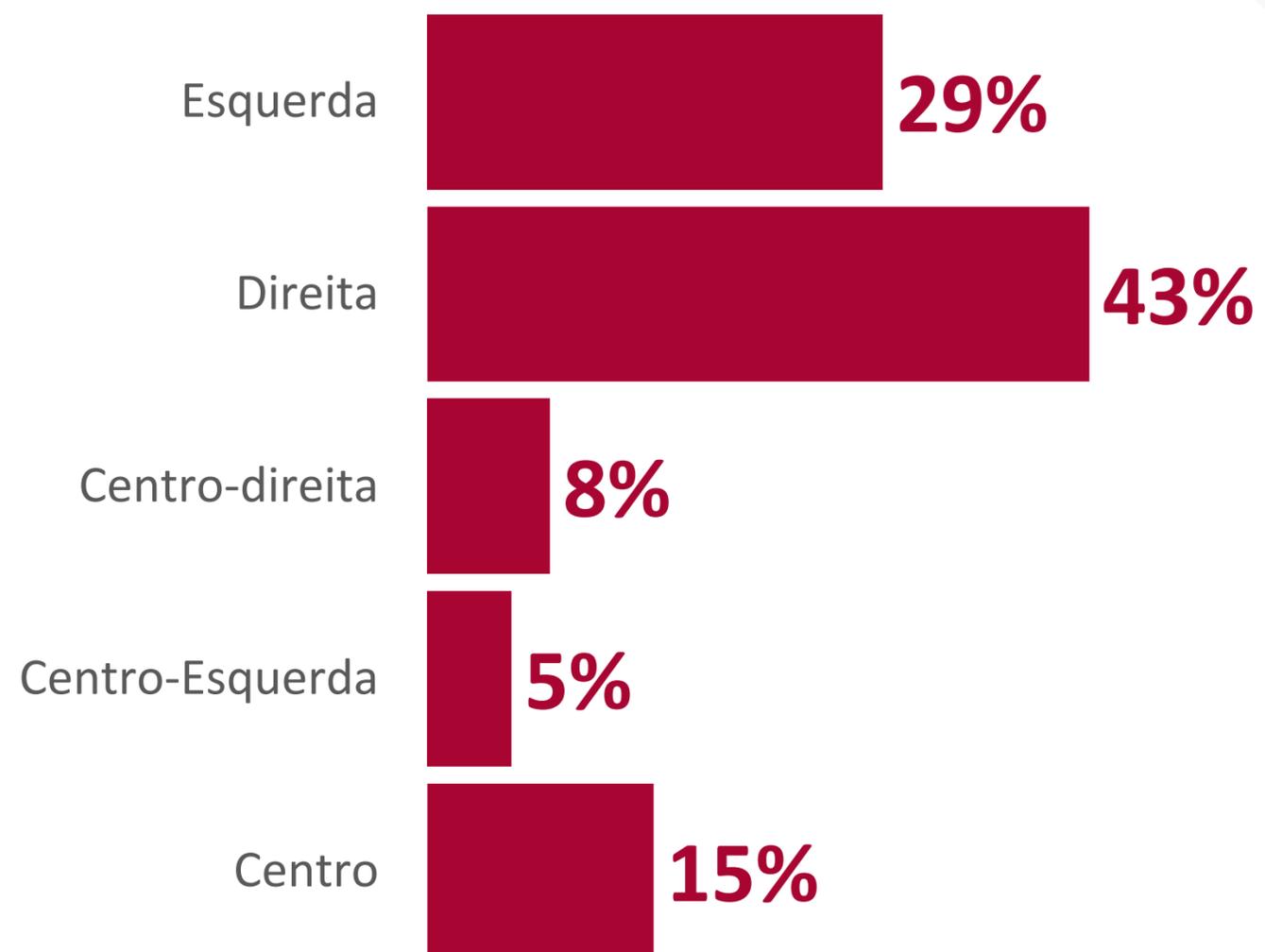


A maioria das pessoas tem baixo ou menor conhecimento sobre política (45%), vs aqueles que conhecem bastante ou mais (30%)

N= 1000

# PERFIL DEMOGRÁFICO

## Posição política



Há maior tendência a um espectro conservador nos consumidores

N=1000

# **TARIFAÇO**

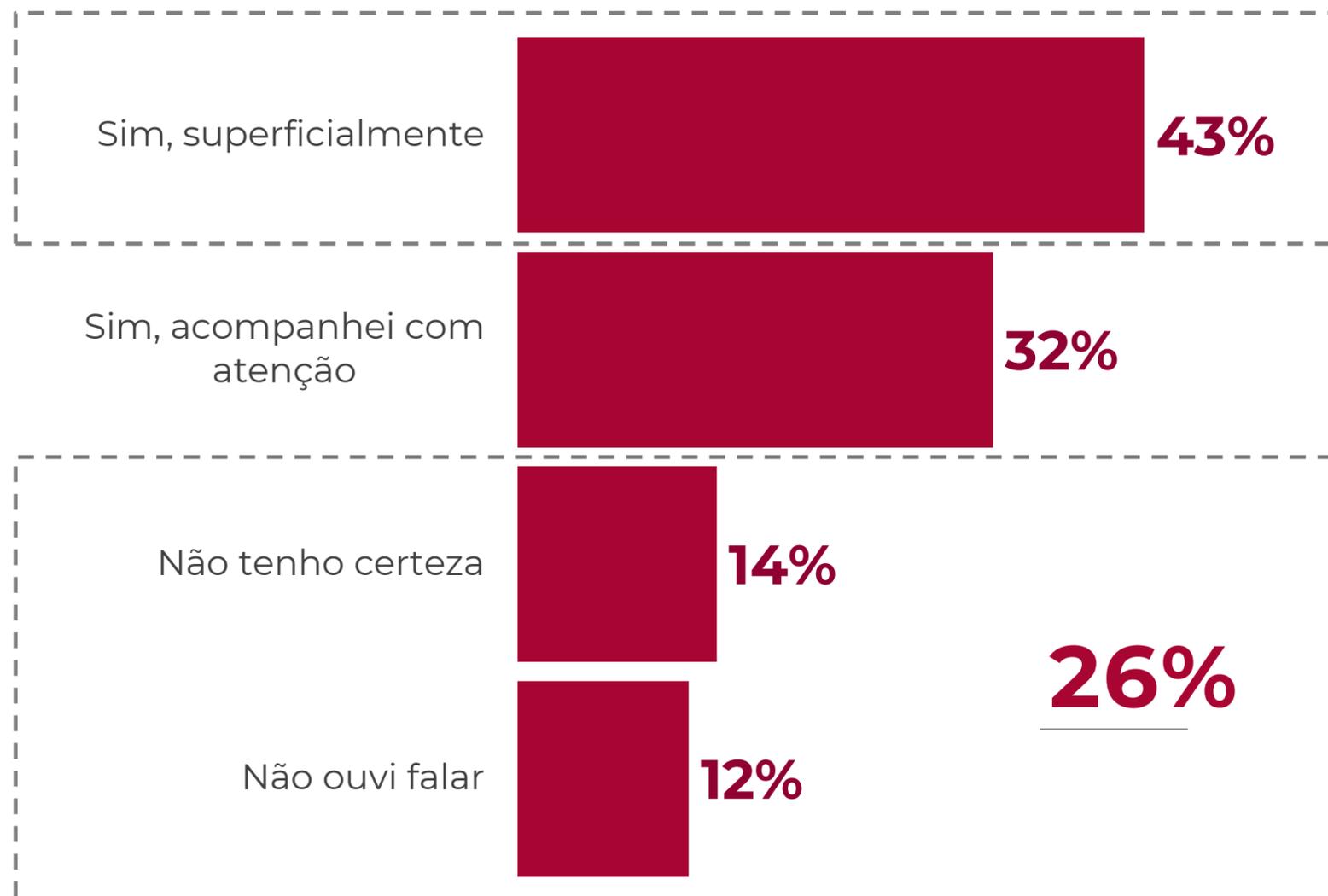
Impactos na visão do consumidor



# IMPACTOS – O QUE É O TARIFAÇO

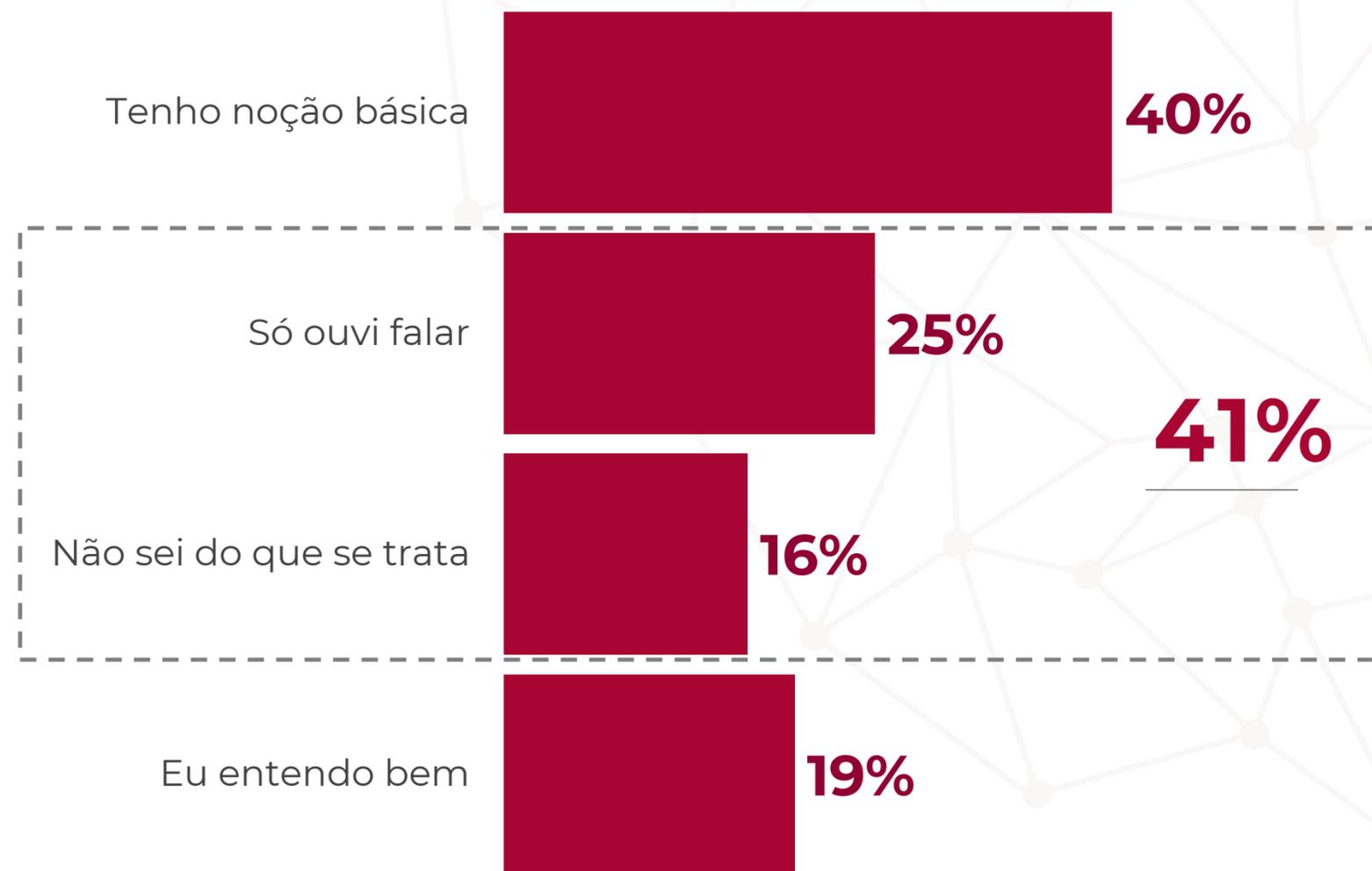
O tarifaço não é compreendido bem

## Conhecimento sobre o Tarifaço:



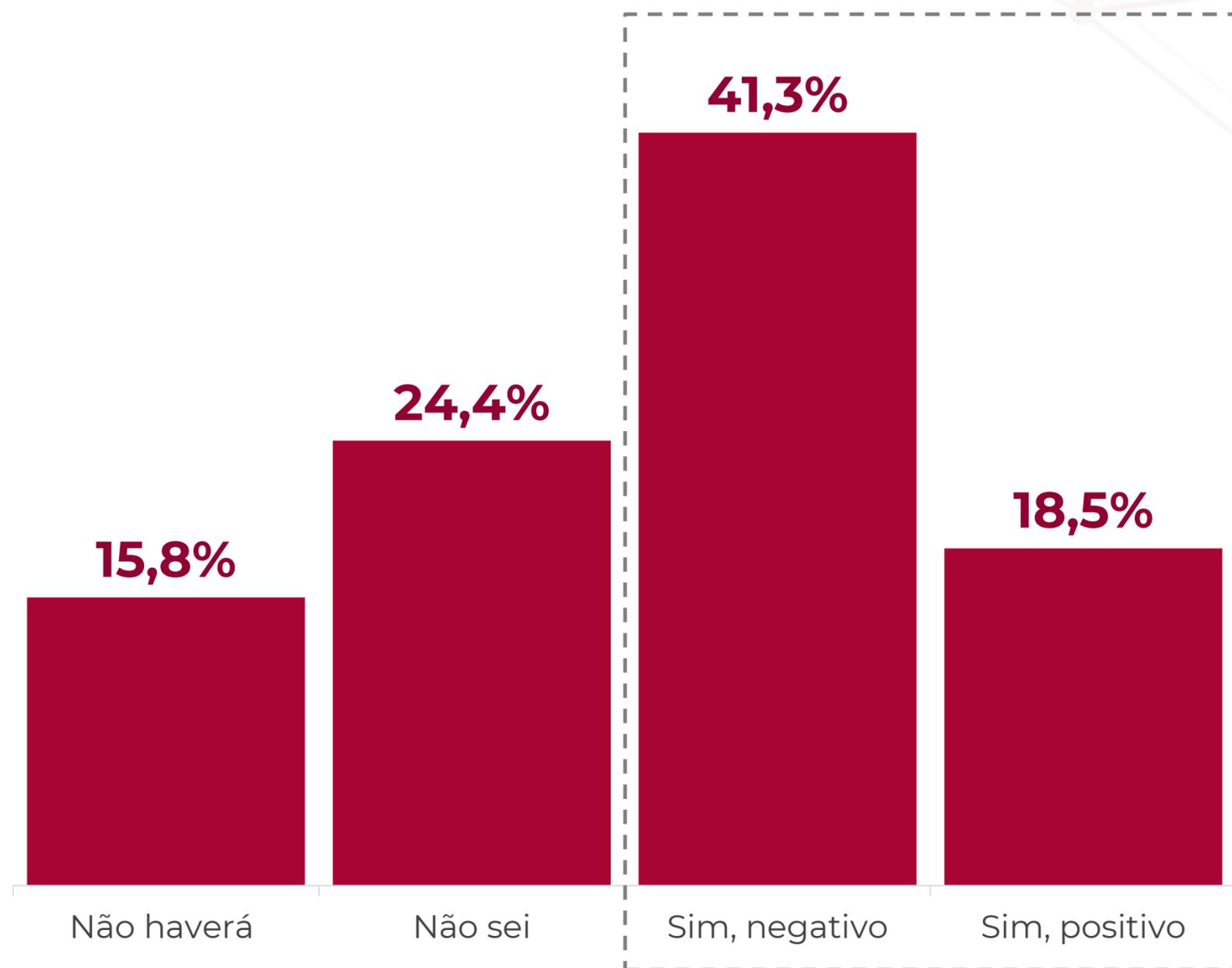
Q17

## Entendimento sobre o Tarifaço:



Q18

N=1000



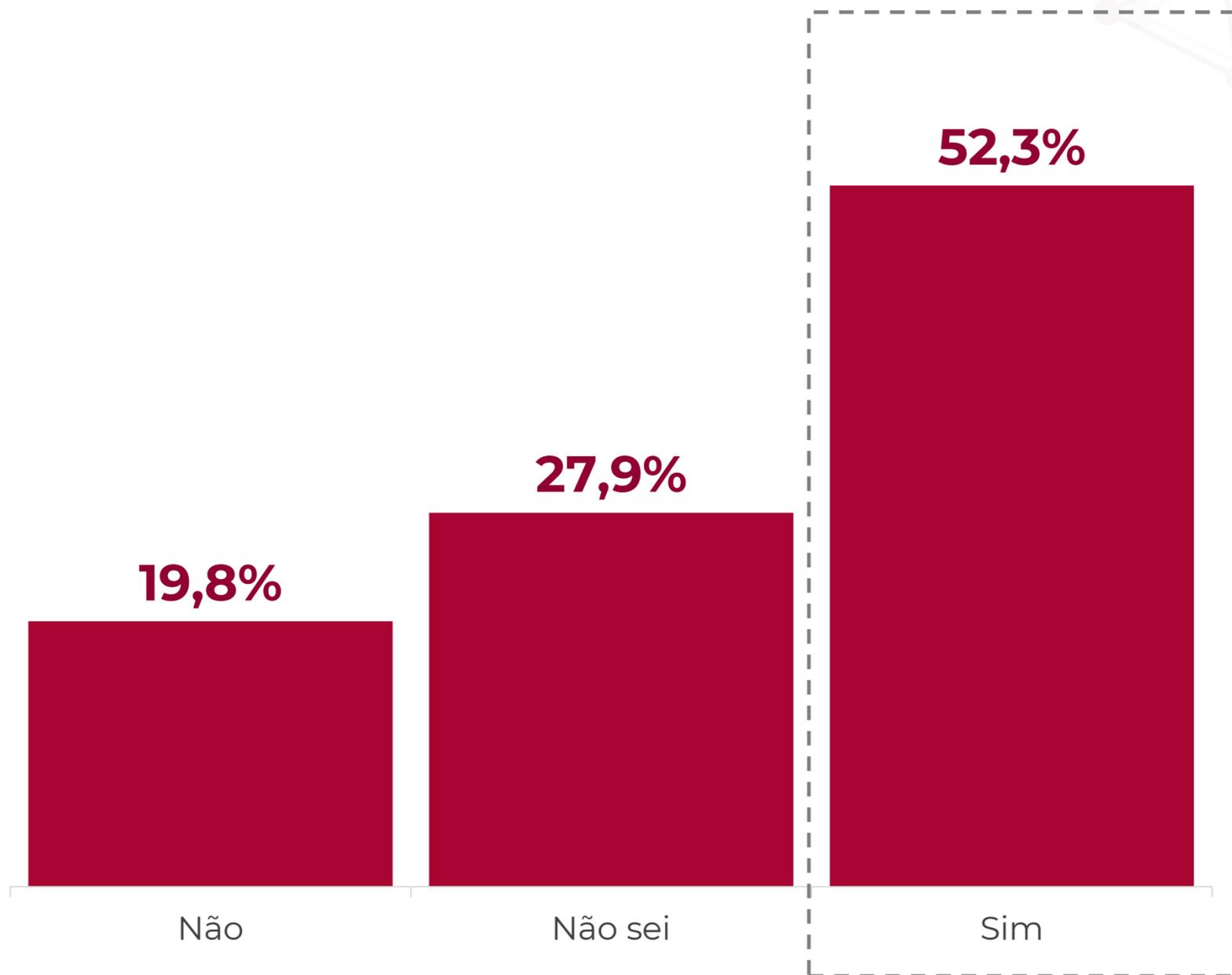
A expectativa é que o tarifaço traga mais problemas aos brasileiros do que impactos positivos em geral

Embora não se compreenda bem o tarifaço, a sensação é de que não traz coisas boas ao Brasil

Q19. Percepção de impacto geral na vida dos brasileiros

N= 1000

# IMPACTO NO CONSUMO DO DIA A DIA

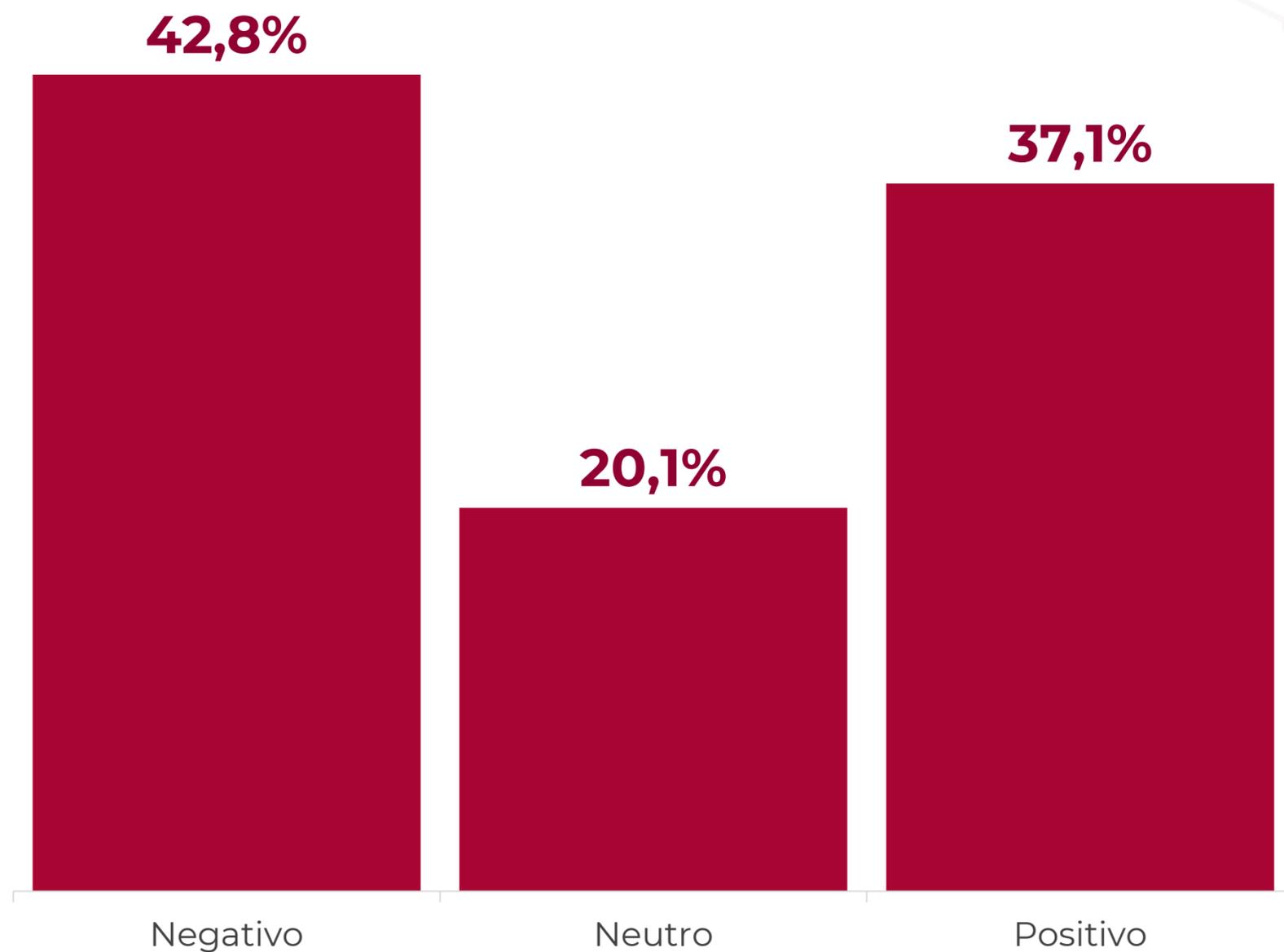


E o tarifação impactará no dia dia dos consumidores

Q20. Percepção de impacto no consumo pessoal

N= 1000

# IMPACTO SOBRE A VIDA DO BRASILEIRO EM GERAL

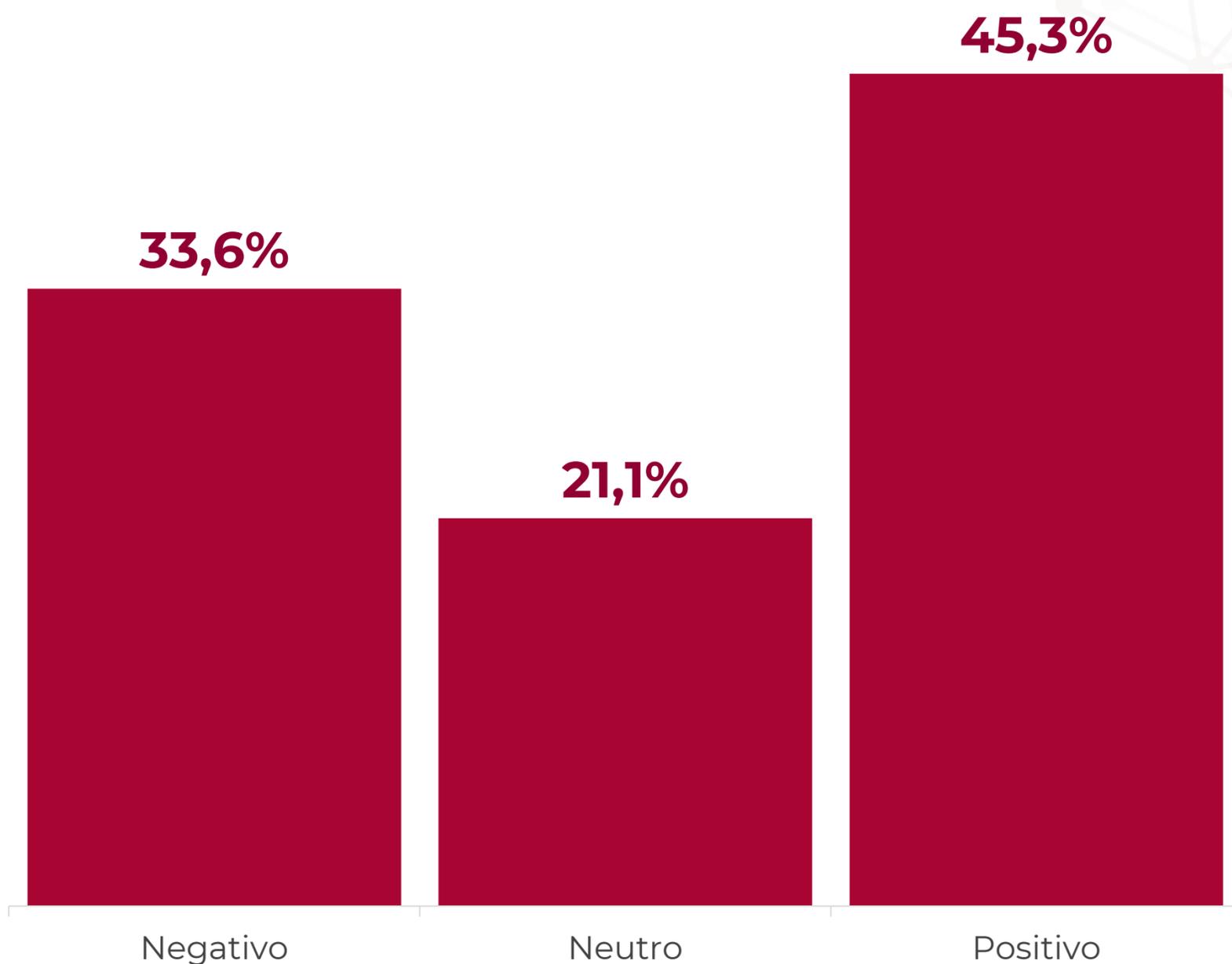


E o impacto no dia a dia do brasileiro será mais negativo, com alguma sensação de equilíbrio

Q25. Percepção de impacto na vida dos brasileiros, por categoria

N= 1000

# IMPACTO EM PREÇO E INFLAÇÃO

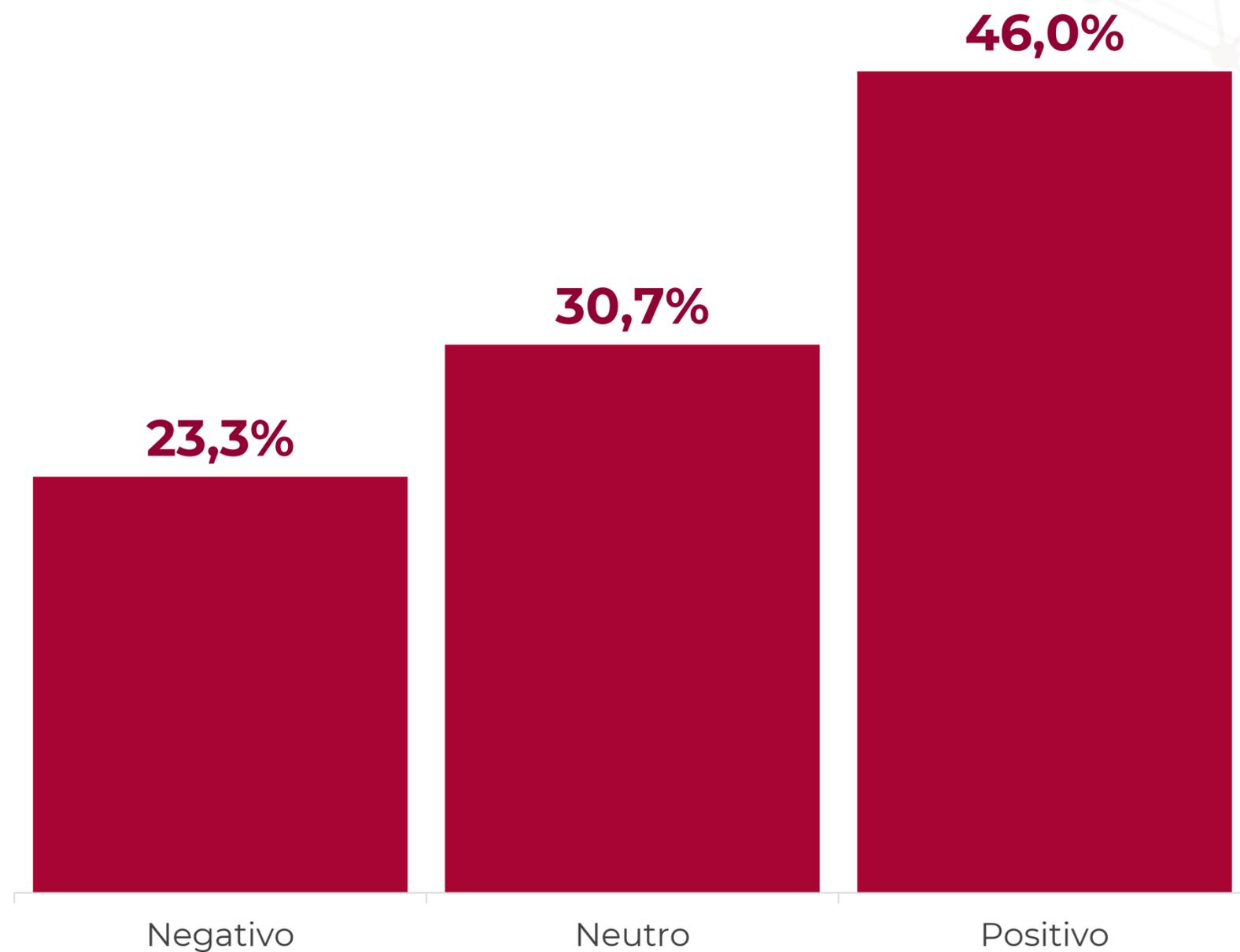


A restrição que o tarifaço impõe deve melhorar preços e inflação

Q25. Percepção de impacto na vida dos brasileiros, por categoria

N= 1000

# IMPACTO SOBRE O CONSUMO



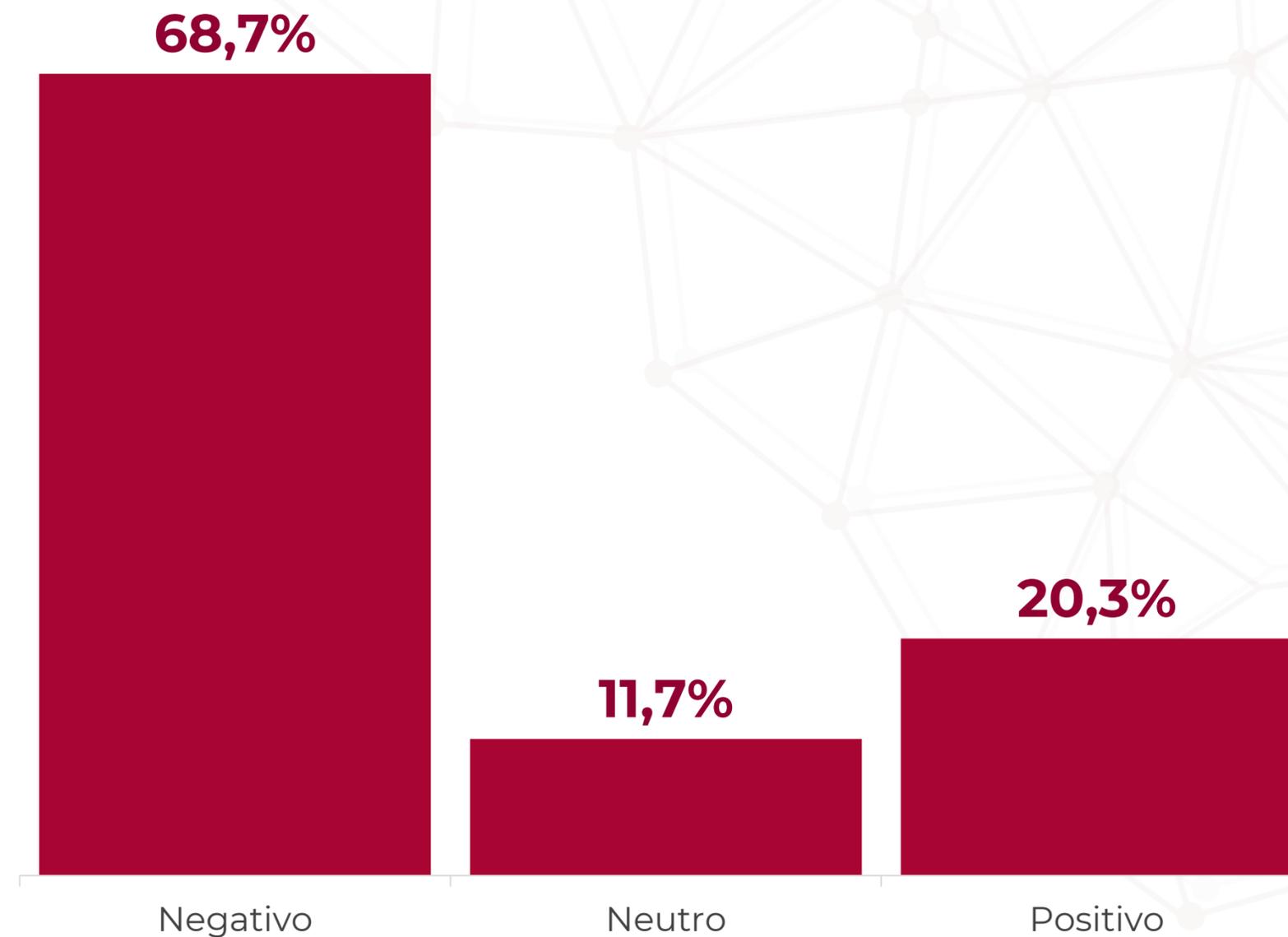
E este impacto favorável nos preços, deve melhorar o consumo para os brasileiros

Q25. Percepção de impacto na vida dos brasileiros, por categoria

N= 1000

# IMPACTO NA ECONOMIA

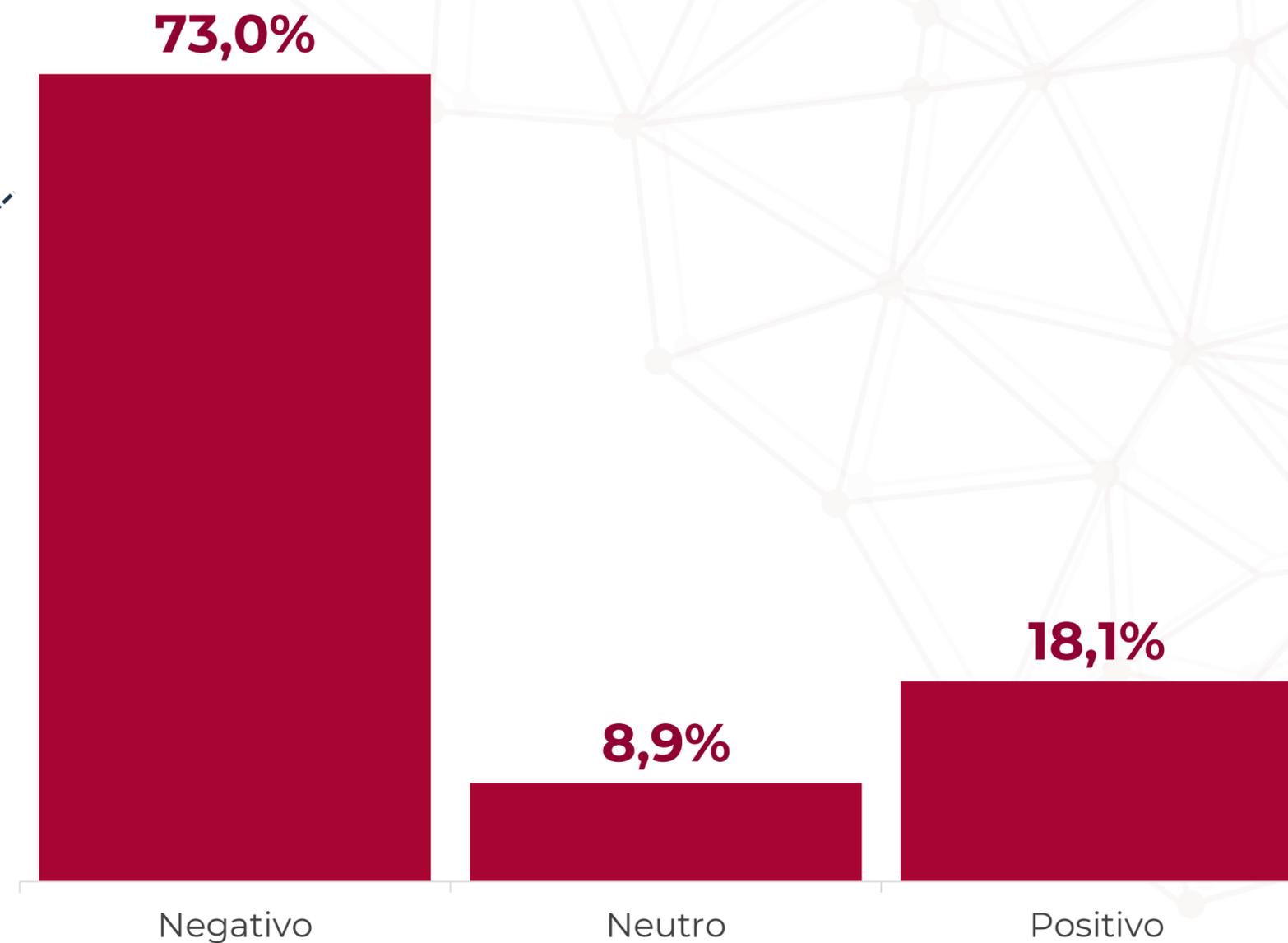
Embora haja a sensação de benefícios aos consumidores, a expectativa é que o tarifaço prejudique a economia.



Q25. Percepção de impacto na vida dos brasileiros, por categoria

N= 1000

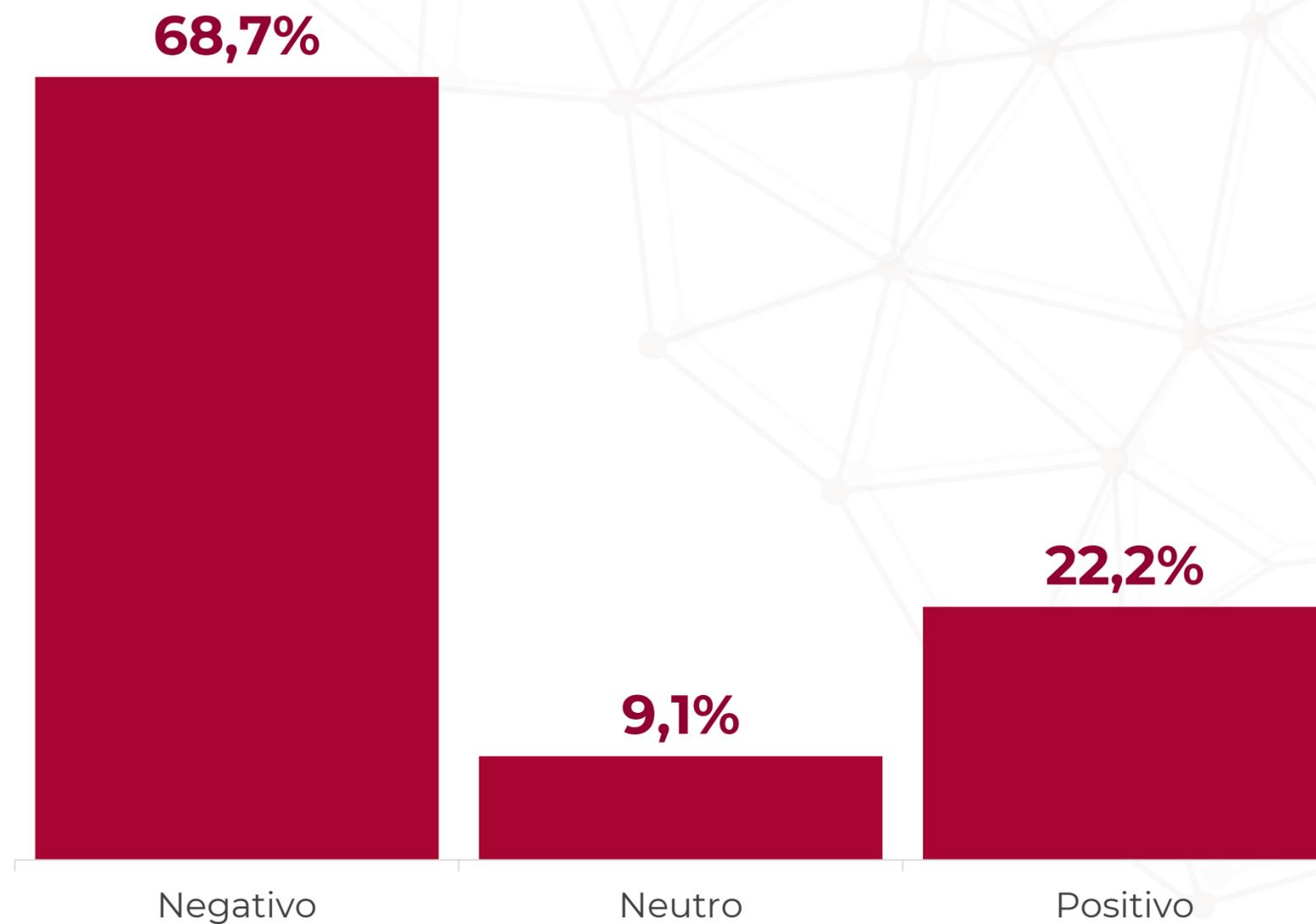
Inclusive impactando negativamente um campeão nacional, o agro



Q25. Percepção de impacto na vida dos brasileiros, por categoria

N= 1000

E alcançando negativamente outro setor relevante no sudeste, a indústria

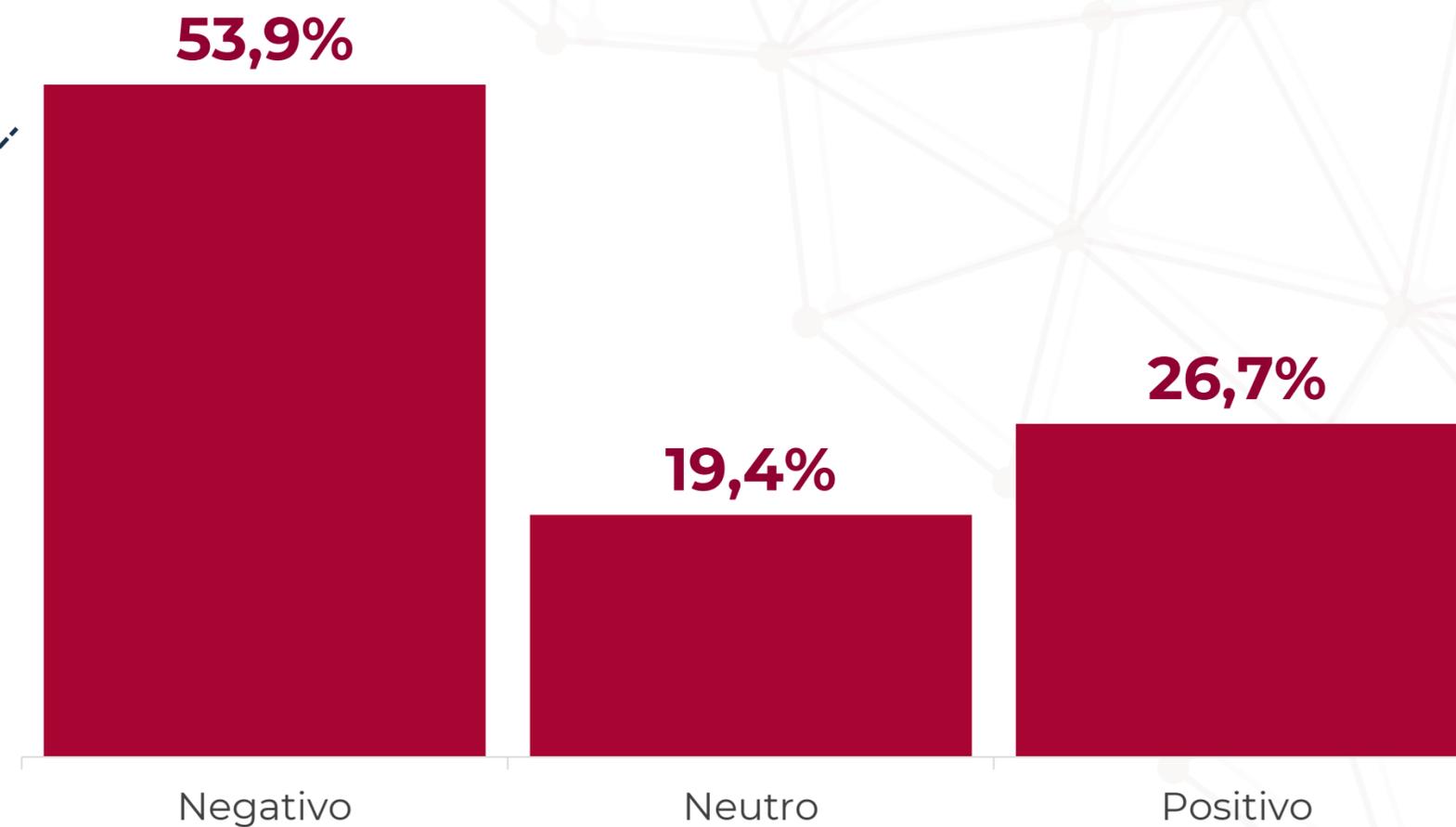


Q25. Percepção de impacto na vida dos brasileiros, por categoria

N= 1000

# IMPACTO NO COMÉRCIO

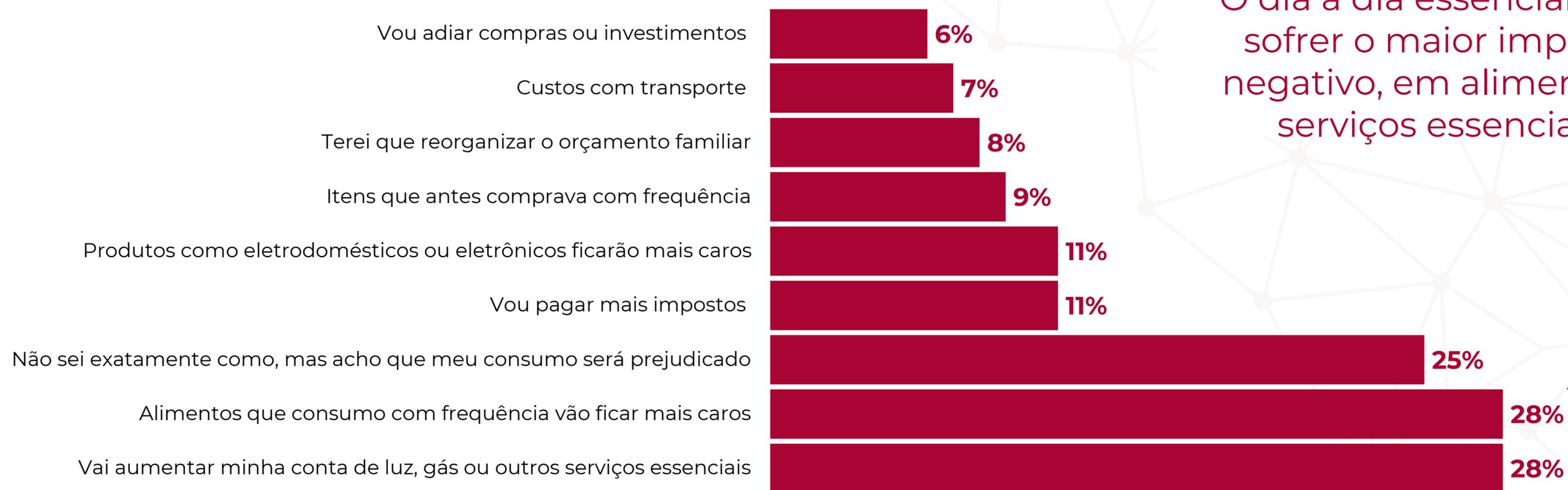
Para o comércio, o impacto negativo perde força, pela maior independência ao mercado externo



Q25. Percepção de impacto na vida dos brasileiros, por categoria

N= 1000

# IMPACTO PESSOAL

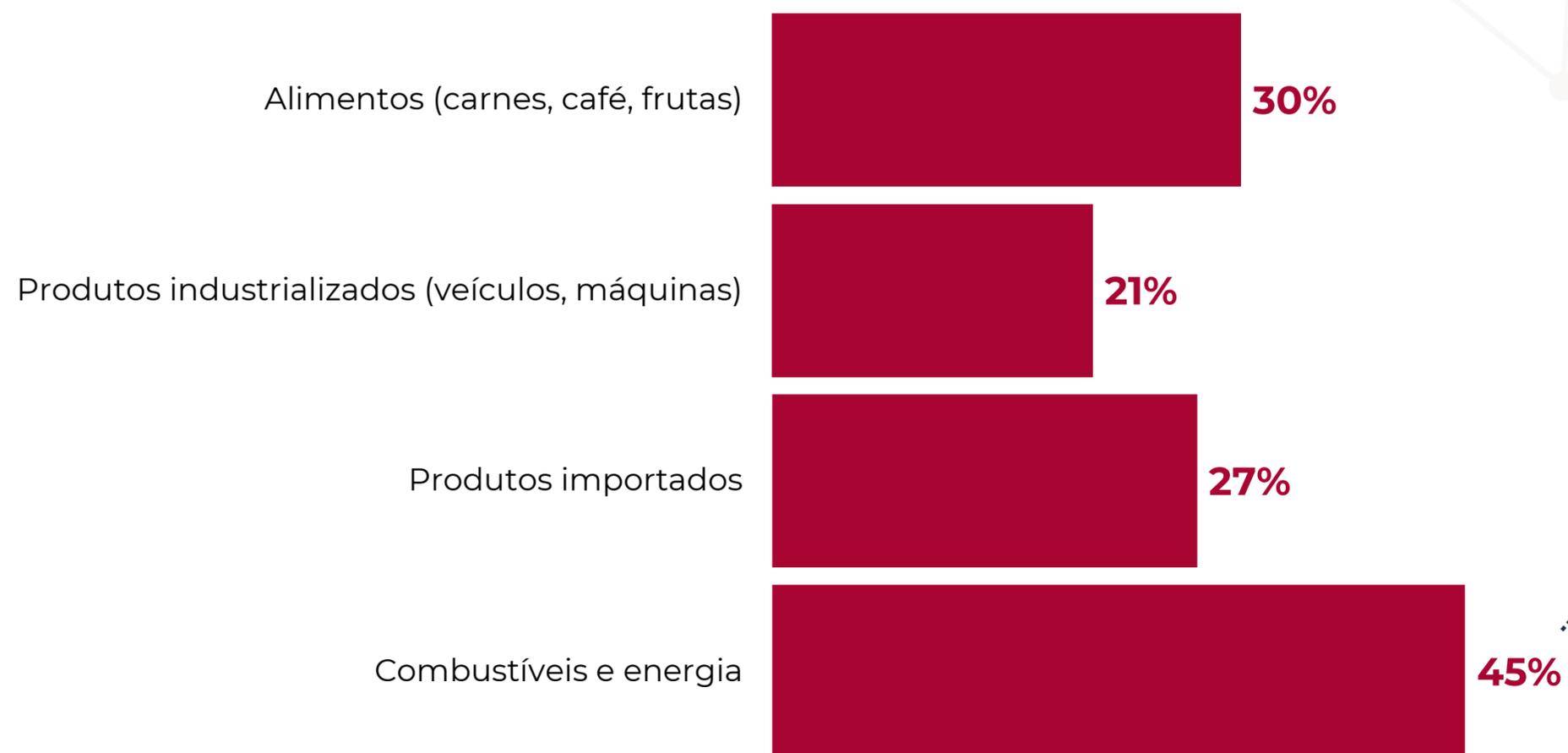


O dia a dia essencial deve sofrer o maior impacto negativo, em alimentos e serviços essenciais.

Q21. Onde haverá impacto pessoal e negativo do tarifaço

N= 1000

# IMPACTO SOBRE PREÇOS



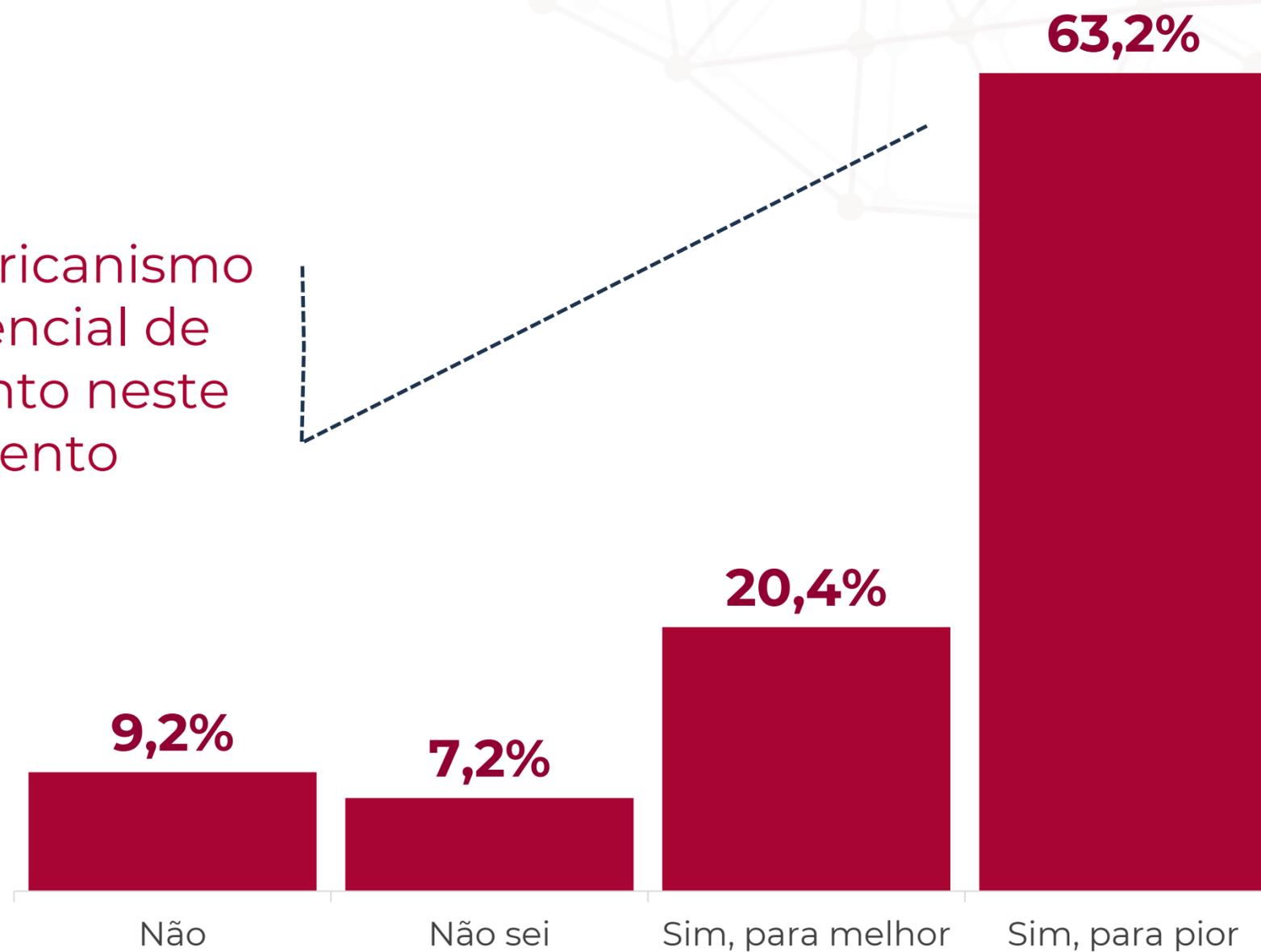
A expectativa é que o tarifaço encareça mais combustíveis e alimentos, itens muito presentes no dia a dia, seguido por importados

Q26. Impactos do tarifaço em termos de preços mais caros

N= 1000

# IMPACTO SOBRE IMAGEM DOS EUA

O antiamericanismo tem potencial de crescimento neste momento

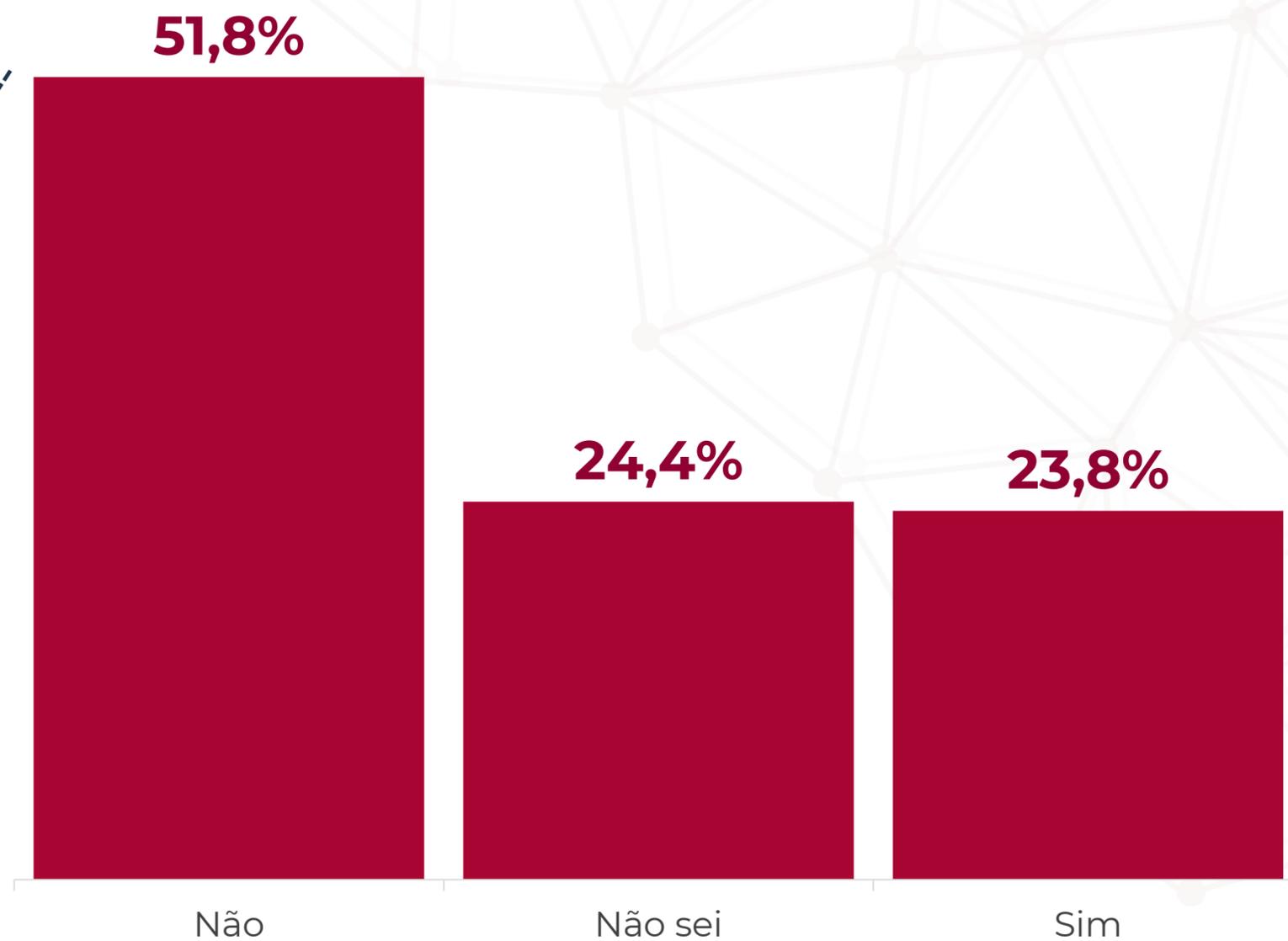


Q22 Percepção de impacto na vida dos brasileiros

N= 1000

# IMPACTO EM BENEFÍCIOS AO CONSUMIDOR

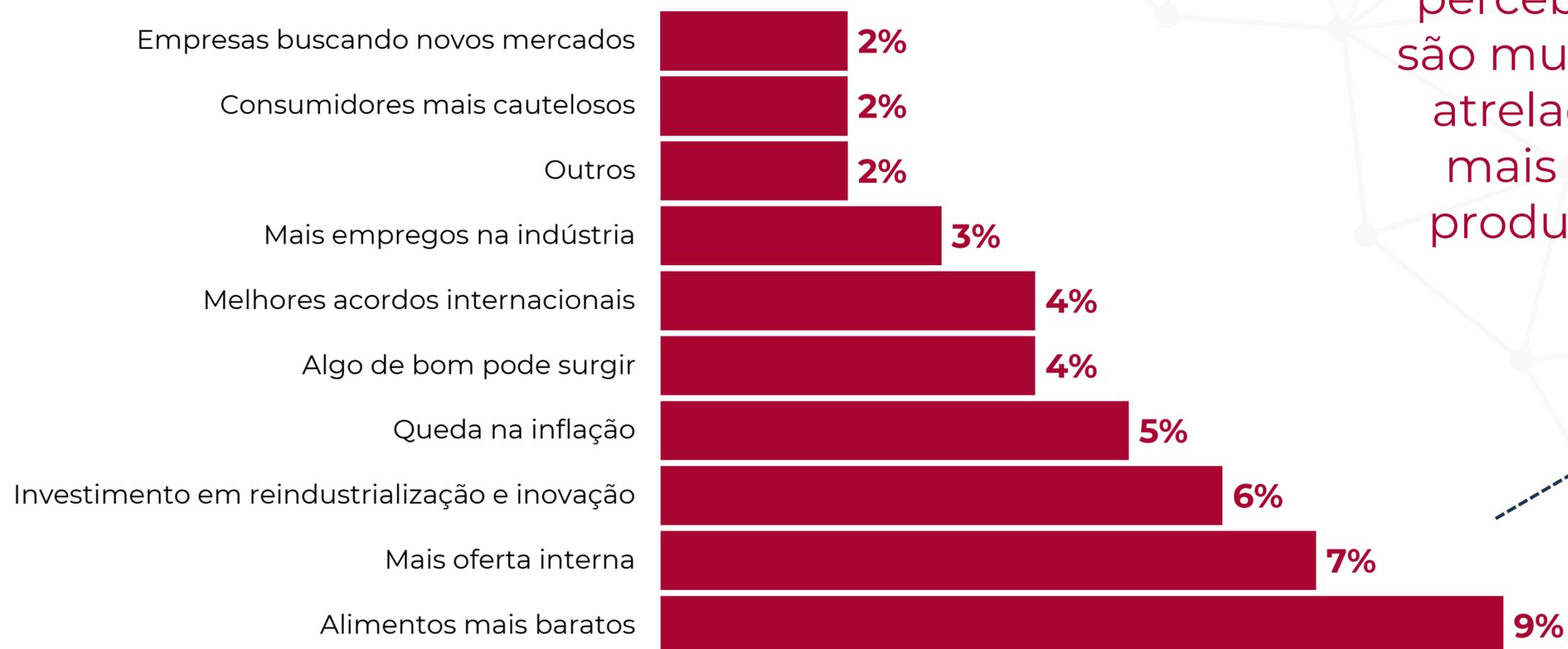
Embora se sinta que o  
tarifaço vá favorecer  
preços e inflação, os  
benefícios do tarifaço  
não são uma percepção  
estável



Q23. Percepção de benefícios do tarifaço

N= 1000

## Impactos positivos do tarifaço



Os benefícios percebidos do tarifaço são muito diluídos, e são atrelados a alimentos mais baratos, e mais produtos no mercado interno

Q24. Impactos positivos do tarifaço

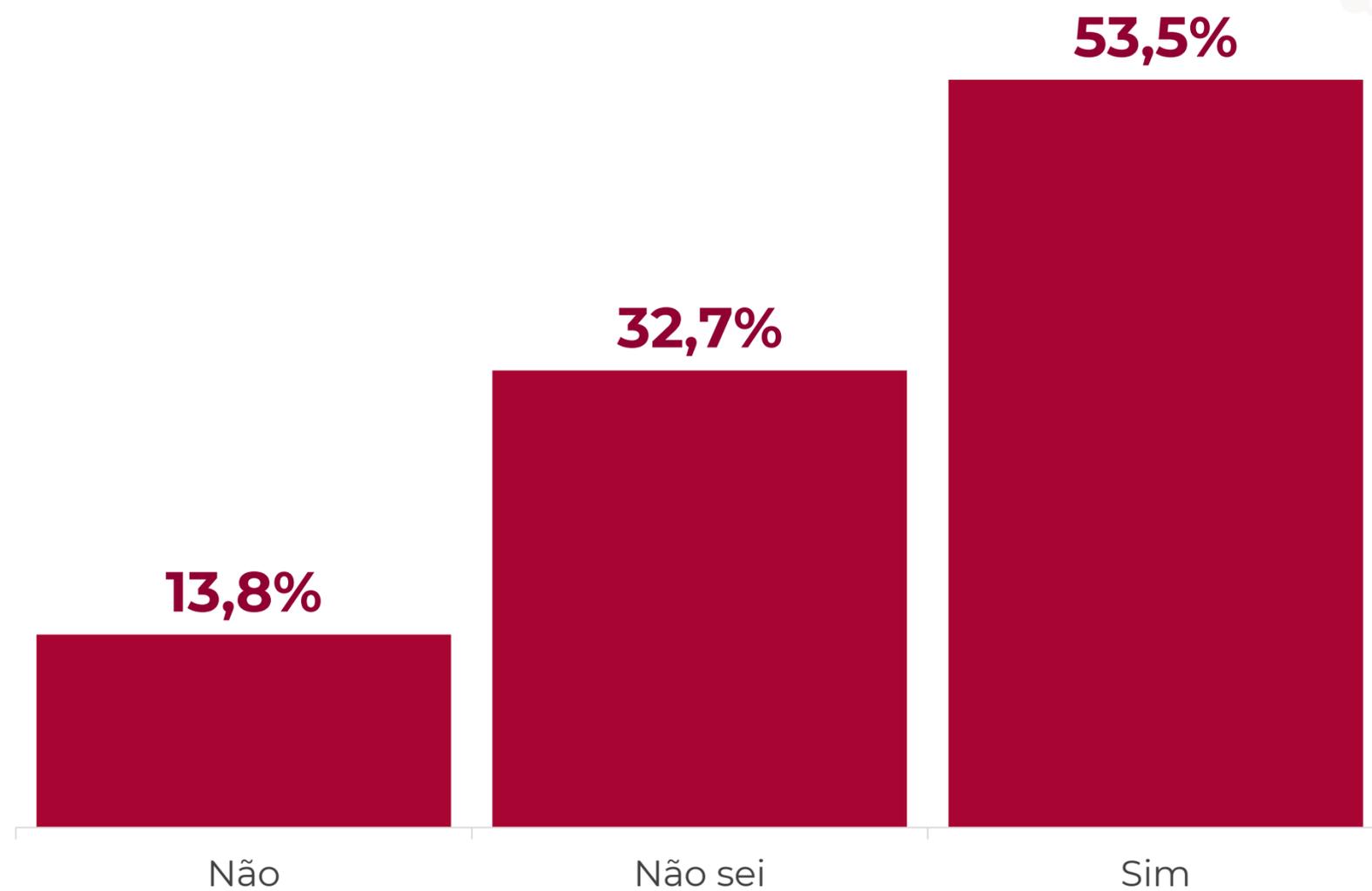
N= 1000

# TARIFAÇO

Impactos políticos

ESPM

# IMPACTOS POLÍTICOS – RESPOSTA DO BRASIL

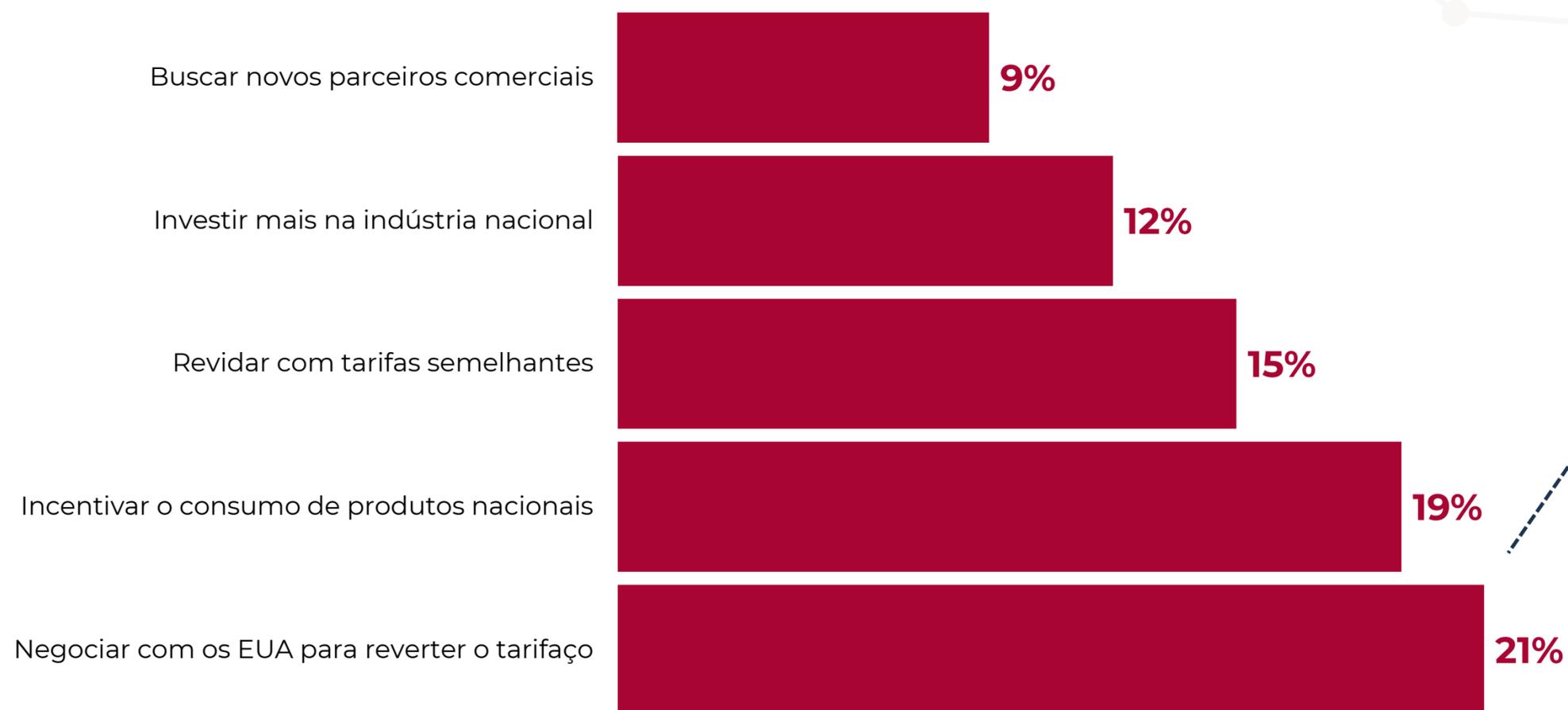


Há apoio ao Brasil retaliar os EUA diante do tarifaço

Q27. Você acredita que o Brasil deve adotar alguma medida em resposta ao tarifaço dos EUA?

N= 1000

## Tipos de respostas a tarifaço



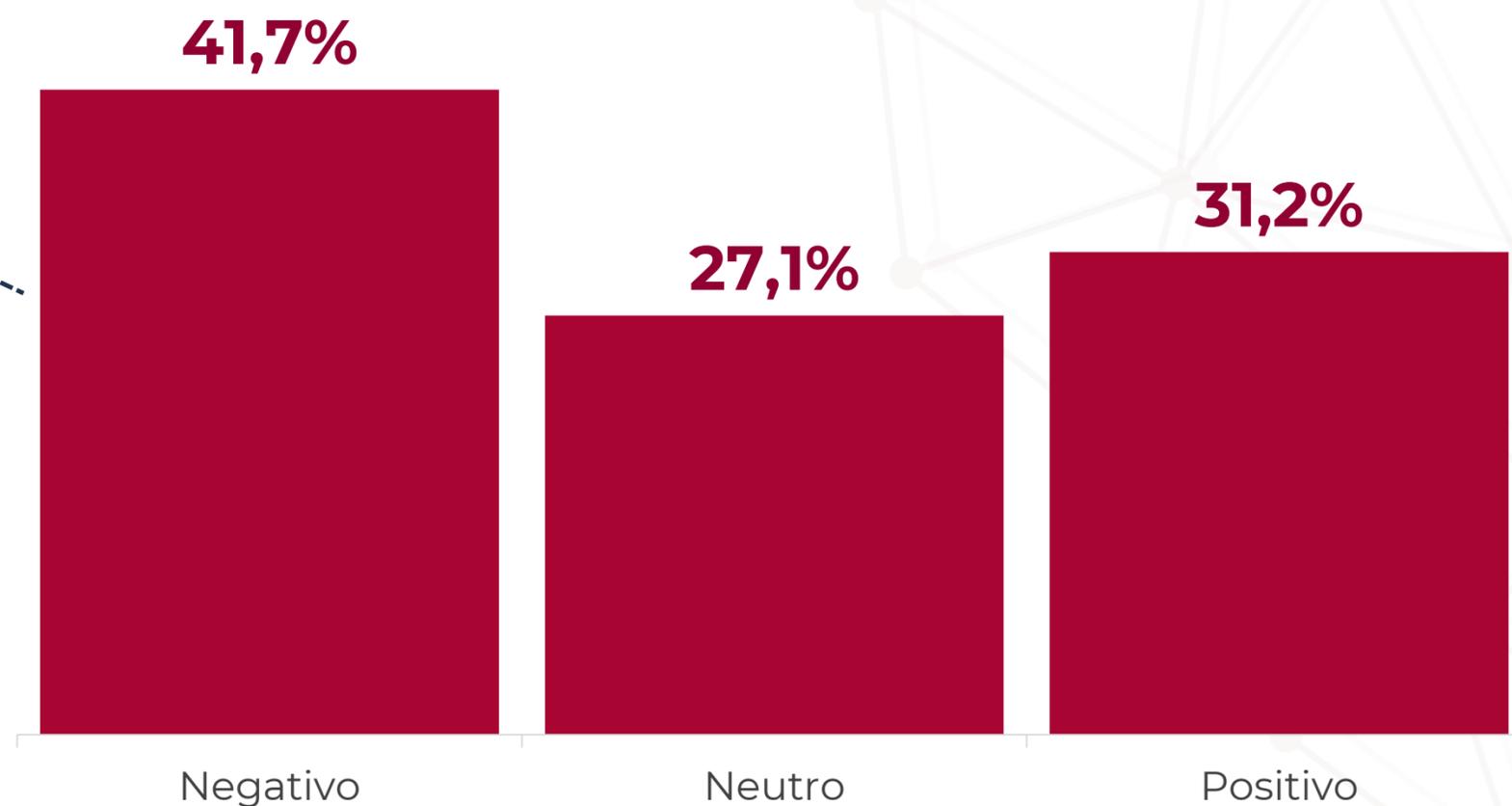
Mas o apoio à retaliação ao tarifaço se dá a medidas menos drásticas, pautadas pela negociação

Q28. Quais medidas de resposta o Brasil deveria adotar?

N= 1000

# IMPACTOS POLÍTICOS - CONFIANÇA NAS INSTITUIÇÕES

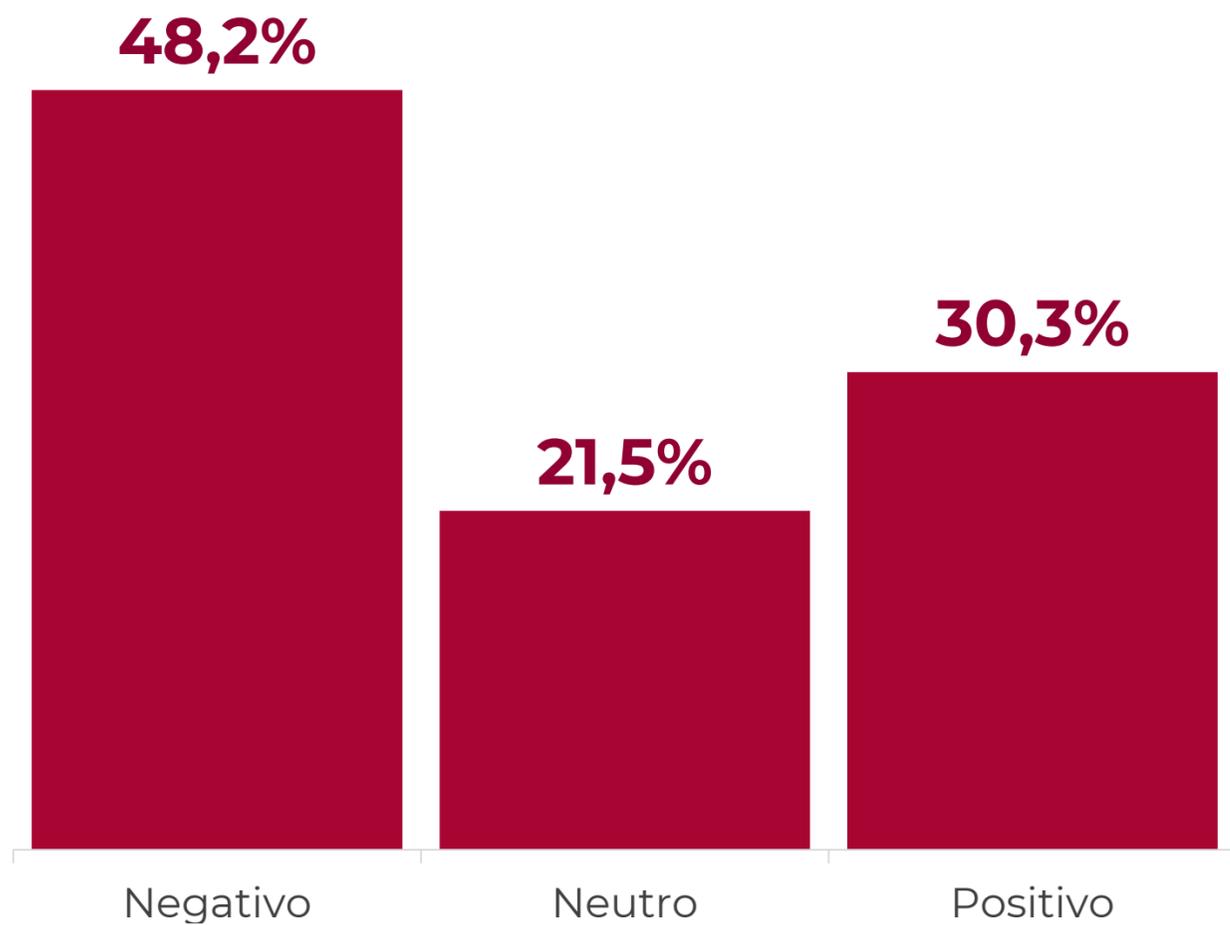
Há uma sensação razoavelmente equilibrada de confiança nas instituições, porém, com viés negativo



Q29. Qual o seu grau de confiança nas autoridades brasileiras para lidar com os impactos do tarifaço?

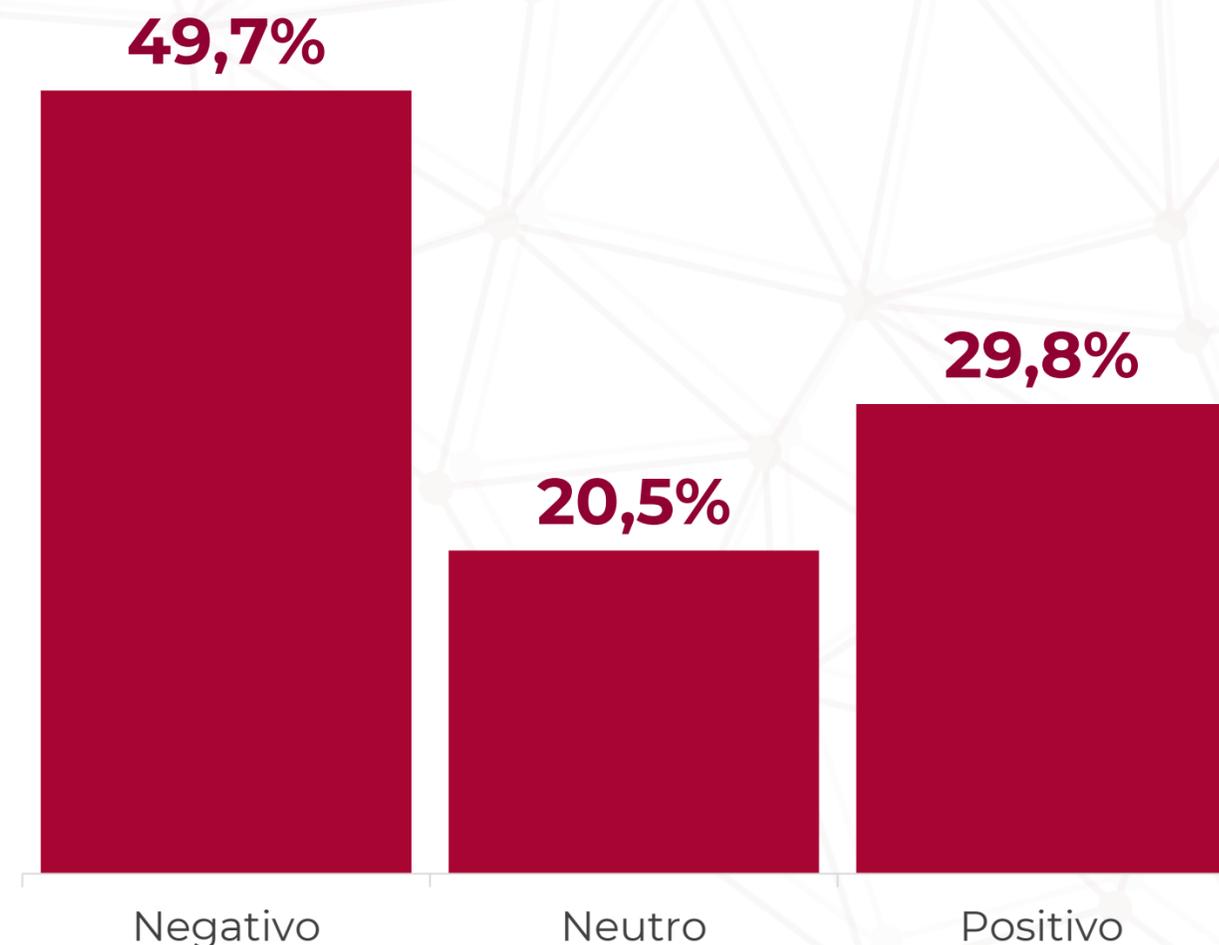
N= 1000

## Governo Federal



A  
desconfiança  
se acentua  
quando se  
especifica a  
instituição

## STF



Q29. Qual o seu grau de confiança nas autoridades brasileiras para lidar com os impactos do tarifaço?

N= 1000

# TARIFAÇO

Como os consumidores vão lidar

ESPM

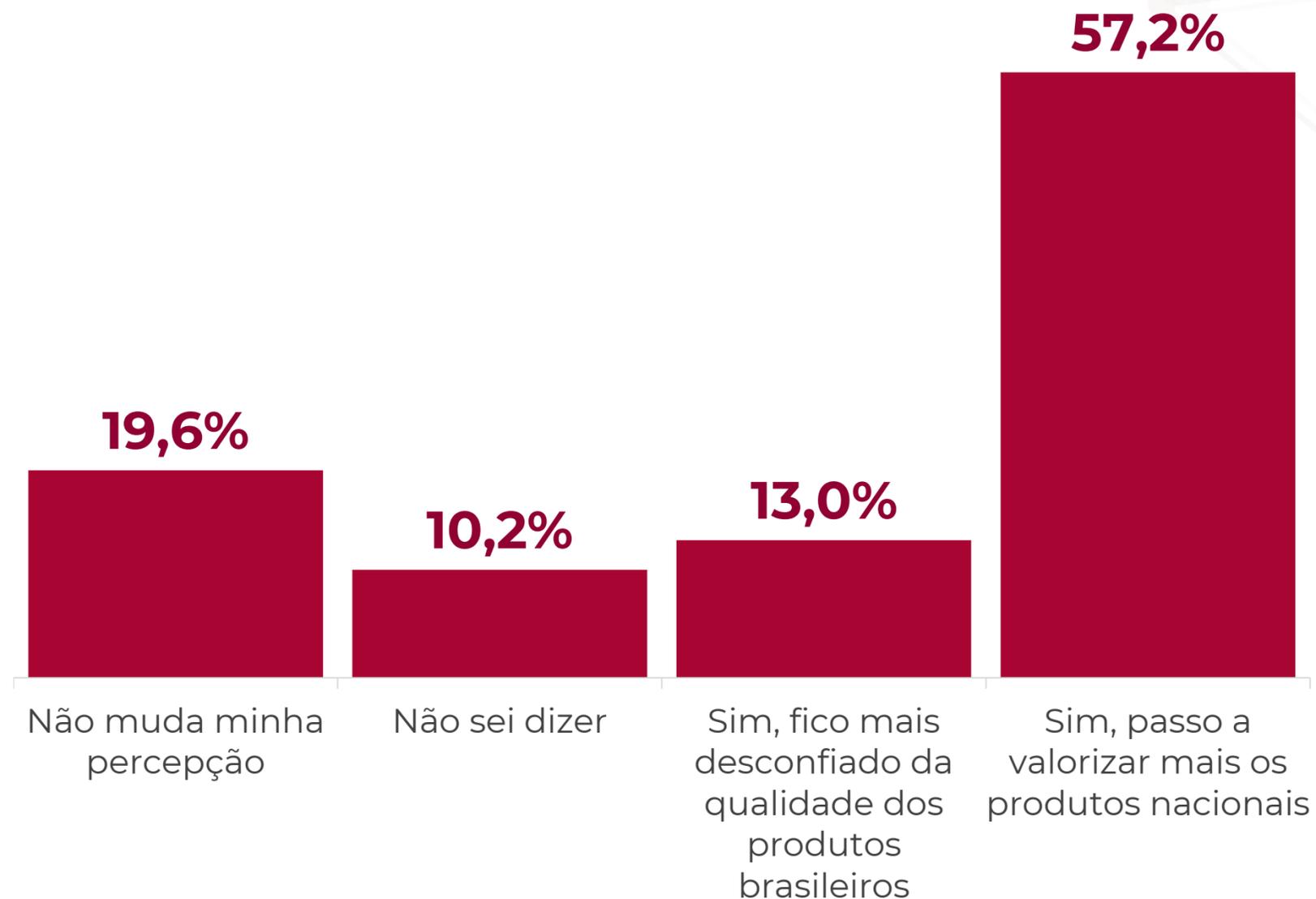
## Reação ao aumento nos preços



Na reação ao tarifação, o consumidor reduz consumo e busca alternativas, prioritariamente, reduzindo gastos

Q30. Caso os preços de alguns produtos aumentem nos próximos meses, como você pretende reagir?

N= 1000

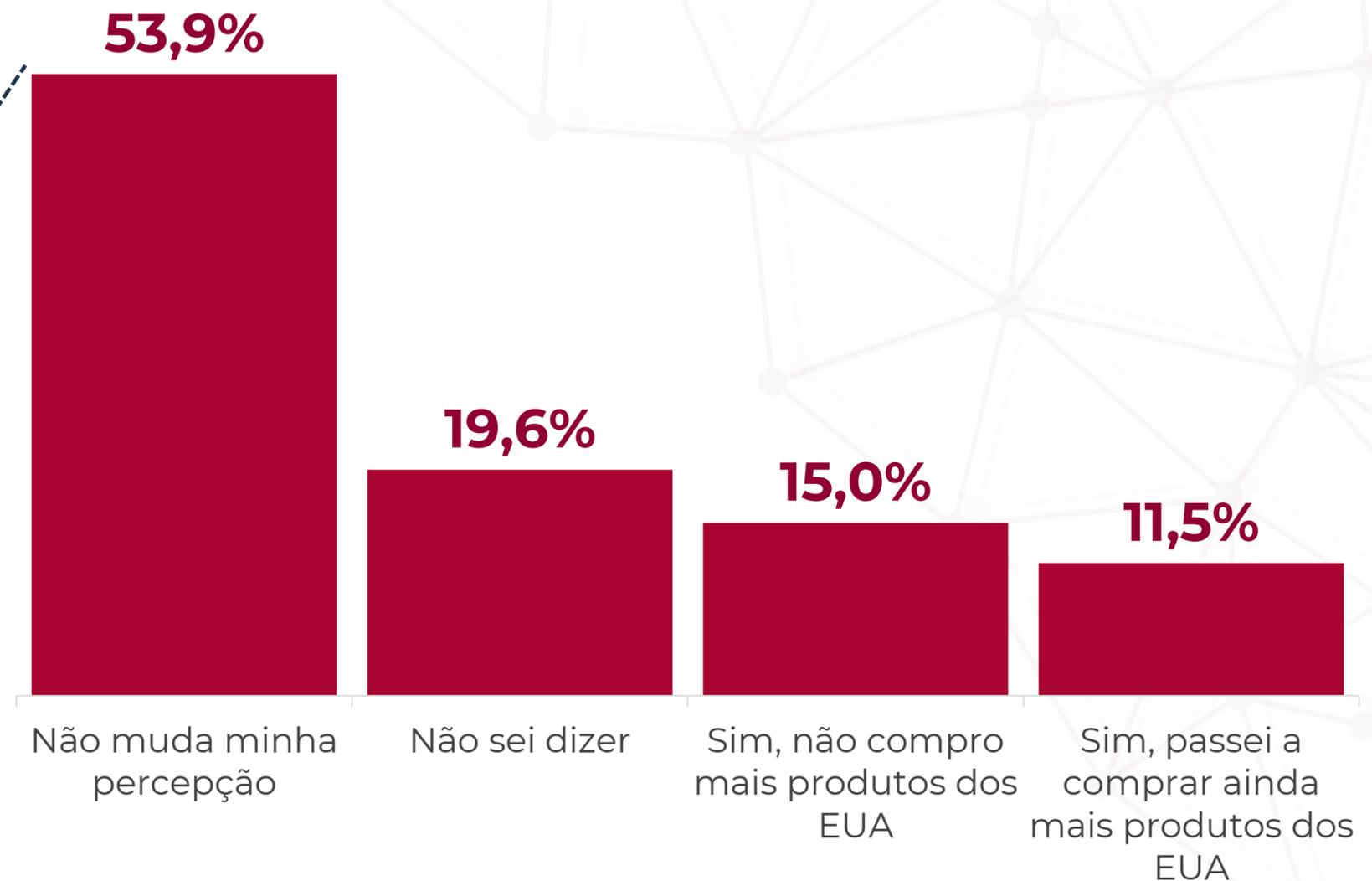


O tarifaço estimula o etnocentrismo do consumidor, que passa a preferir produtos brasileiros

Q31. O tarifaço muda, de alguma forma, sua percepção sobre produtos brasileiros em relação aos importados?

N= 1000

Mas o tarifação não altera a impressão geral dos brasileiros sobre produtos dos EUA



Q31. Percepção sobre produtos dos Estados Unidos da América (EUA)

N= 1000

# TARIFAÇO

Insights

ESPM

### Visão das organizações

- O baixo conhecimento sobre o tarifaço (41% não compreendem bem) revela a necessidade de campanhas de comunicação claras, especialmente para mitigar percepções negativas sobre impactos econômicos e setoriais.
- A percepção de que o tarifaço afetará negativamente setores estratégicos como agro e indústria aponta para a urgência de estratégias de adaptação, diversificação de mercados e revisão de cadeias de suprimento.
- A tendência de consumidores reduzirem gastos e priorizarem produtos nacionais pode abrir oportunidades para reforçar posicionamento de marcas brasileiras e investir em narrativas de valorização do produto local.
- O aumento do etnocentrismo do consumidor indica que empresas podem explorar estratégias de marketing focadas em origem, autenticidade e impacto social positivo.

### Visão da sociedade

- A expectativa predominante de efeitos negativos no consumo e na economia reforça a importância de políticas públicas voltadas à proteção do poder de compra e à estabilidade de preços, sobretudo de itens essenciais como alimentos e combustíveis.
- A percepção de impacto direto sobre serviços e bens básicos sugere que grupos de menor renda podem ser os mais vulneráveis, demandando atenção a medidas compensatórias e programas de apoio.
- O potencial crescimento do antiamericanismo pode influenciar debates geopolíticos e comerciais, impactando o posicionamento do Brasil em negociações internacionais.
- A divisão na confiança nas instituições públicas para lidar com o problema evidencia um desafio na construção de credibilidade e alinhamento de ações governamentais.

**CENTRO DE ESTUDOS APLICADOS DE MARKETING – CEAM**

**CENTRO DE PESQUISA  
OBRIGADO!**

**ESPM**

**CENTRO DE ESTUDOS APLICADOS DE MARKETING – CEAM**

# **O IMPACTO DO TARIFAÇÃO NO CONSUMO**

A visão do consumidor brasileiro.

**CEAM**