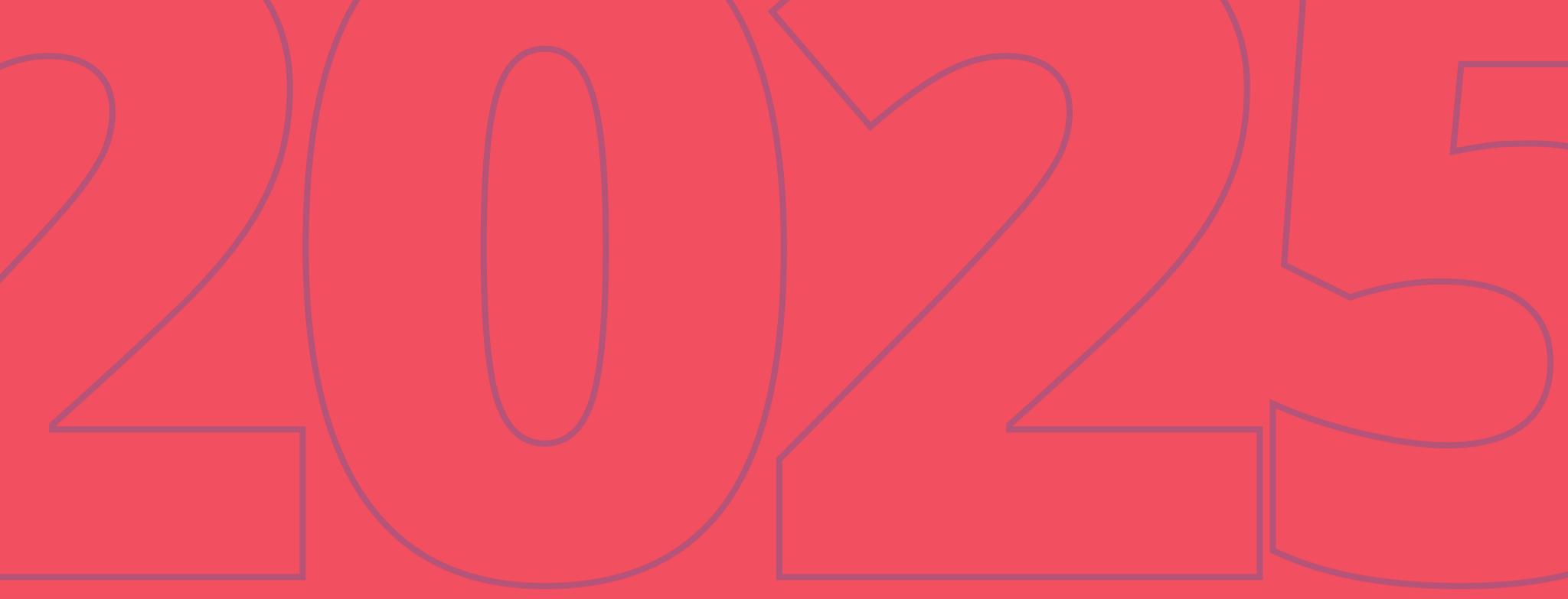


Consumer Trends



Se você já acompanha o Opinion Box, deve saber que somos apaixonados por dados. Mais do que isso, achamos muito importante traduzir esses dados em insights valiosos e compartilhá-los com você.

Além de oferecer nossas soluções de pesquisa de mercado e customer experience, também disponibilizamos, gratuita e exclusivamente, informações que coletamos e que traduzem o comportamento das pessoas no Brasil.

Durante o ano de 2024, tivemos o privilégio de realizar mais de 50 pesquisas, explorando os mais variados setores e aspectos do comportamento do consumidor brasileiro. Agora, reunimos esses dados em um único material, com o objetivo de proporcionar informações para que você possa se antecipar às mudanças e tomar decisões mais assertivas.

Nas próximas páginas, você encontrará uma análise detalhada das preferências e hábitos dos brasileiros que estão se destacando. Cada tendência foi cuidadosamente selecionada e fundamentada com dados robustos, refletindo a diversidade e a complexidade do mercado brasileiro.

Com isso, esperamos que você consiga entender a fundo as pessoas, o que elas pensam e como elas agem. A partir daí, você poderá navegar mais tranquilamente pelas incertezas naturais do mercado e elaborar estratégias mais certeiras para desvendar o que há na mente de quem mais importa para cada negócio: seu consumidor.



**Dani
Schermann**

CMO do Opinion Box

Inteligência Artificial ao alcance de todos

A Inteligência Artificial tem se consolidado como uma tecnologia cada vez mais presente na vida dos brasileiros. Embora, por muitos anos, tenha sido vista como algo distante e futurista, ela já faz parte do cotidiano de uma grande parte da população.

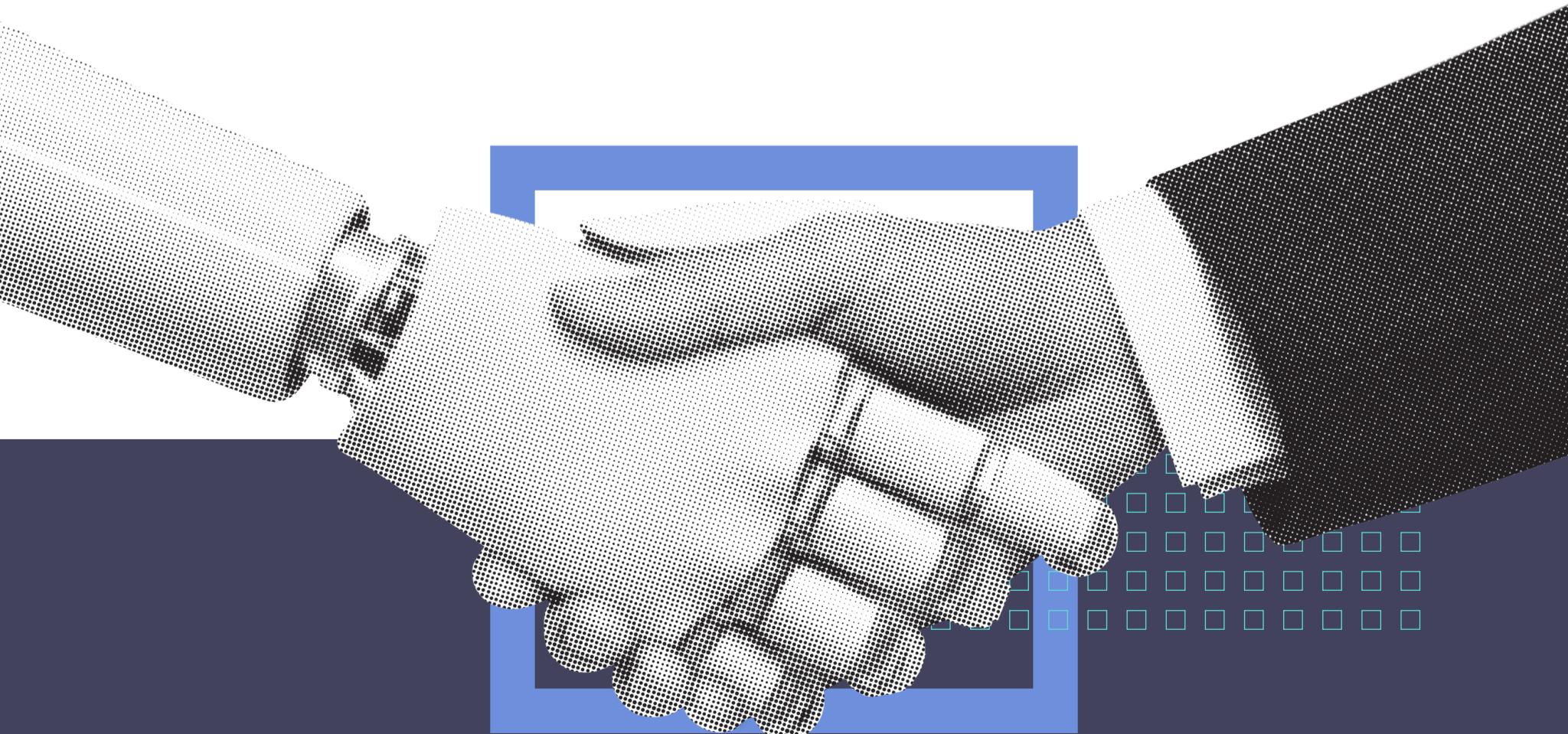
Cada vez mais, essa tecnologia está presente de maneira simples e acessível, impactando as atividades diárias e até mesmo impulsionando novas formas de aprender, trabalhar e se organizar.

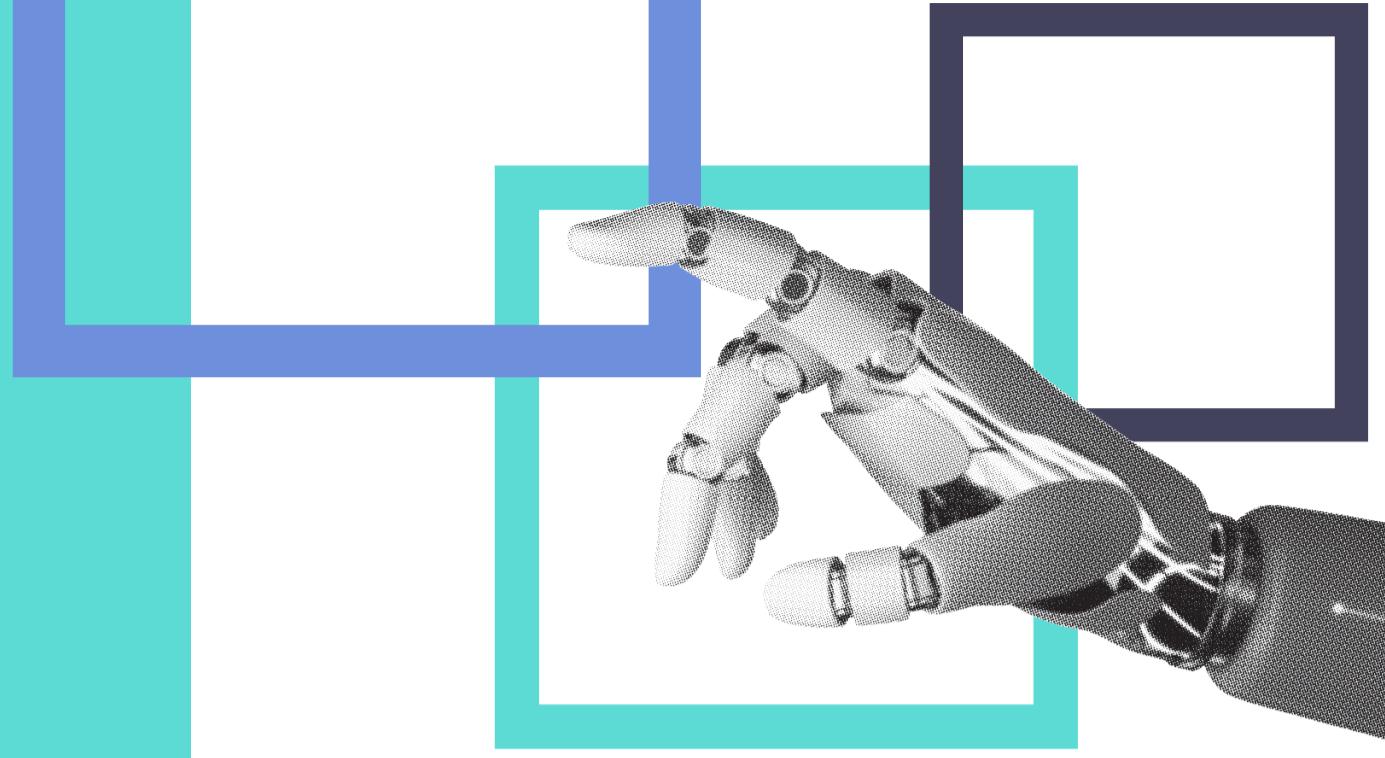
Um exemplo claro dessa transformação tecnológica é o Chat GPT, uma ferramenta que foi lançada há pouco mais de dois anos e que já é difundida no Brasil e no mundo. Para os brasileiros, essa e outras ferramentas de IA oferecem soluções práticas no dia a dia.

Em uma pesquisa realizada pelo Opinion Box, constatamos que sim, a IA já está nas casas e nas vidas das pessoas.

Com tantas aplicações práticas e um potencial de transformação imenso, a IA continua a ser uma das maiores inovações da atualidade, impactando o dia a dia das pessoas de formas cada vez mais profundas.

Agora, a pergunta é: Que tipo de impacto a sua marca pode causar na vida do consumidor com a ajuda da IA?





89%

das pessoas utilizam ou já utilizaram algum tipo de IA, sendo que 37% dizem fazê-lo diariamente.

56%

acreditam no impacto positivo da IA na sociedade como um todo.

79%

conhecem o Chat GPT, sendo que destes, 53% já utilizaram a ferramenta.

Os usos mais comuns da IA incluem

organização pessoal (48%), aprender sobre temas de interesse (47%), ajuda no trabalho (37%), nos estudos (37%) e na criação de conteúdo (35%).

DADOS:

[Relatório Inteligência Artificial](#)

[Baixe a pesquisa completa aqui](#)

A nova era da experiência do consumidor

Pensar no seu cliente e colocar ele no centro das ações do seu negócio sempre será primordial para o sucesso da sua organização.

O avanço das soluções digitais, especialmente com o uso de Inteligência Artificial, automação e outras inovações tecnológicas, têm permitido um atendimento mais eficiente, personalizado e acessível. As empresas agora podem se conectar com os consumidores de maneira mais rápida, relevante e dinâmica, proporcionando uma experiência que vai muito além do tradicional.

Hoje, as interações são mais proativas, com chatbots e assistentes virtuais oferecendo suporte em tempo real, 24 horas por dia. Essas tecnologias não apenas agilizam o processo de resolução de problemas, mas também ajudam as empresas a antecipar as necessidades dos consumidores.

Mas a tecnologia não se limita apenas ao atendimento. Ela está remodelando a jornada do consumidor como um todo, desde a descoberta de um produto ou serviço até a pós-venda.

A nova era da experiência do consumidor, marcada pela integração de tecnologias inovadoras, coloca o cliente no centro de todas as ações, criando um ciclo contínuo de interações mais ágeis, relevantes e satisfatórias. Ao adotar essas tecnologias, as empresas não apenas atendem melhor seus clientes, mas também constroem relacionamentos mais duradouros e de confiança, fundamentais para o sucesso no mercado atual.





42%

dos consumidores já tiveram alguma experiência com inteligência artificial.

59%

acreditam que a tecnologia, como chatbots e sistemas de autoatendimento online, podem melhorar a eficiência do atendimento ao cliente.

Os consumidores afirmam que as maiores vantagens da inteligência artificial na experiência de compra estão na **redução de tempo gastos em filas de caixa (26%), atendimento ao cliente mais eficiente (22%) e personalização de ofertas e descontos (18%).**

DADOS:
CX Trends 2024

Baixe a pesquisa completa aqui

5 Mais do que nunca, Omnichannel

O omnichannel se consolidou como uma das maiores tendências no comportamento do consumidor, revolucionando a forma como as marcas se conectam com seu público.

Mais do que uma estratégia de múltiplos canais, o omnichannel representa uma experiência integrada e contínua, onde o cliente pode interagir com a marca de maneira fluida, em qualquer ponto de contato.

Ao adotar essa abordagem, as empresas são capazes de oferecer uma jornada de compra mais coesa e personalizada, criando uma experiência mais rica para o consumidor.

Com os consumidores cada vez mais exigentes, esperar que eles façam escolhas entre um canal digital ou físico já não é mais uma realidade. Por isso, essa estratégia permite que eles escolham o melhor caminho para suas necessidades, seja pesquisando online e comprando na loja, ou realizando compras no site e retirando na loja física. Essa flexibilidade cria uma experiência mais satisfatória e sem fricções, essencial para engajamento e fidelização.

O futuro do consumo será cada vez mais centrado em uma experiência sem barreiras, em que a marca se adapta de forma inteligente ao comportamento de seus clientes, oferecendo o que eles querem, onde e quando desejam.

Ao abraçar o omnichannel, as marcas não só atendem melhor seus consumidores, mas também ganham em eficiência e inovação, posicionando-se como líderes no novo cenário do varejo.





79%

dos consumidores estão transitando entre compras online e físicas.

43%

das pessoas consideram integração como o atendimento ocorrendo bem em todos os canais, já 34% acreditam que a integração ocorre quando começam a comprar online e finalizam nas lojas físicas.

80%

consideram importante comparar os preços da loja online e da loja física.

DADOS:

A evolução da jornada do consumidor: omnicanalidade e unified commerce

Baixe a pesquisa completa aqui

A influência do preço no carrinho de compras

No universo do varejo alimentar, o preço tem um papel central nas decisões de compra dos consumidores. Na busca por economia, o valor pago por cada item no carrinho de compras pode ser o principal fator que determina o que vai para a mesa dos brasileiros.

Embora a qualidade, a marca e a conveniência também desempenhem papéis importantes, o preço se destaca como o principal motivador em um mercado onde os consumidores estão cada vez mais atentos ao custo-benefício.

Nos últimos anos, especialmente em tempos de instabilidade econômica, a atenção ao preço tem se intensificado. A comparação entre preços de produtos similares ou entre diferentes estabelecimentos virou prática comum.

Com a internet facilitando o acesso a diferentes ofertas e preços, muitos consumidores optam por pesquisar antes de tomar decisões de compra, levando-os a escolher opções mais econômicas.

E cabe ao varejo alimentar se adaptar a esse comportamento, oferecendo diferentes opções de preços e estratégias de fidelização para atrair consumidores que buscam não só qualidade, mas também conveniência e economia.





85%

**levam mais itens
quando veem que o
preço está baixo.**

78%

**sempre procuram
mercados que estão
em promoção.**

**Mais de 80% dos consumidores
reduziram o consumo de algum
item nos últimos 6 meses por
causa do preço.**

DADOS:
Relatório Hábitos de compra no varejo alimentar
[Baixe a pesquisa completa aqui](#)

5 Dominando o jogo das redes sociais

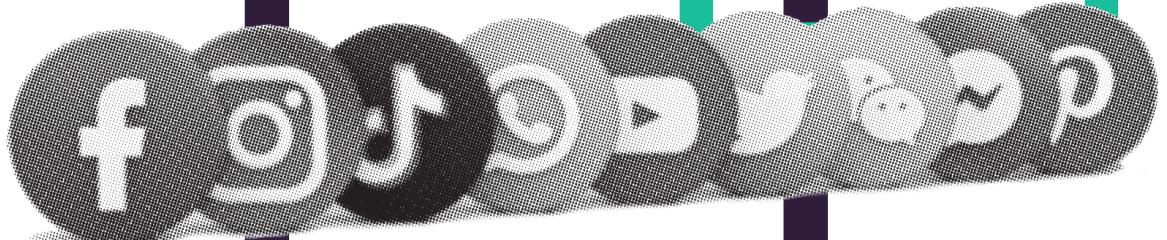
As redes sociais se tornaram um campo de possibilidades infinitas para as marcas, por isso, dominá-las é uma necessidade estratégica.

As marcas que conseguem se destacar nesse ambiente, oferecendo conteúdo relevante, engajador e autêntico, são aquelas que conquistam a atenção e, mais importante, a lealdade do consumidor.

A chave para se destacar nesse espaço é entender a linguagem e os comportamentos de cada plataforma – seja no Instagram, TikTok ou YouTube –, e criar experiências personalizadas para o público. Cada rede tem seu próprio ritmo, seu próprio tipo de interação e seu próprio público-alvo, e as marcas que dominam esse conhecimento sabem como tirar o máximo proveito de cada uma delas.

Além disso, as redes sociais oferecem oportunidades de parceria e co-criação com influenciadores, marcas e consumidores. As campanhas colaborativas e o marketing de influenciadores têm se mostrado uma maneira poderosa de amplificar o alcance e engajamento das marcas, criando uma rede de interações que vai muito além do marketing tradicional.





53%

concordam que os anúncios exibidos no Instagram têm a ver com eles, sendo que 51% já compraram algo a partir de um anúncio que clicaram na rede.

45%

gostariam que as marcas das quais consomem utilizassem mais o TikTok.

87%

dos usuários do YouTube acreditam que os vídeos de empresas os ajudam ou são ricos em informações úteis.

66%

dos usuários já contrataram um serviço e 62% já compraram um produto pelo WhatsApp.

DADOS:

Relatórios de redes sociais

Baixe as pesquisas completas [aqui](#)

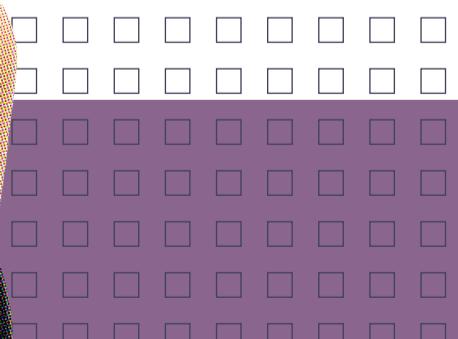
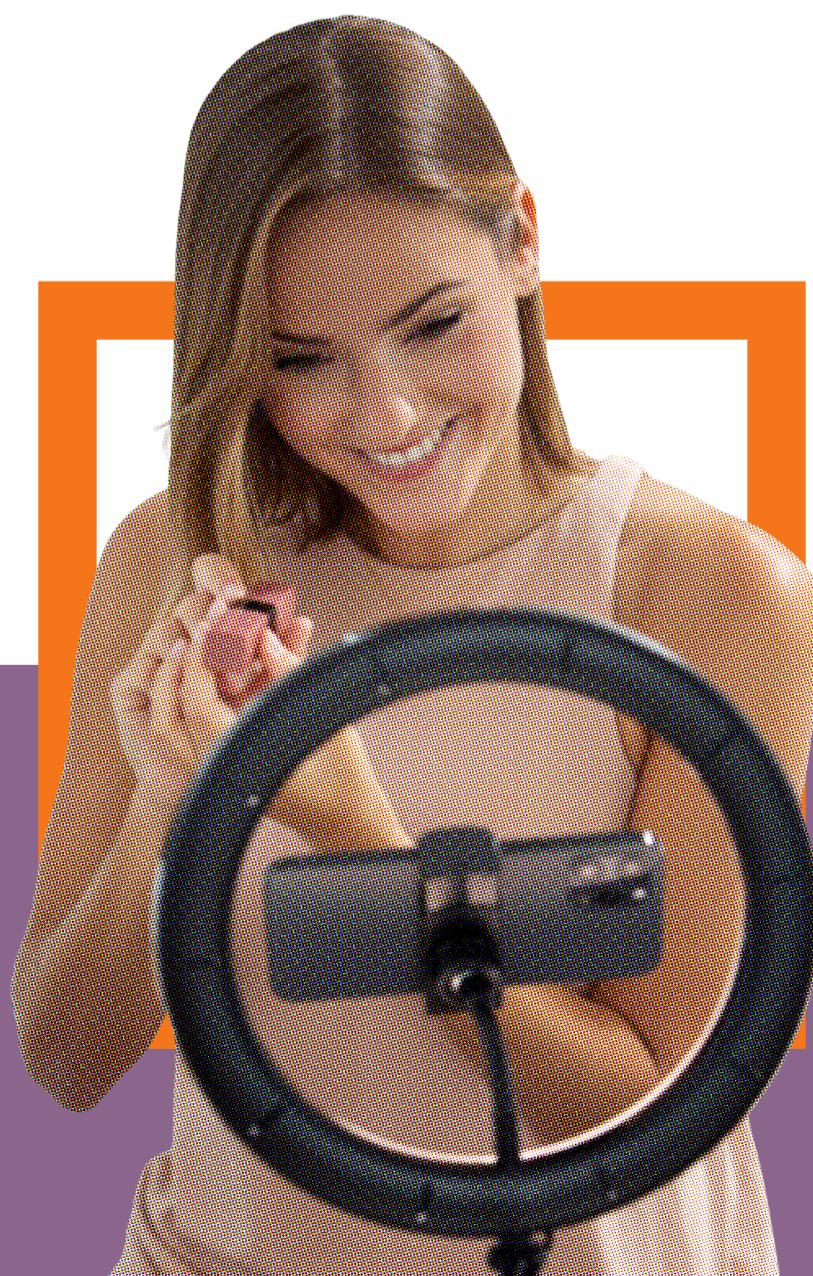
O impacto dos influenciadores nas decisões de compra

Os influenciadores se tornaram peças chave no marketing, transformando a forma como as marcas se conectam com seu público.

À medida que a confiança nas recomendações de pessoas comuns cresce, os influenciadores se tornaram fontes confiáveis de informações sobre produtos e serviços, oferecendo uma forma mais autêntica e personalizada de comunicação com o público.

Os influenciadores têm a capacidade de gerar desejo e engajamento, criando uma conexão emocional com seus seguidores. Quando um influenciador recomenda um produto ou serviço, muitos consumidores não veem isso apenas como uma promoção, mas como uma sugestão genuína de alguém em quem confiam. Essa relação de proximidade cria um espaço onde a marca se torna mais acessível e relevante.

Em um mercado saturado de opções, a recomendação de um influenciador pode ser o fator decisivo para muitos consumidores. A sua voz tem o poder de moldar percepções, impulsionar vendas e fidelizar públicos.





8 em cada 10

**internautas seguem
influenciadores nas redes
sociais.**

69%

**já realizaram algum tipo de
compra após a recomendação
de um influenciador e 75%
consideram provável que
voltem a comprar por essas
indicações.**

45%

**gostam de seguir
influenciadores que se
parecem com eles.**

DADOS:

Relatório Influenciadores Digitais

Baixe a pesquisa completa aqui

Cultura e arte nunca saem de moda

Em um mundo onde as tendências vêm e vão com rapidez, a cultura e a arte continuam a desempenhar um papel fundamental na vida das pessoas.

A arte tem o poder de tocar as emoções, despertar novas perspectivas e promover a compreensão de diferentes realidades, tornando-se não apenas uma forma de lazer, mas uma parte vital da experiência humana.

Nos dias de hoje, com o acesso à informação e à tecnologia mais amplo do que nunca, a arte se reinventa e se expande, alcançando novos públicos e rompendo barreiras físicas. Museus e galerias ganham novas plataformas digitais, filmes e exposições estão ao alcance de todos, e as redes sociais se tornam um lugar propício para o compartilhamento e a democratização cultural.

Além disso, o mercado cultural oferece inúmeras oportunidades em diferentes frentes, desde o digital até o tradicional. Com o crescimento contínuo do consumo cultural e o interesse por novas formas de interação e vivência artística, o potencial de inovação e negócios nesse setor é imenso, basta saber aproveitar.





68%

concordam que os streamings e a televisão nunca vão substituir a experiência do cinema.

78%

dos consumidores de teatro afirmam que toda vez que vão ao teatro, saem pensando que deveriam fazer isso mais vezes.

51%

afirmam ter dificuldade de acompanhar a programação dos museus cidade em que mora.

DADOS:

Relatório Cultura e Arte no Brasil

Baixe a pesquisa completa [aqui](#)

A preocupação com a proteção de dados

A crescente digitalização de processos, serviços e interações exigiu uma adaptação constante às novas formas de segurança, com os brasileiros buscando maneiras mais práticas e seguras de gerenciar suas informações.

O uso de assinaturas eletrônicas, por exemplo, já é uma prática comum, substituindo documentos em papel e agilizando processos que antes eram burocráticos e demorados. Essa transformação não apenas facilitou o dia a dia de muitas pessoas, mas também trouxe um novo nível de conveniência e eficiência para transações comerciais, contratos e acordos diversos.

Com a ascensão digital, o fator segurança também foi posto em evidência, pois os brasileiros passaram a se preocupar mais com a proteção de dados pessoais e financeiros em um ambiente cada vez mais vulnerável a fraudes e ataques cibernéticos.

A consciência sobre os riscos de vazamento de informações e a necessidade de proteger a privacidade se intensificaram, fazendo com que as pessoas adotassem medidas mais pensadas para resguardar suas informações.

Fato é: é necessário que as empresas e os consumidores estejam cada vez mais atentos às novas tecnologias e práticas que garantem maior segurança, a fim de promover um ambiente digital mais protegido e confiável para todos.





78%

já assinaram documentos de forma eletrônica.

64%

variaram suas senhas, sendo que desses, 33% afirmaram que escolhem senhas únicas apenas para os serviços que consideram mais importantes.

49%

afirmaram que gerenciam suas senhas apenas guardando-as na memória.

DADOS:

Panorama Mobile Time: Identificação e autenticação digitais no Brasil

Baixe a pesquisa completa aqui

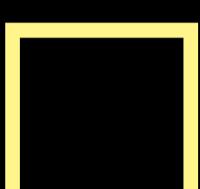


Em 2025, as mudanças no comportamento do consumidor continuam a ocorrer de forma acelerada e impactante. O Opinion Box está aqui para ajudar sua empresa a entender essas transformações e aproveitar as oportunidades que surgem em um mercado cada vez mais dinâmico.

Através das nossas soluções de pesquisa de mercado e customer experience, oferecemos uma abordagem baseada em dados para que você tome decisões mais estratégicas e fundamentadas. Combinamos o conhecimento profundo do nosso time com tecnologias avançadas para capturar as tendências e as preferências dos consumidores de forma rápida e precisa, sempre mantendo a qualidade e o custo acessível.

Já atendemos mais de 1.000 empresas de diferentes portes e segmentos, auxiliando na construção de estratégias mais eficazes e direcionadas ao futuro. Estamos prontos para continuar ao seu lado, fornecendo insights valiosos que não só revelam o comportamento do consumidor, mas também ajudam a antecipar suas necessidades.

Em 2025 e nos próximos anos, conte com o Opinion Box para impulsionar suas decisões com informações confiáveis e relevantes. Juntos, podemos construir o caminho para o sucesso do seu negócio.

opinion  box



opinionbox.com



blog.opinionbox.com



+55 (31) 4501.2022



Belo Horizonte | São Paulo



Conheça as soluções Opinion Box

Agora que você já sabe as principais tendências para 2025, que tal começar a pesquisar sobre seu público, seu mercado e a concorrência para aprimorar a tomada de decisões do seu negócio?

Nós podemos ajudar você nisso! Com as nossas soluções especializadas em pesquisa de mercado e customer experience, você pode obter todos os dados que precisa! Conheça cada uma delas:

PLATAFORMA DE PESQUISA:

na Plataforma de Pesquisa do Opinion Box, você cria o seu próprio questionário e envia para o nosso Painel de Consumidores. No painel, nós temos mais de um milhão de usuários cadastrados para responder às suas perguntas.

PESQUISA CUSTOMIZADAS:

com as nossas Pesquisas Customizadas, o nosso time de especialistas avalia os seus objetivos para ajudar a definir a melhor metodologia, o público-alvo e o volume de entrevistas. Nossa time cuida do projeto do início ao fim, trazendo experiência, técnica e inteligência para sua pesquisa.

PLATAFORMA DE CUSTOMER EXPERIENCE:

na Plataforma de CX, você consegue realizar em diferentes canais os principais tipos de pesquisas voltadas para a experiência do consumidor e monitorar em tempo real seu NPS, CSAT e outros indicadores durante toda a jornada do cliente.

CASO TENHA DÚVIDAS EM QUALQUER ETAPA DO PROCESSO, O NOSSO TIME DE ESPECIALISTAS ESTARÁ À DISPOSIÇÃO PARA AJUDAR VOCÊ.

Transforme dados em ações com a Loja de Insights

A [Loja de Insights](#) é uma plataforma onde você pode comprar relatórios de pesquisas prontas, que foram preparadas pelo nosso time, sobre temas pensados especialmente para atender às suas necessidades de mercado.

Nossa missão é proporcionar acesso fácil e rápido a dados valiosos que vão transformar sua maneira de tomar decisões no seu negócio.

São três relatórios detalhados e abrangentes, cobrindo temas essenciais para diversos setores:



**ACESSE AGORA E DESCUBRA UM NOVO MUNDO DE POSSIBILIDADES
PARA TOMAR DECISÕES MAIS INFORMADAS E ESTRATÉGICAS.**