MULTISSETORIAL

Caderno de Tendências 2025

Juntos, a gente supera

SEBRAE

Cenário atual e perspectivas para 2025

Em 2025, os pequenos empreendedores do Rio Grande do Sul enfrentarão um cenário econômico desafiador, mas também repleto de oportunidades. Com o crescimento moderado da economia, a transição para um consumo mais consciente e a digitalização acelerada dos negócios, as empresas que adotarem inovações e práticas sustentáveis estarão mais bem posicionadas para prosperar.

Cenário econômico e tendências macroeconômicas para 2025

O ambiente econômico para 2025 sugere uma trajetória de crescimento **moderado**, com um **PIB projetado de 1,94%** no Brasil e estabilidade no Rio Grande do Sul. Contudo, os pequenos empreendedores enfrentarão condições desafiadoras, principalmente devido à **taxa Selic**, que deverá ser mantida em **11,50%**, conforme Boletim Focus de novembro de 2024, restringindo o acesso a crédito barato para investimentos. O cenário de juros elevados impactará diretamente a **intenção de financiamento** dos pequenos negócios, que estarão focados em obter crédito para capital de giro e aquisição de equipamentos e tecnologias.

A **inflação projetada de 4,10%** para 2025 também exigirá uma gestão cautelosa de custos e precificação, especialmente para aqueles que atuam em setores mais sensíveis aos preços, como alimentação e serviços ao consumidor.

Impacto no empreendedorismo

Conforme pesquisa GEM: Empreendedorismo no Rio Grande Sul 2023, percebe-se no RS uma leve queda na Taxa de Empreendedorismo Inicial (TEA), de **22,1% em 2020 para 19,5% em 2023**, com a Taxa de Empreendedores Estabelecidos (EBO) mantendo-se estável em 14,7%. Isso reflete a resiliência dos negócios já existentes, mas também uma desaceleração no surgimento de novos empreendimentos. Para 2025, isso significa que os empreendedores deverão avaliar oportunidades em nichos de mercado, com ênfase em inovação e digitalização, para se destacar nesse cenário de recuperação econômica.

Desafios enfrentados pelos empreendedores

Os dados da pesquisa Monitoramento dos Pequenos Negócios, de setembro de 2024, realizada pelo Sebrae, mostram que o principal desafio dos empreendedores é aumentar as vendas (58%), seguido pelo equilíbrio financeiro (52%), indicando que muitos negócios ainda enfrentam dificuldades para se estabilizar após as crises recentes. A reconstrução dos negócios é uma prioridade para 38% dos entrevistados, refletindo o impacto contínuo das enchentes, enquanto 37% buscam acesso a crédito. O levantamento evidencia um cenário de recuperação gradual, com foco em ajustes operacionais e financeiros para superar os desafios atuais.

***Futuro equilibrado** – As expectativas para os próximos meses no Rio Grande do Sul, conforme o Monitoramento dos Pequenos Negócios de setembro, revelam um otimismo moderado entre os empresários: 52% estão confiantes na recuperação da economia, e 68% acreditam no crescimento de seus setores, o que demonstra uma visão positiva, apesar dos desafios recentes. A intenção de 39% dos empresários de expandir seus negócios, enquanto 57% preferem manter suas operações estáveis, reflete uma abordagem cautelosa, com foco na consolidação antes de um crescimento mais agressivo.*

Em termos de emprego, 35% planejam aumentar o quadro de colaboradores, evidenciando uma expectativa de melhora. Já 38% dos empresários buscam financiamento, principalmente para capital de giro e aquisição de equipamentos, indicando uma prioridade em manter a estabilidade operacional. ***Esse cenário aponta uma recuperação equilibrada, com espaço para inovação e ajustes estratégicos que possam impulsionar um crescimento mais sustentável.***

Tendências de consumo e oportunidades de mercado

O comportamento dos consumidores em 2025 será fortemente influenciado por uma transição para o consumo mais intencional, cujo foco será em qualidade, sustentabilidade e impacto social. De acordo com a WGSN Future Consumer 2025, 54% dos consumidores estão planejando suas compras com maior antecedência, enquanto 60% rejeitam o consumo em excesso, priorizando a aquisição de produtos que ofereçam durabilidade e valor a longo prazo.

Perfis emergentes de consumidores

- **Neoniilistas**: um grupo de consumidores desiludidos com as instituições tradicionais, que buscam alternativas não convencionais para encontrar propósito. Eles preferem produtos e serviços que reflitam autenticidade e inovação fora do convencional. Para os empreendedores, atrair esses consumidores significa oferecer soluções criativas e personalizadas que desafiem as normas convencionais do mercado.
- **Redutores**: este perfil foca em práticas sustentáveis e apoio ao comércio local, com 64% dos consumidores preferindo comprar de negócios que valorizam práticas éticas e impacto positivo nas comunidades. As pequenas empresas que investirem em sustentabilidade e transparência nas suas operações estarão mais bem posicionadas para conquistar a lealdade desses consumidores.

Oportunidades para pequenos negócios

Os setores de e-commerce, saúde e bem-estar são vistos como áreas de grande oportunidade, na medida em que os consumidores priorizam produtos e serviços que ofereçam mais valor agregado e alinhem-se com seus valores éticos. A digitalização será um fator-chave, com 22% dos empreendedores gaúchos buscando financiamentos para investir em inovação (conforme a pesquisa de Monitoramento dos Pequenos Negócios – setembro de 2024).

Inovação e digitalização: o caminho para crescimento sustentável

A inovação será um elemento essencial, entretanto, a pesquisa GEM RS 2023-2024 revelou que apenas 23,6% dos empreendedores nascentes[1] gaúchos afirmam operar com produtos ou serviços inovadores. Isso representa um desafio, mas também uma oportunidade para que mais empresas adotem tecnologias emergentes e foquem em soluções sustentáveis para aumentar sua competitividade. No Rio Grande do Sul, a digitalização e o e-commerce estão em plena expansão, com empreendedores buscando novas maneiras de alcançar mercados fora de suas regiões.

Os pequenos negócios podem explorar novos modelos de negócio, como o uso de tecnologias limpas e processos inovadores, que além de atender à demanda por sustentabilidade, também podem reduzir custos operacionais no longo prazo. A inovação local, especialmente focada em resolver problemas regionais, pode ser uma forma eficaz de competir em um ambiente onde a inovação global ainda é menos frequente.

VOCÊ SABIA? *Empresas que adotam uma postura proativa em relação à inovação e digitalização estarão mais bem posicionadas para enfrentar os desafios econômicos e, ao mesmo tempo, aproveitar as novas oportunidades que o cenário de 2025 oferece.*

Nas próximas páginas, analisaremos os desafios enfrentados por empresas altamente impactadas pelas enchentes de maio de 2024, e como a resiliência e a adaptação tecnológica podem ser decisivas para a recuperação.

Empresas altamente impactadas

As empresas que foram fortemente afetadas pelos desastres climáticos no Rio Grande do Sul enfrentam um momento crítico de **reconstrução e adaptação**. Em 2025, a capacidade de se reinventar será essencial para superar os desafios e aproveitar as novas demandas que surgem dessa situação adversa. A introdução de tecnologias emergentes oferece ferramentas poderosas para acelerar a recuperação e aumentar a resiliência das empresas.

1 O termo "empreendedores nascentes" refere-se aos indivíduos que estão ativamente dedicando recursos para iniciar um negócio, mas que ainda não pagaram salários ou remuneração (inclusive para si mesmos) por um período de três meses. Esse conceito faz parte da metodologia do Global Entrepreneurship Monitor (GEM), que classifica os empreendedores em diferentes estágios de desenvolvimento dos negócios, sendo "nascente" um dos estágios iniciais.

Inovações em infraestrutura

- A tecnologia de impressão 3D está se destacando como uma solução eficiente e inovadora para a reconstrução de áreas afetadas pelas enchentes. Essa tecnologia é ideal para a reconstrução emergencial, pois pode erguer várias construções simultaneamente, utilizando equipes reduzidas e mantendo a eficiência. Além das residências, a impressão 3D pode ser aplicada em infraestruturas urbanas e em projetos personalizados, contribuindo para uma reconstrução rápida, sustentável e de baixo custo nas regiões atingidas, ajudando o estado a se recuperar de forma mais ágil e com menor impacto ambiental.

Empresas como a **3D Printek**, em Caxias do Sul, já aplicaram essa tecnologia para construir casas de concreto de forma rápida e econômica. Usando o microconcreto SikaCrete® 732 3D, uma casa de 80 metros quadrados foi erguida em apenas 60 horas, com uma redução de 30% nos custos de alvenaria em comparação aos métodos tradicionais. Além da economia de material e mão de obra, a impressão 3D minimiza o desperdício e proporciona maior velocidade.

- Os **materiais resilientes**, projetados para resistir a condições extremas, são cada vez mais aplicados, garantindo maior durabilidade das construções em áreas propensas a eventos climáticos adversos.
  - Veja 5 exemplos neste artigo publicado pela ONU.

Monitoramento e resposta com IA e Big Data

A Inteligência Artificial (IA), o Big Data e a Internet das Coisas (IoT) são tecnologias fundamentais no monitoramento e na resposta a desastres.

Sensores conectados a redes inteligentes podem monitorar em tempo real o nível dos rios e emitir alertas precoces de enchentes.

Além disso, a análise de Big Data possibilita que as autoridades prevejam eventos climáticos com maior precisão, antecipando-se e organizando melhor os esforços de mitigação de danos.

Tecnologias como drones e satélites também estão sendo usadas para mapear áreas afetadas e facilitar os esforços de reconstrução.

E o que os pequenos negócios podem esperar no futuro?

Os eventos que afetaram o Rio Grande do Sul em 2024 evidenciaram a vulnerabilidade de todos, incluindo os pequenos negócios. Com a iminência de futuros desafios climáticos, é fundamental que essas empresas estejam cada vez mais preparadas para enfrentar cenários de incerteza e garantir a resiliência de suas operações. Para muitos empreendedores, a adaptação não é mais uma escolha, mas uma necessidade para garantir a sobrevivência e o crescimento de suas empresas.

O especialista Renato Rodrigues, biólogo e doutor em Geociências, publicou a notícia intitulada "Como a tragédia no Rio Grande do Sul está ligada à mudança do clima". Nela, ele discute o impacto das chuvas intensas e enchentes que atingiram o estado em maio de 2024. Segundo Rodrigues, esse evento não deve ser visto como um caso isolado, mas como parte de uma tendência mais ampla e preocupante de eventos climáticos extremos, que vêm se intensificando devido às mudanças climáticas globais. Ele destaca que, com o aquecimento global acelerado, há um aumento na frequência e na severidade de eventos como chuvas torrenciais e enchentes, reforçando a necessidade de ação para mitigar danos e adaptar-se a esses fenômenos. Essas ações devem envolver tanto o governo quanto os setores público e privado, que precisam atuar de forma coordenada para encarar os desafios impostos pelas mudanças climáticas.

Adaptação climática como diferencial competitivo

O Índice de Vulnerabilidade Climática dos Municípios (IVCM), publicado pelo Instituto Votorantim, revelou que mais de 62% dos municípios do Rio Grande do Sul têm alto risco de enchentes e deslizamentos (índice acima de 52), expondo milhares de pequenos negócios a danos severos.

Nesse cenário, empresas que adotam medidas de resiliência climática, como infraestrutura adequada e estratégias preventivas, podem minimizar as perdas operacionais e atrair consumidores que valorizam empresas responsáveis e preparadas.

Por que é importante – O acompanhamento de índices como o IVCM permite mapear vulnerabilidades e planejar medidas adequadas para proteção de sua empresa. Essas medidas podem variar, desde o reforço na infraestrutura até a adoção de sistemas de alerta antecipado, preparando seu negócio para reduzir os efeitos dos eventos climáticos extremos. Negócios que implementam essas medidas têm um diferencial competitivo, mostrando ao mercado que estão prontos para lidar com crises.

Seguros e financiamento para pequenos negócios

Com o aumento da frequência de eventos extremos, a busca por seguros específicos e soluções de financiamento tornou-se fundamental para a segurança financeira dos pequenos negócios. Entre 18 de junho e 31 de julho de 2024, o volume de pedidos de indenizações por enchentes no estado cresceu mais de 43%, chegando a R$ 5,6 bilhões, segundo a Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg). Esse aumento reflete a importância de os empreendedores estarem protegidos. Além disso, o Seguro Empresarial teve um desempenho impressionante em 2023, com arrecadação de R$ 3,2 bilhões. Isso mostra que os empresários estão cada vez mais conscientes da necessidade de proteger seus negócios contra riscos.

Por que é importante – Empresas que investem em seguros contra desastres naturais e aproveitam programas de financiamento e apoio têm maior capacidade de recuperação após um evento climático. Ter essa proteção financeira pode ser o diferencial entre uma recuperação rápida e a perda total.

Digitalização e e-commerce para resiliência operacional

O relatório de e-commerce da Conversion destaca que o crescimento do comércio eletrônico no Brasil está diretamente relacionado à capacidade das empresas de automatizar processos e adaptar-se às novas demandas dos consumidores. Isso reforça a importância de investir em plataformas de e-commerce, automação de vendas e atendimento digital para garantir uma continuidade dos negócios e um relacionamento próximo com os clientes, especialmente em momentos de crise.

A digitalização e o e-commerce mostraram ser estratégias resilientes diante das crises, como a pandemia de Covid-19 e eventos climáticos. As empresas com presença digital têm mais chances de manter suas operações, mesmo em tempos de adversidade. Estudo recente da FGV mostra que o marketplace brasileiro, um dos principais motores do comércio eletrônico, continuará a evoluir e se consolidar até 2032, impulsionado por novas tecnologias e mudanças nos hábitos de consumo. Atualmente, o e-commerce já representa 11,5% do varejo brasileiro, com um faturamento de R$ 254,4 bilhões em 2023 e mais de 108 milhões de compradores ativos. Isso demonstra que o comércio digital se tornou uma solução robusta para as empresas enfrentarem interrupções físicas.

Por que é importante – Fortalecer a presença digital da sua empresa contribui diretamente para aumentar sua resiliência em cenários de crise. Ao integrar e-commerce, redes sociais e sistemas de atendimento on-line, é possível manter operações e interações com os clientes continuamente. Além disso, a digitalização oferece a oportunidade de ampliar o alcance do seu negócio, promovendo crescimento e competitividade no mercado.

Sustentabilidade como prioridade dos consumidores

A sustentabilidade será uma das principais preocupações dos consumidores em 2025. Segundo a pesquisa de Monitoramento dos Pequenos Negócios de julho de 2024, realizada pelo Sebrae RS, 43% dos entrevistados consideravam a sustentabilidade uma prioridade em seus negócios, enquanto 43% não a viam como prioridade, e 14% afirmavam não ter opinião formada sobre o tema. Já na pesquisa de setembro de 2024, esses números apresentaram uma queda em relação a julho: 41% dos entrevistados consideraram a sustentabilidade uma prioridade, 40% não a veem como prioridade, e 19% permanecem sem opinião definida. Pequenos negócios que adotam estratégias sustentáveis conseguem reduzir seus custos operacionais e, ao mesmo tempo, atender à crescente demanda por produtos e serviços ecologicamente corretos. Além disso, a implementação de práticas sustentáveis, como economia de água e energia, diminui a vulnerabilidade do negócio às oscilações de custos e crises climáticas.

Por que é importante – Adote práticas sustentáveis, como o uso de embalagens recicláveis e a redução do consumo de energia. Consumidores estão em busca de marcas comprometidas com o meio ambiente, e negócios que seguem essa linha ganham mais credibilidade e lealdade dos clientes.

Preparação para cenários de risco

Em 2025, a preparação para cenários de risco será uma prática relevante para pequenos negócios que buscam resiliência e alinhamento com as novas demandas de sustentabilidade e bem-estar dos consumidores. Esse preparo envolve uma análise detalhada das áreas de maior vulnerabilidade, a definição de prioridades conforme o impacto no bem-estar organizacional e social, e a criação de uma comunicação contínua com todas as partes interessadas. Além disso, a implementação de cronogramas de ação que incluam medidas imediatas e estratégias de longo prazo pode fortalecer a estabilidade e a sustentabilidade do negócio.

Para atender às expectativas dos consumidores por uma atuação mais humana e sustentável e promover a saúde mental, as micro e pequenas empresas podem adotar práticas de apoio psicológico a seus profissionais, especialmente em períodos de crise. A integração de iniciativas com valores de responsabilidade ambiental, apoiadas por ferramentas de automação e inteligência artificial, permite que as organizações minimizem interrupções e reforcem sua resiliência, ampliando também a conexão com a comunidade e mostrando compromisso com o bem-estar e a sustentabilidade.

Apoios governamentais disponíveis

- **Minha Casa Minha Vida | Reconstrução**: expandido para incluir reconstruções em áreas atingidas por desastres, oferecendo condições facilitadas para a retomada de moradias.
- **Pronampe Solidário**: linha de crédito com condições especiais para micro e pequenas empresas em recuperação, oferecendo juros baixos e prazos estendidos.
- **BNDES Emergencial**: focado em empresas mais afetadas por crises, com crédito rápido, juros baixos e prazos longos, sendo essencial para manter operações estratégicas.
- **Pronaf**: apoio para pequenos produtores rurais, com crédito especial para recuperação de atividades agrícolas, garantindo a sustentabilidade do setor.

Para acessar esses programas, as empresas devem estar atentas às condições e à documentação exigidas por cada um. Muitas dessas iniciativas podem ser solicitadas diretamente por meio de bancos parceiros ou via plataformas digitais dos órgãos responsáveis. Além disso, **confira as melhores táticas de recuperação para o seu negócio. Acesse a parte 1 e parte 2 e descubra estratégias completas de planejamento e ação.**

Nas páginas seguintes, você encontrará insights sobre como as empresas menos impactadas pelas enchentes podem capitalizar sua estabilidade, fortalecendo laços com consumidores por meio de estratégias sustentáveis e comunicação eficaz.

Empresas menos impactadas

Em 2025, o cenário empresarial no Rio Grande do Sul, especialmente para as empresas que sofreram menores impactos dos eventos climáticos, apresenta-se como uma oportunidade para fortalecer a presença no mercado e impulsionar o crescimento. Nesse contexto, as marcas terão a chance de aprofundar o relacionamento com seus consumidores, indo além da oferta de produtos e serviços. Micro e pequenas empresas poderão se destacar ao adotar estratégias focadas na resiliência, sustentabilidade e conexão com a comunidade, utilizando práticas como a economia circular e uma forte presença digital para consolidar sua competitividade em um ambiente de rápidas transformações.

Em tempos de crise e mudanças, a comunicação se torna um ponto central para **fortalecer a relação entre marcas e seus consumidores**. A seguir, discutiremos como as marcas podem aproveitar 2025 para aprimorar suas estratégias de comunicação, com ênfase na resposta rápida às crises, no monitoramento contínuo de campanhas e no impacto social como um diferencial competitivo.

1. **Comunicação empática e sensível**: a comunicação será o principal pilar para reforçar a conexão entre a marca e seu público. Em momentos de crise ou de mudanças no cenário econômico e social, empresas que adotarem um tom empático e se mostrarem atentas às preocupações e necessidades de seus consumidores conseguirão construir uma base de lealdade sólida. Conforme a Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas, 90% dos brasileiros confiam em empresas com propósito, e 88% preferem comprar de marcas que promovem causas maiores do que apenas seus produtos e serviços. Em 2025, será fundamental utilizar as ferramentas digitais, como redes sociais, WhatsApp e e-mails, para expressar apoio e oferecer soluções práticas, criando um ambiente de confiança e compreensão mútua.

2. **Adaptação estratégica e rápida resposta às crises**: a flexibilidade estratégica será outro ponto essencial para marcas que buscam se destacar em um ambiente de mudanças constantes. Aquelas que souberem adaptar suas táticas rapidamente, identificando novas oportunidades e reagindo proativamente a crises, terão maiores chances de manter sua relevância. A criação de campanhas que demonstrem responsabilidade social, como parcerias com ONGs ou ações de impacto local, além de promoções voltadas à solidariedade, serão uma forma de fortalecer a percepção de resiliência e responsabilidade.

3. **Monitoramento contínuo e aprendizado constante**: o monitoramento de métricas e o feedback contínuo serão necessários para ajustar campanhas em tempo real e evidenciar o compromisso com a evolução da marca. Ferramentas de análise de dados e de inteligência artificial permitirão uma visão detalhada sobre o comportamento e as expectativas dos consumidores, viabilizando ajustes rápidos e estratégias mais assertivas. Em um cenário de crise, marcas que investirem no aprendizado contínuo de suas ações de marketing terão mais chances de sobreviver e se destacar pela capacidade de inovação.

4. **Sustentabilidade e impacto social como diferenciais de marca**: as marcas deverão fortalecer suas bases de responsabilidade socioambiental, adotando o branding sustentável como diferencial competitivo. Iniciativas que envolvam transparência sobre processos e práticas ecológicas, assim como o desenvolvimento de produtos inovadores e ambientalmente responsáveis, serão cada vez mais valorizadas pelos consumidores. O impacto positivo gerado por essas ações será fundamental para criar uma narrativa de marca forte e duradoura, contribuindo para a construção de um legado voltado ao bem-estar coletivo.

Além disso, segundo o relatório Mintel 2025 Global Consumer Trends, a **tradição e transição** influenciadas por mudanças globais, como a crise climática e os avanços em Inteligência Artificial (IA), estão redefinindo as expectativas dos consumidores. As marcas precisam se ajustar a essa nova realidade, priorizando transparência e segurança em suas abordagens, especialmente no setor da saúde, no qual atualmente 58% dos adultos afirmam estar conscientes sobre o impacto da IA, e 51% acreditam que a tecnologia melhorará os resultados de saúde pessoal.

Essa questão ganha ainda mais relevância quando se considera o estudo da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), que destacou que 42% dos gaúchos afetados pelas enchentes de 2024 desenvolveram sintomas de Transtorno de Estresse Pós-Traumático (TEPT). Esse dado reforça a importância de abordar a saúde mental em negócios impactados por desastres naturais, em que os colaboradores enfrentam desafios psicológicos significativos. Assim, as marcas precisam estar atentas às necessidades de saúde mental de seus colaboradores e clientes, levando em conta o papel crescente da IA e das práticas sustentáveis em suas estratégias.

Sustentabilidade e práticas adaptáveis para o futuro das empresas

As **práticas sustentáveis** têm se tornado fundamentais para aumentar a adaptabilidade das empresas em tempo de crises. Nesse contexto, a **economia circula**r surge como uma alternativa ao tradicional modelo linear de "extrair, produzir, consumir e descartar". Baseada na premissa de que os recursos devem ser continuamente reutilizados e reintegrados à cadeia produtiva, a economia circular oferece uma abordagem mais eficiente e sustentável.

De acordo com a ONU, esse modelo tem o potencial de gerar até US$ 270,2 bilhões para a economia global até 2050. Entretanto, uma pesquisa do Sebrae revelou que 83,49% dos pequenos negócios ainda desconhecem o conceito. A economia circular propõe um ciclo fechado, onde a extração de matérias-primas é minimizada, e os resíduos são transformados em novos insumos para a produção. No ambiente de trabalho, essa prática pode ser aplicada de diversas maneiras, desde o compartilhamento de recursos até o redesign de espaços, favorecendo a criação de um ecossistema empresarial mais sustentável e adaptável.

Como aplicar as principais práticas de economia circular nos pequenos negócios?

Reutilização de materiais

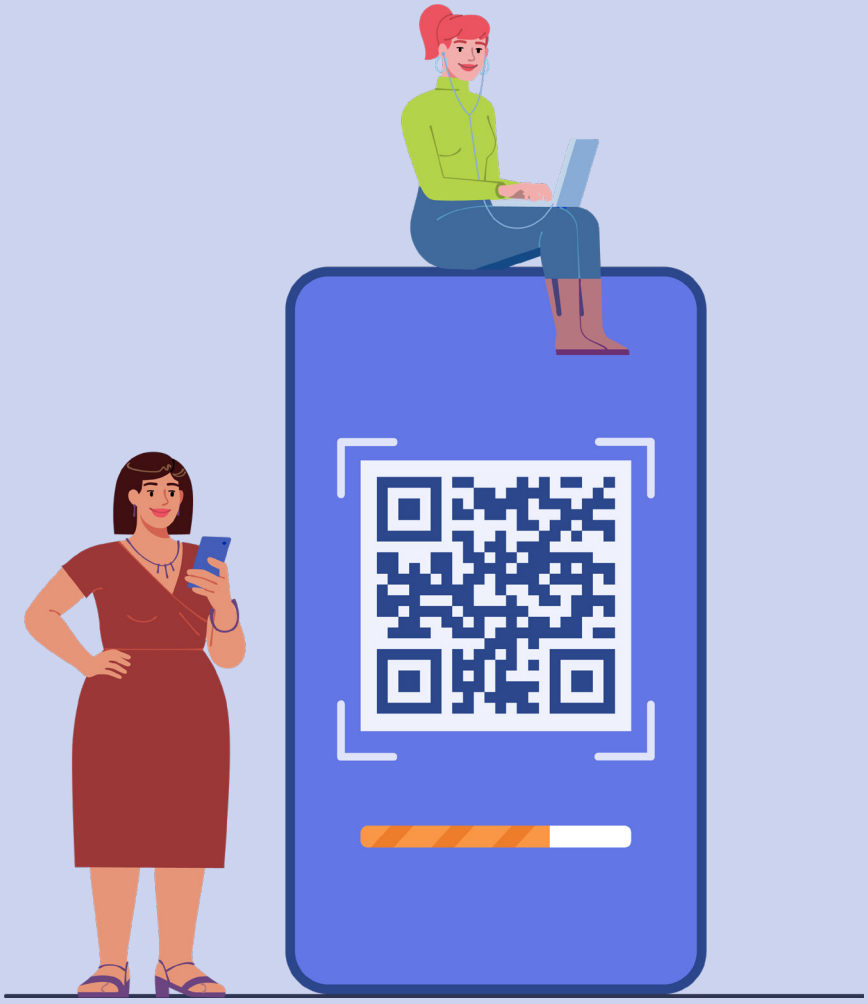
A reutilização de materiais e mobiliário é uma prática importante para otimizar recursos nos pequenos negócios. A renovação e o reaproveitamento de móveis e equipamentos diminuem o impacto ambiental, permitindo a adaptação flexível dos espaços, especialmente em ambientes de escritório e lojas. Essa abordagem mantém a eficiência de custos e prolonga a vida útil dos itens.

Processos de reciclagem

A implementação de processos de reciclagem, por meio da coleta seletiva, posiciona pequenos negócios como comprometidos com a sustentabilidade, um aspecto que ganha cada vez mais importância para os consumidores. Essa prática contribui para a redução de resíduos e possibilita o aproveitamento de programas locais que oferecem incentivos financeiros, como descontos em taxas e benefícios fiscais.

Compartilhamento de recursos

A utilização conjunta de cozinhas industriais, equipamentos de alto desempenho e espaços de armazenamento entre empreendedores reduz custos e promove um uso mais inteligente dos recursos. O fortalecimento dos pequenos negócios resulta em um ecossistema mais conectado e alinhado com os princípios da economia circular.



Presença digital e personalização na experiência do cliente

Em 2025, a **presença digital** se tornará cada vez mais importante para empresas que buscam se destacar no mercado. A transformação digital continua sendo impulsionada por tecnologias como inteligência artificial e a expansão do 5G, permitindo uma personalização mais profunda da experiência de compra. Conforme a pesquisa E-commerce Trends 2025, 88% dos consumidores realizam compras on-line mensalmente, destacando a relevância do e-commerce na vida cotidiana dos brasileiros. Assim, as lojas virtuais precisarão implementar inovações, como automação no atendimento e opções de pagamento facilitadas, com foco na usabilidade em dispositivos móveis.

A personalização se destacará como um diferencial competitivo, utilizando plataformas para coletar informações sobre as preferências dos consumidores, como Google Analytics e HubSpot. Segundo o mesmo estudo, estratégias de marketing direcionadas, incluindo recomendações de influenciadores, terão um impacto significativo nas decisões de compra. Os dados revelam que 45% dos consumidores já adquiriram produtos com base nessas recomendações, e 72% utilizam as redes sociais para pesquisar produtos, destacando o papel dessas plataformas na jornada de compra. A integração de novos meios de pagamento, como PIX e QR Code, e a cibersegurança se tornarão prioridades, visto que 64% dos consumidores evitam compras on-line por temores de fraudes. Além disso, um dado interessante de um estudo recente do Nubank aponta que quase 40% dos brasileiros não frequentam uma agência bancária há mais de seis meses, refletindo uma mudança no comportamento de consumo e na forma como interagimos com serviços financeiros digitais.

A seção a seguir, abordará as principais tendências que moldarão o mercado em 2025, como a busca por bem-estar e personalização, e como essas mudanças impactam os pequenos negócios.

Tendências emergentes para 2025

À medida que nos aproximamos de 2025, novas tendências estão emergindo, impactando como as empresas operam e se posicionam no mercado. Com o rápido avanço das tecnologias e as mudanças nas preferências dos consumidores, é essencial que as empresas entendam e se adaptem a essas novas realidades para garantir seu sucesso.

Demanda por conveniência e personalização

A busca por conveniência e personalização, especialmente no comércio eletrônico, é uma das principais tendências identificadas no estudo E-commerce Trends 2025, com 50% dos consumidores afirmando que aumentarão a frequência de compras on-line nos próximos 12 meses. Nesse contexto, a **integração de experiências híbridas e omnichannel** será um fator determinante para o sucesso das empresas.

O relatório Mintel 2025 Global Consumer Trends mostra que as **comunidades conectadas** têm se tornado cada vez mais relevantes, com as pessoas buscando reforçar suas conexões sociais, tanto no ambiente digital quanto no físico. Essa motivação é impulsionada pela necessidade de apoio mútuo e pela busca de pertencimento. Assim, o desenvolvimento de espaços híbridos, que misturam o digital e o físico, será essencial para criar laços duradouros. De fato, 71% dos consumidores acreditam que ter o suporte de uma comunidade é importante, e 91% afirmam que atividades sociais competitivas ajudam a fortalecer esses laços.

Nesse mesmo sentido, o estudo da Comperemedia Omnichannel Marketing Trends 2024 revelou que as promoções on-line são decisivas para 61% dos consumidores, influenciando diretamente suas escolhas de compra. Além disso, a personalização, conforme destacado pelo relatório Future Consumer 2025 da WGSN, é especialmente importante para perfis emergentes que buscam interações mais autênticas, como os neoniilistas. O mesmo relatório aponta que perfis como os redutores priorizam conexões mais humanas e éticas, reforçando a necessidade de uma experiência conectada e significativa em múltiplos canais.

Busca por saúde e bem-estar

Até 2025, a crescente busca por saúde e bem-estar será uma das principais tendências de consumo. Movimentos pós-pandemia e maior conscientização sobre questões de saúde mental, física e qualidade de vida estão levando consumidores a priorizar o autocuidado. Negócios que conseguirem se adaptar a essas mudanças estarão bem posicionados para aproveitar as oportunidades que esse mercado oferece. Empresas poderão investir em produtos que favoreçam o equilíbrio entre corpo e mente. Isso inclui desde serviços de terapias alternativas até suplementos alimentares e tecnologias voltadas ao bem-estar, como dispositivos de monitoramento de saúde. Segundo

relatórios Future_Consumer 2025 da WGSN, produtos que promovem uma abordagem preventiva e de manutenção da saúde ganharão força. Além disso, consumidores cada vez mais valorizam experiências que agreguem valor à sua rotina de forma prática. Entre os principais alvos estão serviços personalizados de saúde, que considerem as preferências e características individuais, e soluções que facilitem a inserção de hábitos saudáveis no dia a dia.

Valorização de empresas locais e sustentáveis

A tendência de consumo voltada para empresas locais e de impacto positivo está em crescimento, impulsionada pela maior conscientização dos consumidores sobre questões ambientais e sociais. Produtos artesanais e sustentáveis ganham destaque, à medida que as pessoas buscam alternativas que reduzam o impacto ambiental e promovam o desenvolvimento socioeconômico local. O Brasil tem se destacado nesse cenário, com um aumento nas vendas de produtos com impacto positivo, alcançando um crescimento de 122%. Segundo um levantamento do Mercado Livre, houve um aumento de 29% no número de compradores de produtos sustentáveis entre 2022 e 2023. Esse crescimento reflete a preferência por itens que utilizam materiais reciclados, embalagens retornáveis e práticas de produção éticas. Além disso, 55% das vendas de produtos com impacto positivo na América Latina ocorreram no Brasil, evidenciando o protagonismo do país nesse cenário. O apoio a pequenos empreendedores e produtores locais também tem se intensificado, especialmente em categorias como alimentos orgânicos e moda sustentável. Esse movimento não só fortalece as economias locais, mas ajuda a criar uma conexão mais profunda entre consumidores e produtores, gerando impactos positivos para ambos os lados.

Crescimento de modelos de consumo colaborativo

Os modelos de consumo colaborativo e de assinaturas estão em crescimento, impulsionados pela maior consciência ambiental dos consumidores, que buscam alternativas mais sustentáveis. Esses modelos, como clubes de assinatura de produtos ecológicos e serviços de compartilhamento, oferecem conveniência e ajudam a minimizar o impacto ambiental. De acordo com a pesquisa de Assinaturas 2024, realizada pela Vindi e Opinion Box, mais de 50% dos consumidores brasileiros gastam entre R$ 50 e R$ 200 por mês em assinaturas, com clubes de assinatura figurando entre os serviços mais populares. Esse dado demonstra como o consumo por assinatura se consolidou como uma forma prática de obter produtos e serviços, ao mesmo tempo que favorece práticas de consumo consciente. A expectativa é que esses modelos continuem crescendo em 2025, especialmente com a oferta de assinaturas flexíveis e sustentáveis, permitindo que os consumidores adaptem suas escolhas de maneira responsável e alinhada aos seus valores ambientais.

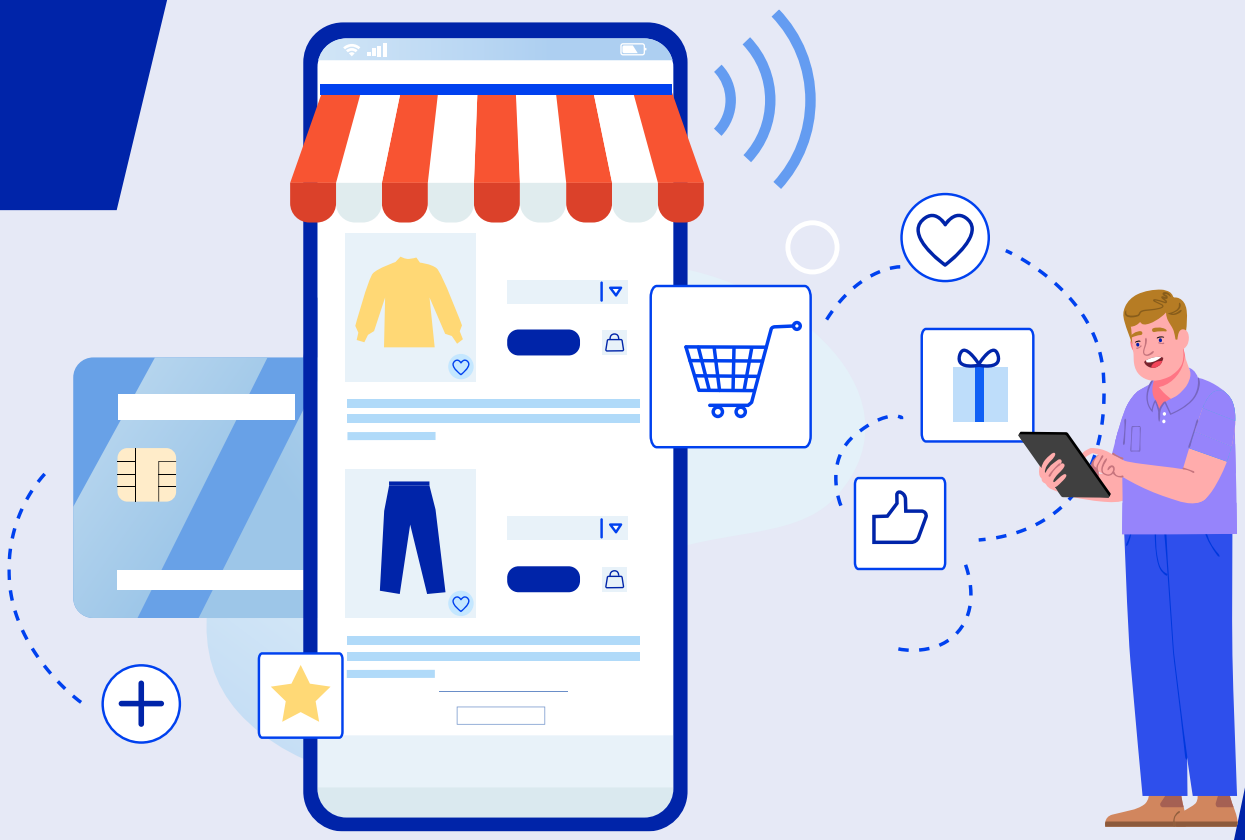
Práticas financeiras inteligentes e controle de gastos

Serviços financeiros que oferecem opções de pagamento flexíveis, como o "*buy now, pay later*" (compre agora, pague depois), estão ganhando popularidade à medida que os consumidores buscam formas mais inteligentes de gerenciar suas finanças. Esse modelo, que permite ao cliente realizar compras e pagar em parcelas sem juros, atrai um público que deseja maior controle sobre seus gastos, sem recorrer ao crédito tradicional. Com a expansão dessas práticas, os negócios que oferecem esse tipo de solução terão uma vantagem competitiva.

Além disso, segundo as Tendências em Finanças para 2025, o crescimento dos serviços financeiros flexíveis refletiu o aumento da demanda por soluções que ofereçam maior liberdade ao consumidor. Essa pesquisa destacou que as fintechs e os serviços de pagamento flexível continuarão em movimento disruptivo em relação ao sistema financeiro tradicional, tornando-se essenciais para empresas que desejam manter sua relevância no mercado. O uso de plataformas de gestão financeira inteligente, que auxiliam no controle de gastos, também está crescendo, permitindo que os consumidores façam compras de maneira mais planejada e dentro de seus limites financeiros, como o Mobills e o Organizze.

Preferência por produtos duráveis e de alta qualidade

Em um cenário econômico incerto, os consumidores tendem a priorizar a aquisição de produtos duráveis e de alta qualidade e, inclusive, resistentes a condições extremas, como no caso das enchentes. Essa mudança de comportamento reflete o desejo de evitar gastos frequentes em reposição e garantir um bom retorno sobre o investimento. As empresas que conseguirem entregar produtos que combinam durabilidade com um alto padrão de qualidade encontrarão uma oportunidade de se destacar no mercado. Conforme o estudo da WGSN para 2025 destaca, grupos como os redutores preferem reduzir o consumo impulsivo e optam por produtos que ofereçam maior longevidade e sustentabilidade. Essa preferência, amplificada pela consciência ambiental e pela economia compartilhada, reforça a demanda por itens que sejam duráveis e que sejam produzidos de forma ética e responsável. Portanto, empresas que colocam a durabilidade no centro de sua estratégia de produção encontrarão lugar de destaque para atender a essa demanda crescente, especialmente no ambiente econômico onde consumidores buscam mais valor em cada compra.



Encerramento

Nesse caderno, abordamos como as tendências para 2025 exigirão dos pequenos negócios uma postura adaptativa e inovadora. A digitalização e o e-commerce emergiram como fatores fundamentais para a resiliência e o crescimento, permitindo que empresas mantenham suas operações e alcancem novos mercados mesmo diante de crises. A integração de soluções digitais, automação de processos e o fortalecimento da presença on-line foram apontados como pilares essenciais para a competitividade no cenário atual.

Além disso, destacamos a importância da sustentabilidade como uma tendência crescente entre consumidores. A adoção de práticas sustentáveis contribui diretamente para a preservação ambiental e, ao mesmo tempo, posiciona as empresas de forma estratégica no mercado, capturando a preferência de um público cada vez mais consciente. A economia circular e a reutilização de recursos foram discutidas como oportunidades práticas para reduzir custos e aumentar a eficiência operacional, aspectos que podem diferenciar negócios no mercado.

Encerramos com uma reflexão sobre a necessidade de um planejamento estratégico robusto, que inclua tanto a recuperação de crises quanto a adaptação às mudanças do mercado. A inovação contínua e o aprendizado constante são os alicerces para que pequenos negócios prosperem em um ambiente de rápidas transformações.

O Sebrae está sempre presente para apoiar o empreendedor em todas as fases de sua jornada, oferecendo orientação prática e ferramentas inovadoras para implementar soluções alinhadas às tendências do mercado. Seja no fortalecimento da presença digital, no aprimoramento da gestão financeira ou na adoção de práticas sustentáveis, o aprendizado contínuo é a chave para a evolução e o crescimento sustentável dos pequenos negócios.

Fontes utilizadas

5 maneiras de tornar construções resilientes às mudanças climáticas. ONU. 2021. Fernanda Peregrino. Brasileiros querem comprar de empresas com propósito. CNDL. 2022. Global Entrepreneurship Monitor: empreendedorismo no Rio Grande do Sul 2023. Sebrae. 2023. 8 tendências tecnológicas para o setor financeiro em 2024. Blog BRQ. 2024. 8 tendências de transformação digital para 2024. UserGuiding. 2024. 6 tendências de comportamento do consumidor em 2025. Anota Ai. 2024. 2025 Global Consumer Trends. Mintel. 2024. Ana Moreno. Quase 40% dos brasileiros não pisam numa agência bancária há mais de seis meses. InvestNews. 2024. Allan Ravagnani. Construção civil avança com tecnologia para maior eficiência. Valor Econômico. 2024. Assessoria de Imprensa Sebrae/MT. Pesquisa aponta que 83,49% dos pequenos negócios desconhecem a economia circular. Sebrae. 2024. Bianca Dilly. Depois da enchente: pesquisa revela que 42% de gaúchos entrevistados desenvolveram sintomas de Transtorno de Estresse Pós-Traumático. GZH. 2024. Breno Damascena. Deloitte aponta as 12 tecnologias que vão revolucionar a construção civil. Estadão. 2024. Consumidor do futuro 2025. WGSN. 2024. E-commerce Trends 2025. Opinion Box e Octadesk. 2024. Felipe Frisch. Mercado eleva projeção do IPCA em 2024 e reduz para 2025, apura Focus. Valor Econômico. 2024. Governo Federal vai implementar softwares para transformação digital no setor da construção. Agência Gov. 2024. Gustavo Roque. Impressora 3D pode ajudar na reconstrução de casas no RS. O Antagonista. 2024. Katie Morley. 8 Melhores plataformas de dados do cliente (CDPs) em 2024: análise aprofundada. Insider. 2024. Ludmilla Duarte. Geração global de resíduos deve chegar a 3,8 bilhões de toneladas por ano até 2050. ONU. 2024. Márcia de Chiara. Falta de trabalhadores qualificados afeta a construção civil e abre caminho para novas tecnologias. Estadão. 2024. Marie Gulin-Merle e Alison Wagonfeld. IA para marketing: do hype ao how. Think with Google. 2024. Monitoramento dos pequenos negócios - Julho de 2024 edição bimestral. Sebrae. 2024. Monitoramento dos pequenos negócios - Setembro de 2024 edição bimestral. Sebrae. 2024. Patrícia Dal Molin. Enchentes no RS: como a tecnologia auxilia no desastre natural. Lumin Blog. 2024. Renata Firpo. A nova tecnologia capaz de erguer casas mais baratas e em menor tempo. Veja Negócios. 2024. Renato Rodrigues. Como a tragédia no Rio Grande do Sul está ligada a mudança do clima. Planeta Campo. 2024. Sika Brasil constrói casa de concreto impressa em 3D no Rio Grande do Sul. Sika Brasil. 2024. Tendências do Mercado de Assinaturas em 2024 e 2025. Betalabs. 2024. Tendências do futuro – Conheça o consumidor de 2025. Share. 2024. Tendências em plataformas de gestão financeira inteligente. Accountfy. 2024. Tendências em transformação digital. Sebrae. Acesso em 2024. Vindi e Opinion Box: pesquisa revela as tendências do mercado de assinaturas no Brasil. E-commerce Brasil. 2024.

Gostou deste conteúdo?

Em breve você receberá uma pesquisa de satisfação.
Sua opinião é importante para que possamos desenvolver materiais cada vez mais relevantes para o seu negócio.

CADERNO DE TENDÊNCIA

Analista de inteligência
Jhonata Vieira e
Jefferson Araújo

Temática
Mercado

Responsável Técnico[1]
Andréia Nascimento

Setor
Multissetorial

Período da Pesquisa
17 a 23 de outubro de 2024

Responsável Técnico[2]
Luciana Fonseca

DIGITAL.SEBRAERS.COM.BR

[1] Gerência de Gestão Estratégica
[2] Gerência de Desenvolvimento e Curadoria de Produtos

Todos os direitos reservados. A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.160). Fotos: banco de imagens.

SEBRAE