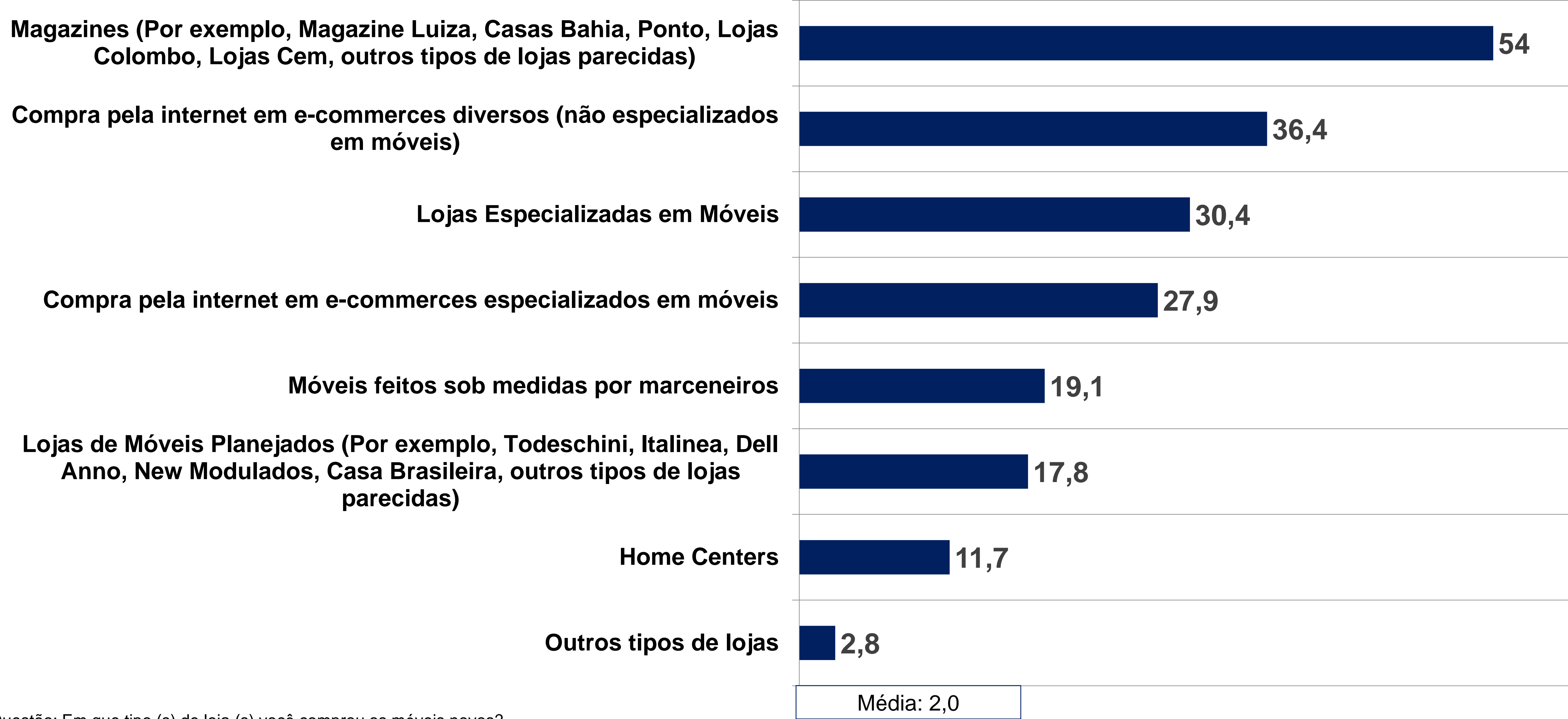






Em **2025**, entre os consumidores que compraram móveis novos durante ou logo após a obra, destaque para os Magazines (54%), seguidos pelos e-commerces não especializados em móveis (36,4%). Em média, foram combinados dois tipos de canais



Questão: Em que tipo (s) de loja (s) você comprou os móveis novos?

Amostra absoluta:1.020 – Amostra absoluta que comprou móveis novos durante ou imediatamente após a obra: 581

Pesquisa 2 | 2025 – campo em novembro/dezembro de 2025 com 1.020 consumidores que realizaram obras/reformas residenciais, predominantemente, entre novembro de 2024 e outubro de 2025

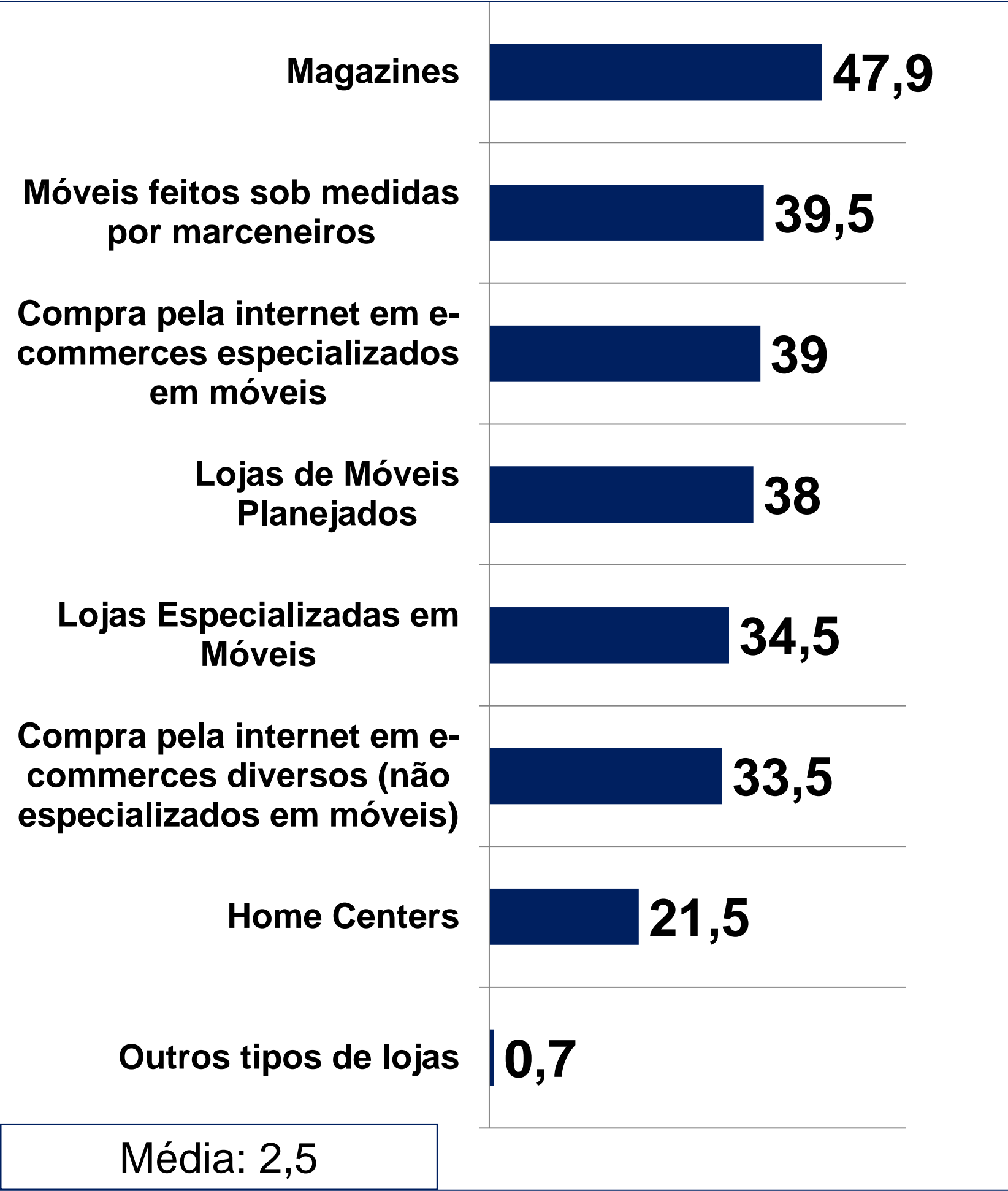


Magazines foram mais utilizados para compra nas três classes sociais, com destaque na classe C (58,5%). Em seguida, na classe A, destaque para marceneiros, e-commerces especializados e lojas de móveis planejados. Nas classes B/C, e-commerces não especializados

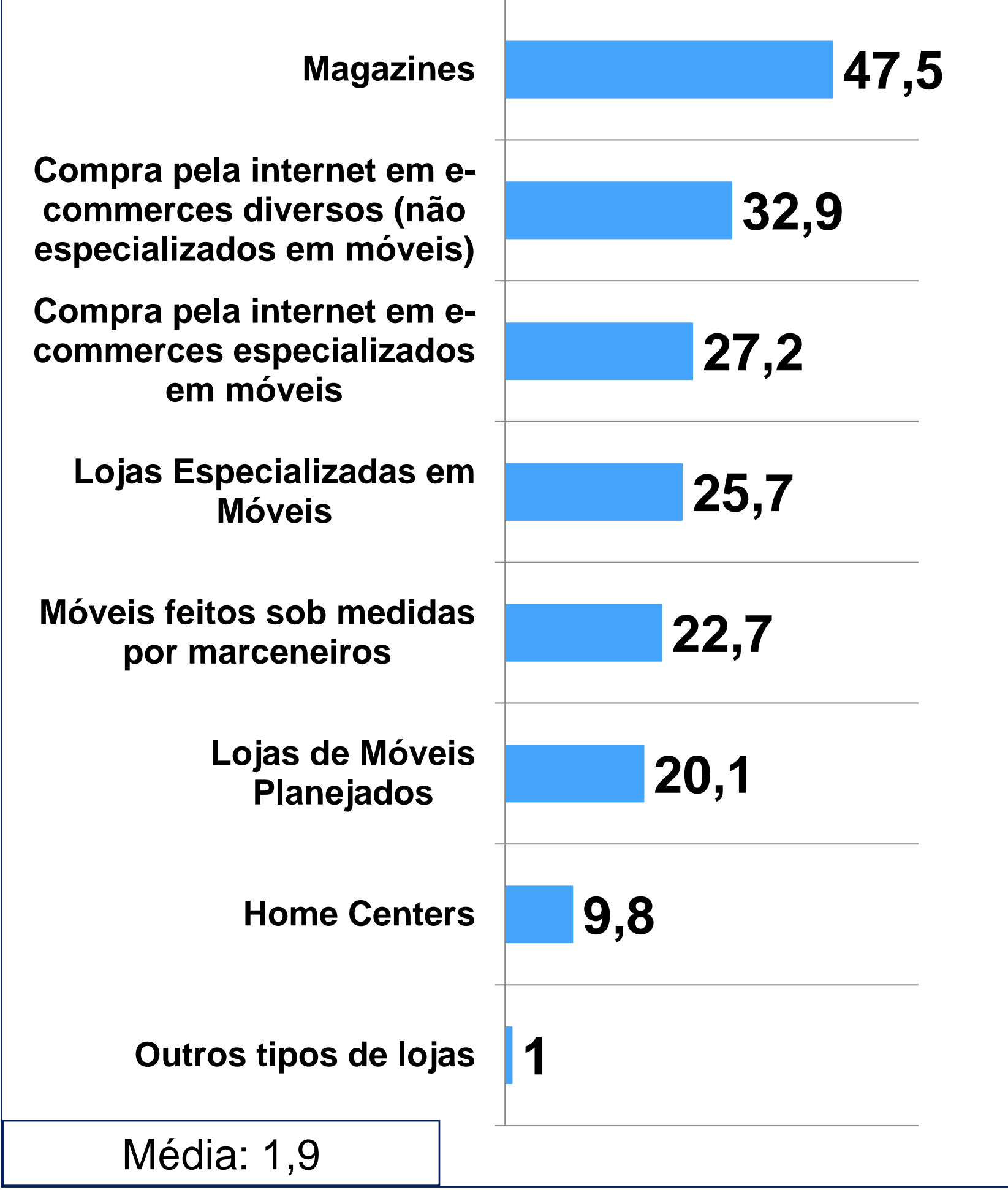


PESQUISA 2 | 2025

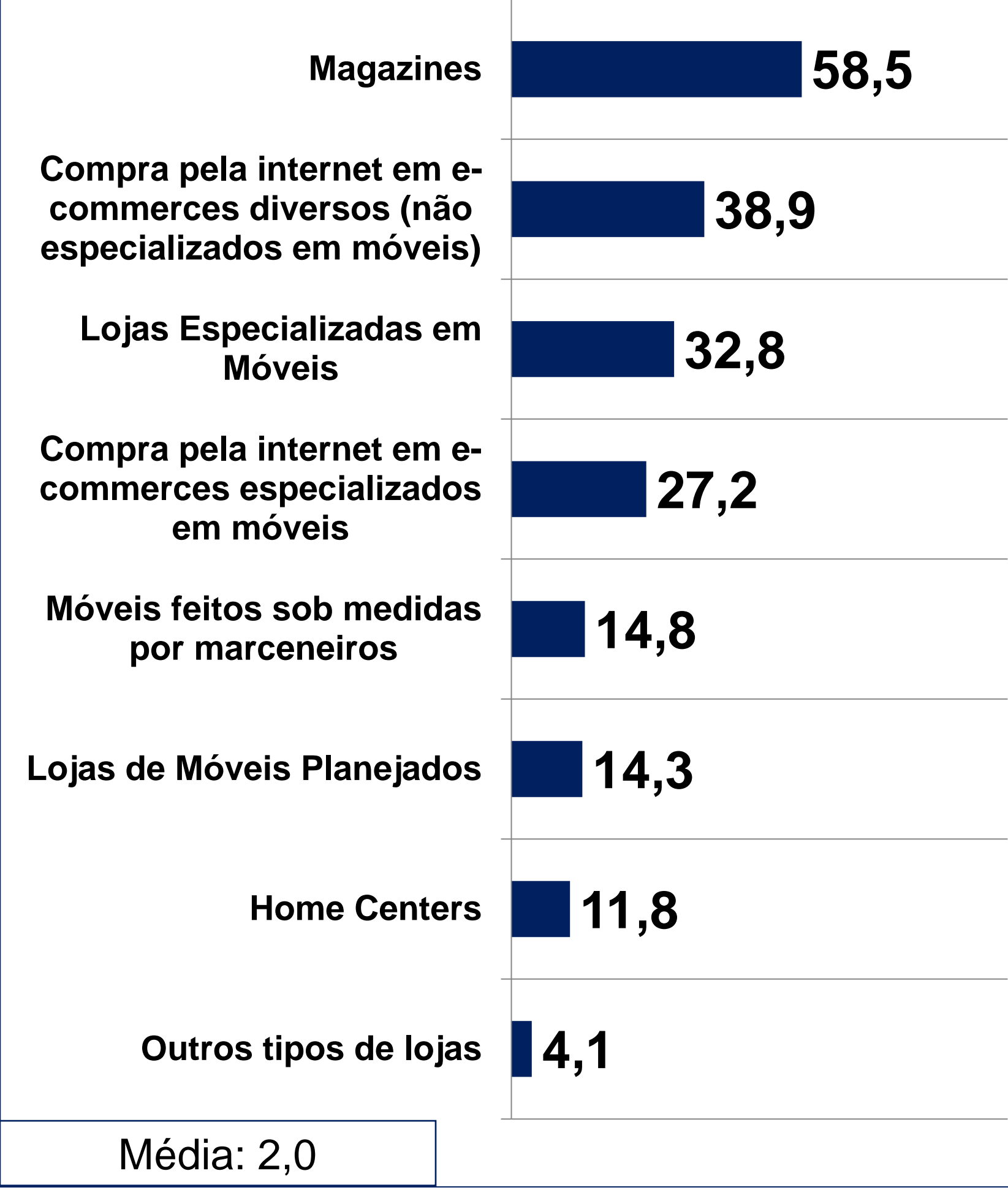
CLASSE A



CLASSE B



CLASSE C





Pesquisas, Dados & Análises

das jornadas de compras de
MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO E MÓVEIS

Parceiro:

PLATAFORMA QUANTI ONLINE PARA PAINÉIS, TRATAMENTO DE DADOS, ESTUDOS MATEMÁTICOS E MODELOS ESTATÍSTICOS

DESENVOLVIMENTO DE PESQUISAS DE MERCADO AD HOC QUALITATIVAS E QUANTITATIVAS NO SEGMENTO, PAINÉIS COM CONSUMIDORES DE MATERIAIS DE CONSTRUÇÃO, ANÁLISES DE CENÁRIOS SETORIAIS, MACROECONÔMICOS E PROJEÇÕES.



Gráficos como parte integrante do Painel Comportamental de Consumo de Materiais de Construção. Baixado do portal [Fundação de Dados](#) (aceso integral aos materiais analíticos, pesquisas exclusivas, papers, informes, projeções e relatórios especializados, mediante assinatura)