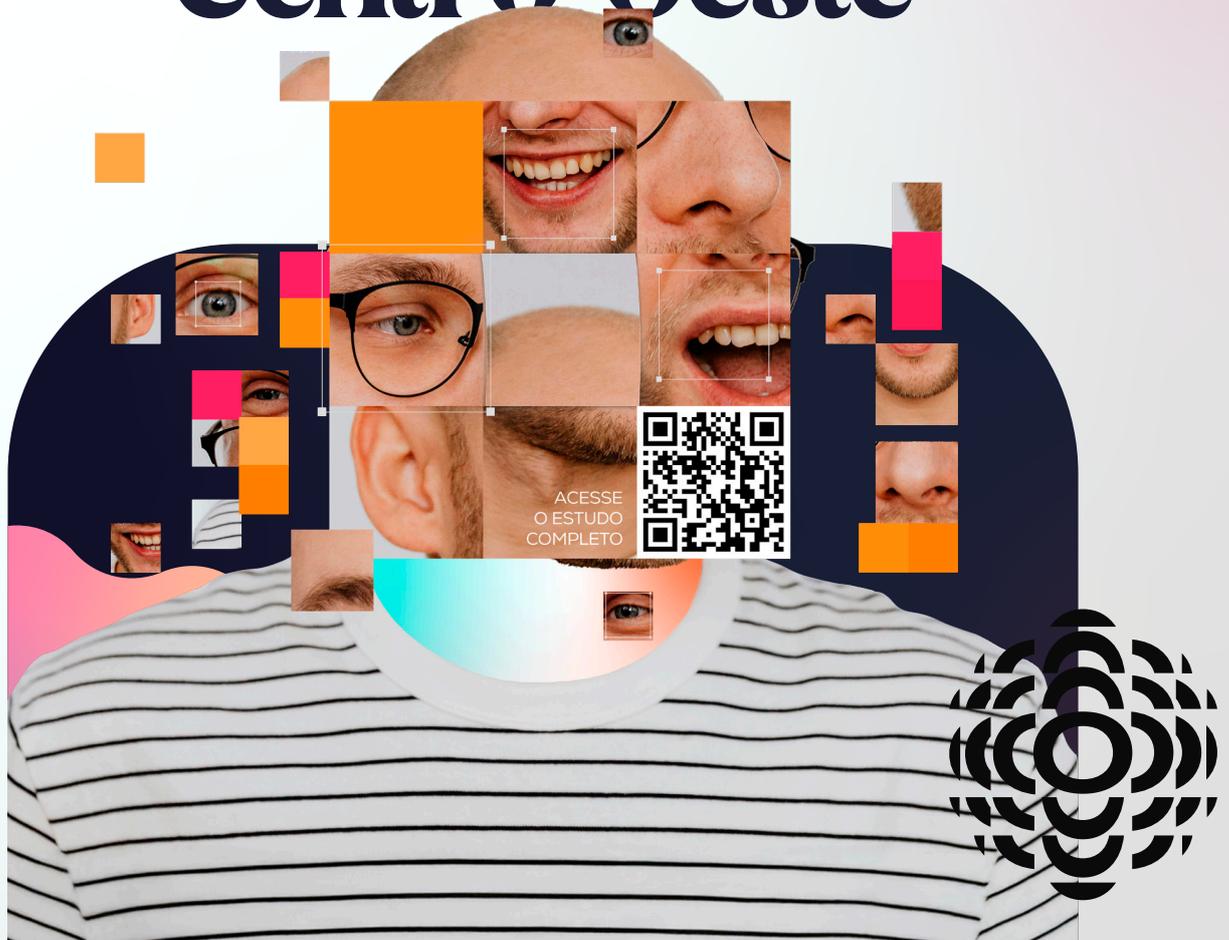


Persona Map Centro-Oeste



O BRASIL EM PERFIS REAIS
UM ESTUDO BY HOLDING IN.PACTO

holding
Pacto

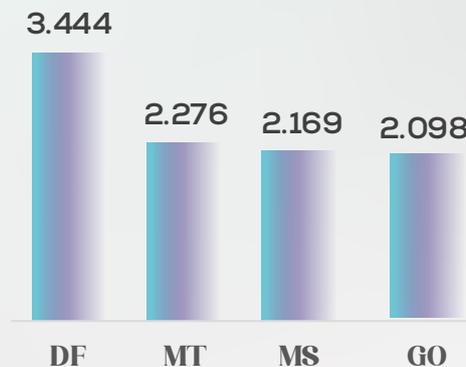


Introdução

Entender o consumidor do Centro-Oeste é essencial para criar estratégias que funcionam para o seu negócio.

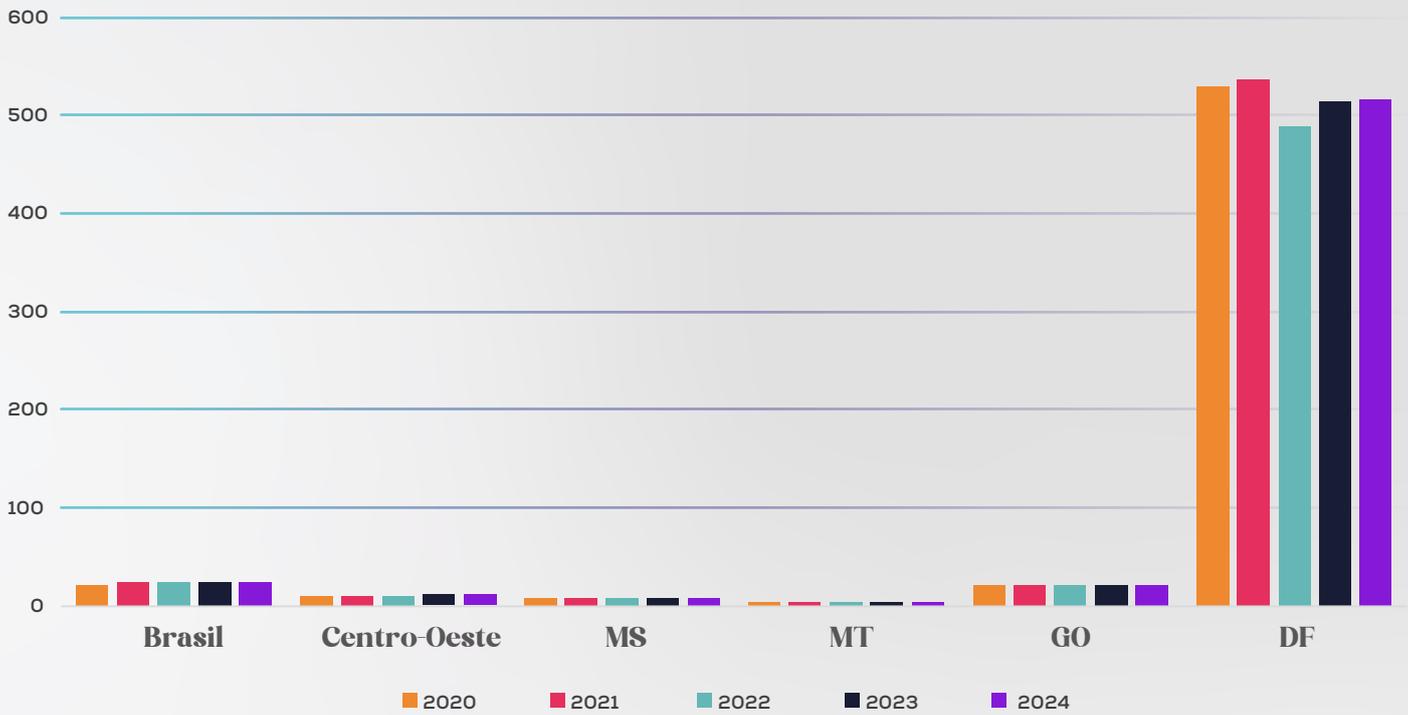
A partir de dados oficiais e pesquisas digitais próprias, traçamos um retrato atualizado que ajuda a compreender como as pessoas se conectam, consomem e interagem na região.

Dados Demográficos



Renda per capita (em Reais)

Densidade demográfica



Fonte: Fapespa



Hábitos de consumo



No Centro-Oeste:

- Em 2024, o Centro-Oeste reuniu **8% dos consumidores ativos no e-commerce**, mas respondeu por apenas 2,5% do faturamento nacional. Um dado que mostra: há muito espaço para conquistar e expandir no digital.
- A influência digital é forte na região: 73% já compraram por indicação de influenciadores. Entre eles, **77% foram impactados por artigos online e 72% por criadores nas redes sociais**.

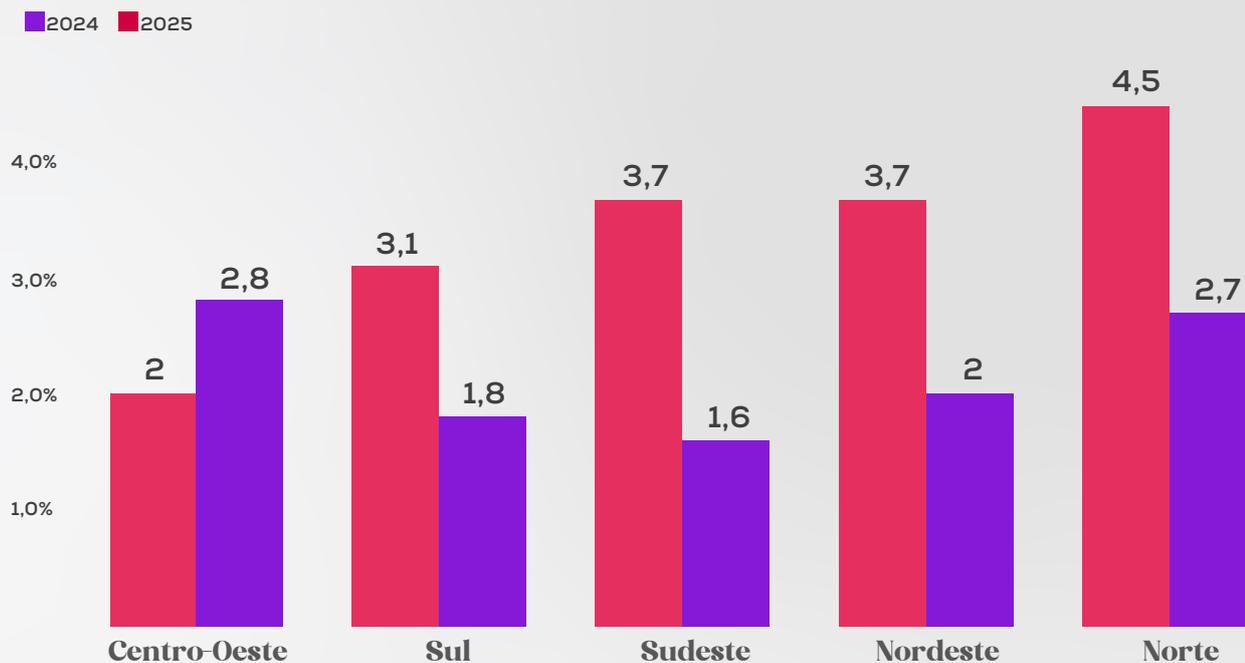


No panorama nacional:

- 59% dos brasileiros já compraram pela internet. **Entre jovens com maior escolaridade e renda acima de 5 salários-mínimos, esse índice chega a 88%.**
- As **principais queixas dos consumidores são atrasos na entrega (18%) e problemas com os produtos (48%)**, além do arrependimento em compras feitas por impulso, que atinge 40%.

A força do agro no Centro-Oeste

Região Centro-Oeste será a única a acelerar o crescimento econômico neste ano



Projeção de crescimento de 2,8% em 2025, acima dos 2% registrados em 2024, impulsionada principalmente pelo agronegócio. O setor também favorece outras áreas da economia, como a indústria

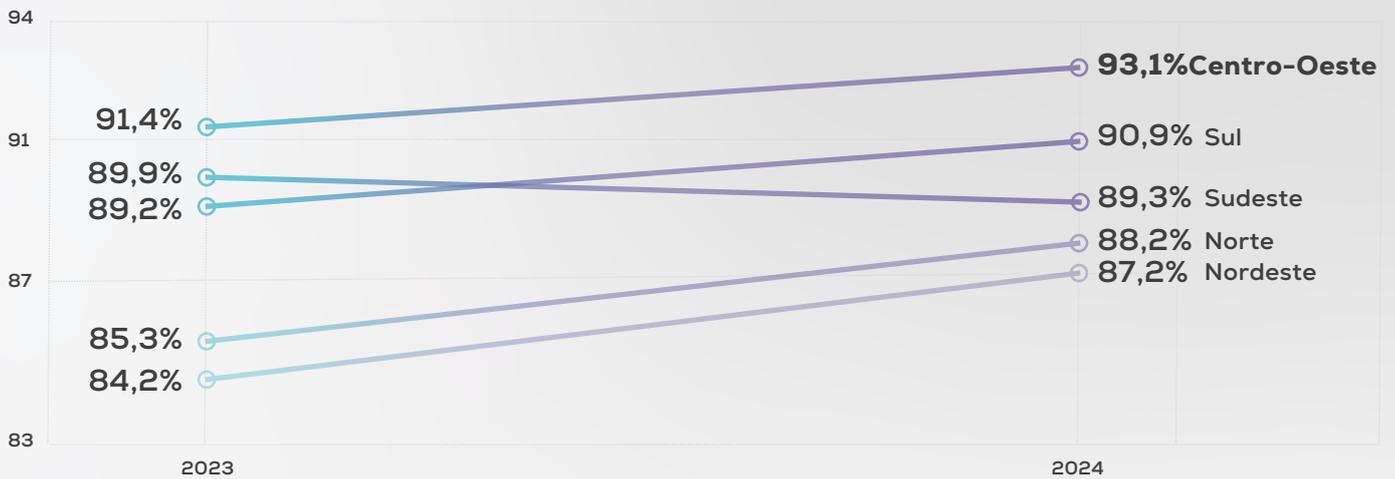
Fontes: Estadão (Gráfico), Estadão, Tendências Consultoria

Acesso à internet

Segundo a PNAD Contínua do IBGE, o **Centro-Oeste** liderou o uso da internet no Brasil em 2024, com 93,1% da população conectada – a maior proporção do país.

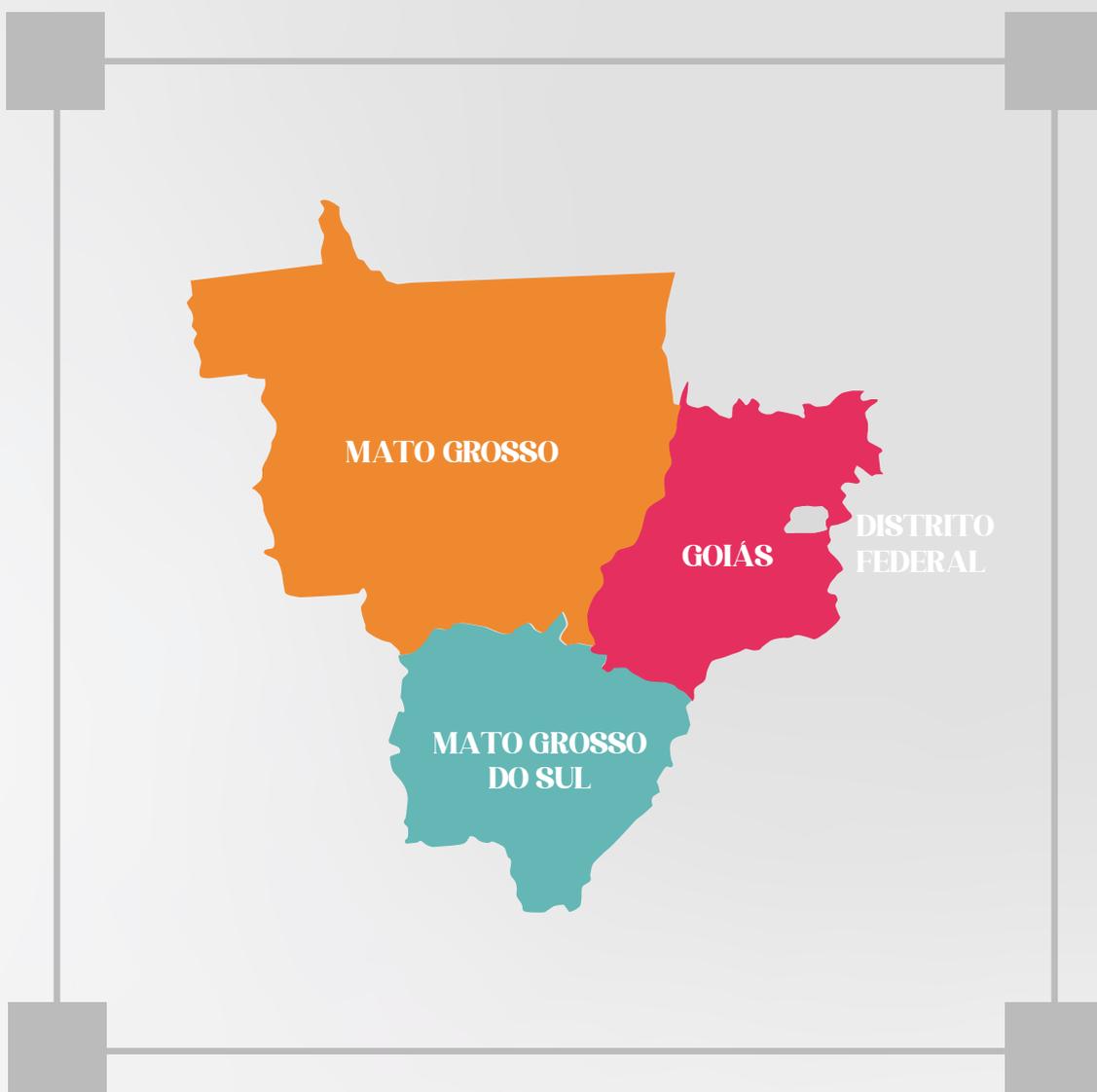
Já o uso registrado por estado em 2024 foi o seguinte:

- **Distrito Federal:** 98%;
- **Mato Grosso do Sul:** 95,6 %;
- **Goiás:** 95,4%;
- **Mato Grosso:** 95,7%.



Fonte: PNAD Contínua IBGE





MT

Smartphones,
eletrodomésticos,
pneus, calçados

GO

Smartphones,
eletrodomésticos,
pneus, calçados

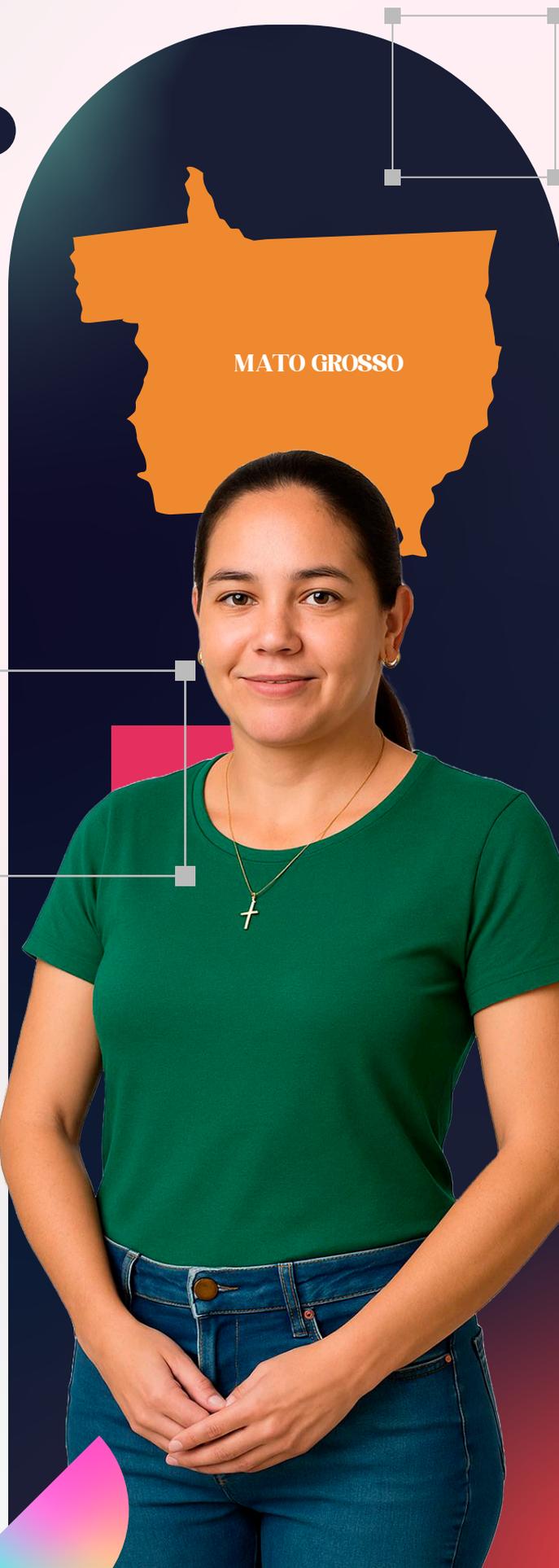
MS

Adubo, bovinos,
smartphones,
cestas de basquete

DF

Itens de esporte,
boias para
natação

Persona do Mato Grosso



Nome: Ana da Cunha.

Idade: 37 anos.

Escolaridade: Ensino fundamental completo.

Renda: R\$ 2.276,00

Ocupação: Assistente administrativo.

Moradia: Cuiabá.

Conectividade: Usa o WhatsApp e o YouTube via mobile.

Hábitos culturais: Gosta de ouvir música sertaneja e rasqueado, frequenta festas religiosas e tradicionais, como o Festival de Siriri e Cururu, e valoriza expressões culturais.

Valores: Preserva tradições culturais, tem forte vínculo com a religiosidade e com a comunidade local.

Persona do Mato Grosso

Agricultura e pecuária
são destaques na região.

Música mais popular

Sertanejo, rasqueado, MPB, forró

Eventos religiosos

Romaria de N. Sra. do
Livramento, Festa do Divino
Espírito Santo

Festividades populares

Festa de São Benedito, Festival
de Siriri e Cururu, Festival de
Rasqueado, Carnaval de Rua
(Chapada dos Guimarães)

Passeios culturais comuns

Museu de Arte Sacra (Cuiabá),
Sesc Arsenal, Cine Teatro Cuiabá,
Centro Histórico de Cuiabá

Destaques locais

Culinária típica valorizada (pequi,
farofa de banana, Maria Izabel),
rasqueado como símbolo cultural,
valorização da cultura indígena
e quilombola em feiras
e exposições

Hábitos de consumo online

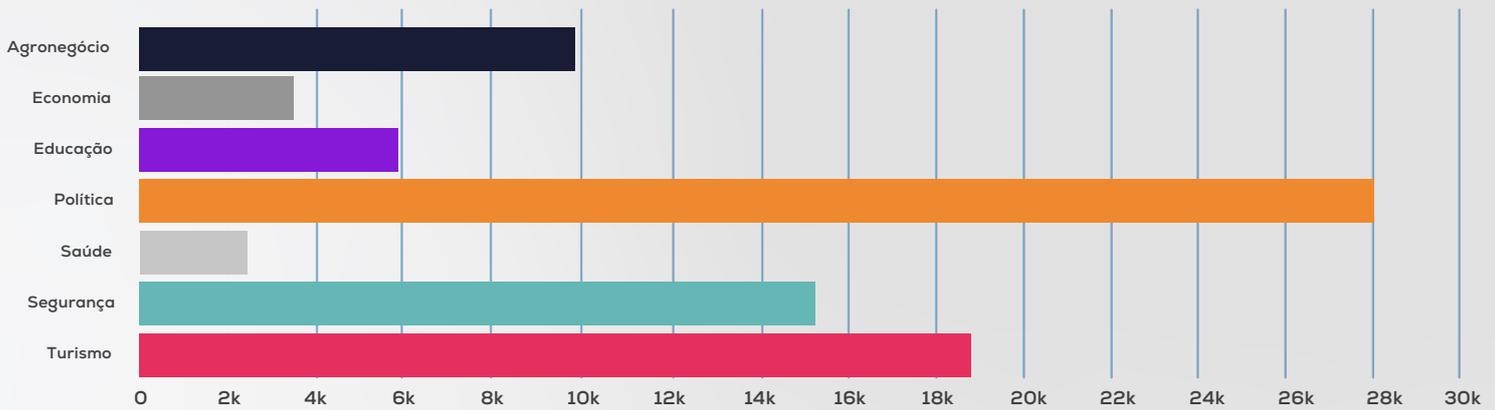
- Mato Grosso está entre os seis estados brasileiros com **maior frequência de compras online**: 22,9% dos consumidores fazem aquisições mensais pela internet, **acima da média nacional (18,5%)**.
- A satisfação com a entrega online é alta, com **92,9% aprovando os prazos**, contra 89,9% da média nacional.
- Em 2023, o consumo local cresceu cerca de 20,8%, com projeção de R\$ 116,7 bilhões, superando a média nacional. **A maior parte desse consumo veio da população urbana (~R\$ 103,9 bilhões), especialmente das classes B e C.**
- Os itens mais comprados refletem o estilo de vida local, com **lanternas para acampamento e canivetes em destaque**, evidenciando a preferência por produtos de lazer e atividades ao ar livre.

Fonte: ExpoEcomm, Poder360, CDL e E-commerce Brasil



Temas

que mais geraram
engajamento nas redes



- **Política** lidera as conversas, com 33% das menções, aumento impulsionado pela repercussão da notícia de que a população de Cuiabá reagiu com um "banquete" à proibição do prefeito Abílio Brunini de distribuir marmitas nas ruas.
- **Turismo** aparece em segundo lugar, com 22% das menções, graças ao engajamento em uma publicação do influenciador Caio Ramon, que destacou as trilhas do estado.

Destaques de **volume**:

Pico de menções: 26 de julho

Impulsionado pela repercussão da notícia de que o adolescente de 14 anos que matou os pais e o irmão, em Itaperuna (RJ), planejava viajar para o Mato Grosso para conhecer uma menina com quem se relacionava virtualmente.

O tema "**política**" foi responsável por 33% das menções entre janeiro e julho.

Sentimento geral: negativo - 41,87% / neutro - 34,01% / positivo - 24,12%.

Cruzamentos temáticos

- **Turismo + Economia** – Notícias sobre queda no faturamento turístico de Mato Grosso em 2025.
- **Segurança + Educação** – Caso da prisão de um professor acusado de importunação sexual contra alunas de escola municipal em Peixoto de Azevedo (MT).

Hashtags mais utilizadas:

#matogrosso
#mt
#capitalnews
#reformaagraria
#operaçãopf

Persona do Mato Grosso do Sul

Nome: Marlene Almeida.

Idade: 42 anos.

Escolaridade: Ensino médio completo.

Renda: R\$ 2.169,00

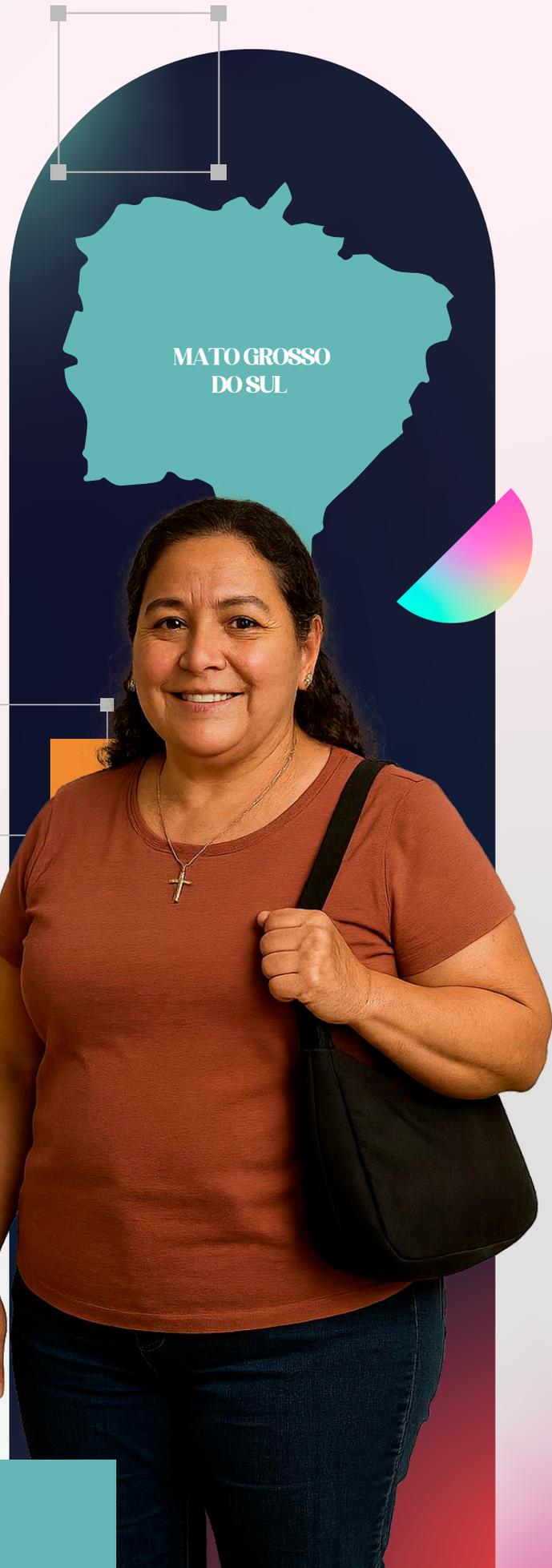
Ocupação: Técnica administrativa em escola pública.

Moradia: Bairro Universitário, em Campo Grande (MS).

Conectividade: Usa principalmente o celular para acessar a internet, é ativa nas redes sociais e faz compras online com frequência.

Hábitos culturais: Gosta de sertanejo universitário, chamamé (gênero musical e de dança popular no MS), moda de viola e pagode. Participa de festas tradicionais como a Festa Sagrada Coração de Jesus e o Festival do Sobá.

Valores: Marlene valoriza a simplicidade, o convívio com a comunidade e as tradições da cultura pantaneira. Tem forte senso de pertencimento à sua terra e orgulho das raízes regionais. Católica praticante, mantém laços estreitos com a família e participa de eventos religiosos e culturais locais. Cultiva hábitos regionais como o tereré e a culinária típica, e valoriza o respeito à diversidade e à natureza, especialmente por viver próxima ao Pantanal.



Persona do Mato Grosso do Sul

Produção rural, indústria,
extrativismo, turismo
e prestação de serviços.

Música mais popular

Sertanejo universitário,
chamamé, moda de viola,
pagode, música regional

Eventos religiosos

Festa de São Sebastião
(Aquidauana), Romaria
de N. Sra. do Perpétuo Socorro

Festividades populares

Arraial de Santo Antônio, Festival
América do Sul, Festa da Farinha,
Carnaval de Corumbá

Passeios culturais comuns

Feira Central (Campo Grande),
Memorial da Cultura Indígena,
Morada dos Baís, Museu das
Culturas Dom Bosco

Destaques locais

Cultura pantaneira, gastronomia
típica (sobá, chipa, tereré),
turismo em Bonito e no Pantanal



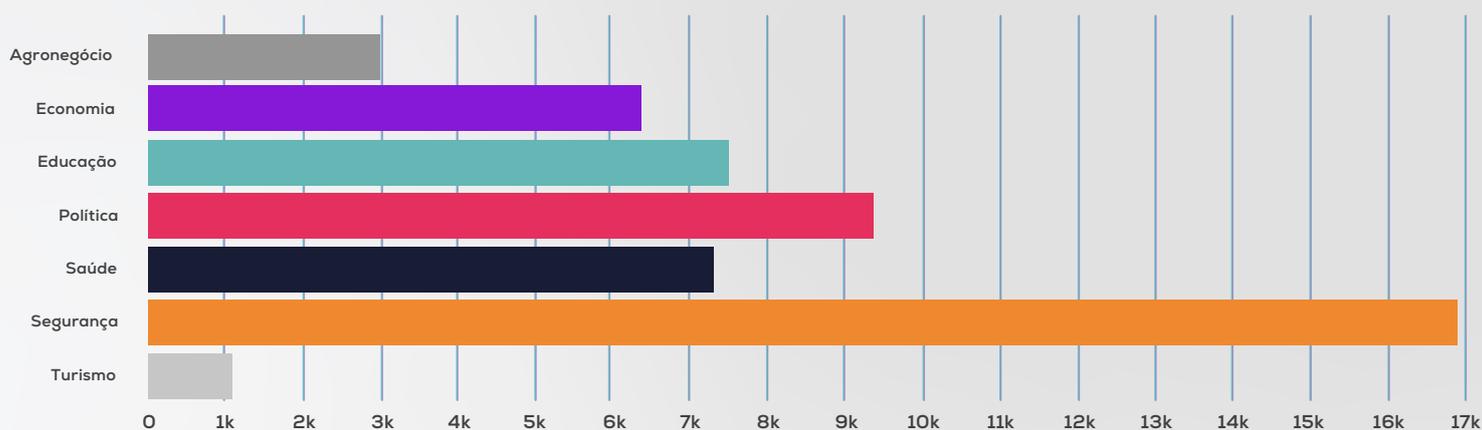
Hábitos de consumo online

- Entre 2022 e 2023, o estado registrou o maior salto no e-commerce do país – alta de 266%, com faturamento que passou de R\$ 303 milhões para R\$ 1,1 bilhão.
- No topo da lista de compras online estão **adubo mineral/químico, bovinos para reprodução (valor estimado em até R\$ 1,6 bilhão) e smartphones**, que sozinhos movimentaram R\$ 497 milhões em 2023.
- Entre abril e setembro de 2024, um item curioso se destacou entre os mais vendidos: **a cesta de basquete**.



Temas

que mais geraram
engajamento nas redes



- **Segurança** liderou as conversas nas redes, com 33% das menções, impulsionada por **notícias sobre a atuação de policiais militares em acampamentos do MST em cidades como Dourados.**
- Na sequência, **política** somou 18% das menções, puxadas pela **repercussão da suspensão, por frigoríficos de Mato Grosso do Sul, da produção de carne para os EUA, após o anúncio do tarifaço de 50% sobre produtos brasileiros.**

Destaques de **volume**:

Pico de menções: 22 de julho

Impulsionado por notícias sobre a **suspensão da produção de carne por frigoríficos do Mato Grosso do Sul**, destinada aos EUA, após o anúncio de um tarifaço de 50% sobre produtos brasileiros.

O tema "**segurança**" foi responsável por 33% das menções entre janeiro e julho.

Sentimento geral: positivo - 33,23% / negativo - 34,11% / neutro - 32,66%.

Cruzamentos temáticos

- **Política + Agronegócio** – Críticas de atores políticos ao setor agro no estado.
- **Educação + Segurança** – Notícias sobre casos de violência em escolas.
- **Turismo + Economia** – Notícias sobre o Pantanal como cenário de filmes indianos, apontado como oportunidade para fortalecer o turismo e a economia locais.

Hashtags mais utilizadas:

#matogrossodosul
#matogrosso
#ms
#operaçãoopf
#corumbaonline

Persona do Goiás

Nome: Talita Nunes Ferreira.

Idade: 28 anos.

Escolaridade: Ensino superior incompleto (cursou Administração, mas trancou para empreender).

Renda: R\$ 2.098,00

Ocupação: Microempreendedora (vende acessórios femininos pelas redes sociais e em feiras de Goiânia).

Moradia: Bairro Setor Pedro Ludovico, em Goiânia (GO).

Conectividade: Conectada quase o tempo todo pelo celular, usa redes sociais para divulgar produtos e realizar vendas. Prefere marketplace e Pix, mas aceita cartão de crédito.

Hábitos culturais: Gosta de sertanejo universitário e pop nacional, frequenta festivais como o Goiânia Rodeo Festival e eventos de moda e empreendedorismo. Costuma visitar o Centro Cultural Oscar Niemeyer e a cidade de Goiás em busca de inspiração. Participa de festas tradicionais, tanto por fé quanto pelo potencial turístico e de negócios.

Valores: Valoriza a independência financeira, a fé e o empoderamento feminino. Católica, mantém espiritualidade discreta no dia a dia. Acredita na força do trabalho, na criatividade e no papel transformador das redes sociais. Orgulhosa de ser goiana, vê no empreendedorismo um caminho para melhorar de vida.



Persona do Goiás

No setor primário, a agropecuária é o motor da economia. No setor secundário, a força vem das indústrias instaladas no estado.

Música mais popular

Sertanejo, forró, MPB, gospel

Eventos religiosos

Romaria do Divino Pai Eterno, Semana Santa em Goiás Velho, Pentecostes em Anápolis

Festividades populares

Villa Mix Festival, Festa do Divino Pai Eterno (Trindade), Festival Canto da Primavera, Cavalhadas de Pirenópolis, festas juninas

Passeios culturais comuns

Centro Cultural Oscar Niemeyer, Cine Cultura, Museu Pedro Ludovico, Cidade de Goiás, Chapada dos Veadeiros

Destaques locais

Identidade forte, com sertanejo e rodeios, festivais religiosos e folclóricos populares; Pirenópolis como polo cultural

Fonte: ExpoEcomm, Poder360, CDL e E-commerce Brasil



Hábitos de consumo online

- No 1º trimestre de 2024, o e-commerce em Goiás cresceu 14,8%, liderando o Centro-Oeste. O faturamento chegou a R\$ 2,02 bilhões, com 6,31 milhões de pedidos. O ticket médio foi de R\$ 276,4 em Goiânia e R\$ 357,9 na região metropolitana.

(MT cresceu 13,6%; MS,10,9%; DF, 13,7%)

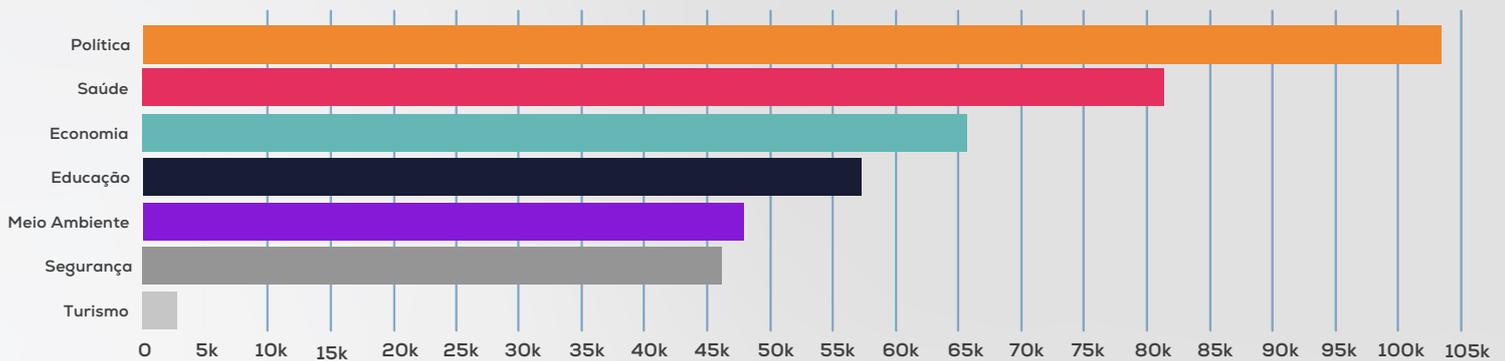
- Os campeões de venda foram smartphones (8,3% do faturamento), eletrodomésticos, pneus, calçados e computadores. O marketplace domina como canal de compra, enquanto o Pix avança (30,1%) e o cartão de crédito mantém a liderança (53,8%).

Fonte: E-commerce Brasil



Temas

que mais geraram
engajamento nas redes



- Nas redes sociais, **política** liderou as conversas, impulsionada por notícias sobre pesquisas eleitorais para a presidência em 2026.
- Em segundo lugar, **saúde** ganhou destaque com casos que chamaram atenção: a polêmica envolvendo uma estudante de medicina que gravou e divulgou um exame ginecológico, o apelo de uma criança com síndrome de Duchenne ao cantor Gustavo Lima e o acidente com uma jovem cujo celular explodiu no bolso enquanto fazia compras em Anápolis.

Destaques de **volume**:

Pico de menções: 7 de abril

Motivado pela manifestação em prol da anistia para os presos envolvidos nos atos de 8 de janeiro. O evento contou com a participação de figuras políticas, como o governador de Goiás, Ronaldo Caiado.

O tema "**política**" foi responsável por 25% das menções entre janeiro e julho.

Sentimento geral: Negativo - 43,20% / neutro - 33,47% / positivo - 23,33%.

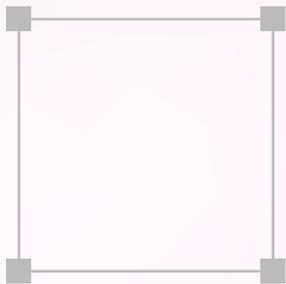
Cruzamentos temáticos

- **Educação + Economia** – Estudante goiana convidada para a Assembleia da ONU organiza rifa para custear a viagem. Estudante goiana convidada para a Assembleia da ONU organiza rifa para custear a viagem.
- **Economia + Política** – Pesquisa Quaest aponta que mais de 90% da população percebeu inflação nos preços dos alimentos.
- **Turismo + Economia** – Caldas Novas terá novo atrativo turístico com a inauguração do Singapura Shopping.

Hashtags mais utilizadas:

#goiás
#politica
#ms
#goiânia
#agricultura

Persona do Distrito Federal



Nome: Francisca Souza.

Idade: 40 anos.

Escolaridade: Ensino médio completo.

Renda: R\$ 3.444,00

Ocupação: Servidora pública.

Moradia: Taguatinga.

Conectividade: Principal forma de acesso é por mobile, com uso frequente de redes sociais.

Hábitos culturais: Gosta de rock, MPB e sertanejo, frequenta pontos turísticos da capital e festas tradicionais, como festas juninas e o Porão do Rock.

Valores: Valoriza a família e a vida em comunidade. Católica praticante, tem filhos e animal de estimação, e orgulho de suas origens. Para ela, é importante a estabilidade financeira.

Persona do Distrito Federal

Economia baseada
no segmento de prestação
de serviços.

Música mais popular

Rock, MPB, sertanejo,
pop alternativo, gospel

Eventos religiosos

Pentecostes, missas campais,
festivais evangélicos

Festividades populares

Porão do Rock, Capital
Moto Week, Festival de Brasília
do Cinema Brasileiro, Quermesse
do Templo Budista, festas juninas
paroquiais

Passeios culturais comuns

Eixão do Lazer, Ermida
Dom Bosco, Museu Nacional,
Parque da Cidade, CCBB

Destaques locais

Diversidade de eventos religiosos
e culturais, tradição no rock, uso
intenso dos espaços públicos
para lazer gratuito

Fonte: ExpoEcomm, Poder360,
CDL e E-commerce Brasil

Hábitos de consumo online

- Faz parte do grupo dos seis estados com maior frequência de compras online do país (~22,9%).
- A pandemia acelerou essa tendência: 46,9% dos consumidores afirmam que passaram a comprar mais pela internet, e 55% concordam, parcial ou totalmente, que migraram parte das compras para canais digitais.
- Produtos de lazer e esportes dominam as vendas, com boias de natação como o item mais vendido no canal digital.

Fonte: Poder360, Uol, Governo do Distrito Federal



Temas

que mais geraram
engajamento nas redes



- **Saúde** foi o tema mais comentado nas redes sociais, especialmente devido às discussões sobre a gripe.
- Em seguida, **segurança** teve destaque, com pico de menções relacionadas à prisão do narcotraficante Marcos Roberto de Almeida, conhecido como Tuta, enviado ao presídio federal de segurança máxima em Brasília.

Destaques de **volume**:

Pico de menções: 21 de abril

Relacionado principalmente à repercussão da notícia de que **Alessandro Stefanutto, presidente do INSS, e outros cinco servidores foram afastados** de suas funções, em desdobramento da operação Sem Desconto.

O tema "**saúde**" foi responsável por 40% das menções entre janeiro e julho.

Sentimento geral: negativo - 48,60% / positivo - 29,58% / neutro - 21,83%.

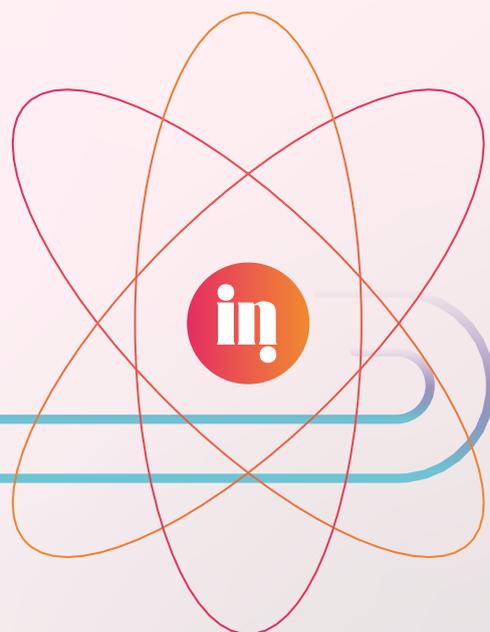
Cruzamentos temáticos

- **Política + Segurança** – Uma delegação de 22 pessoas, incluindo secretários do Distrito Federal, precisou se abrigar em bunkers durante viagem a Israel.
- **Saúde + Política** – Realização de mutirão de exames e consultas.

Hashtags mais utilizadas:

#distritofederal
#operaçãoPF
#aposentadoriadigna
#brasil
#noticias

Metodologia



Para construir este estudo, a metodologia foi estruturada em eixos complementares: consulta a bases públicas, como IBGE, CNDL/SPC Brasil e Sebrae; análise do comportamento de busca e da popularidade de termos por meio do Google Trends, com recorte regional e temporal (últimos 90 dias); levantamento de menções e tópicos por meio da plataforma de social listening Brandwatch, contemplando o período de 1º a 23 de julho, permitindo identificar os temas mais debatidos, padrões de engajamento e contextos narrativos associados a cada UF. Além disso, o Google Acadêmico foi utilizado como ferramenta de desk research para a consulta de estudos recentes sobre consumo digital e comportamento online na região, garantindo aprofundamento metodológico e embasamento científico à análise.

Estudo de Público Centro-Oeste

Expediente

CEO HOLDING IN.PACTO

Klécio Santos

CFO HOLDING IN.PACTO

Victor Fortes

DIRETORA DE INTELIGÊNCIA DE DADOS

Érica Abe

HEAD DE DADOS

Pedro Alves

ANALISTAS DE DADOS

Angela Lucena, Cesar Carvalho, Jessica Souza, Kezya
Silva, Lucas Araújo, Maurício Ramos e Rafael Severo

EQUIPE CRIAÇÃO HOLDING

Leopitapos Barcellos

Isadora de Almeida

Arnaldo Felipe

Kelvin Araújo

REVISÃO

Anna Oliveira

holding
Pácto

