

Destakes do Ipsos Essentials

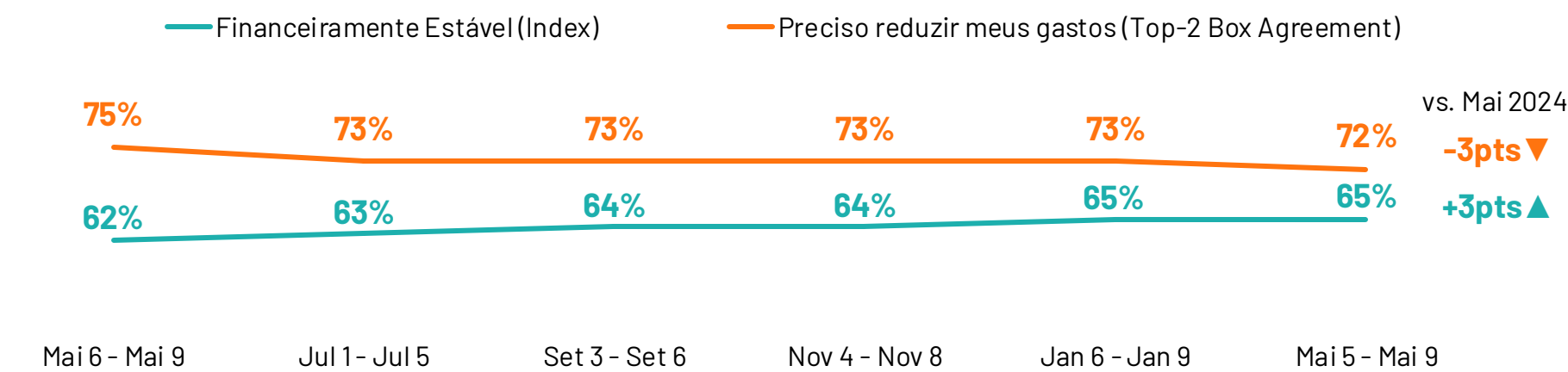
O otimismo financeiro cresce, mas as lacunas geracionais e a cautela persistem.

Percepções baseadas na Média Global por País, em 15 países onde a pesquisa Essentials é conduzida, incluindo o Brasil.

Mai 2025

Mais pessoas estão se sentindo financeiramente estáveis, e menos sentem a necessidade de reduzir os gastos.

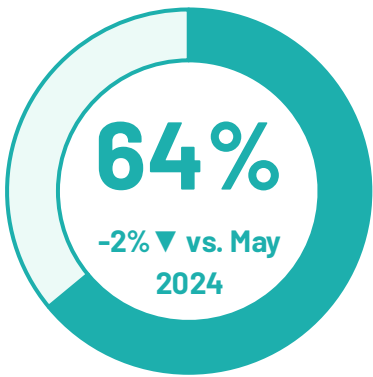
Posição Financeira Pessoal



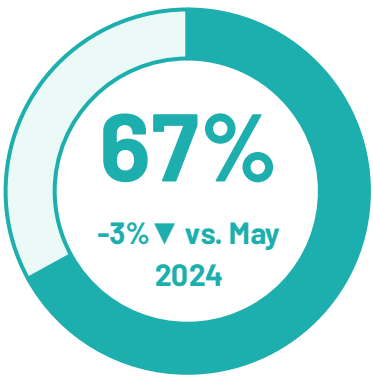
▼ or ▲ indicam mudanças vs. último ano (relevância estatística @ 95% C.I.)

Ainda assim, as preocupações com a segurança no emprego e com a capacidade de pagar as contas continuam altas

Preocupações Financeiras | Top-2 Um pouco/ Muito Preocupado



Ter um emprego



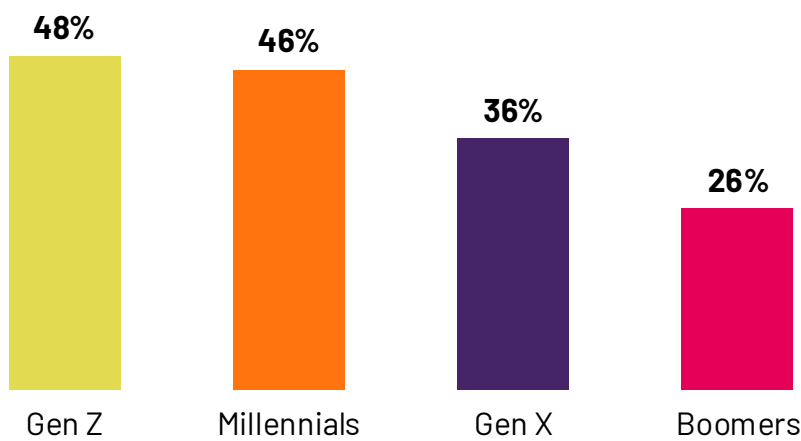
Ser capaz de pagar contas

▼ or ▲ indicam mudanças vs. último ano (relevância estatística @ 95% C.I.)

Ao priorizar os gastos, os compradores mais jovens preferem experiências a itens materiais

“Preferiria gastar dinheiro em experiências imersivas ou aventureiras do que comprar itens materiais |

Top-2 Box Concordância

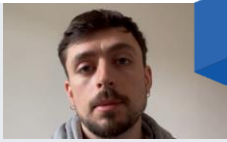


Qingwen, Gen Z, China



“Agora, mais da metade dos meus gastos está relacionado a viagem. Reduzi drasticamente os gastos não-essenciais.”

Charles, Millennial, France



“Queremos passar pelo menos um mês no Japão e nos divertir muito, então economizo o quanto posso todo mês.”

Para mais insights, detalhes de país ou informações de assinatura, contate essentials@ipsos.com

Ipsos Essentials monitors how people across the globe navigate the new rules of engagement and the resulting impact on our state of mind, state of wallet, and future intentions. Each month Ipsos surveys consumers in 15 countries, including: Australia, Brazil, Canada, China, France, Germany, India, Italy, Japan, Mexico, South Africa, South Korea, Spain, the UK and the US.

© 2025 Ipsos. All rights reserved. Contains Ipsos' Confidential and Proprietary information and may not be disclosed or reproduced without the prior written consent of Ipsos.

