

■ RELATÓRIO ■

MULHERES BRASILEIRAS

2024

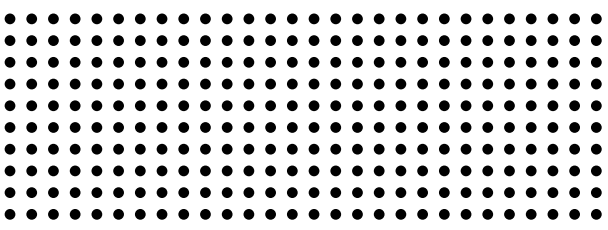


DADOS SOBRE AS MULHERES BRASILEIRAS

no mercado de trabalho, na luta por direitos
e nas suas relações de consumo.

■ ÍNDICE ■

- 03** PERFIL
das pessoas **ENTREVISTADAS**
- 04** INTRODUÇÃO
- 06** DIA INTERNACIONAL
da **MULHER**
- 08** GRAVIDEZ E MATERNIDADE
no **TRABALHO**
- 10** MACHISMO E ASSÉDIO
contra **MULHERES**
- 12** MANSPLAINING E MANTERRUPTING
- 15** MULHERES,
carreira e o mercado de **TRABALHO**
- 20** O CONSUMO E O CONFORTO
para a **MULHER**
- 24** A MULHER
e as tarefas **DOMÉSTICAS**
- 26** O QUE
as mulheres esperam
das **MARCAS**
- 29** CONFIRA
também
- 30** SOBRE O
Opinion Box



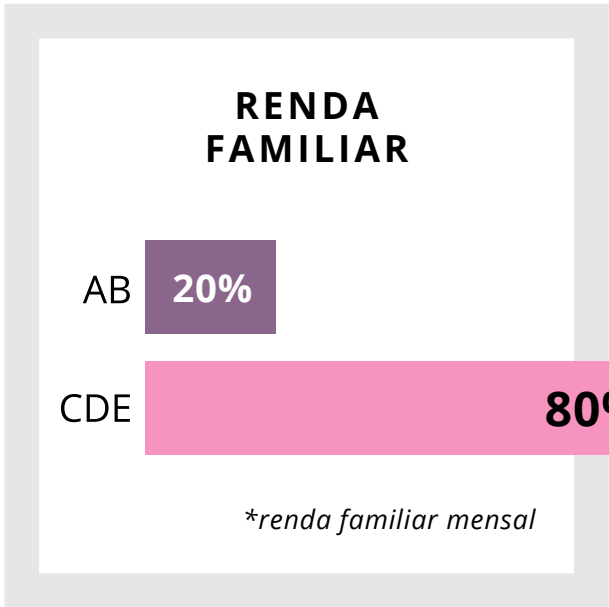
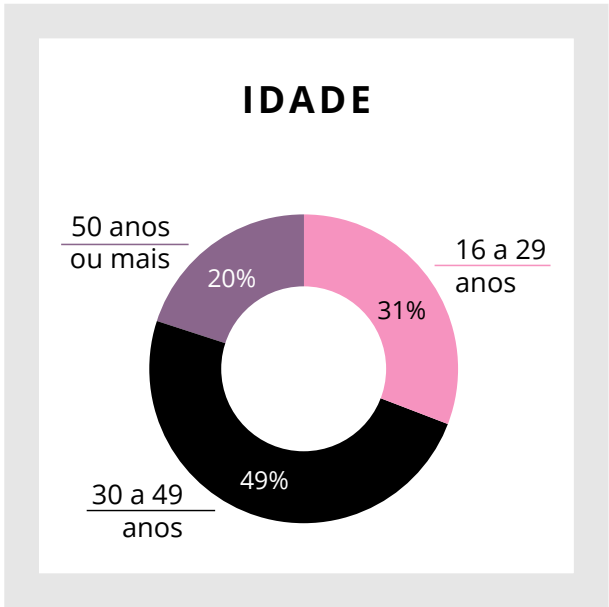
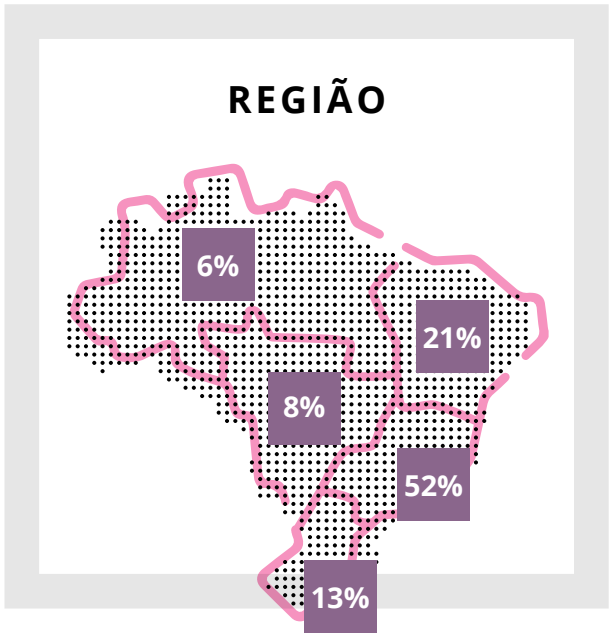
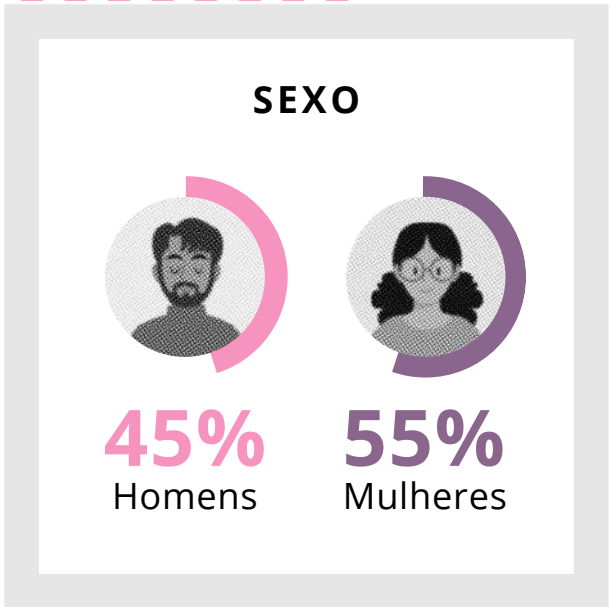
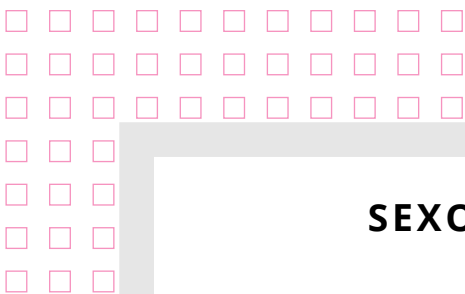
■ PERFIL ■

das pessoas **ENTREVISTADAS**

1.124

pessoas entrevistadas pela internet em janeiro de 2024.

Margem de erro: **2,9pp**



AVISO LEGAL

O compartilhamento dos dados e análises contidos neste relatório são permitidos tanto em documentos públicos quanto privados, desde que acompanhados do devido crédito à fonte: *Opinion Box - Relatório Mulheres no Brasil - Março de 2024*

**1124 Entrevistas, sendo 622 mulheres*



■ INTRODUÇÃO ■

As mulheres são, muito obviamente, uma força vital em todas as esferas da vida, desempenhando papéis significativos na sociedade, na economia, na política, nas artes e na cultura.

Para se ter uma ideia, de acordo com o [IBGE](#), 50,8% dos lares brasileiros têm mulheres como chefes de família. Ainda assim, por mais que metade das famílias tenham liderança feminina, a igualdade salarial entre homens e mulheres no país está longe de ser equiparada.

Dessa forma, apesar de muitos avanços terem acontecido nas últimas décadas, ainda há muito a ser feito para garantir que as mulheres em todo o mundo tenham acesso aos mesmos direitos e oportunidades que os homens.

O Dia Internacional da Mulher é uma oportunidade importante para reconhecer essas questões e trabalhar juntos para alcançar a igualdade de gênero. Por isso, às vésperas da data, o Opinion Box realizou uma pesquisa exclusiva com mais de mil pessoas - sendo mais de 600 mulheres - para traçar um panorama sobre a mulher brasileira.



Nas próximas páginas, você vai descobrir dados sobre as percepções e perspectivas das mulheres brasileiras. Você verá tanto a opinião de mulheres brasileiras quanto, em paralelo, o que os homens têm a dizer. Vamos falar sobre a mulher no mercado de trabalho, as barreiras enfrentadas, a relação da gravidez e maternidade com a carreira, entre outros assuntos.

Além disso, poderá conferir dados e análises relacionados ao Dia Internacional da Mulher e a relação da data e das mulheres com marcas e consumo. Infelizmente, também precisamos abordar o assédio e o machismo, que ainda são mazelas enfrentadas pelas mulheres brasileiras diariamente.

BOA LEITURA.



■ DIA INTERNACIONAL ■

da **MULHER**

O Dia Internacional da Mulher é comemorado anualmente em 8 de março. Esta data é uma celebração da luta das mulheres por igualdade de direitos e oportunidades em todo o mundo.

A origem da data remonta a um incêndio que ocorreu em 1911 na fábrica Triangle Shirtwaist, em Nova York, que matou 146 pessoas, a maioria delas mulheres. Esse trágico evento chamou a atenção para as condições de trabalho precárias enfrentadas pelas mulheres na época e inspirou a criação do Dia Internacional da Mulher.

Desde então, a data tem sido utilizada para promover a igualdade de gênero, combater a violência contra as mulheres, destacar as realizações das mulheres em todas as áreas da vida e aumentar a conscientização sobre as questões que afetam as mulheres em todo o mundo.

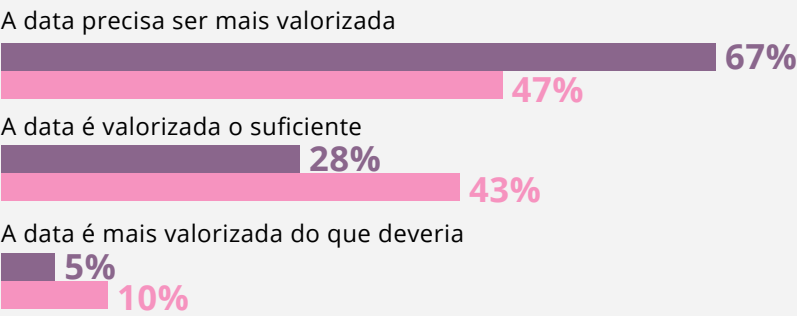
Em uma primeira parte da pesquisa, perguntamos às mulheres e aos homens as suas percepções sobre a data.

De forma geral, a percepção sobre o Dia Internacional da Mulher é bastante positiva. A data é considerada importante para a imensa maioria e também deve ser mais valorizada, de acordo com a maior parte das mulheres e dos homens.

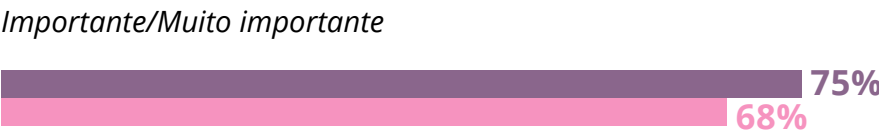


Ainda assim, a dica mais importante que podemos trazer é: **O DIA INTERNACIONAL DA MULHER É UM DIA DE LUTA.** Para as empresas e para os homens que consideram o dia apenas como uma homenagem digna de presentes, o que as mulheres mais acreditam é que a data tem sido vista como muito comercial e elas querem, no fim das contas, falar sobre lutas e conquistas.

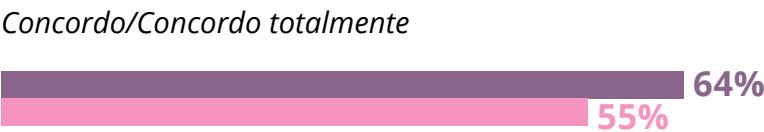
EM RELAÇÃO AO DIA INTERNACIONAL DA MULHER, VOCÊ DIRIA QUE...



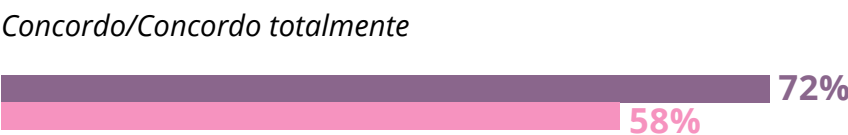
EM RELAÇÃO AO DIA INTERNACIONAL DA MULHER, VOCÊ ACREDITA QUE A DATA É:



“O DIA DA MULHER SE TORNOU UMA DATA COMERCIAL DEMAIS”



“FALAR SOBRE AS LUTAS DAS MULHERES É MAIS IMPORTANTE DO QUE DAR PRESENTES NO DIA DA MULHER”





MULHERES



HOMENS



■ GRAVIDEZ E MATERNIDADE ■

no **TRABALHO**

A gravidez e a maternidade são experiências transformadoras na vida de uma mulher, mas também podem trazer desafios significativos para as mulheres que trabalham fora de casa.

Muitas mulheres enfrentam discriminação no local de trabalho durante a gravidez e após o nascimento de seus filhos, incluindo falta de proteção contra demissão, redução de salário, menos oportunidades de promoção e falta de flexibilidade no trabalho para acomodar as necessidades das mães.

O que a pesquisa mostra é que os obstáculos das mulheres começam antes mesmo de entrar em uma empresa, já em uma entrevista de emprego. **64% das mulheres já foram perguntadas se são mães em uma entrevista.** Para as lideranças da empresa, fica a provocação: além de enxergar a maternidade como barreira, qual o motivo por trás dessa pergunta?

Além disso, 42% das mulheres já foram perguntadas se estão grávidas ou se pretendem engravidar no momento da entrevista para uma vaga.

Ambos os dados relacionados às entrevistas podem estar ligados a estatísticas mais preocupantes: **26% das mulheres disseram já ter perdido uma oportunidade de trabalho por serem mães e 17% por estarem grávidas.**





JÁ ME PERGUNTARAM SE TENHO FILHOS EM UMA ENTREVISTA DE EMPREGO



JÁ FUI JULGADA NO TRABALHO POR SER MÃE



JÁ ME PERGUNTARAM SE ESTOU GRÁVIDA OU SE PRETENDO ENGRAVIDAR EM UMA ENTREVISTA DE EMPREGO



JÁ PERDI UMA OPORTUNIDADE DE TRABALHO POR SER MÃE



JÁ PERDI UMA OPORTUNIDADE DE TRABALHO POR ESTAR GRÁVIDA



 Nunca aconteceu

 Já aconteceu uma vez

 Já aconteceu mais de uma vez



■ MACHISMO E ASSÉDIO ■

contra as **MULHERES**

O MACHISMO

É UM SISTEMA DE CRENÇAS E COMPORTAMENTOS QUE PROMOVE A SUPERIORIDADE MASCULINA SOBRE AS MULHERES, E TEM SIDO UMA FONTE SIGNIFICATIVA DE DESIGUALDADE DE GÊNERO EM TODO O MUNDO. ESSE SISTEMA PODE LEVAR A COMPORTAMENTOS PREJUDICIAIS E ATÉ MESMO AO ASSÉDIO, QUE É UMA FORMA DE VIOLÊNCIA QUE PODE SER SEXUAL, MORAL OU ACONTECER DE OUTRAS FORMAS.

O ASSÉDIO

PODE INCLUIR COMENTÁRIOS, GESTOS, XINGAMENTOS, TOQUES, INSINUAÇÕES SEXUAIS INDESEJADAS, ENTRE OUTROS COMPORTAMENTOS QUE CRIAM UM AMBIENTE HOSTIL PARA AS MULHERES.

Nesta seção, conversamos com mulheres e homens para entender a forma como é visto o machismo e questões relacionadas aos direitos das mulheres.



De forma geral, os homens são mais céticos, por razões óbvias, na hora de avaliar o Brasil como um país machista e o próprio comportamento como fruto do machismo. Já na opinião das mulheres, que estão do lado que sofre a opressão do machismo, a opinião é naturalmente mais negativa.

O comportamento dos homens diante das perguntas relacionadas ao machismo é bastante curioso.

Mais da metade dos homens concorda, por exemplo, que o Brasil é um país machista. Olhando positivamente, esse dado pode ser encarado como fruto de alguma conscientização em torno da questão no Brasil. Quando a análise é sobre o próprio comportamento, porém, apenas 28% dos entrevistados assumem que já se pegaram cometendo atitudes machistas.

68%

DAS MULHERES ACREDITAM QUE O BRASIL É UM PAÍS MACHISTA

“ACREDITO QUE O BRASIL É UM PAÍS MACHISTA”

Concordo/Concordo totalmente



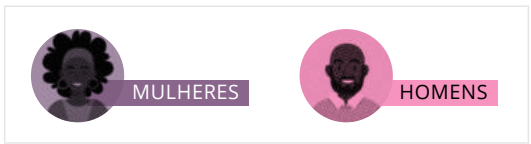
“CONVIVO COM PESSOAS MACHISTAS NO MEU DIA A DIA”

Concordo/Concordo totalmente



“ME CONSIDERO UMA PESSOA ENGAJADA NA LUTA CONTRA O MACHISMO”

Concordo/Concordo totalmente



28%

DOS HOMENS ASSUMEM QUE JÁ SE PEGARAM COMETENDO ATITUDES MACHISTAS

■ MANSPLAINING ■ E MAN INTERRUPTING

Mansplaining e man interrupting são dois termos que se referem a **comportamentos machistas** que podem ocorrer em ambientes profissionais, acadêmicos e sociais, onde homens interrompem ou explicam algo de forma condescendente para mulheres, sem considerar ou dar espaço para a opinião delas.

O MANSPLANNING

OCORRE QUANDO UM HOMEM INTERROMPE UMA MULHER PARA EXPLICAR ALGO QUE ELA JÁ SABE OU ENTENDE, OU PARA FALAR SOBRE UM ASSUNTO QUE ELE ACREDITA QUE ELA NÃO CONHECE BEM, MESMO QUE ELA SEJA UMA ESPECIALISTA NO ASSUNTO. ISSO PODE SER PARTICULARMENTE PREJUDICIAL EM AMBIENTES PROFISSIONAIS, ONDE A MULHER PODE SER SUBESTIMADA E NÃO RECONHECIDA POR SUA EXPERIÊNCIA E CONHECIMENTO, COMO JÁ VIMOS QUE ACONTECE NESTA PESQUISA.

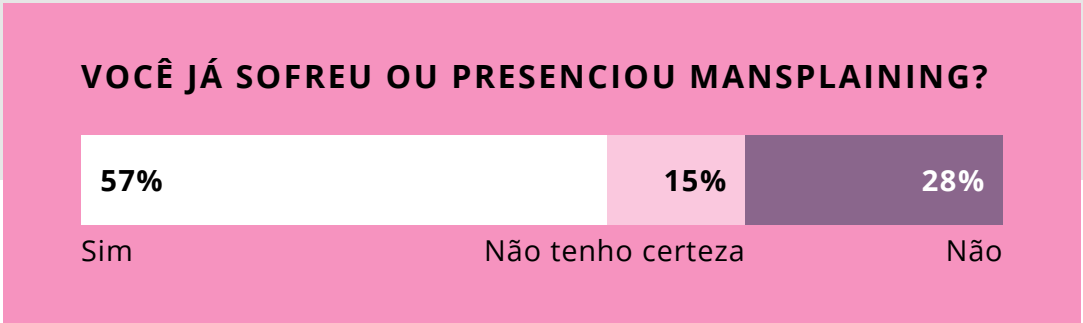
O MAN INTERRUPTING,

POR OUTRO LADO, ACONTECE QUANDO UM HOMEM INTERROMPE UMA MULHER ENQUANTO ELA ESTÁ FALANDO OU APRESENTANDO UMA IDEIA, TIRANDO DELA A OPORTUNIDADE DE CONCLUIR SEU PENSAMENTO OU EXPOR SUA OPINIÃO. ISSO PODE RESULTAR EM UM AMBIENTE DE TRABALHO EM QUE AS MULHERES SÃO IMPEDIDAS DE PARTICIPAR PLENAMENTE DAS DISCUSSÕES E TOMAR DECISÕES, POR EXEMPLO.



O que as mulheres entrevistadas nos contam é que **as duas práticas são bastante comuns, especialmente no local de trabalho**. 57% das mulheres afirmam já ter sofrido mansplaining. Entre elas, 56% afirmaram que o ato aconteceu no trabalho. Além disso, 59% já sofreram manterrupting.

O que esses dados contam é que não apenas o mansplaining e manterrupting são comuns, mas acontecem principalmente em lugares onde as mulheres são historicamente a minoria. Tanto no ambiente de trabalho quanto no meio acadêmico, é urgente que a cultura seja moldada para evitar esse tipo de comportamento, que pode inibir, prejudicar a formação e a performance das mulheres inseridas nesses locais.

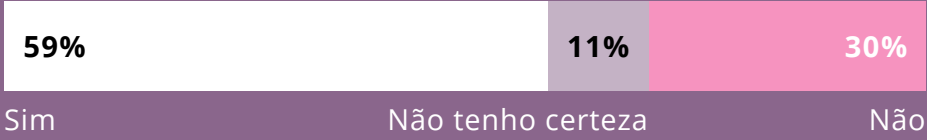


ONDE O MANSPLAINING ACONTECEU?

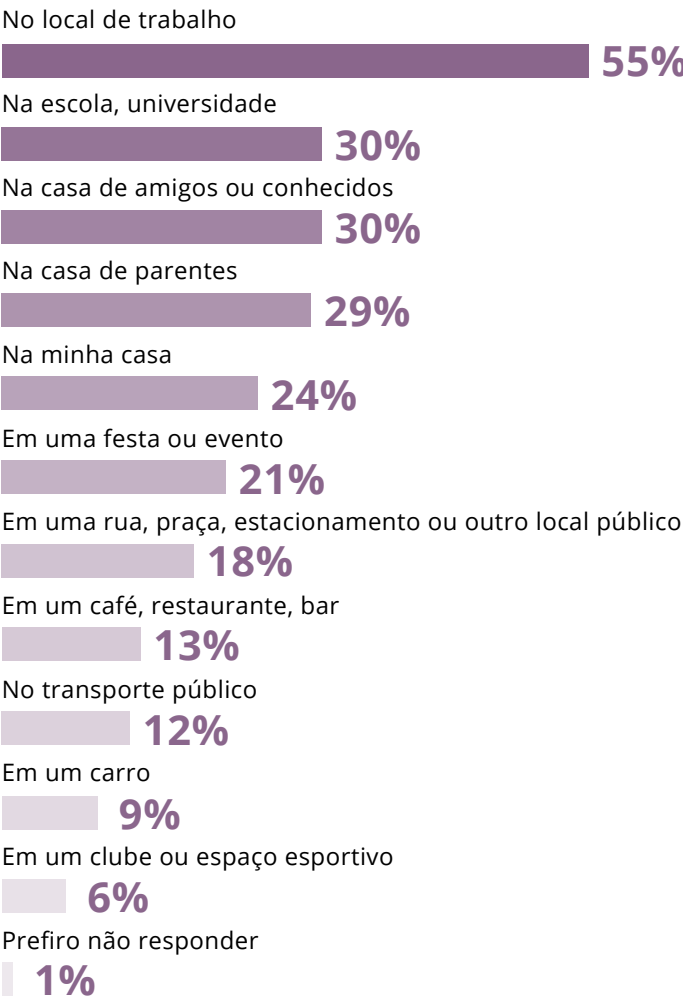




VOCÊ JÁ SOFREU OU PRESENCIOU MANTERRUPTING?



ONDE O MANTERRUPTING ACONTECEU?



■ MULHERES, ■ carreira e o mercado de **TRABALHO**

As mulheres têm sido historicamente excluídas de certos setores e cargos, e muitas vezes enfrentam barreiras como o preconceito de gênero, a falta de flexibilidade no ambiente de trabalho e a falta de suporte na conciliação da vida profissional e pessoal.

Pesquisas mostram, inclusive, que **mulheres costumam ganhar menos do que homens em cargos semelhantes**. Um [estudo](#) da Organização Internacional do Trabalho (OIT) sobre a importância da legislação de transparência salarial apontou que, globalmente, as **mulheres ganham salários, em média, 20% menores** do que os homens.

E as mulheres entrevistadas na pesquisa, como estão em relação à vida profissional na empresa onde trabalham?

Nesta seção, trazemos apenas os dados referentes às mulheres entrevistadas. E ainda que elas nos contem coisas positivas, ainda existe muito a ser feito pela igualdade no mercado de trabalho.



QUAL É A SUA PRINCIPAL ATIVIDADE DURANTE O DIA?

**Apenas mulheres*

Trabalhar fora de casa (para uma empresa, serviço público, etc)



Trabalhar em meu próprio negócio



Cuidar da casa



Sou aposentada



Estou sem trabalho no momento



Estudar



Outra



QUAL É O SEU CARGO ATUAL?

**Apenas mulheres*

Analista



Estagiária(o)/assistente



Coordenador



Gerente



Diretor



Sócio/C-Level



Outro



O dado que chama atenção de cara diz respeito às condições e oportunidades das mulheres no mercado de trabalho. Na opinião delas, suas condições atuais são piores do que as dos homens, de forma geral.

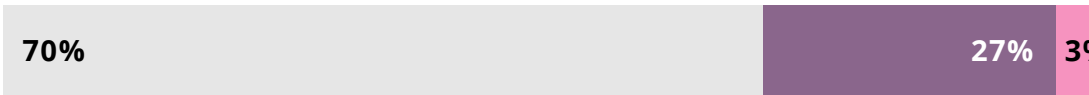
Já quando avaliamos o momento atual das profissionais, a maioria considera que a empresa onde trabalham oferece condições e oportunidades iguais, independentemente do gênero. Ainda assim, chama atenção que, de acordo com os entrevistados que trabalham fora de casa, **54% das empresas têm menos mulheres em cargos de liderança.**

Na hora de receber o pagamento, também existe uma diferença notável. Para 30% das mulheres entrevistadas, o salário delas é menor do que o dos homens em cargos semelhantes na empresa onde trabalham.



EM SUMA, AS MULHERES SÃO UMA PARTE VITAL DO MERCADO DE TRABALHO E TÊM MUITO A OFERECER EM TERMOS DE HABILIDADES E TALENTOS. É FUNDAMENTAL QUE AS EMPRESAS E ORGANIZAÇÕES CRIEM UM AMBIENTE DE TRABALHO JUSTO E INCLUSIVO PARA QUE AS MULHERES POSSAM ALCANÇAR TODO O SEU POTENCIAL E CONTRIBUIR PLENAMENTE PARA A ECONOMIA E A SOCIEDADE EM GERAL.

PENSANDO ESPECIFICAMENTE NO MERCADO DE TRABALHO, VOCÊ ACHA QUE, EM GERAL AS MULHERES TÊM CONDIÇÕES E OPORTUNIDADES:



NA EMPRESA EM QUE VOCÊ TRABALHA AS MULHERES TÊM CONDIÇÕES E OPORTUNIDADES:



Piores que os homens Iguais aos homens Melhores que os homens

30%

DAS PROFISSIONAIS APONTAM QUE AS MULHERES GANHAM MENOS NAS EMPRESAS ONDE TRABALHAM

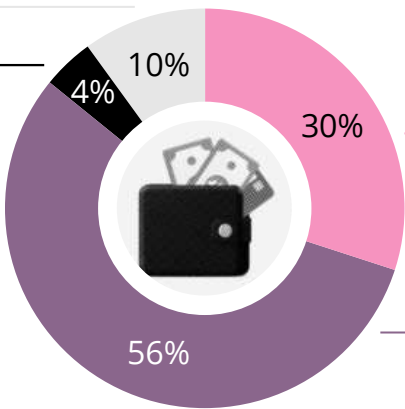




NA EMPRESA EM QUE VOCÊ TRABALHA, PENSANDO EM HOMENS E MULHERES QUE OCUPAM CARGOS SEMELHANTES, VOCÊ DIRIA QUE:

NÃO SEI AVALIAR os salários das pessoas das empresas que eu trabalho

As mulheres ganham **MAIS** do que os homens



As mulheres ganham **MENOS** do que os homens

Mulheres e homens ganham o **MESMO SALÁRIO**

50%

JÁ SE SENTIRAM PREJUDICADAS NA SUA TRAJETÓRIA PROFISSIONAL POR SEREM MULHERES

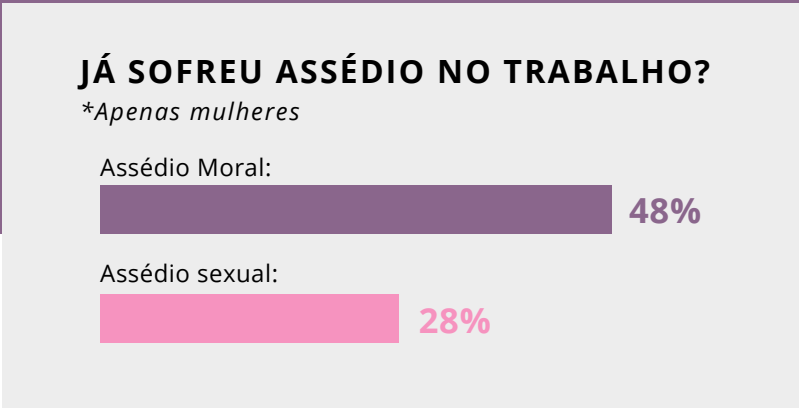
Agora é o momento de tratar de um assunto extremamente delicado: **O ASSÉDIO NO TRABALHO.**

O assédio pode ocorrer de diversas formas e o ambiente de trabalho é um lugar onde ele frequentemente acontece. O assédio no ambiente de trabalho é uma violação dos direitos humanos e trabalhistas e pode ter sérias consequências para a saúde mental e física da vítima, bem como para a produtividade e eficiência no ambiente de trabalho. Além disso, o assédio pode levar a um ambiente de trabalho tóxico, onde a comunicação é prejudicada e a colaboração é prejudicada.

A realidade alarmante que a pesquisa traz é que boa parte das mulheres sofre com o assédio dentro do seu ambiente de trabalho. O assédio moral é mais comum e atinge 4 em cada 10 profissionais, enquanto 28% reportam que já foram vítimas de assédio sexual no trabalho.

Além da gravidade dessas situações, ainda existe bastante estigma e falta de apoio às vítimas. A maior parte relata que não reportou às lideranças da empresa sobre o assédio sofrido no trabalho. Entre as pessoas que alega ter sofrido assédio sexual, **78% não se sentiram apoiadas pela empresa quando o assédio aconteceu.**

Também chama a atenção negativamente que uma parcela significativa diz não ter sido apoiada pela empresa após o relato. É urgente, então, que as empresas não apenas garantam espaços seguros para as mulheres, mas também um ambiente em que elas se sintam seguras para reportar o assédio. Por fim, o mais óbvio: diante de uma situação de assédio, é fundamental reverter os dados que mostram profissionais que não foram apoiadas pelas empresas onde trabalham.



VOCÊ SE SENTIU APOIADA PELA EMPRESA QUANDO O ASSÉDIO ACONTECEU?

**Assédio Moral e Sexual*



■ O CONSUMO E O CONFORTO ■

para a MULHER

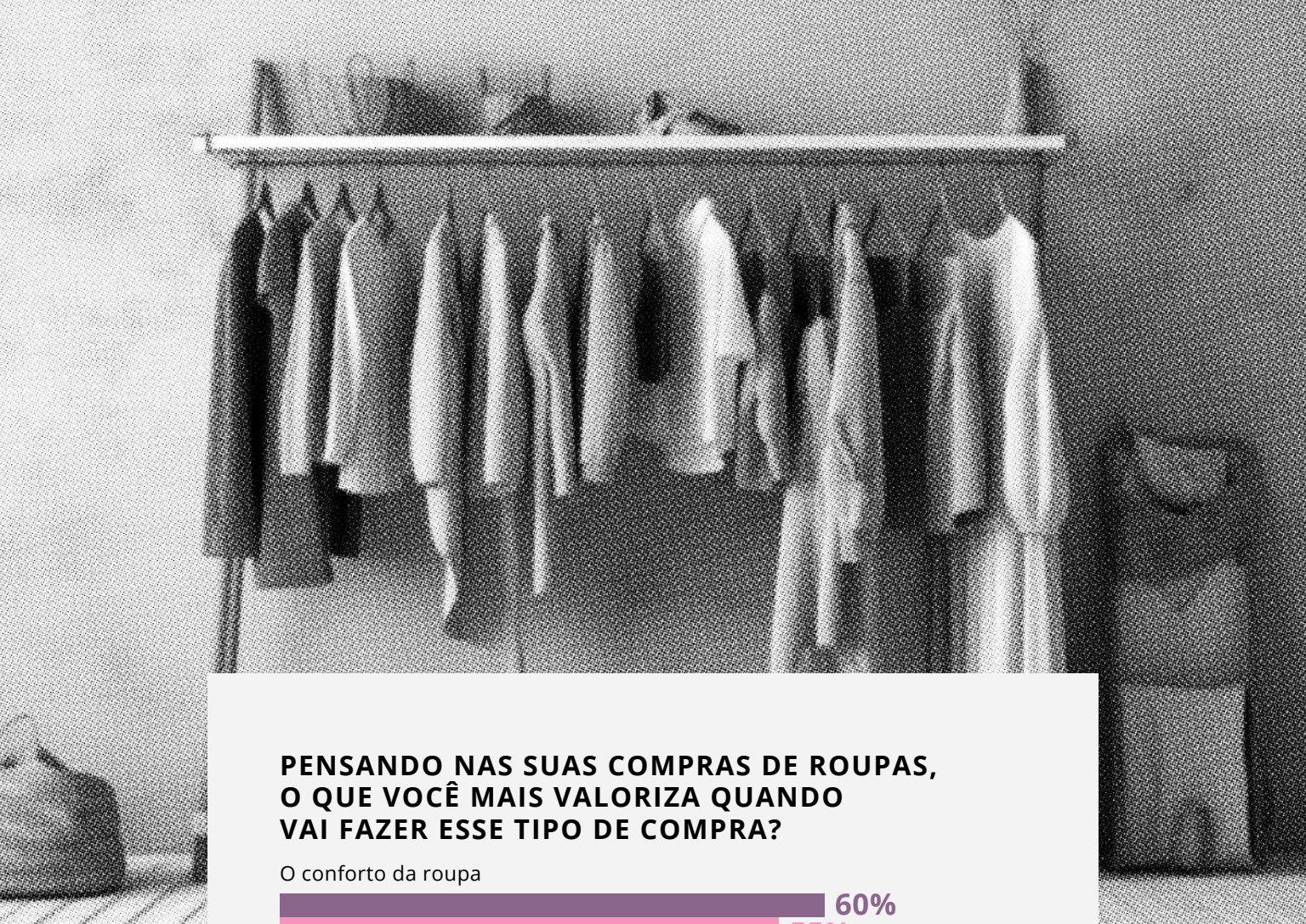
Muitas vezes, a moda feminina coloca o estilo à frente do conforto, resultando em roupas que podem ser notavelmente desconfortáveis de usar. Desde sapatos de salto alto que machucam os pés, até peças de roupas ajustadas que restringem o movimento natural do corpo, as mulheres muitas vezes enfrentam um dilema entre seguir as tendências da moda e manter o conforto.

Enquanto isso, a moda masculina tende a priorizar a funcionalidade e o conforto, oferecendo roupas mais soltas, com mais bolsos e sapatos mais práticos. Isso mostra que, muitas vezes, a imagem feminina é idealizada em detrimento do bem-estar físico.

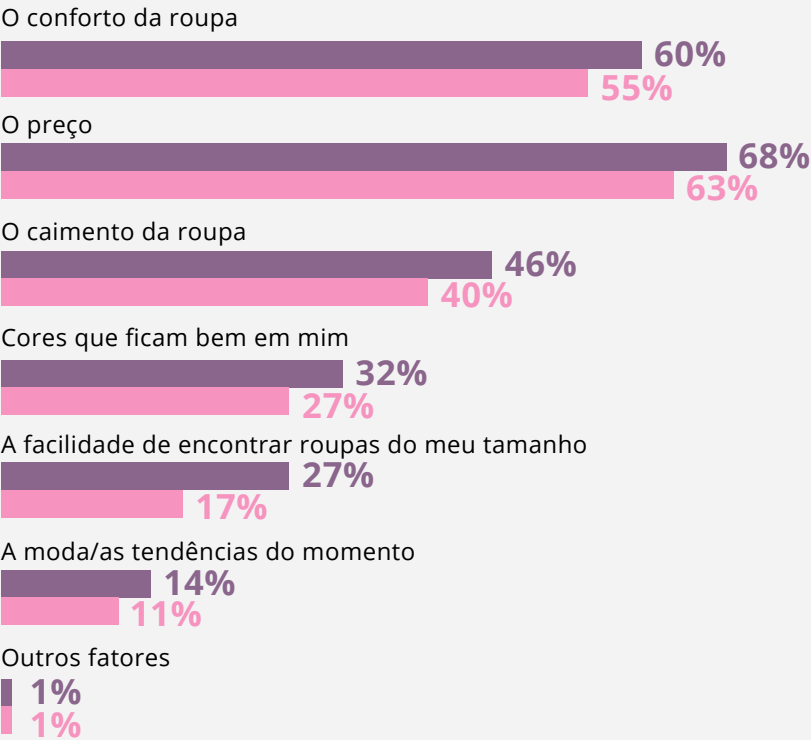
Para entender melhor as diferentes percepções de homens e mulheres sobre o conforto na hora de se vestir e a dificuldade de encontrar roupas do tamanho ideal, elaboramos uma série de perguntas voltadas para este tema.

Chama a atenção que, **enquanto 27% das mulheres priorizam a facilidade de encontrar roupas do tamanho delas na hora de ir às compras, essa proporção cai para 17% entre os homens.**

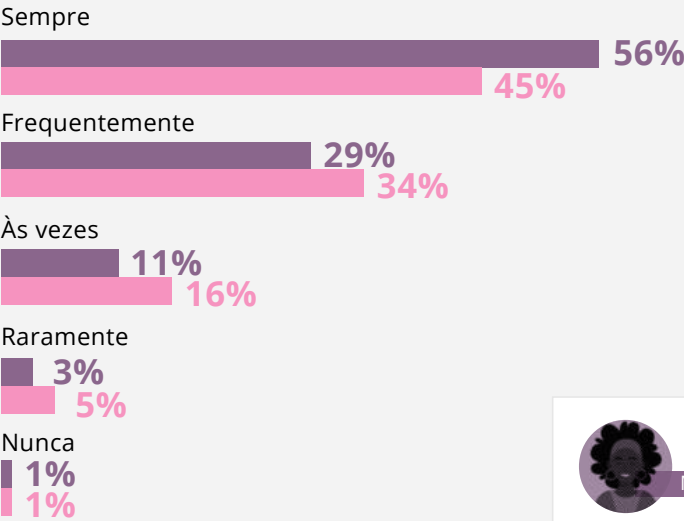




PENSANDO NAS SUAS COMPRAS DE ROUPAS,
O QUE VOCÊ MAIS VALORIZA QUANDO
VAI FAZER ESSE TIPO DE COMPRA?



QUAL A FREQUÊNCIA QUE VOCÊ LEVA
CONFORTO EM CONSIDERAÇÃO AO SE VESTIR?



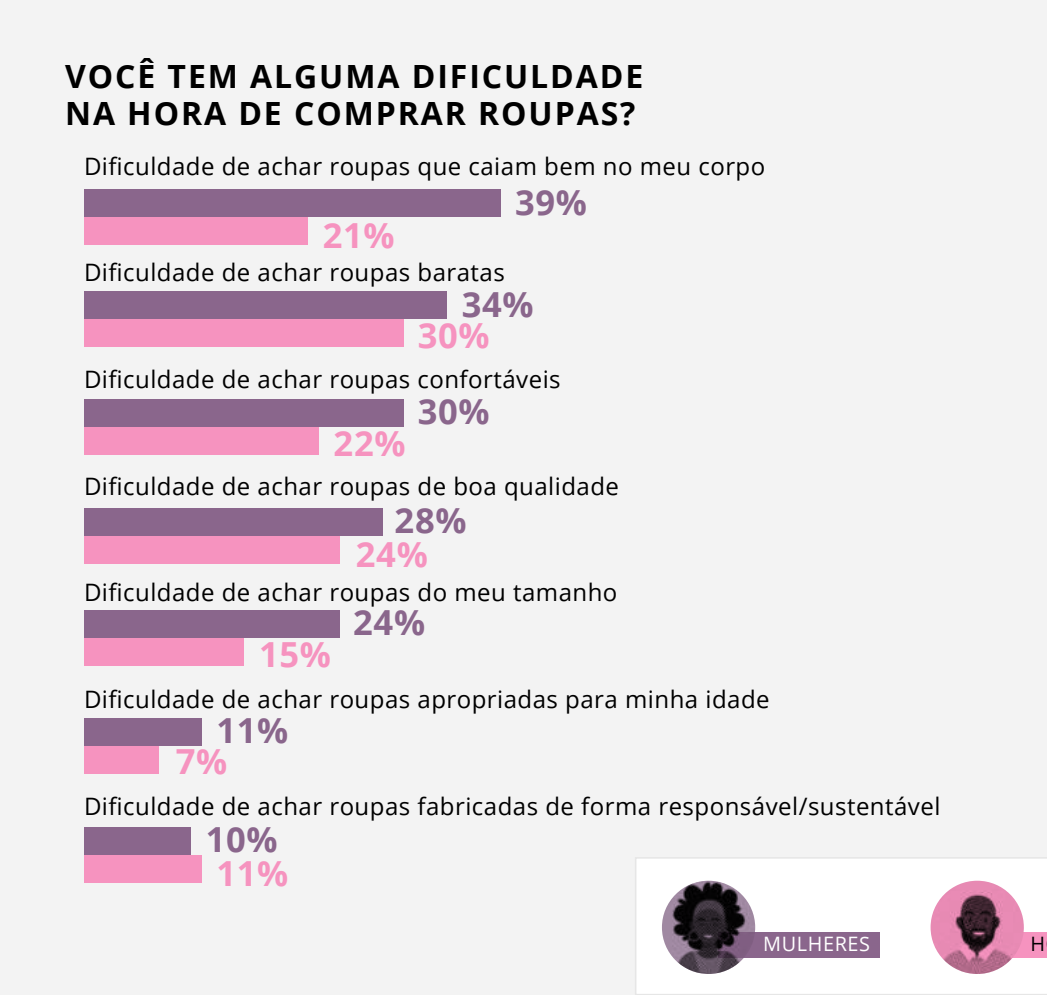
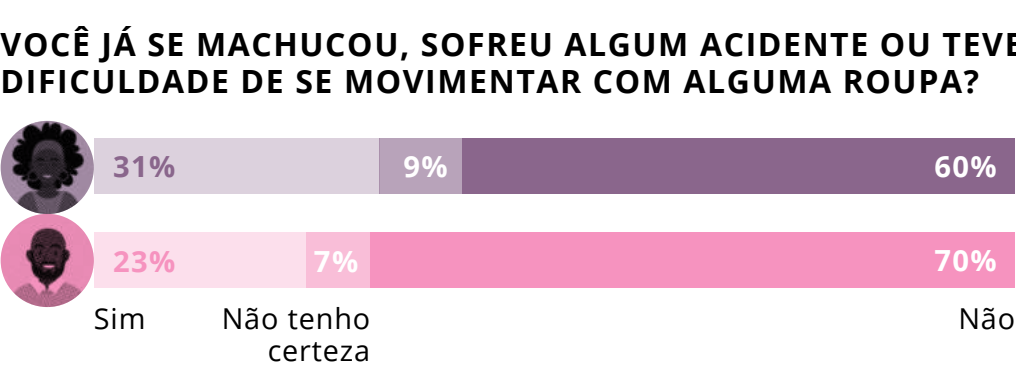
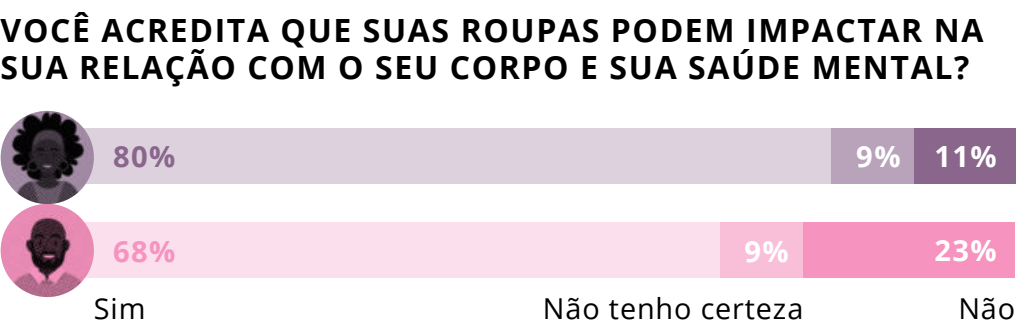
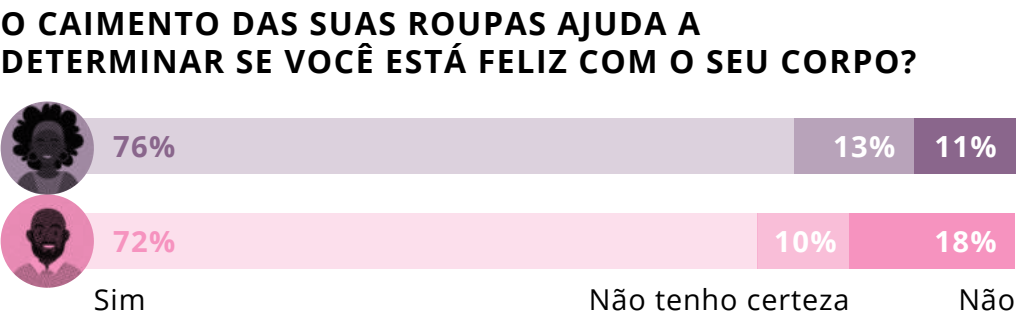
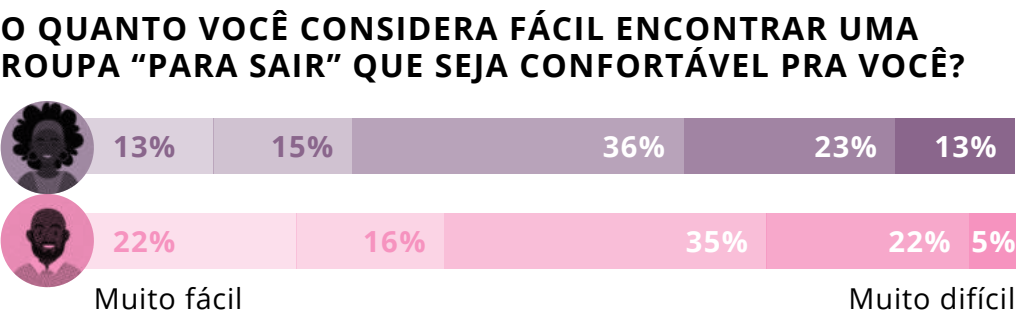


MULHERES

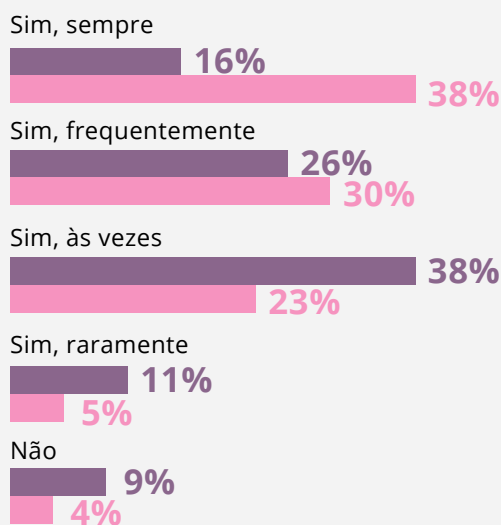


HOMENS

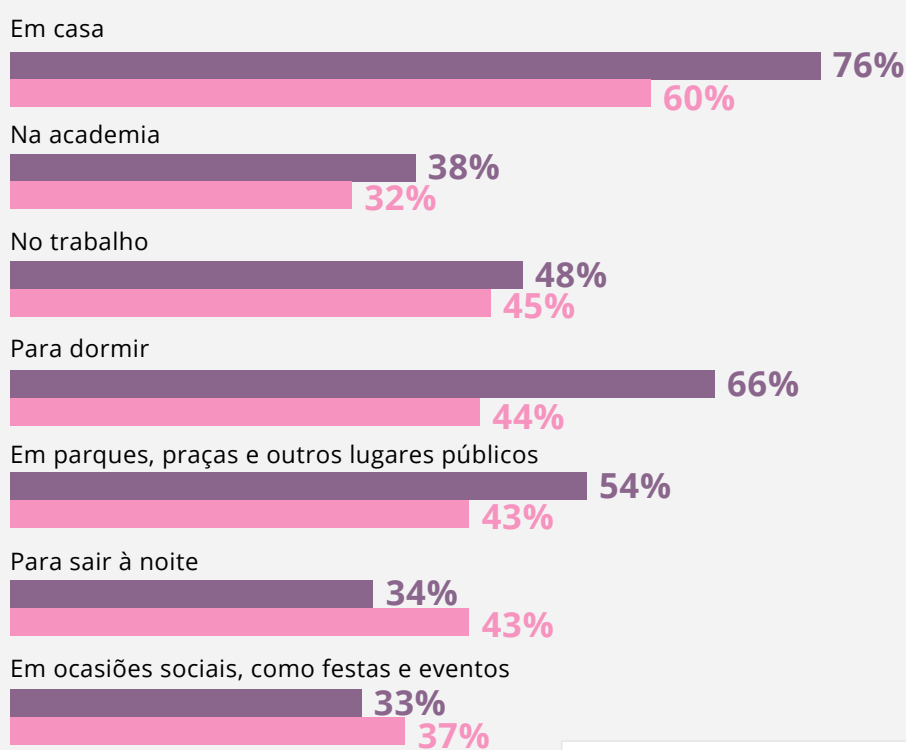




AS SUAS ROUPAS COSTUMAM TER BOLSOS FUNCIONAIS, OU SEJA, BOLSOS QUE SERVEM DE FATO PARA GUARDAR OBJETOS, E NÃO APENAS PARA “DECORAÇÃO”?



ONDE VOCÊ COSTUMA USAR ROUPAS CONFORTÁVEIS?

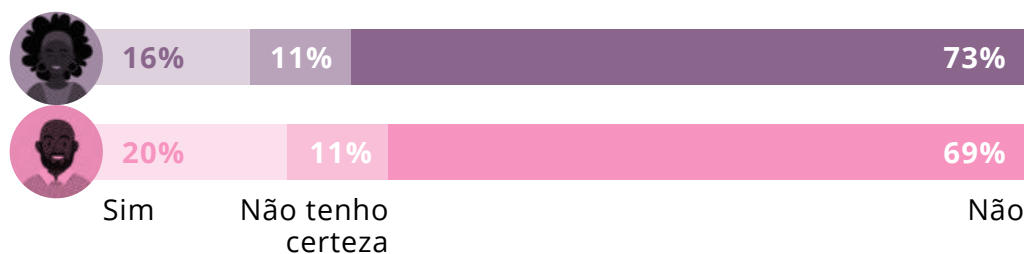


MULHERES



HOMENS

VOCÊ ACREDITA QUE NÃO É ADEQUADO USAR ROUPAS CONFORTÁVEIS FORA DE CASA?



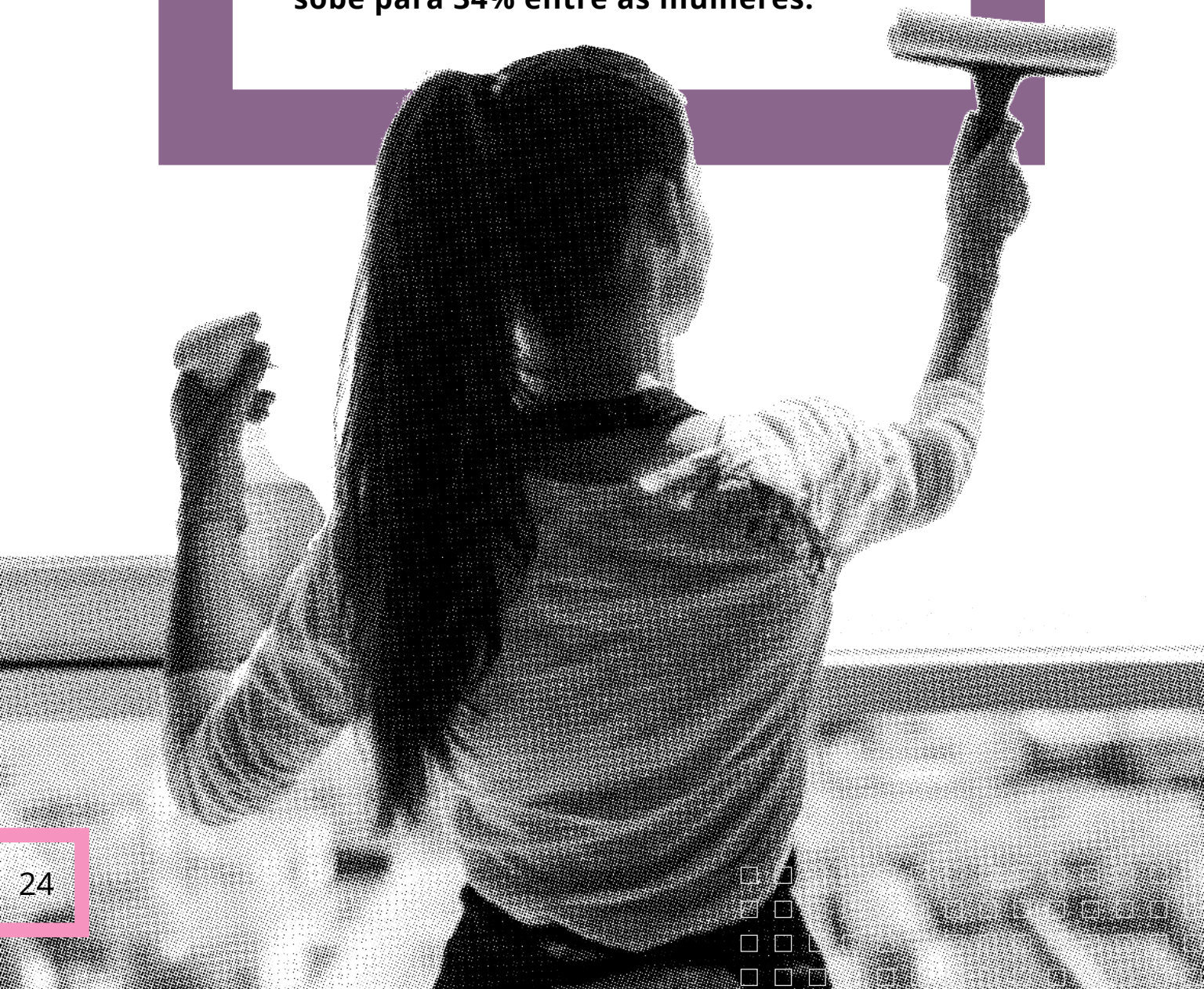
A seção “O consumo e o conforto da mulher” contou com o apoio e a expertise de [Lela Brandão](#). Como comunicadora, empresária e criadora de conteúdo, Lela possui um olhar dedicado para o conforto feminino, pois há 10 anos provoca conversas relevantes sobre regras impostas pela sociedade às mulheres através de seus conteúdos, sendo uma porta-voz de sua comunidade.



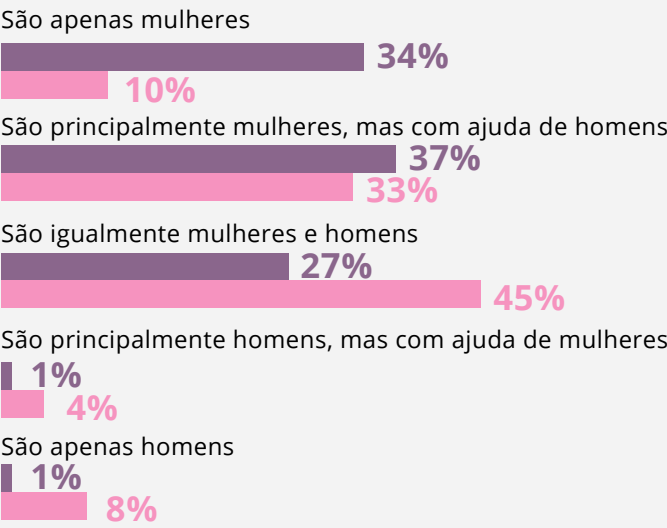
■ A MULHER ■ e as tarefas **DOMÉSTICAS**

A divisão das tarefas em casa geralmente coloca mais responsabilidades sobre as mulheres do que nos homens. Frequentemente, as mulheres carregam mais responsabilidades sobre ações como limpar a casa, cozinhar e cuidar das crianças, enquanto os homens fazem menos.

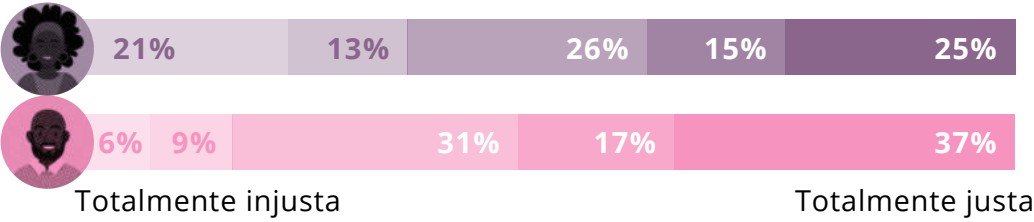
Dessa forma, muitas mulheres acabam ficando sobrecarregadas devido ao acúmulo de funções do lar. **Enquanto apenas 15% dos homens consideram a divisão de tarefas domésticas injusta, a proporção sobe para 34% entre as mulheres.**



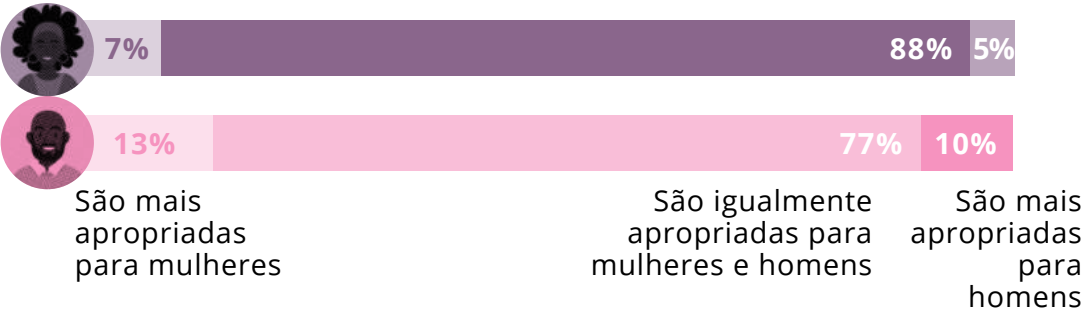
NA SUA CASA, QUEM FICA RESPONSÁVEL POR CUIDAR DA LIMPEZA E DAS TAREFAS DOMÉSTICAS...



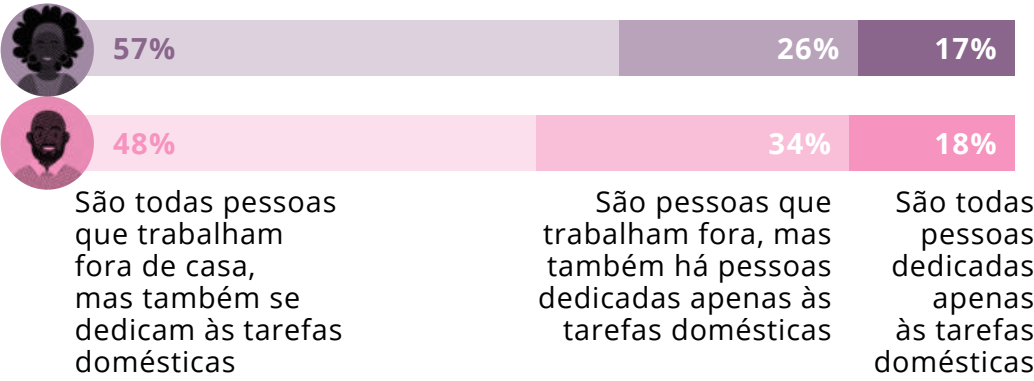
PENSANDO NA DIVISÃO DAS TAREFAS DOMÉSTICAS NA SUA CASA, VOCÊ ACREDITA QUE ELA É...



DE FORMA GERAL, VOCÊ ACREDITA QUE TAREFAS DOMÉSTICAS...



AINDA PENSANDO NAS TAREFAS DOMÉSTICAS NA SUA CASA, AS PESSOAS RESPONSÁVEIS POR ELAS...



■ O QUE ■

as mulheres esperam das **MARCAS**

Nesta seção da pesquisa, especificamente, fizemos algumas perguntas às mulheres enquanto consumidoras.

No fim das contas, as marcas precisam se lembrar que as mulheres, enquanto público, têm suas próprias necessidades e desejos. Sem se aproveitar das pautas de luta das mulheres, ainda existe espaço para marcas que vão tratá-las da forma que elas esperam como clientes.

Mas como fazer isso na prática?

Antes de mais nada, é fundamental entender que **as mulheres estão cansadas dos estereótipos**. Para as marcas, a dica mais valiosa é deixar de associar a mulher - e o Dia Internacional da Mulher, também - apenas a produtos de beleza, roupas e cuidados com a casa. A imagem de feminilidade, nas quais as marcas costumam se apoiar, ficou ultrapassada.

Também é fundamental, especialmente quando falamos sobre o Dia da Mulher, que as marcas se posicionem em relação ao significado da data. Não vale apenas dar os parabéns e ignorar o dado que você já conferiu aqui, de que a data diz muito mais sobre luta por igualdade de gênero.



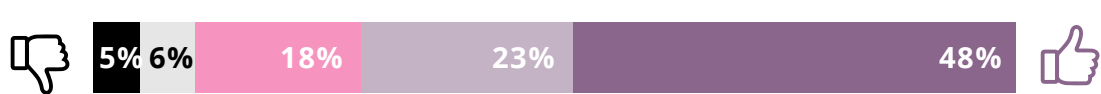


POR FIM, TANTO AS EMPRESAS QUANTO AS MARCAS DEVEM PARAR DE OBJETIFICAR AS MULHERES EM QUALQUER ESFERA. TANTO NA PUBLICIDADE QUANTO EM CADA AÇÃO DO DIA A DIA, ESSE COMPORTAMENTO REFORÇA O PIOR DO MACHISMO E AJUDA A PERPETUAR AS BARREIRAS E OBSTÁCULOS QUE AS MULHERES ENFRENTAM NA SOCIEDADE.

NÃO BASTA FALAR SOBRE O DIA DA MULHER, É PRECISO VALORIZAR A MULHER O ANO INTEIRO



AS MULHERES NEGRAS ENFRENTAM MAIS DIFICULDADES DO QUE AS MULHERES BRANCAS



GOSTO QUANDO AS MARCAS SE POSICIONAM EM RELAÇÃO AO DIA DA MULHER



AS MARCAS PRECISAM PARAR DE OBJETIFICAR AS MULHERES NAS CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS



Discordo totalmente

Concordo totalmente

AS MARCAS PRECISAM PARAR DE REPRODUZIR ESTEREÓTIPOS SOBRE A IMAGEM FEMININA QUE ESTÁ SEMPRE ASSOCIADA À BELEZA, CONSUMO E FEMINILIDADE



AS MARCAS PRECISAM PARAR COM ESTEREÓTIPOS NA HORA DE FALAR SOBRE O DIA DA MULHER



ACHO IMPORTANTE AS MANIFESTAÇÕES QUE ACONTECEM NAS RUAS NO DIA 8 DE MARÇO



AS MARCAS PRECISAM PARAR DE ASSOCIAR CAMPANHAS DE DIA DA MULHER APENAS A PRODUTOS DE BELEZA, ROUPAS E CUIDADOS COM A CASA



AS MULHERES TRANS E TRAVESTIS DEVEM SER INCLUÍDAS E CELEBRADAS NO DIA DA MULHER



Discordo totalmente

Concordo totalmente



■ CONFIRA ■

também



■ RELATÓRIO ■

CANAIS DE MÍDIA

**INVESTIGANDO A
RELAÇÃO DAS PESSOAS**
com as diferentes mídias e canais
de comunicação no Brasil

opinion  box



■ RELATÓRIO ■

PESSOAS NEGRAS NO BRASIL

Dados, análises e perspectivas sobre a
POPULAÇÃO NEGRA BRASILEIRA
e questões relacionadas à
raça no Brasil

opinion  box

 **MOVIMENTO
BLACK MONEY**



■ RELATÓRIO ■

GAMES NO BRASIL

Pesquisa exclusiva sobre o
CONSUMO DE JOGOS ELETRÔNICOS
no Brasil

opinion  box



■ SOBRE ■

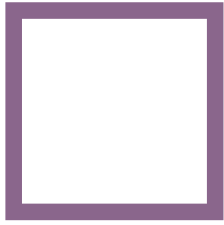
o OPINION BOX

O Opinion Box desenvolve a tecnologia que você precisa para desvendar os desejos do consumidor e as tendências do seu mercado.

Com as nossas **soluções de pesquisa de mercado e customer experience**, ajudamos empresas de todos os portes e segmentos a levantar as informações que embasam decisões de negócio mais **inteligentes, ágeis e confiáveis**.

Desde 2013, combinamos tecnologias inovadoras e conhecimento técnico para criar **ferramentas poderosas de coleta e análise de dados**. Mais do que isso, criamos soluções de consumer insights que conectam pessoas e já trouxeram as respostas certas para as perguntas de mais de 1.000 empresas no Brasil e no mundo.

Fazemos tudo isso para que você resolva as dores do seu negócio sempre **com base em dados e sem achismos**.

opinion  box

#Sem Achismo



opinionbox.com



blog.opinionbox.com



Belo Horizonte | São Paulo



opinion  box

