

WhatsApp se consolida como canal de marketing com alta conversão e automação

Estudo da OmniChat mostra que WhatsApp se consolida como principal canal conversacional de vendas no Brasil, com taxa de conversão de campanhas de até 27%

Na crescente digitalização do mercado brasileiro, o WhatsApp se consolida como um canal estratégico para vendas, com taxas de conversão mais de sete vezes maiores que as do e-commerce tradicional. É o que revela o Chat Commerce Report 2025, estudo anual da OmniChat, plataforma líder em IA conversacional para vendas no Brasil.

O levantamento, que analisou mais de 782 milhões de mensagens trocadas por meio de 42 milhões de conversas realizadas pela OmniChat em 2024, traça um panorama completo sobre o uso de canais conversacionais, o impacto da inteligência artificial (IA) e as tendências que moldam a nova jornada de compras. O número representa o atendimento de mais de 24 milhões de clientes por meio de mais de 29 mil vendedores.

Segundo a análise, o volume de mensagens por canais digitais cresceu 55% em 2024 — em relação ao ano anterior, com o crescimento de 42% no número de conversas via WhatsApp — consolidando o canal como principal ferramenta de comunicação entre marcas e consumidores. Com exatos 95,21% do volume de conversas de marcas com consumidores, o app concentra a maior parte das interações durante a jornada de compras, passando pelas fases de atração, qualificação, conversão e pós-venda, que contempla o acompanhamento de pedidos e pesquisas de NPS e CSAT com altas taxas de resposta.

No setor de joias e acessórios, por exemplo, 28,52% do GMV (Gross Merchandise Value) foi influenciado por interações via WhatsApp, seguido pelo setor de bens de consumo (17,96%), materiais de construção (15,32%), móveis e decoração (14,53%), calçados (12,7%), artigos esportivos (12,35%), educação (11,81%), pet



shop (11,58%), vestuário (10,66%) e beleza e perfumaria (7,19%).

A consolidação do WhatsApp como vitrine e canal de checkout se intensificou com o uso de IA generativa e agentes autônomos, capazes de conduzir 100% das vendas de ponta a ponta; ou servindo como suporte para o time comercial, focando em cerca de 80% do total das vendas, as mais transacionais e simples, e transbordando os casos mais complexos e estratégicos para o time humano. A inteligência artificial tem acelerado jornadas de compra com até 95% de redução no tempo de resposta e impulsionado conversões em campanhas como a de recuperação de carrinho.

Em um ano marcado pela maturidade da IA no comércio e nos serviços, o estudo revela que o canal conversacional deixou de ser um suporte complementar para se tornar, de fato, a maior loja de muitas marcas, superando o e-commerce tradicional em segmentos como moda, construção, saúde, educação e alimentos.

“O WhatsApp há muito tempo deixou de ser somente um canal de mensagens para se tornar uma plataforma de vendas completa, com automação inteligente e operação contínua”, afirma Maurício Trezub, cofundador e CEO da OmniChat. “A integração entre IA, atendimento humano e canais físicos permite ampliar a

disponibilidade do serviço e responder à demanda do consumidor por agilidade e personalização”.

IA como protagonista: dados revelam impacto transformador no comércio conversacional - A inteligência artificial emergiu como o principal diferencial competitivo no chat commerce em 2024, com dados que comprovam seu impacto direto nos resultados de negócio. Segundo o Future of Jobs Report 2025 do World Economic Forum, 86% dos empregadores acreditam que a IA transformará seus negócios até 2030, tendência que já se manifesta fortemente nos canais conversacionais.

Os números do Chat Commerce Report 2025 mostram que a utilização de IA nos canais de chat proporcionou:

- 150% de aumento em conversão influenciada
- 4x mais capacidade de atendimento simultâneo sem aumento de equipe
- Aumento de 46% no ROAS
- Redução de 75% no tempo médio de resposta (TMR) dos vendedores, de 3:32 minutos para apenas 53 segundos

Em 2024, agentes autônomos de IA conduziram 89.905 conversas comerciais, resolvendo 80% delas sem intervenção humana, sendo responsáveis por mais de 23% das vendas realiza-

das fora do horário comercial. No primeiro trimestre de 2025, o Whizz superou em 71% o volume de conversas que havia realizado nos dois meses de testes com os clientes, durante o período da Black Friday e Natal. Para recuperação de carrinho abandonado, o ROAS médio das campanhas suportadas por Inteligência Artificial foi de 246x, um crescimento de 15% sobre o ano anterior, com 14% de taxa de conversão média.

Vendas turbinadas: conversão e ROAS disparam com WhatsApp - As campanhas de marketing via WhatsApp apresentaram uma taxa de conversão de até 27%. O Retorno Sobre Investimento Médio das campanhas de mensagens de marketing (ROAS) foi de 27 vezes, com destaque para as ações de recuperação de carrinho abandonado, em que o ticket médio alcançou 557,67 reais, salto de 432% em relação ao ano anterior. “Esses dados mostram o potencial do WhatsApp para reativar vendas e aumentar o ticket médio em momentos decisivos da jornada do cliente”, explica Trezub.

Canais Conversacionais: O novo eixo do consumo - Além da IA, o Chat Commerce Report 2025 destaca a importância da integração dos canais conversacionais para garantir uma experiência de compra fluida e completa. Em 2024, 92% dos pedidos via WhatsApp foram para entrega em casa, demonstrando a importância de integrar canais digitais e físicos para atender às necessidades do consumidor moderno. “O consumidor de hoje busca conveniência, agilidade e personalização em todos os pontos de contato com a marca”, afirma Trezub. “A integração de canais de forma fluida permite oferecer uma jornada de compra consistente e sem atritos, desde o primeiro contato no WhatsApp até a entrega do produto em casa”.

A natureza não negocia: adverte e reage

Benedicto Ismael Camargo Dutra (*)

Um chamado à lucidez ecológica: a Terra levou bilhões de anos para se tornar um lar hospitaleiro aos seres humanos. De partículas cósmicas ao florescimento da vida, cada etapa foi cuidadosamente moldada pelas leis da natureza — leis que não foram escritas por mãos humanas, mas são universais e sustentam tudo o que somos. No entanto, em nome do progresso, temos ignorado esses imutáveis códigos ancestrais.

Grandes obras, como a barragem hidrelétrica de Motuo, projetada para ser a maior usina hidrelétrica do planeta no rio Yarlung Tsangpo, na Região Autônoma do Tibete, é um majestoso projeto que revela o poder da engenharia, o poder do homem e, ao mesmo tempo, a displicência que nos afasta do essencial: a preservação da natureza, o equilíbrio ecológico. Ao desviar o curso natural do rio Yarlung Tsangpo, que alimenta comunidades da Índia e Bangladesh, o ser humano interfere nos sistemas da natureza, sem conhecer exatamente que consequências poderão resultar disso.

Esse tipo de atitude da humanidade, sequiosa por ganhos e obras faraônicas para se evidenciar, se opõe à preservação das condições de sustentabilidade da natureza e seus automáticos sistemas. Um exemplo no Brasil é o da Nova Raposo, planejada para interligar as cidades paulistas de Cotia, Itapecerica da Serra e Embu das Artes, cujo projeto ameaça derrubar milhares de árvores nativas, fragmentar corredores ecológicos e comprometer mananciais vitais como o rio Embu-Mirim e o rio Cotia.

Evidencia-se a fragilidade da conexão entre o Rodoanel e a BR-116, que continua travando o acesso aos municípios de Embu das Artes e Itapecerica da Serra. Trata-se de um problema conhecido há anos, mas ainda sem solução eficiente. Uma das justificativas para o prolongamento da Nova Raposo seria aliviar essa pressão viária, criando nova rota justamente no coração de áreas de preservação, o que tende a induzir ocupações precárias e desordenadas, como já ocorreu nas bordas do próprio Rodoanel e da BR-116.

A falta de adequação, através de planejamento integrado com a natureza e em audiências públicas, revela um modelo de desenvolvimento que prioriza o fluxo de veículos, mas negligencia o direito à cidade, à natureza e à participação popular dos defensores da sustentação da vida. Essa obra também tem como proposta estratégica conectar diretamente a Rodovia Castelo Branco (SP-280) à Rodovia Régis Bittencourt (BR-116), criando novo eixo de escoamento logístico que passaria por zonas de Mata

Atlântica e áreas de preservação permanente.

Estima-se que mais de 350 nascentes e 50 km² de Mata Atlântica serão impactados, colocando em risco mais de 300 espécies da fauna local, incluindo onças-pardas, bugios e jaguatiricas. Na natureza nada é supérfluo. A estupidez humana, embriagada por objetivos econômicos e conquistas tecnológicas, tornou-se incapaz de ver o invisível: os segredos do salutar equilíbrio. Perdemos a reverência pelas coisas naturais criadas sem a participação do ser humano, as quais estão à disposição de todos como alimentos, o ar, o solo, a água, o sol, e esquecemos que conhecimento sem humildade se transforma em ferramenta insensata de destruição.

Esse cenário é consequência de um modelo histórico que trocou as ferrovias, menos poluentes e mais integradoras, pelas rodovias, consolidando o tráfego de carretas que consomem óleo diesel e emitem toneladas de CO² todos os dias. A lógica rodoviária transformou a paisagem e a política pública, priorizando asfalto ao invés de mobilidade sustentável. Aquilo que deveria ser um país abençoado evoluindo em paz se apresenta caótico e desordenado nas ruas e rodovias estreitas.

Mas nem tudo está perdido. Ainda existem olhares atentos, mãos cuidadosas e vozes que insistem em lembrar que progresso sem respeito à natureza, que nutre nosso corpo, é retrocesso. Que restauração e preservação é tão valiosa quanto inovação. Que estudar a natureza e suas leis, absolutamente lógicas, é um dever, não para dominá-la, mas para aprender com ela e obter os frutos que oferece.

No entanto, em nome do progresso, temos ignorado esses códigos ancestrais. Grandes obras, como a barragem hidrelétrica de Motuo no Tibete, ou o projeto de prolongamento da Rodovia Nova Raposo em São Paulo, revelam a capacidade da engenharia e, ao mesmo tempo, a cegueira que nos afasta do essencial: o equilíbrio ecológico. Acontecimentos graves estão mostrando que o humanismo estagnou desde longa data: mentiras, aspereza, arrogância, prepotência. Restaurar o humanismo e o equilíbrio econômico entre as nações é o único caminho que pode fortalecer a paz e o progresso.

(*) Graduado pela Faculdade de Economia e Administração da USP. Coordena os sites www.videaprendizado.com.br e www.library.com.br/home. E-mail: bicdutra@library.com.br.

Reconhecimento facial e biometria: o que é mito e o que é verdade?

Com leis e regulamentações cada vez mais claras, a tecnologia avança como ferramenta de segurança e conveniência em estádios, serviços públicos e outros ambientes.

Nos últimos anos, o reconhecimento facial e a biometria ganharam espaço em diversos setores no Brasil, como aeroportos, bancos, serviços públicos, estádios, etc. “A tecnologia, que utiliza características únicas de cada pessoa para confirmar sua identidade, passou a ser vista como uma aliada no aumento da segurança, na prevenção de crimes e na melhoria da experiência do usuário”, comenta Tironi Paz, fundador e CEO da ImPLY Tecnologia.

Recentemente, o governo federal anunciou a obrigatoriedade do cadastro biométrico para concessão, renovação e manutenção de benefícios sociais, conforme previsto no Decreto que regulamenta a Lei nº 15.077/2024. Em todos os casos, o uso desses dados está sujeito à Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), que garante direitos à privacidade e ao tratamento adequado das informações pessoais. Já no contexto

esportivo, a Lei Geral do Esporte (Lei nº 14.597/2023) e regulamentações estaduais já determinam a obrigatoriedade de sistemas de identificação biométrica em arenas e estádios, visando coibir violência e facilitar a identificação de torcedores.

Apesar da expansão e das evidências de eficácia, o tema ainda é cercado por desinformação.

Abaixo, Tironi esclarece o que é mito e o que é verdade sobre o assunto:

Mitos e verdades sobre o reconhecimento facial e biometria
Mito: O reconhecimento facial armazena fotos de todos para sempre.

Verdade: Sistemas sérios e regulamentados não guardam fotos, mas sim “templates”, representações matemáticas de pontos-chave do rosto ou dados biométricos. Essas informações têm finalidade específica, prazo definido e são protegidas pela LGPD.

Mito: A tecnologia pode ser facilmente enganada com fotos ou vídeos.

Verdade: Soluções modernas usam liveness detection (detecção de vivacidade), que identifica se a pessoa está realmente presente, bloqueando tentativas de fraude com imagens impressas ou digitais.

Mito: O reconhecimento facial só serve para segurança.

Verdade: Além de reforçar a segurança, a biometria agiliza processos como check-in automático em eventos, embarque rápido em aeroportos, autenticação bancária e personalização de serviços.

Mito: Qualquer empresa pode usar meu rosto como quiser.

Verdade: No Brasil, dados biométricos são considerados sensíveis pela LGPD. Seu uso depende de consentimento ou de previsão legal, com obrigação de transparência, segurança e finalidade específica.

Mito: Reconhecimento facial é 100% preciso.

Verdade: A precisão depende da qualidade das câmeras, do software e das condições de captura e validação utilizadas.