Tendências e Voz do Consumidor Digital

Apresentação #3 – SEBRAE-SP

Julho 2026

Euromonitor International

SEBRAE

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Beatriz Ballestero

Beatriz é formada e mestranda em Relações Internacionais e faz parte do time de consultoria no escritório da Euromonitor International de São Paulo desde 2024. Apoia empresas e instituições dos mais diversos setores, do foodservice aos acessórios pessoais, na transformação de dados e tendências em insights acionáveis.

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Agenda

1 Introdução

2 Como é a jornada do consumidor digital?

3 Tendências do Consumidor Digital

- 3.1 ComprasGPT
- 3.2 Varejo Imersivo
- 3.3 Programas de Fidelidade

4 Conclusões e Recomendações

5 Pesquisa de Satisfação e Perguntas

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Euromonitor International

A Euromonitor International é líder em análise de dados e pesquisa sobre mercados, indústrias, economias e consumidores. Fornecemos insights e dados globais sobre milhares de produtos e serviços, tornando-nos o primeiro destino para organizações que buscam crescimento.

- Somos um provedor confiável e independente de inteligência de negócios, com mais de 50 anos de experiência e especialização.
- Ajudamos nossos clientes a tomar decisões estratégicas com confiança.
- Pesquisamos em 210 países e jurisdições, que representam 99,9% dos consumidores do mundo.
- Temos pesquisadores locais em mais de 100 países.
- Contamos com 16 escritórios ao redor do mundo.
- Oferecemos serviços de assinatura e pesquisa personalizada.
- Utilizamos especialistas locais em mercados e indústrias.

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Euromonitor em detalhes

Nossas soluções

- Assine nosso hub de conhecimento em pesquisa de mercado
- Pesquisas personalizadas adaptadas às suas necessidades específicas
- Relatórios de pesquisa de prateleira

Nossas capacidades

- Combinamos história e modernidade, oferecendo sabedoria e inovação
- Construímos e possuímos nossos dados robustos, obtidos de fontes confiáveis por meio de uma abordagem rigorosa
- Adicionamos um toque local aos dados globais com nossa rede de analistas em 100 países
- Nossa metodologia padronizada e precisa permite comparações entre países

Nossa expertise

- Tamanhos de mercado, participações e *forecasts*
- Tendências do mercado e fatores de crescimento
- Inteligência competitiva sobre empresas e marcas
- Canais de distribuição de todo o universo do varejo
- *Claims* de produtos, posicionamento e inovação
- Tendências de consumo, opiniões e estilos de vida
- Cenário econômico, ambiente de negócios e comércio internacional

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Agenda

1 **Introdução**

2 Como é a jornada do consumidor digital?

3 Tendências do Consumidor Digital

3.1 ComprasGPT

3.2 Varejo Imersivo

3.3 Programas de Fidelidade

4 Conclusões e Recomendações

5 Pesquisa de Satisfação e Perguntas

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Introdução

O relatório *Top Five Digital Shopper Trends* analisou alguns dos movimentos capazes de influenciar o futuro do varejo digital, com base em uma pesquisa realizada em 2025 com mais de 20 mil consumidores de 20 países.

Já a pesquisa *Voice of the Consumer: Digital Shopper Survey* analisou como os avanços tecnológicos estão transformando o comportamento e as preferências de compra dos consumidores, a partir de dados de mais de 20 mil consumidores em 20 mercados.

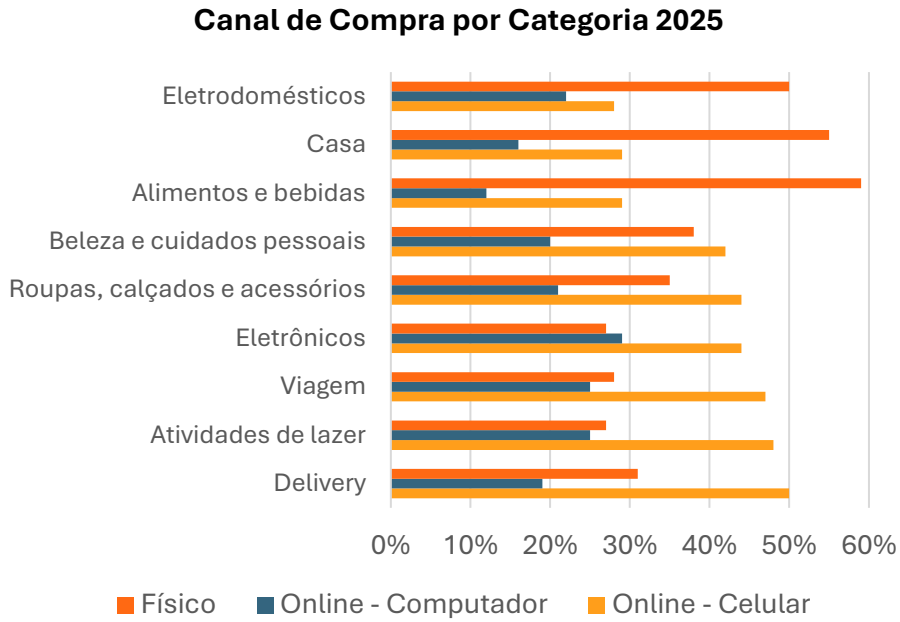
© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Por que essas informações são relevantes?

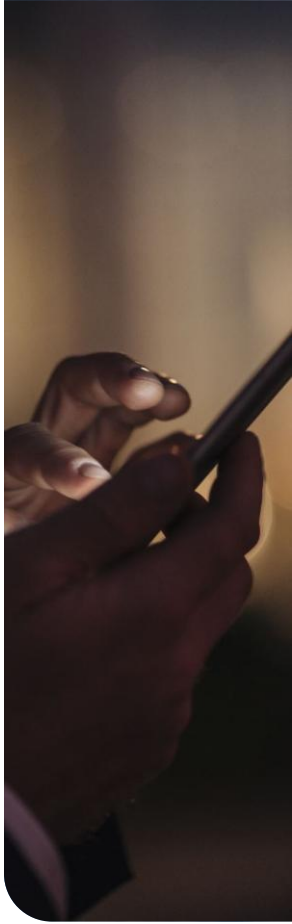
O rápido crescimento do comércio digital transformou o varejo. Em pouco mais de uma década, o número de consumidores digitais dobrou e os gastos com compras online cresceram cerca de **200%**, impulsionando novos modelos de negócios, canais de venda e expectativas dos consumidores. Nesse cenário, empresas precisam adaptar suas estratégias a um ambiente em constante mudança, marcado por tendências que podem se complementar ou entrar em conflito.

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Como compreender essas informações impacta os clientes do Sebrae?



Compreender essas tendências permite que os pequenos empreendedores adaptem suas estratégias de vendas e relacionamento ao comportamento do consumidor, investindo em canais digitais, atendimento ágil e experiências mais convenientes para aumentar a competitividade e impulsionar as vendas.



Fonte: Euromonitor Voz do Consumidor: Digital Shopper Survey, Março a Abril 2025 (n=20.072)

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Agenda

1 Introdução

2 **Como é a jornada do consumidor digital?**

3 Tendências do Consumidor Digital

3.1 ComprasGPT

3.2 Shoppertainment

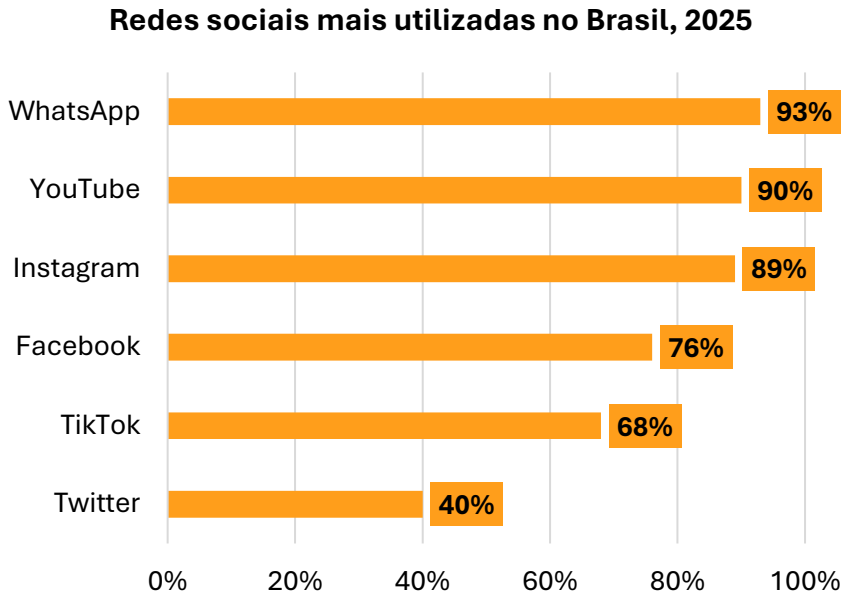
3.3 Programas de Fidelidade

4 Conclusões e Recomendações

5 Pesquisa de Satisfação e Perguntas

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Onde está o consumidor digital?



- Em 2025, o WhatsApp foi a plataforma mais utilizada (93% dos consumidores), enquanto o TikTok registrou o maior crescimento (de 60% em 2023 para 68% de usuários em 2025).
- Microempreendedores podem aproveitar os canais digitais para fortalecer o relacionamento com clientes, promover produtos e realizar vendas de forma rápida e de baixo custo.

Fonte: Euromonitor Voz do Consumidor: Digital Shopper Survey, Março a Abril 2025 (n=20.072)

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

WhatsApp tem uma das maiores frequências de uso

O WhatsApp está integrado à rotina: 73% dos usuários globais acessam o aplicativo várias vezes ao dia. Isso reforça o potencial do WhatsApp como canal estratégico para atendimento, relacionamento e vendas por possibilitar interações rápidas e contínuas entre empresas e clientes.

Bordinhon Móveis cresce com uso de Whatsapp

A empresa de Rodeiro (MG), adotou o WhatsApp para automatizar o atendimento comercial, que encaminha apenas os casos mais complexos para vendedores humanos. A solução passou a atender 15 a 20 novos contatos por dia, oferecendo respostas imediatas 24 horas, reduzindo a sobrecarga da equipe e permitindo que os proprietários dediquem mais tempo à gestão do negócio.

Fonte: WhatsApp Business (Meta)

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Transmissões ao vivo impulsionam as vendas digitais

- O livestreaming e-commerce tornou-se um dos formatos de venda digital que mais crescem no mundo, com mais de 30% dos consumidores da América Latina sendo compradores ativos em lives. Popularizado na China, começou com foco em moda e beleza (47% dos consumidores globais), e agora cresce em outros segmentos, com destaque para alimentos e bebidas (44%).
- O sucesso deve-se à combinação entre entretenimento e compra, permitindo demonstrações ao vivo, esclarecimento de dúvidas, interação com outros consumidores e acesso a promoções exclusivas: 42% dos consumidores globais citam as ofertas como principal fator para comprar em lives.

Como o pequeno empreendedor se beneficia disso?
Pequenos empreendedores podem apresentar produtos, interagir com os clientes e realizar vendas em tempo real, aumentando o engajamento, a confiança e as taxas de conversão com baixo custo.

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

O smartphone no centro do consumo digital

Celulares como principal ferramenta

- Os smartphones tornaram-se o principal meio de compra digital: sua participação nas vendas de e-commerce passou de **24% em 2014 para 70% em 2024**.
- As compras de supermercado pelo celular aumentaram de 31% em 2020 para 38% em 2025, embora 64% dos consumidores ainda prefiram comprar alimentos em lojas físicas.

Métodos de pagamento

- 73% dos consumidores globais preferem cartões de crédito e débito como o principal meio de pagamento nas compras online.
- Cresce a adoção de carteiras digitais: 69% dos consumidores globais já utilizaram esse recurso.
- No Brasil, o Pix domina o e-commerce, com 40% das compras digitais em 2025.

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

O que o consumidor digital mais valoriza?

Benefícios práticos

Frete grátis (57%), meios de pagamento simples e seguros, recomendações personalizadas por inteligência artificial (28%) e conteúdos que facilitem a escolha dos produtos.

Influência confiável

A confiança continua sendo um fator decisivo nas compras. Recomendações de familiares (44%) e amigos (37%) exercem mais influência do que as de influenciadores digitais (19%).

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Agenda

1 Introdução

2 Como é a jornada do consumidor digital?

3 Tendências do Consumidor Digital

3.1 ComprasGPT

3.2 Varejo Imersivo

3.3 Programas de Fidelidade

4 Conclusões e Recomendações

5 Pesquisa de Satisfação e Perguntas

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

O novo comportamento do consumidor digital

Consumidores estão utilizando cada vez mais ferramentas de inteligência artificial generativa (GenIA) para pesquisar produtos e serviços.

Consumidores digitais buscam conteúdos interativos e de entretenimento nas redes sociais, como transmissões ao vivo e vídeos curtos.

Consumidores estão aderindo a programas de fidelidade que ofereçam benefícios e recompensas para estimular a compra recorrente.

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Agenda

1 Introdução

2 Como é a jornada do consumidor digital?

3 Tendências do Consumidor Digital

3.1 ComprasGPT

3.2 Varejo Imersivo

3.3 Programas de Fidelidade

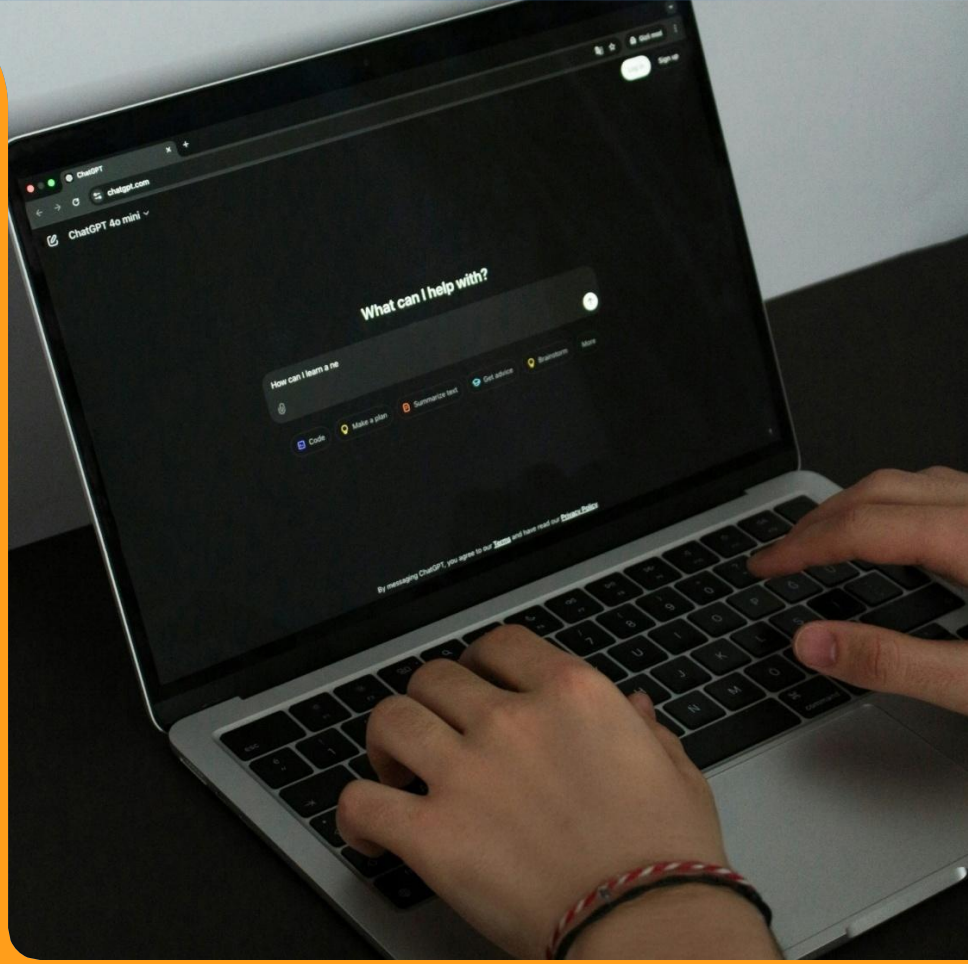
4 Conclusões e Recomendações

5 Pesquisa de Satisfação e Perguntas

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

ComprasGPT

A inteligência artificial generativa (GenIA) está transformando a busca por produtos: consumidores usando ferramentas como ChatGPT para obter respostas mais rápidas, personalizadas e conversacionais. Esse movimento reduz a dependência dos mecanismos de busca tradicionais e exige que empresas adaptem suas estratégias de marketing, incluindo práticas de *Generative Engine Optimization* (GEO), que buscam melhorar a presença das marcas nas respostas geradas por IA.



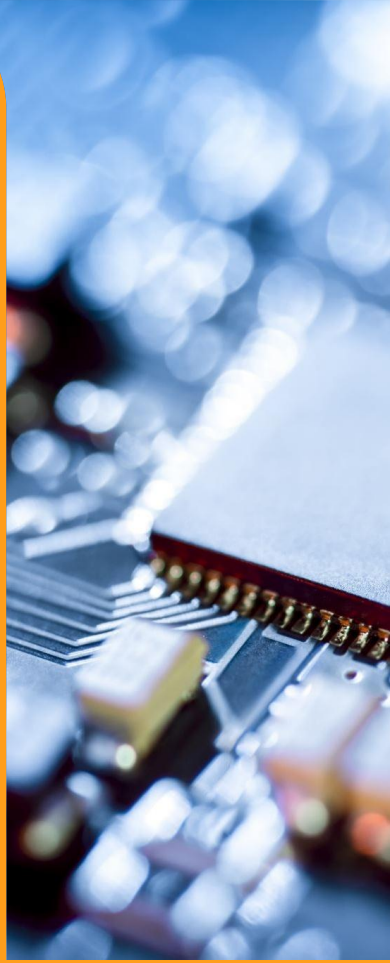
© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Mais plataformas GenAI, menos ferramentas de busca

6 bilhões
Média de visitantes mensais globais e sessões no aplicativo ChatGPT (jan-nov 2025)

78%
Dos respondentes brasileiros utilizaram GenAI em 2025 para a compra de produtos

40%
Dos profissionais relataram que a GenAI impactou seus negócios em 2025



Fonte: Euromonitor Voz do Consumidor: Digital Shopper Survey, Março a Abril 2025 (n=20.072)

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

COMPRASGPT

Floricultura utiliza IA generativa para automatizar o atendimento

Característica

A Camp Flores, em Campinas (SP), utiliza IA generativa e automação no WhatsApp Business para atendimento rápido e contínuo, mesmo fora do horário comercial.

Contexto

Integrado ao site da empresa, o canal utiliza IA para acelerar o atendimento com respostas automáticas para perguntas comuns dos clientes.

Consequência

O WhatsApp passou a responder por cerca de 30% do faturamento da floricultura, com ticket médio superior ao das vendas presenciais. O uso de IA generativa melhorou a experiência do cliente sem exigir expansão da equipe.

Fonte: ASN – Agência Sebrae

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Agenda

1 Introdução

2 Como é a jornada do consumidor digital?

3 Tendências do Consumidor Digital

3.1 ComprasGPT

3.2 Varejo Imersivo

3.3 Programas de Fidelidade

4 Conclusões e Recomendações

5 Pesquisa de Satisfação e Perguntas

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Varejo Imersivo

Formatos como vídeos curtos, transmissões ao vivo e conteúdos de entretenimento com compra integrada, popularizados por plataformas como TikTok, ganharam força ao combinar conveniência, engajamento e comércio. Marcas estão investindo em conteúdos próprios, como vídeos compráveis, séries ou novelas curtas e *livestreaming*, transformando entretenimento em uma nova ferramenta de descoberta e compra de produtos.

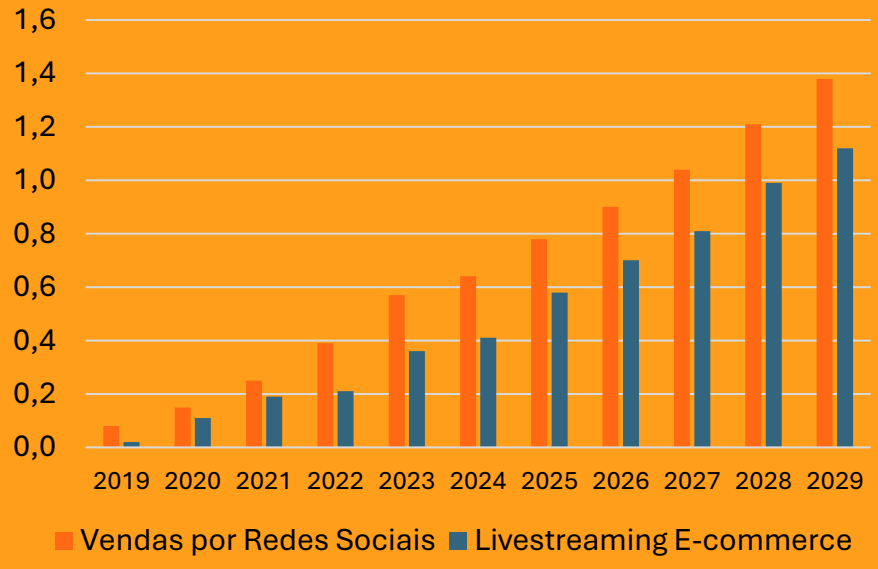
© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Compras por lives devem seguir crescendo

34%

Dos respondentes brasileiros realizaram uma compra por livestreaming em 2025

Vendas por Redes Sociais e Transmissões ao Vivo no Mundo - Vendas USD trilhão 2019-2029



Fonte: Euromonitor Voz do Consumidor: Digital Shopper Survey, Março a Abril 2025 (n=20.072)

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Petshop cresce com conteúdo de entretenimento no TikTok

Característica

A Pontual Petshop, em Viçosa (MG), adotou o TikTok como canal de marketing, produzindo vídeos bem-humorados com animais e bastidores da rotina da equipe.

Contexto

A estratégia priorizou conteúdos de entretenimento em vez de anúncios promocionais, aproveitando o alcance orgânico para fortalecer o relacionamento com os clientes.

Consequência

Vídeos virais chegaram a ultrapassar 2 milhões de visualizações e impulsionaram um crescimento de mais de 40% nas vendas durante a pandemia.

Fonte: Folha de S.Paulo

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Agenda

1 Introdução

2 Como é a jornada do consumidor digital?

3 Tendências do Consumidor Digital

3.1 ComprasGPT

3.2 Varejo Imersivo

3.3 Programas de Fidelidade

4 Conclusões e Recomendações

5 Pesquisa de Satisfação e Perguntas

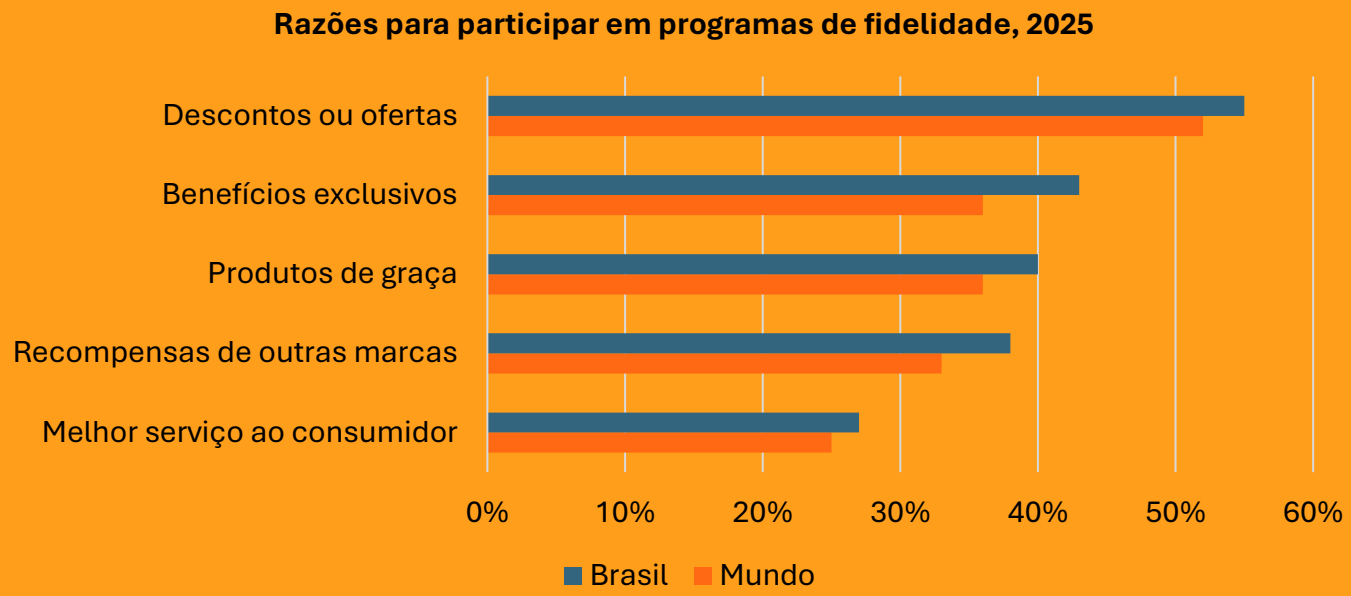
© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Programas de Fidelidade

Os programas de fidelidade estão evoluindo de modelos baseados apenas em pontos e descontos para experiências digitais mais personalizadas, com recompensas em tempo real, ofertas direcionadas e integração com aplicativos e meios de pagamento. Essa estratégia transforma a fidelidade em uma experiência mais interativa e permite que empresas transformem cada interação em uma oportunidade de gerar valor e engajamento.

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Descontos lideram a preferência dos consumidores



Fonte: Euromonitor Voz do Consumidor: Digital Shopper Survey, Março a Abril 2025 (n=20.072)

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Supermercado *gamifica* programa de fidelidade

Característica

A Rede Supermercados Imperatriz, em Santa Catarina, incorporou elementos de *gamificação* ao seu programa de fidelidade, como raspadinhas digitais, desafios de compra, itens colecionáveis e recompensas instantâneas.

Contexto

A estratégia utiliza dados de comportamento do consumidor para segmentar campanhas, personalizar desafios e acompanhar indicadores em tempo real.

Consequência

Ao combinar gamificação, personalização e monitoramento em tempo real por meio de CRM, a empresa fortalece o vínculo com os clientes, aumenta o ticket médio e a recorrência de compras.

Fonte: SuperVarejo

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Agenda

1 Introdução

2 Como é a jornada do consumidor digital?

3 Tendências do Consumidor Digital

3.1 ComprasGPT

3.2 Varejo Imersivo

3.3 Programas de Fidelidade

4 Conclusões e Recomendações

5 Pesquisa de Satisfação e Perguntas

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Abrace GEO

Com o crescimento das buscas por produtos em plataformas de GenIA, empresas precisam incorporar estratégias de ***Generative Engine Optimization* (GEO)** para aumentar sua visibilidade nas respostas produzidas por esses sistemas.

Conteúdos compráveis

Empresas devem investir em **conteúdos de entretenimento interativos**, transformando entretenimento em um canal de descoberta e conversão de vendas.

Novas fidelidades

Empresas devem transformar seus programas de fidelidade em **plataformas de relacionamento e inovação**, ampliando-os com benefícios personalizados, novos serviços e parcerias estratégicas para se diferenciar e gerar valor.

Estratégia no WhatsApp

Empresas devem utilizar o WhatsApp como um **canal estratégico de vendas e relacionamento**, integrando atendimento ágil, catálogos digitais e inteligência artificial para responder rapidamente aos clientes, personalizar interações e facilitar a conclusão das compras.

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Agenda

1 Introdução

2 Como é a jornada do consumidor digital?

3 Tendências do Consumidor Digital

3.1 ComprasGPT

3.2 Varejo Imersivo

3.3 Programas de Fidelidade

4 Conclusões e Recomendações

5 Pesquisa de Satisfação e Perguntas

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Conte-nos o que achou

Iremos enviar um link com uma pesquisa de opinião sobre a apresentação. Não deixe de responder, sua devolutiva é muito importante para nós.

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Perguntas?

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Outros relatórios disponíveis em Passport

Nativas Digitais: A Próxima Fronteira para a Disrupção dos Bens de Consumo

5 Maneiras que a IA Generativa vai Moldar o Futuro das Indústrias

Contatos de apoio do Passport para o SEBRAE-SP:

Luiza Rehder

luiza.rehder@Euromonitor.com

Acesso ao Passport: https://www.portal.euromonitor.com

Assinatura do Passport SEBRAE-SP

Beauty and Fashion
- Apparel and Footwear
- Beauty and Personal Care*
- Consumer Health*
- Eyewear
- Luxury Goods
- Personal Accessories

Drinks and Tobacco
- Alcoholic Drinks
- Cannabis
- Hot Drinks
- Soft Drinks**
- Tobacco

Assinatura atual

Brasil + Dados agregados do mundo + dados agregados da América Latina

Home and Tech
- Mobility
- Consumer Appliances
- Consumer Electronics
- Home and Garden
- Home Care
- Tissue and Hygiene
- Toys and Games

Services and Payments
- Consumer Finance
- Consumer Foodservice
- Retailing
- Sports
- Travel

Food and Nutrition
- Product claims & positioning
- Fresh Food
- Health and Wellness
- Ingredients
- Nutrition
- Packaged Food
- Packaging
- Pet Care

Survey
- Beauty Survey
- Cannabis Survey
- Lifestyle Survey
- Digital Consumer Survey
- Health & Nutrition Survey
- Nicotine Survey

Economies and Consumers
- Business Dynamics
- Cities
- Digital Consumer
- Economy, Finance and Trade
- Households
- Income and Expenditure
- Industrial
- Lifestyles
- Sustainability
- Population

Analytics
- Competitor Analytics
- Industry Forecast Model

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.

Obrigada!

Beatriz Ballestero, **Consultora Associada**

✉ beatriz.ballestero@euromonitor.com

Daniela Mizumoto, **Head de Consultoria**

✉ daniela.mizumoto@euromonitor.com

Meika Nakamura, **Business Development**

✉ meika.nakamura@euromonitor.com

Luiza Rehder, **Gerente de Conta**

✉ luiza.rehder@euromonitor.com

© 2024 Euromonitor International. All rights reserved.