

CENTRO DE ESTUDOS APLICADOS DE MARKETING – CEAM

Expectativas-esperança para 2025

ESPM

AGENDA

CONTEXTO E OBJETIVOS DO ESTUDO

METODOLOGIA

O ESTUDO

- EXPECTATIVAS-ESPERANÇA 2025

ESPERANÇA

CONTEXTO E OBJETIVOS



O ano de 2025 se desenvolve em meio a **mudanças** sociais, políticas, econômicas e ambientais que impactam diretamente como as pessoas enxergam o futuro.

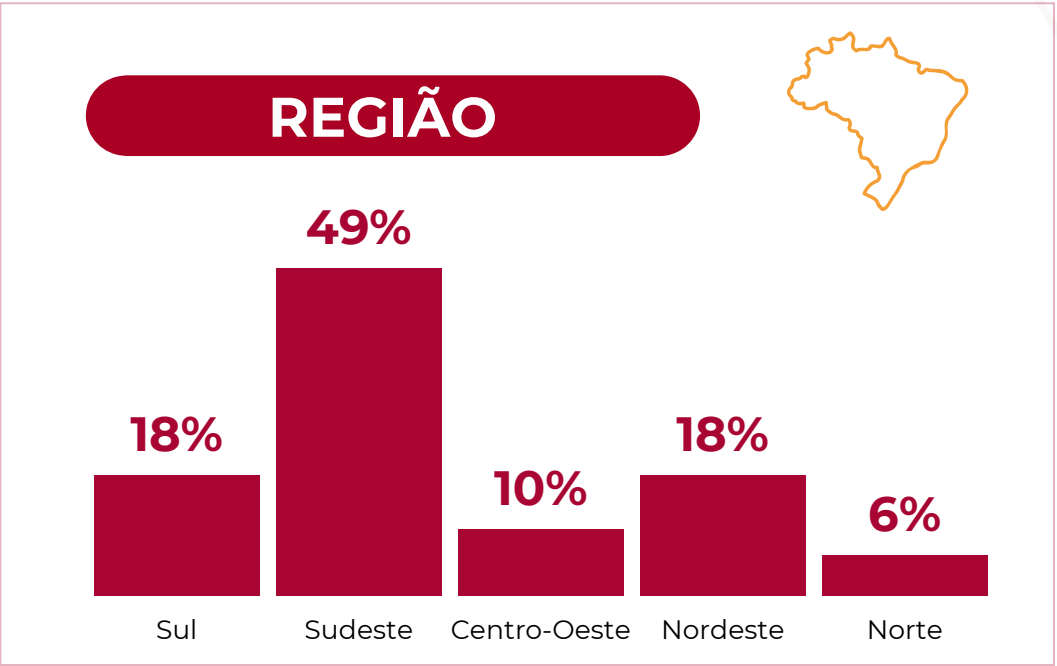
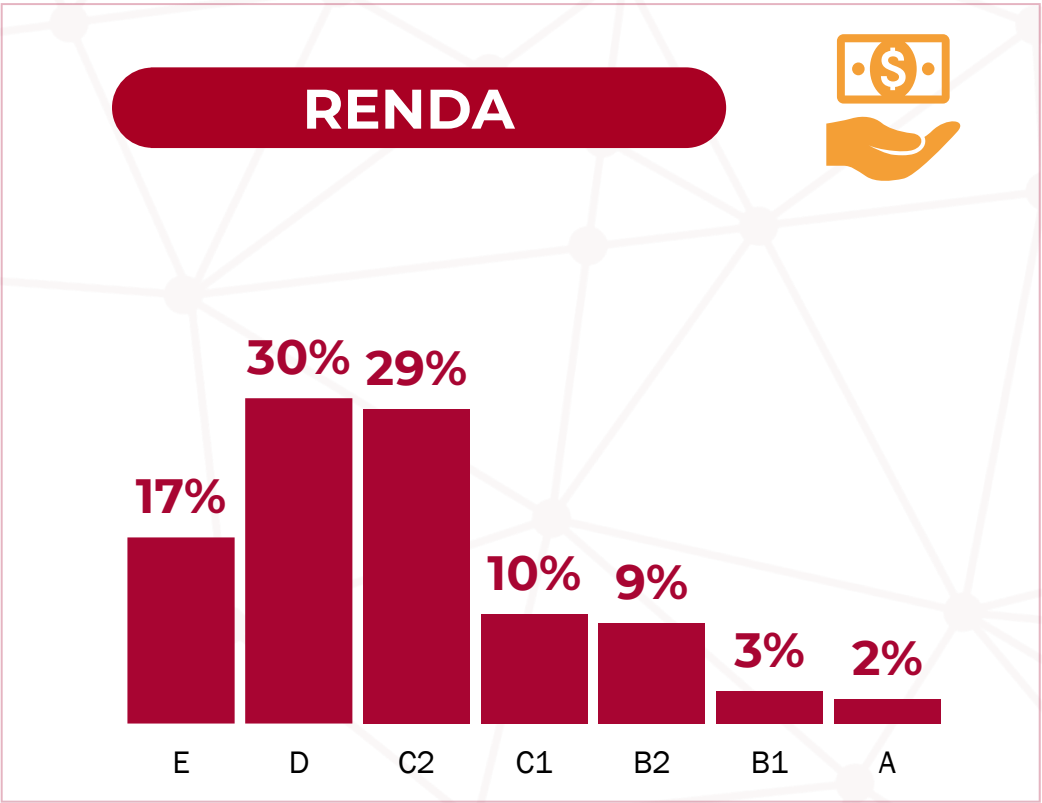
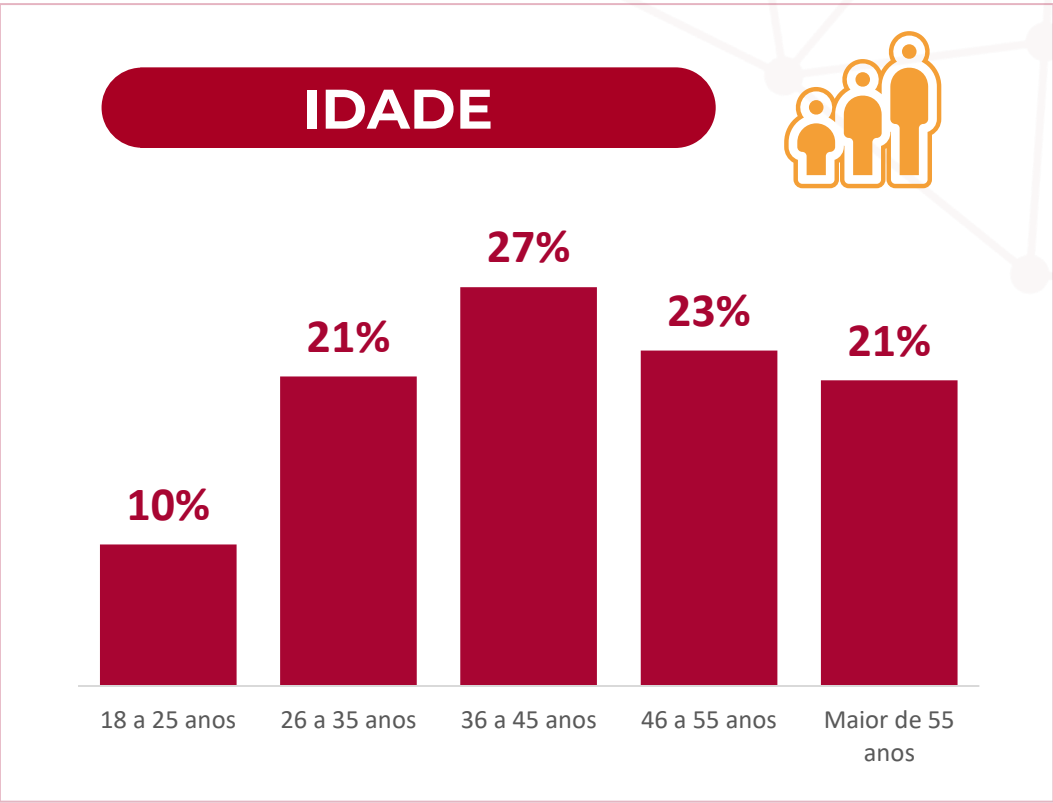
Após um período marcado por incertezas globais, cresce o interesse em compreender como indivíduos projetam suas **expectativas para o ano**.

Esta pesquisa tem como **objetivo** avaliar a **esperança** do consumidor para seus **interesses individuais** e aspectos da **sociedade para o ano de 2025**.

PERFIL DO CONSUMIDOR



PERFIL DEMOGRÁFICO

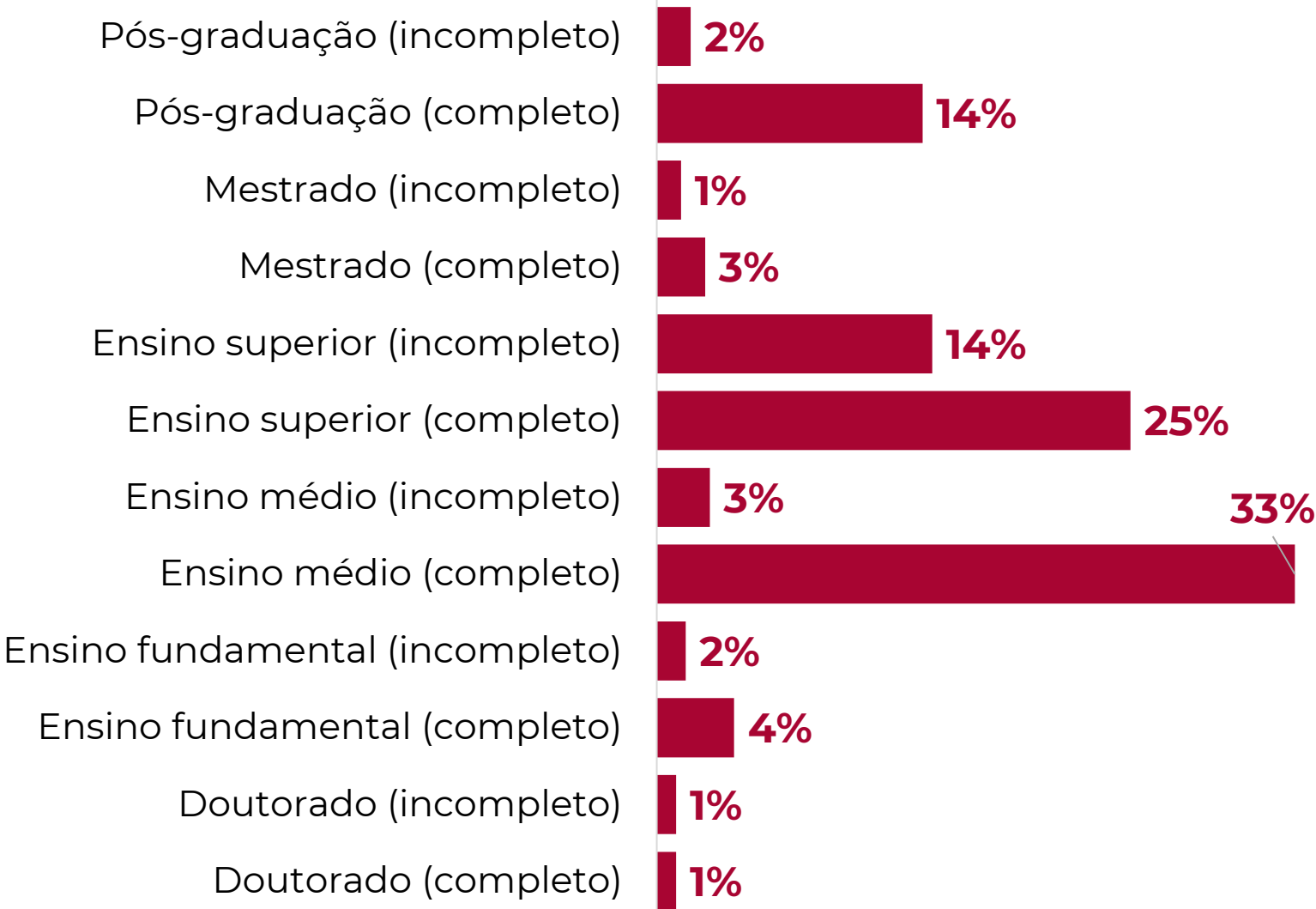


N= 400

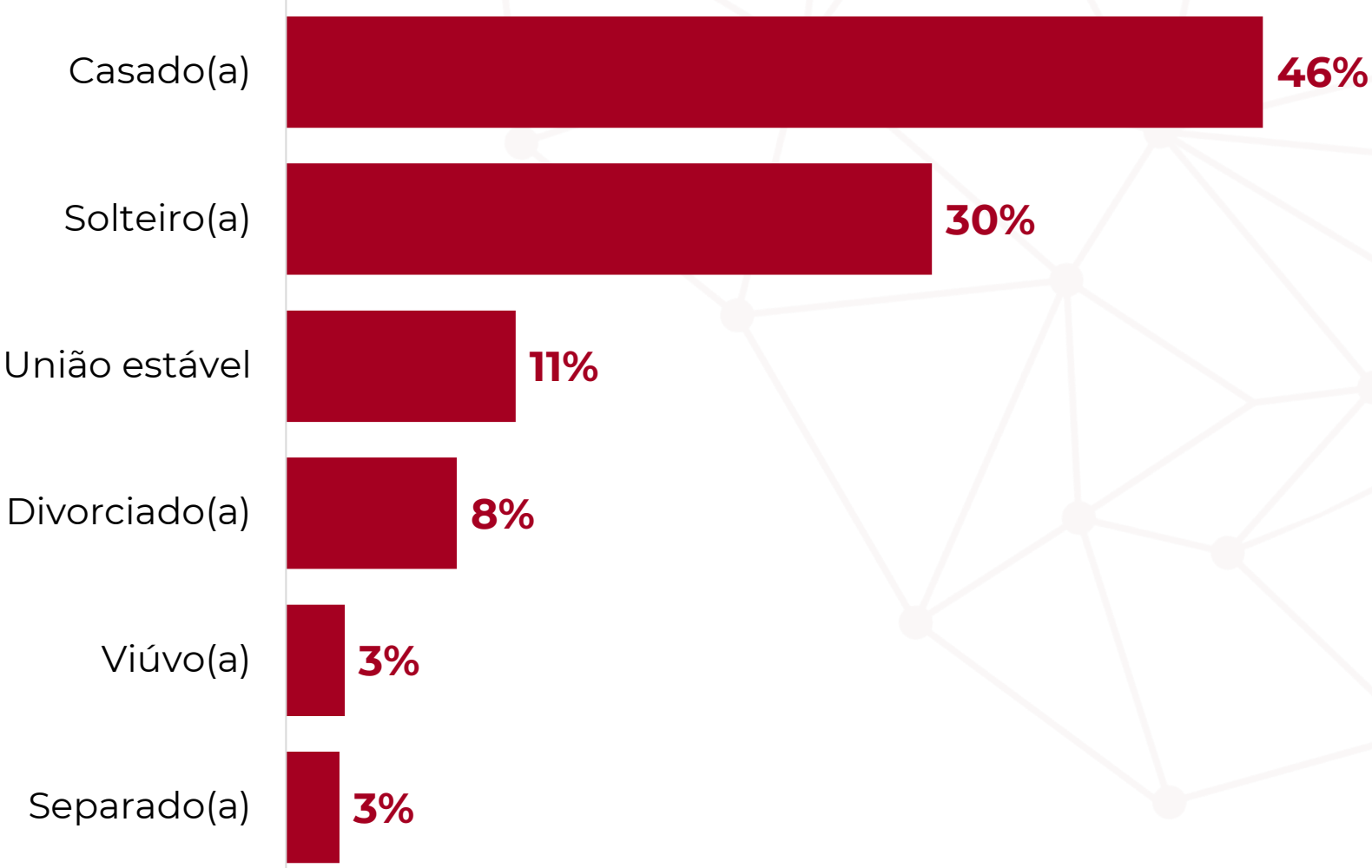
PERFIL DEMOGRÁFICO



ESCOLARIDADE



ESTADO CIVIL



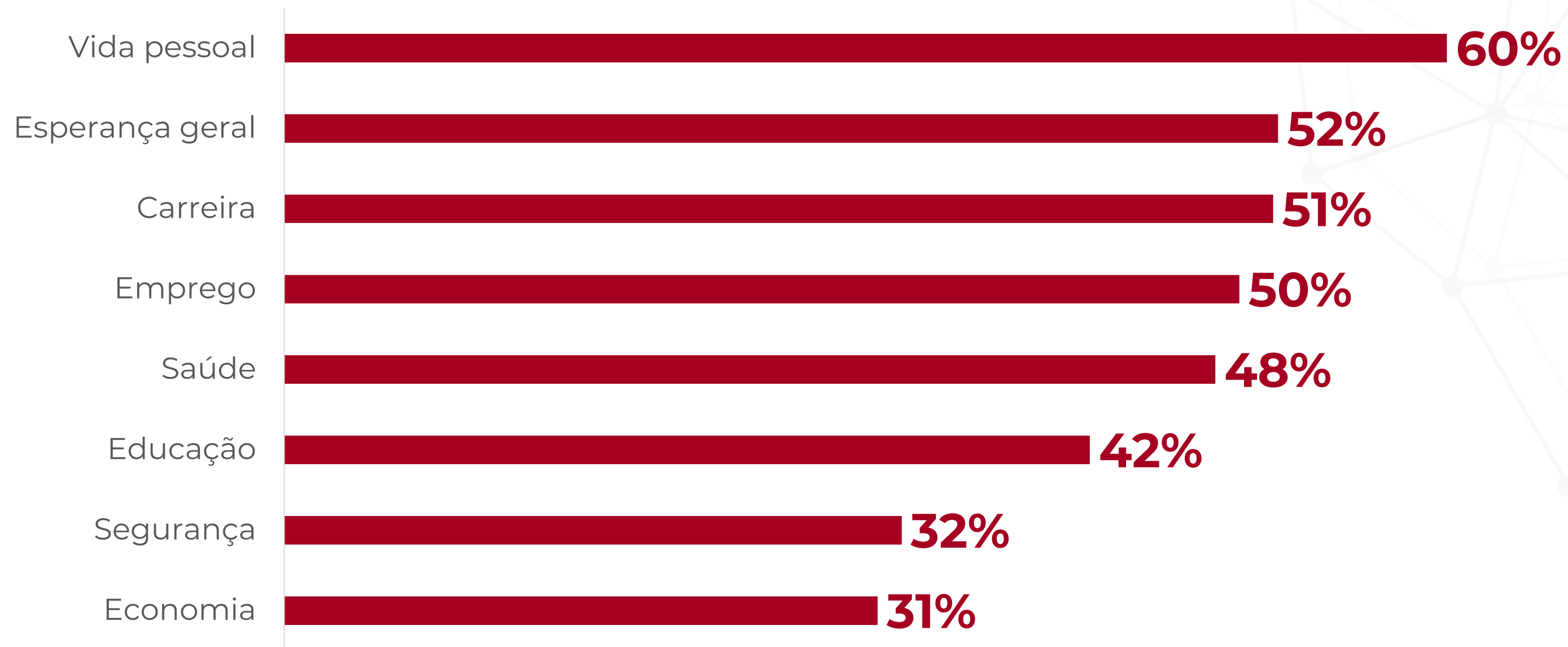
N= 400

EXPECTATIVAS E ESPERANÇA PARA 2025

EXPECTATIVAS E ESPERANÇA 2025

Vida pessoal, e vida profissional dominam as principais expectativas para 2025

Esperança para 2025

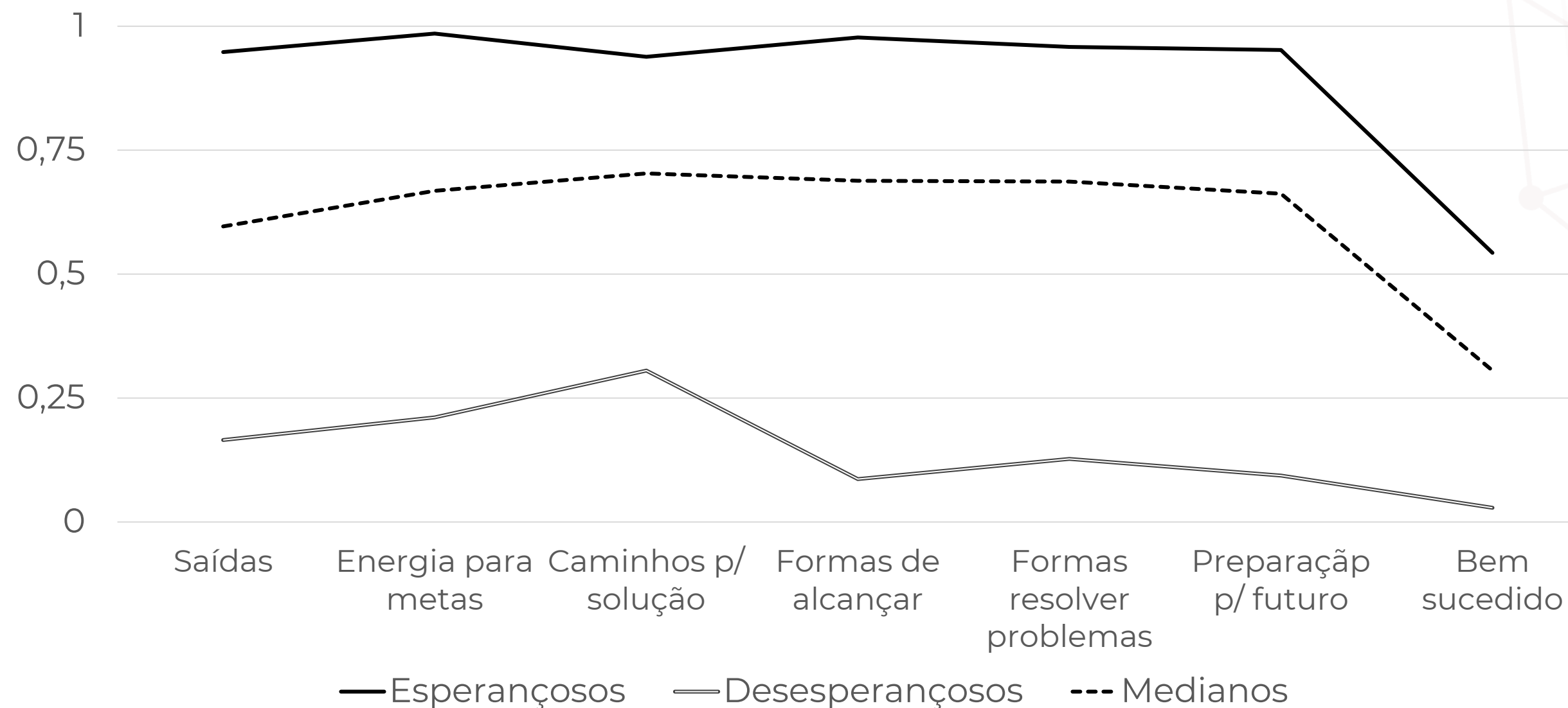


Em uma escala de 0 a 10, em que zero é nada esperançoso e 10 é totalmente esperançoso, qual seu grau de esperança para 2025?

N= 400

Há três perfis de consumidores quanto à esperança: todos se sentem menos bem-sucedidos

Segmentação – esperança pessoal



Esperançosos (34%)

Medianos (48%)

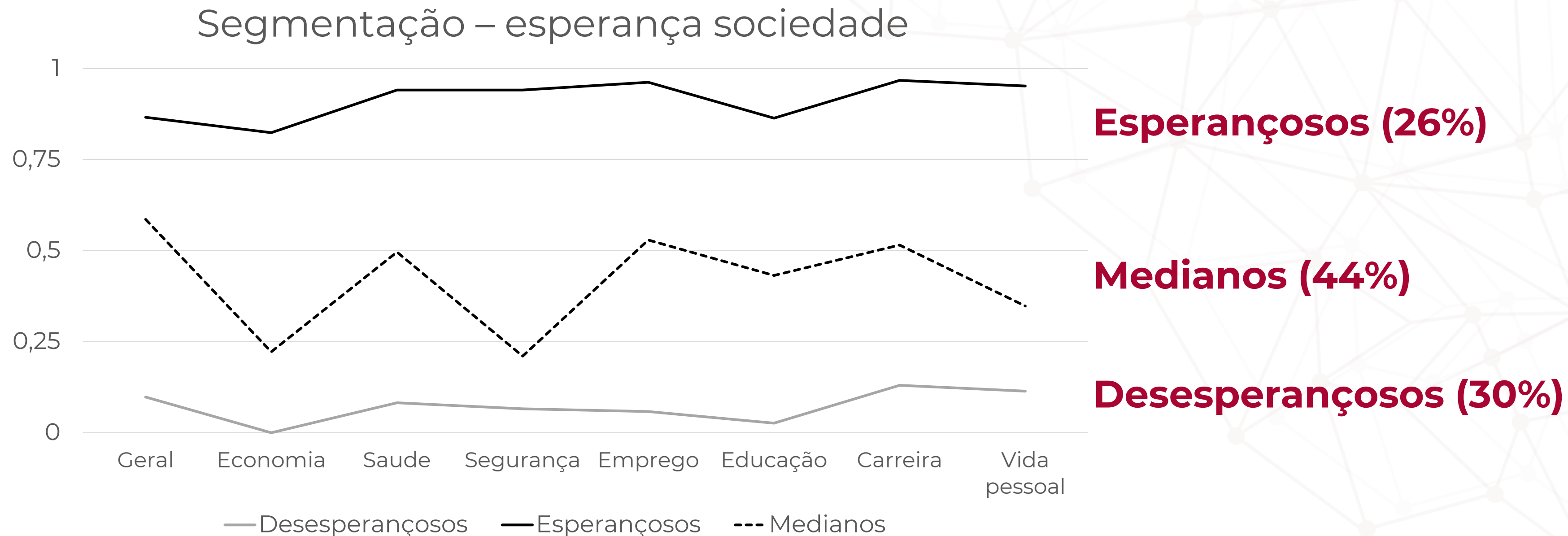
Desesperançosos (18%)

Escala de esperança de Snyder

N= 400

EXPECTATIVAS E ESPERANÇA 2025

Os medianos oscilam bastante nas suas posições para temas da sociedade e são maioria

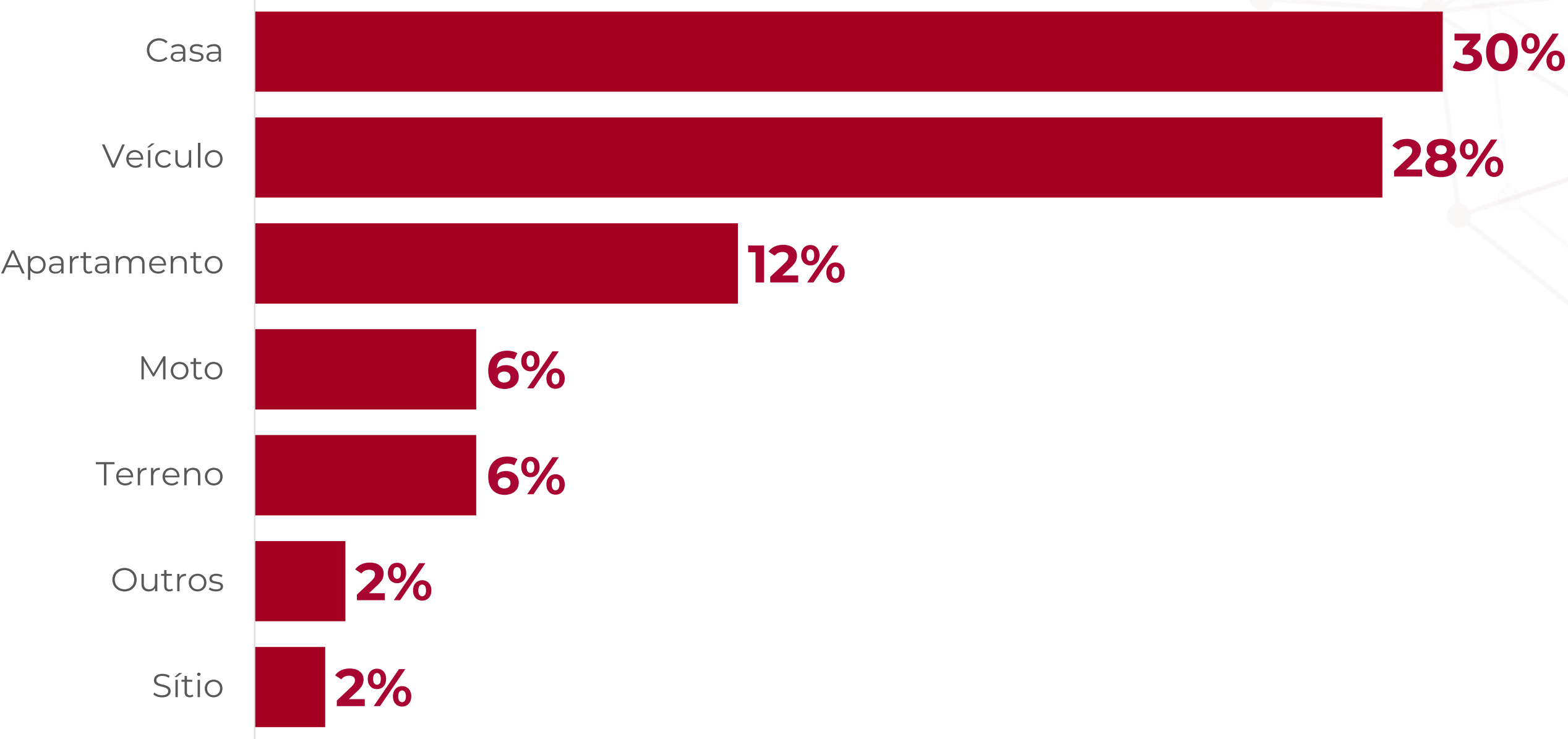


Escala de esperança de temas da sociedade

N= 400

Casa própria e autonomia na mobilidade são desejos para 2025

Gastos de maior valor para 2025



Você pretende efetuar gastos com bens de maior valor em 2025?

N= 400

INSIGHTS

- Os dados da pesquisa mostram um consumidor que busca estabilidade com carreira e emprego para uma vida pessoal mais satisfatória, porém, bastante descrente na economia e na segurança.
- Os diferentes perfis de consumidor quanto à esperança (esperançosos, medianos e desesperançosos) se diferenciam bastante, e os medianos parecem mais instáveis nas suas posições, podem engrossar os grupos acima ou abaixo dependendo de mudanças nos temas mais caros, a economia e a segurança.
- Autorrealização pode direcionar melhoras na sensação quanto ao futuro, nos três grupos.
- Há mais esperança com si próprio do que com coisas da sociedade. Há mais pessimismo com questões da sociedade.

OPORTUNIDADES

- As pessoas estão bastante direcionadas a uma busca por estabilidade, e serviços ou produtos neste sentido devem ser favorecidos (casa, carreira, e vida pessoal).
- Serviços que promovam segurança devem ganhar destaque também para promover esta sensação.
- Produtos e serviços que promovam realização pessoal devem ganhar mais proeminência quando ofertados junto a valores de estabilidade individuais.

ESPM

CENTRO DE ESTUDOS APLICADOS DE MARKETING – CEAM

Expectativas-esperança para 2025

ESPM