



ASSISTENTES VIRTUAIS POR VOZ EM 2025

Hábitos de uso, inteligência artificial e
oportunidades para marcas e negócios



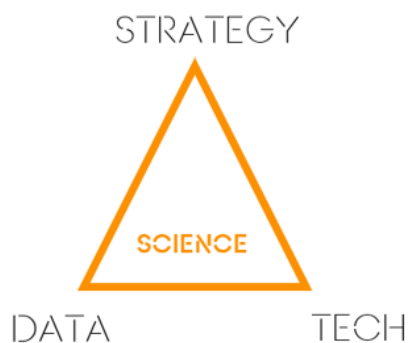
ESTE RELATÓRIO FOI ELABORADO PELA ILUMEO, CONSULTORIA ESPECIALIZADA EM **MARKETING EFFECTIVENESS**.



A ILUMEO foi fundada em 2011 na USP e já realizamos mais de 700 projetos para grandes e médias empresas.

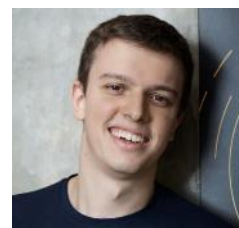
Usamos métodos científicos e desenvolvemos tecnologias para transformar dados em inteligência que impulsiona o crescimento dos nossos clientes.

Fazemos isso com base em três valores fundamentais: **Ímpeto pelo Conhecimento**, **Empreendedorismo** e **Espírito de Servir**.



**Um problema bem explicado
é meio problema resolvido**

LIDERANÇAS DA ILUMEO



Diego Senise

SÓCIO E CEO

Professor de estatística e comportamento do consumidor na USP

Autor do livro Retorno de Investimentos em Comunicação

Doutor em Comunicação (USP) estudando Economia Comportamental e Eficácia de Propagandas)

Pesquisador do LAB 4C – laboratório de Comunicação e Ciências Cognitivas da USP



Otávio Freire

SÓCIO E CHIEF SCIENCE OFFICER

Professor de Branding e Avaliação de Campanhas de Comunicação na USP

Autor do livro Retorno de Investimentos em Comunicação

Líder do tema MKT Analytics Data Science da ANPAD

Vice-Coordenador no CEBRAEV (Centro Brasileiro de Estudos de Varejo) e do B.R.A.N.D.S

Doutor em Comunicação (USP)



Felipe Senise

SÓCIO E CHIEF STRATEGY OFFICER

MBA em Finanças pelo INSPER

Formação em Publicidade (USP)

10 anos como Planejamento Estratégico em agências

Prêmios Internacionais de Eficácia em Comunicação a partir dos cases das marcas que atendeu:

- IPA Effectiveness Award
- Effie Awards
- Jay Chiat

CLIENTES QUE CONFIARAM NA ILUMEO AO LONGO DOS ANOS



GROWING BRANDS

Youse

flash

petlove

Guide

Jeitto

MATURING BRANDS

XP inc.

ifood

stone

NETFLIX

Azul

MOURA

LEGACY BRANDS

itaú

Nestlé

Red Bull

ambev

L'ORÉAL

Unilever

The ILUMEO logo, featuring a stylized orange icon of three horizontal bars of increasing height to the left of the word "ILUMEO" in a black, sans-serif font.

ILUMEO

14 ANOS
+ 700 PROJETOS

SOBRE O ESTUDO

Em 2020, a ILUMEO realizou um [estudo pioneiro](#) para entender como os brasileiros estavam adotando e utilizando os assistentes de voz, explorando o impacto dessa inovação no comportamento do consumidor e nas oportunidades de negócios.

Agora, cinco anos depois, apresentamos uma **nova edição desse estudo**, ampliando o escopo para analisar as mudanças no uso da tecnologia, o impacto da inteligência artificial generativa e as novas oportunidades para marcas e empresas.

Este relatório, elaborado com base em uma pesquisa online realizada entre 15 e 29 de janeiro de 2025, reúne dados de **1.050 respondentes de todo o Brasil**, com diferentes perfis de idade, gênero, escolaridade e regiões.

Nosso objetivo é oferecer insights acionáveis para líderes de marketing, inovação e estratégia, além de gerar reflexões relevantes para a imprensa e o mercado em geral. Os aprendizados também serão discutidos pelo time de especialistas ILUMEO: <https://ilumeo.com.br/artigos/>

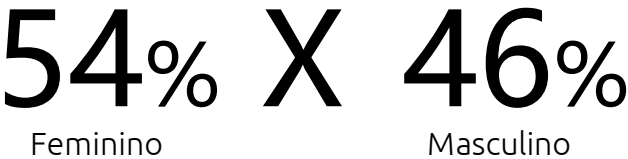


PERFILE METODOLOGIA

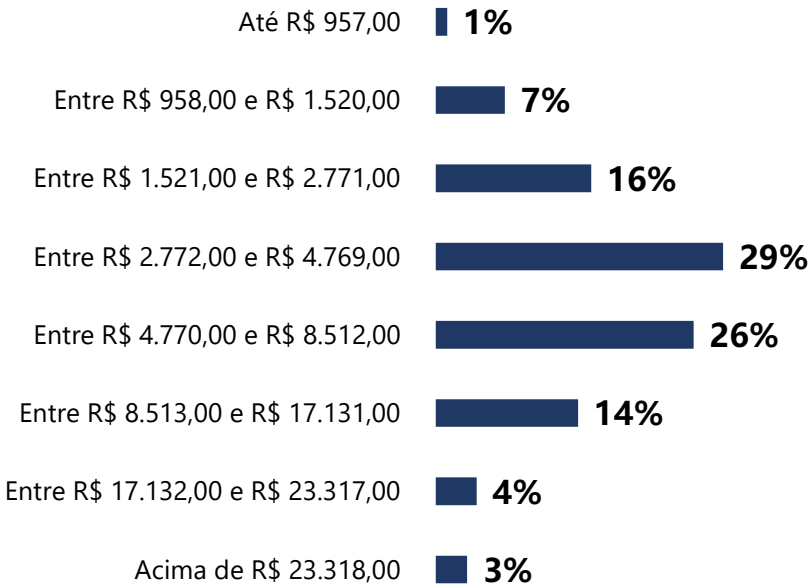


PESQUISA REALIZADA ENTRE 15 E 29 DE JANEIRO DE 2025, POR MEIO DE QUESTIONÁRIO ONLINE, COM 1.050 RESPONDENTES DE TODO O BRASIL

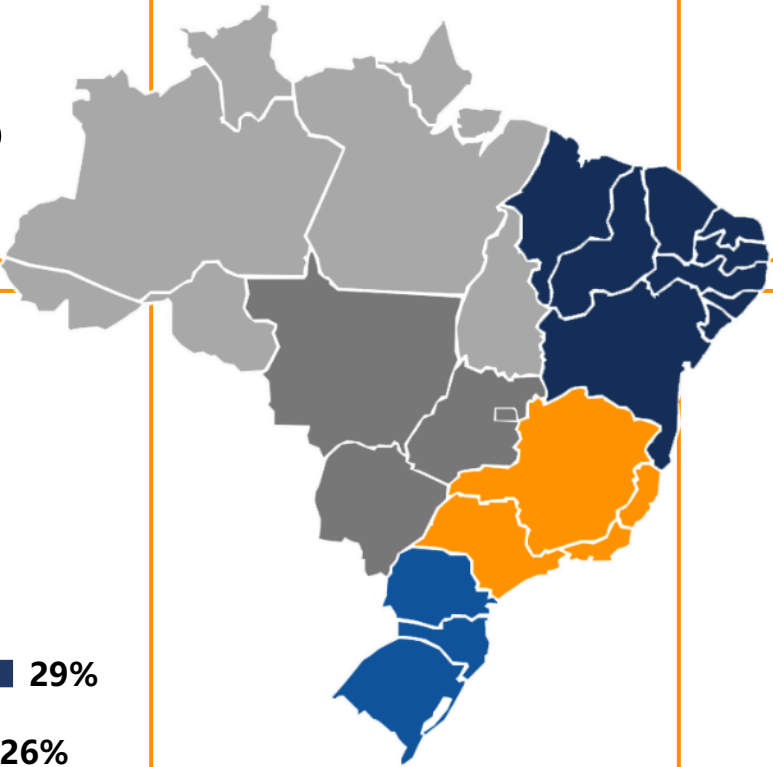
SEXO



RENDA

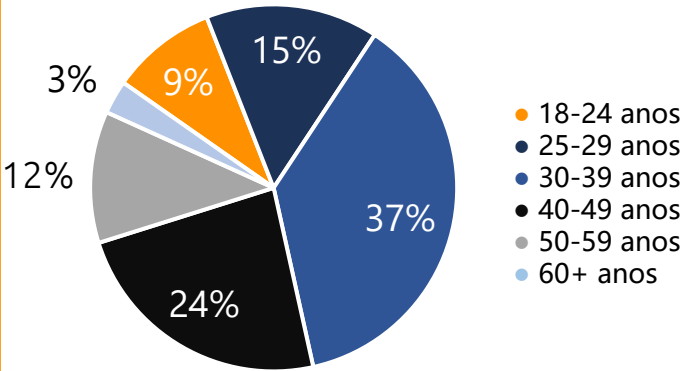


REGIÃO

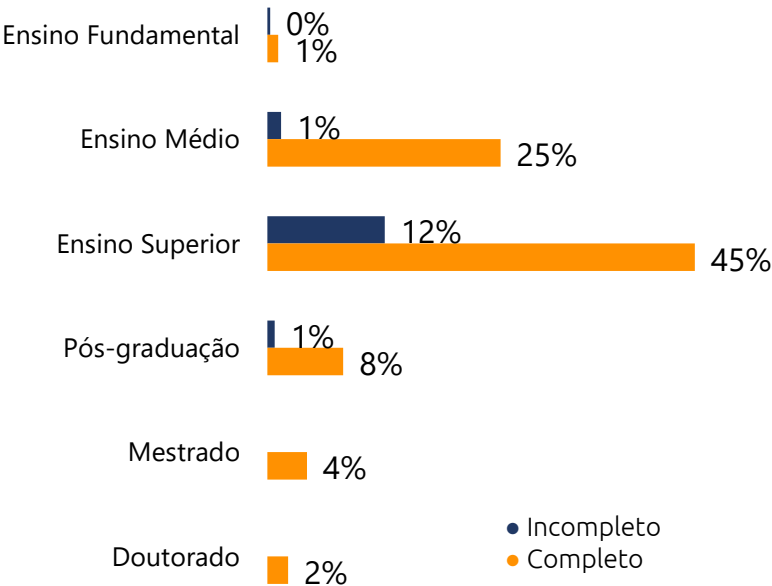


- 57% Sudeste
- 20% Nordeste
- 6% Centro-Oeste
- 11% Sul
- 6% Norte

IDADE



ESCOLARIDADE





TUDO O QUE MENSURAMOS NO ESTUDO COMPLETO

O relatório com dados e análises personalizadas pode ser contratado com o time comercial da ILUMEO: contato@ilumeo.com.br

DEMOGRAFIA

- Gênero
- Idade
- Classe Econômica
- Estado
- Cidade
- Escolaridade

ENVOLVIMENTO

- Nível de conhecimento
- Uso atual (sim/não)
- Frequência de uso
- Preferência: voz ou texto
- Nível de envolvimento com tecnologia
- Tempo de uso/conhecimento da tecnologia

MEDOS E DESEJOS

- Percepção de atributos: Estilo de vida, Status
- KPIs:
 - Intenção de compra
 - Propensão a pagar mais
 - Intenção de recomendação
 - Satisfação
- Bloqueadores de uso
- Preocupações com Privacidade

HÁBITOS DE USO

- Como começou a utilizar os assistentes
- Percepção de mudanças da tecnologia
- Perspectiva de futuro
- Motivação de uso
- Pedidos que realiza para os assistentes
- Ocasão de uso

USO ENTRE DISPOSITIVOS

- Aparelhos em que utiliza assistentes
- Frequência de uso nos aparelhos
- Pretende trocar aparelho eletrônico? Quais?
- Aparelhos que possui
- Marca de smartphone que possui
- Frequência em que compra aparelhos

MARCAS E CATEGORIAS

- Lembrança espontânea de assistentes
- Funil: Conhece, utiliza, prefere
- Justificativa de preferência
- Interações com IA: uso por voz x texto
- Serviços/Produtos em que utiliza assistentes de voz
- Serviços/Produtos em que gostaria de utilizar
- Marcas que gostaria que utilizassem assistentes de voz

ESTUDO SINDICALIZADO

PANORAMA DOS ASSISTENTES DE VOZ EM 2025

Hábitos de uso, inteligência artificial e oportunidades para marcas e negócios



 ILUMEO

Análises realizadas a partir de pesquisa quantitativa com 1050 brasileiros em janeiro de 2025.

ÍNDICE

Organizamos os aprendizados nos seguintes capítulos:

- 
- #1** O USO DE ASSISTENTES DE VOZ EM 2025
 - #2** ASPECTO GERACIONAL: A IDADE FAZ DIFERENÇA?
 - #3** OS ASSISTENTES DE VOZ NA ERA DA IA
 - #4** OPORTUNIDADES PARA MARCAS

ASSISTENTES DE VOZ EM 2025

O que mudou desde 2020?

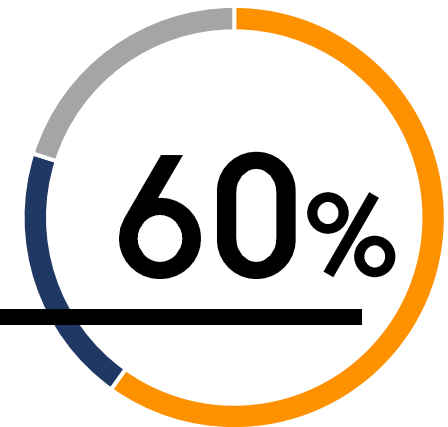
#1

60% DOS USUÁRIOS PREFEREM INTERAGIR POR VOZ

60% das pessoas prefere interagir por voz do que por texto, e 92% dos pesquisados já utilizaram assistentes de voz. Ou seja, é evidente a força desses assistentes no cotidiano nos brasileiros, tanto em uso quanto em preferência.

COMO PREFEREM INTERAGIR COM ASSISTENTES VIRTUAIS?

- 60% Preferem por VOZ
- 20% Preferem por TEXTO
- 20% Não possuem preferencia



JÁ USOU ASSISTENTE VIRTUAL COMANDADO POR VOZ

92%



CONSUMIDORES PERCEBEM VOZ COMO MAIS PRÁTICA DO QUE EFICAZ

Voz é percebida por +80% das pessoas como mais fácil e rápido, e por +65% como mais útil e melhor para fazer o que precisa.

Na prática, estes números demonstram um pequeno *gap* entre praticidade e eficácia dos assistentes, indicando caminhos para a ampliação do uso em diferentes ocasiões.



AVALIAÇÃO DOS TIPOS DE ASSISTENTES VIRTUAIS

ASSISTENTES POR VOZ

É mais RÁPIDO para interagir

90%

10%

É mais FÁCIL de interagir

82%

18%

É mais ÚTIL para resolver os meus problemas

70%

30%

É MELHOR em fazer o que preciso

66%

34%

ASSISTENTES POR TEXTO

O NÚMERO DE **USUÁRIOS DIÁRIOS** MAIS QUE DOBROU NOS ÚLTIMOS 5 ANOS

O número de pessoas que usam assistentes de voz se manteve estável, com relação aos dados de 2020.

Por outro lado, a frequência de uso teve grandes aumentos nos últimos 5 anos. Ou seja, estes assistentes estão cada vez mais presentes no dia-a-dia dos seus usuários.

O QUANTO DIZEM UTILIZAR, EM COMPARAÇÃO COM O PASSADO

- 70% dizem usar MAIS do que usavam antes
- 22% dizem usar A MESMA QUANTIDADE que usavam antes
- 8% dizem usar MENOS do que usavam antes



JÁ SOU ASSISTENTE VIRTUAL COMANDADO POR VOZ

2025

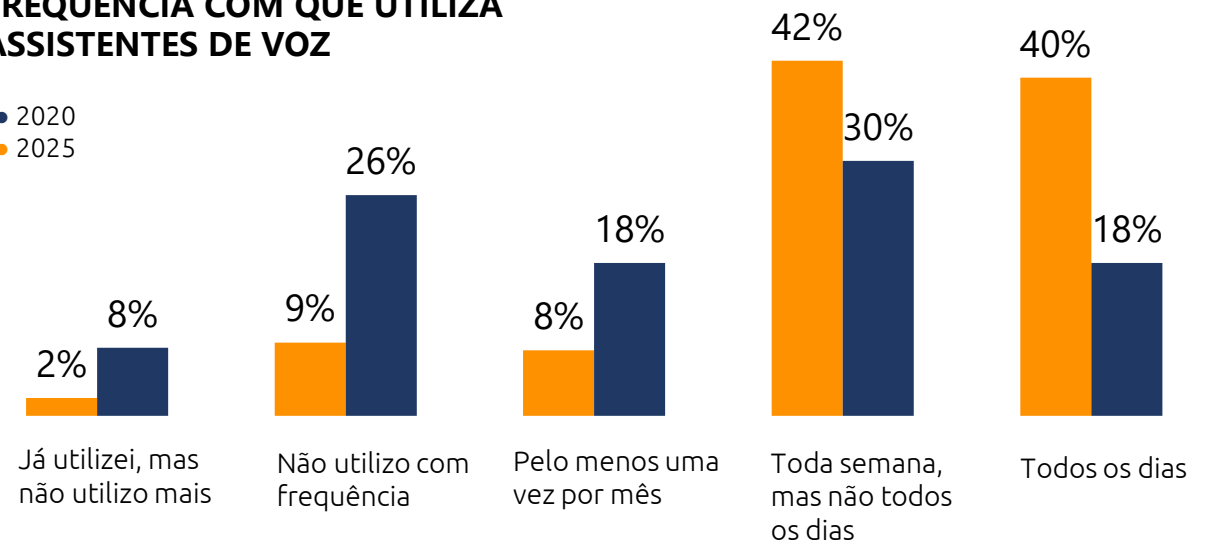
92%

2020

87%

FREQUÊNCIA COM QUE UTILIZA ASSISTENTES DE VOZ

● 2020
● 2025



O CONSUMIDOR PERCEBE OS AVANÇOS DA TECNOLOGIA

Este aumento de frequência de uso pode ser reflexo das melhorias percebidas na tecnologia. 80% das pessoas concordam que os assistentes ficaram melhores desde que começaram a usar.

“OS ASSISTENTES DE VOZ FICARAM MELHORES DESDE QUE COMECEI A UTILIZAR”



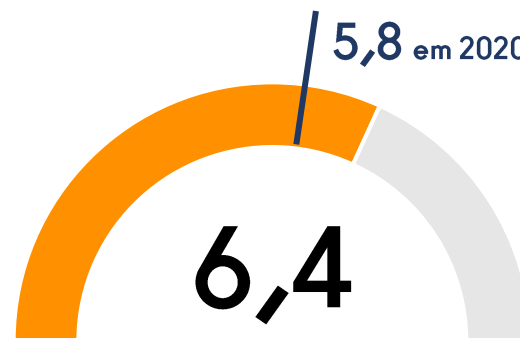
- Discordam
- Neutro
- Concordam

“Avalie o quanto concorda com a frase, sendo 0= Discordo totalmente e 10 = concordo totalmente.”
Concordam (8-10), Neutro (5-7), Discordam (1-4)

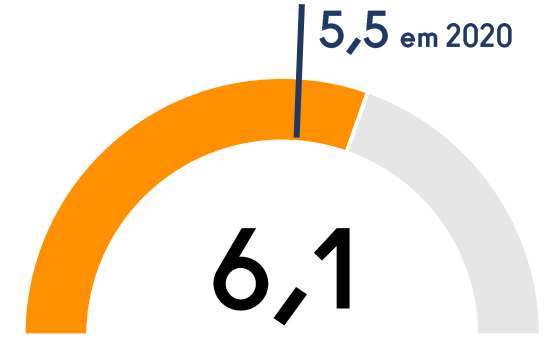
O CONSUMIDOR PERCEBE OS AVANÇOS DA TECNOLOGIA

Além disso, também cresceu a percepção de que a tecnologia atende às necessidades dos consumidores, e entende com precisão os seus pedidos.

Mesmo com a melhora destes indicadores, as médias ainda evidenciam espaço para aprimoramento da tecnologia.



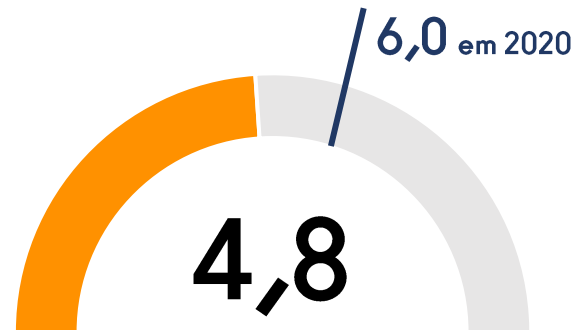
**A TECNOLOGIA ATENDE ÀS
MINHAS NECESSIDADES**



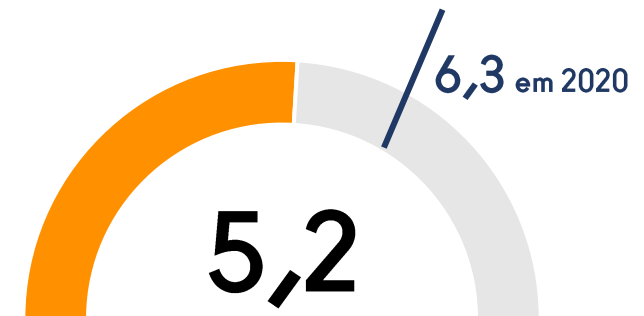
**A TECNOLOGIA ENTENDE COM
PRECISÃO O QUE EU PEÇO OU DIGO**

PREOCUPAÇÃO COM PRIVACIDADE DIMINUIU ENTRE OS USUÁRIOS

As preocupações com confidencialidade e quantidade de informações armazenadas diminuíram, desde 2020, mas continuam neutras/moderadas. Isto é um comportamento comum em processos de adoção de inovação, em que as percepções de riscos e incertezas se reduzem conforme se utiliza e discute sobre a tecnologia.

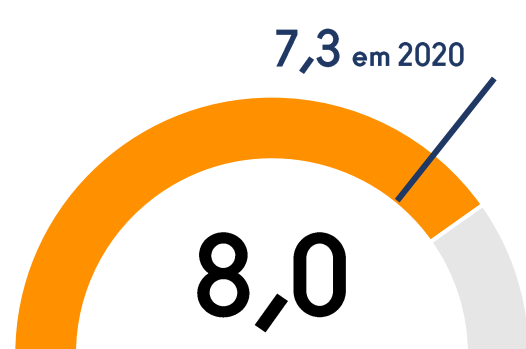


**ME PREOCUPA QUE UM
ASSISTENTE DE VOZ TENHA MUITA
INFORMAÇÃO SOBRE MIM**

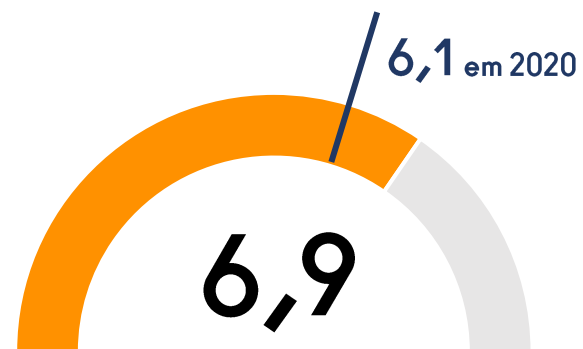


**ME PREOCUPA QUE MINHAS
INFORMAÇÕES PESSOAIS
ARMAZENADAS EM UM ASSISTENTE
DE VOZ SEJAM ROUBADAS**

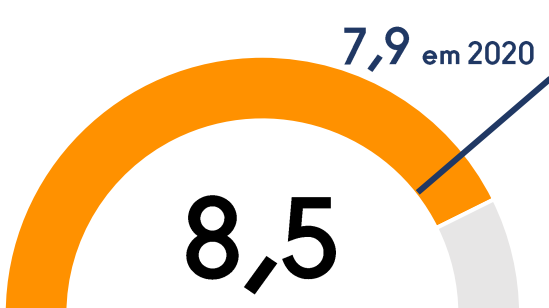
Estes avanços também se refletem no aumento de intenção de compra, propensão a pagar mais, satisfação e recomendação.



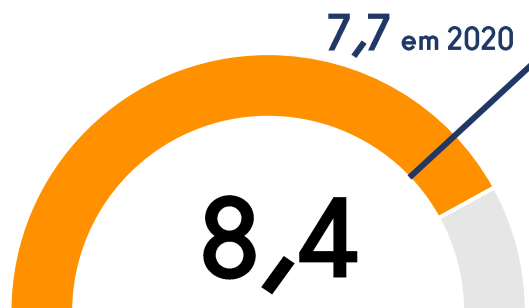
INTENÇÃO DE COMPRA



PROPENSÃO A PAGAR MAIS



SATISFAÇÃO

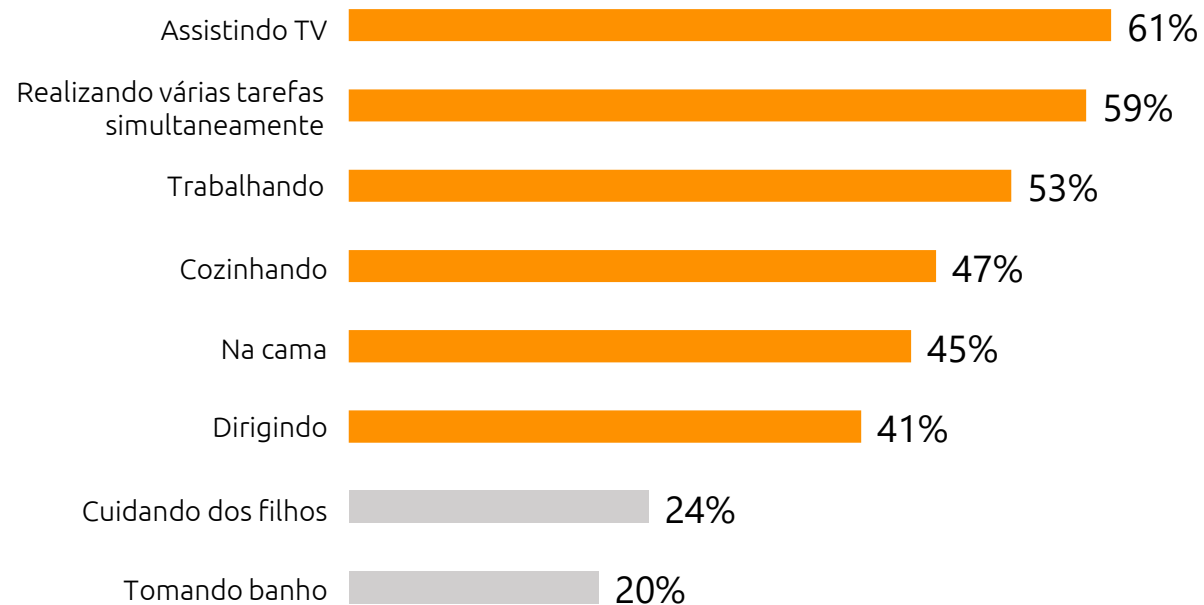


INTENÇÃO DE RECOMENDAÇÃO



PARA ALÉM DO SOFÁ DA SALA: O USO ESTÁ EM DIFERENTES LOCAIS E OCASIÕES

Mais de 40% dos usuários afirmam utilizar assistentes de voz dirigindo, na cama e até cozinhando. Ainda assim, as ocasiões mais comuns são assistindo TV, trabalhando ou no *multitasking*.



O QUE FAZEM USANDO COMANDOS DE VOZ?

Perguntas e busca de informações e dúvidas são as principais tarefas para a maioria das pessoas. Isso se reflete tanto nas afirmações genéricas quanto nas mais específicas, como “previsão do tempo”, “trânsito” e “notícias”. Realizar algumas tarefas de telefone sem utilizar as mãos, como “ligar”, “mandar mensagem” e “abrir um aplicativo” também são usos comuns

ILUMEO

? **82%** Fazem uma pergunta, tirar uma dúvida

🔍 **80%** Buscam uma informação, como você faria em um buscador como Google

🎵 **71%** Tocam música

☁️ **67%** Consultam a previsão do tempo

🔔 **56%** Criar um lembrete para uma tarefa

🔌 **56%** Ligar/Desligar o aparelho comandado por voz

📱 **56%** Abrem aplicativos

🚗 **56%** Consultam o trânsito e o tempo de chegada em um compromisso

🔌 **53%** Ligar/Desligar outros aparelhos conectados

💬 **53%** Escrevem e enviam mensagens de texto para pessoas

📰 **51%** Leem notícias

📄 **50%** Transformam sua fala em texto para um documento

🎧 **44%** Tocam podcasts

📅 **43%** Criam ou alteram um compromisso na agenda

☰ **41%** Montam ou alteram uma lista [uma lista de compras por exemplo]

📄 **39%** Para transcrever sua fala em um e-mail e enviar para um contato

\$ **27%** Consultam situação bancária, como saldo

🍷 **29%** Realizam compras de itens de uso doméstico, como comida e produtos de limpeza

👕 **29%** Realizam compras de itens de uso pessoal, como roupas e itens de higiene e beleza

💰 **24%** Realizam operações bancárias, como transferências e pagamentos

📺 **24%** Realizam compras de eletroeletrônicos

ASPECTO GERACIONAL

A idade interfere na quantidade e
motivações de uso de assistentes de voz?

#2

GENX E BOOMERS DIZEM CONHECER MENOS, MAS USAM TANTO QUANTO GENZ E MILLENIALS

Apesar de existirem diferenças de conhecimento da tecnologia entre as gerações, mais de 80% de todas as gerações já utilizaram assistentes de voz. As frequências de uso também são próximas.

Ou seja, assistentes de voz não são coisas só para GenZ/Millennials.

ILUMEO



CONHECEM BEM O QUE SÃO ASSISTENTES DE VOZ

72% 69% 55%

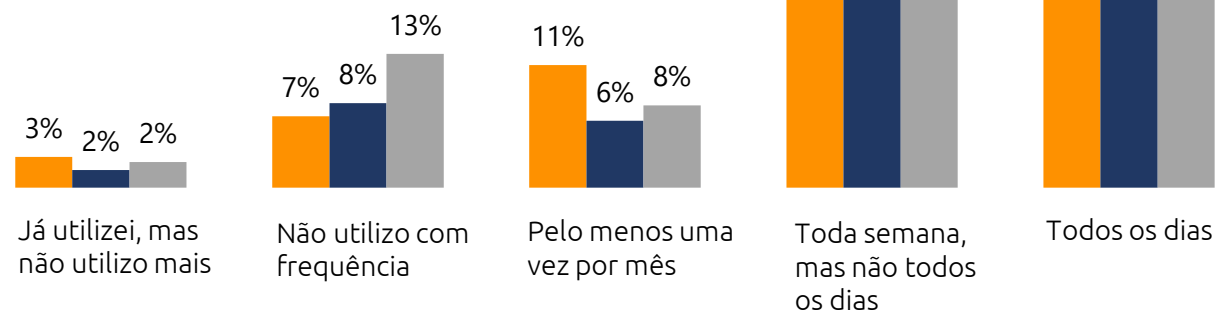
JÁ UTILIZARAM ASSISTENTES DE VOZ

94% 94% 83%

- GenZ
- Millennials
- GenX / Baby Boomers

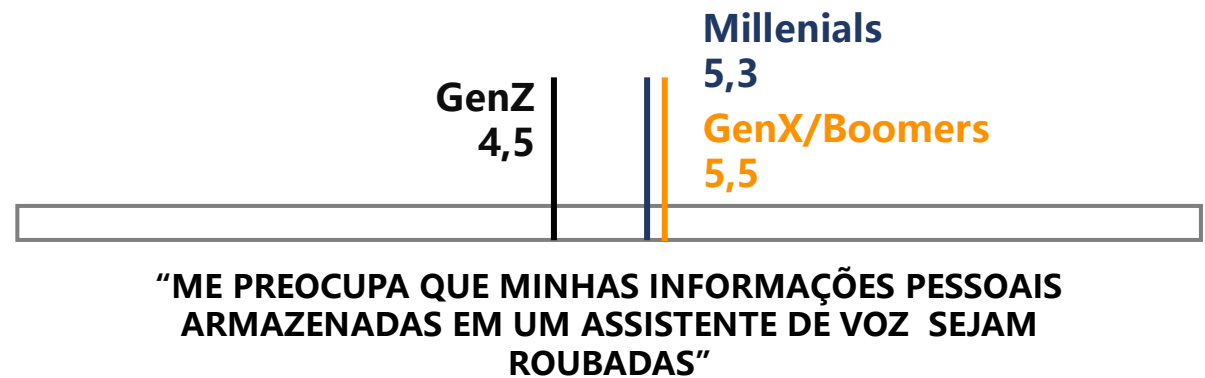
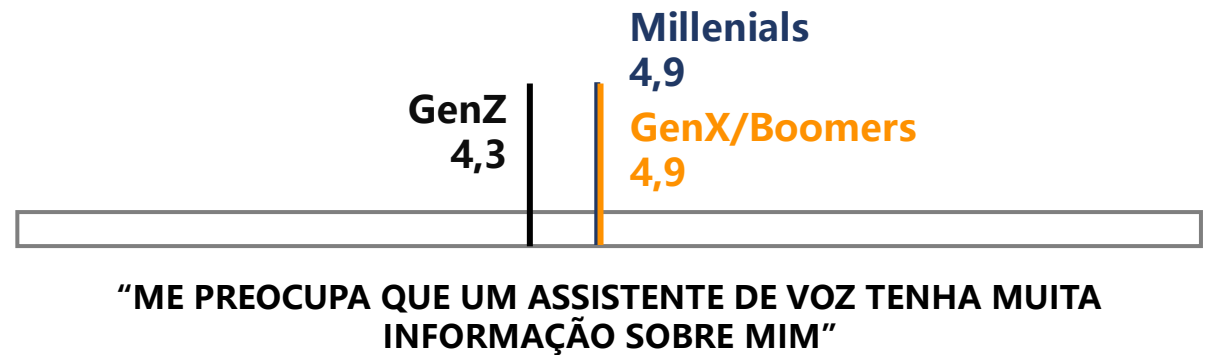
FREQUÊNCIA COM QUE UTILIZAM ASSISTENTES DE VOZ

- GenZ
- Millennials
- GenX / Baby Boomers



PREOCUPAÇÃO COM PRIVACIDADE É MENOR NA GENZ

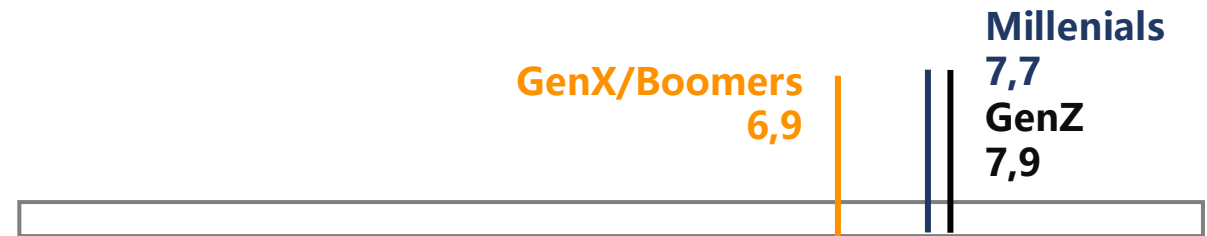
Os usuários da geração Z avaliaram menores preocupações com confidencialidade dos dados coletados pelos assistentes de voz, quando comparados com as gerações mais velhas.



MATCH DOS ASSISTENTES COM A ROTINA É MAIOR COM A GENZ E MILLENIALS

A percepção de que assistentes de voz combinam com o estilo de vida e trazem prestígio/status são menores na Geração X e Baby Boomers.

Na prática, isso é sinal de que o uso pode ter motivações diferentes para este público.



"USAR ASSISTENTES VIRTUAIS COMANDADOS POR VOZ COMBINAM COM O MEU ESTILO DE VIDA"



"USAR ASSISTENTES VIRTUAIS COMANDADOS POR VOZ É UM SÍMBOLO DE STATUS"

OS DIFERENTES TIPOS DE ASSISTENTES

e como a IA entra neste jogo

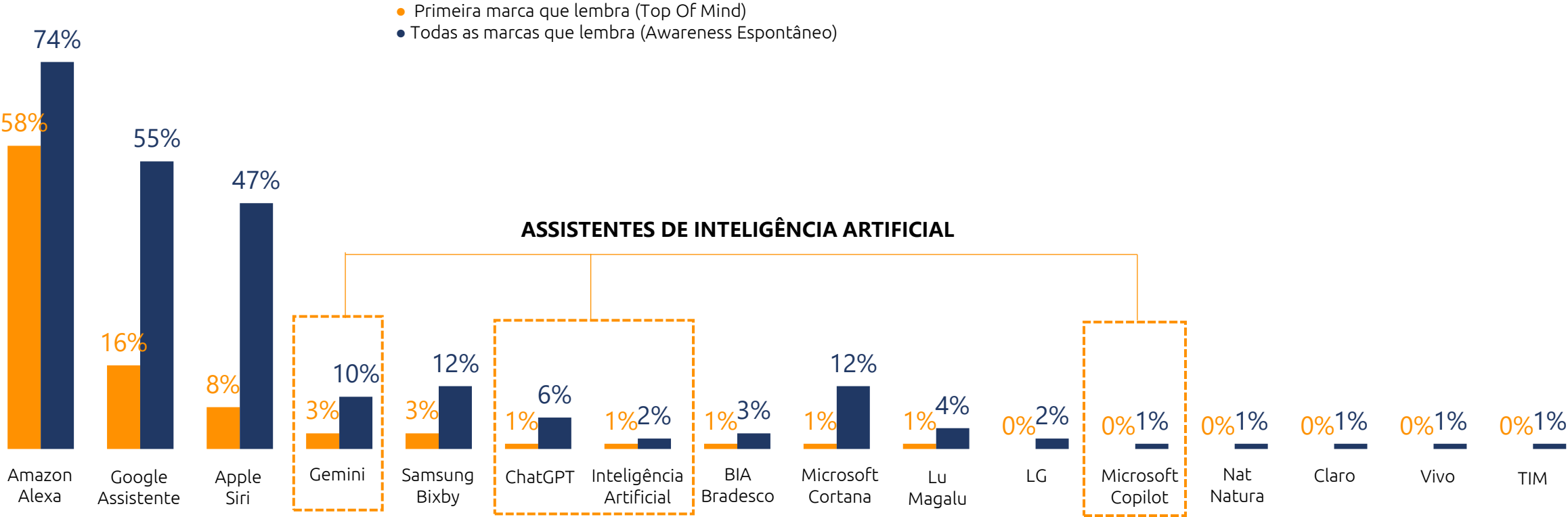
#3

CHATS DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL SÃO PERCEBIDOS COMO ASSISTENTES DE VOZ

Surgimento de agentes de IA nos campos abertos reforçam que, para o público, os assistentes cumprem papéis parecidos.

Agora, os três “tipos” de assistentes parecem dividir o mesmo território na cabeça do consumidor: assistentes de voz nativos dos aparelhos (Alexa, Siri etc.), assistentes virtuais de marcas (Magalu, BIA etc.), e a Inteligência Artificial (ChatGPT, Gemini etc.).

QUAIS MARCAS DE ASSISTENTES DE VOZ VOCÊ CONHECE?



Perguntas abertas, em que uma caixa de texto é disponibilizada e os respondentes digitam as marcas que lembram.

CHATS DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL SÃO PERCEBIDOS COMO ASSISTENTES DE VOZ

A interação por voz é realidade para 62% dos usuários do ChatGPT e 80% dos usuários do Gemini.

Isso reforça a ideia de que, agora, as expectativas da categoria de Assistentes de voz serão também moldadas pela IA. Ou seja, o consumidor passará a esperar cada vez mais interações hiperpersonalizadas, com fluidez e precisão de entendimento, e poderá ligar sinais de alerta para vieses e possíveis alucinações.

QUEM UTILIZA CHATS DE I.A. INTERAGE DE QUE FORMA?

- Somente por VOZ
- Por VOZ E TEXTO
- Somente por TEXTO

USUÁRIOS DO CHATGPT



USUÁRIOS DO GEMINI



USUÁRIOS DO COPILOT



ALEXA VIRA O JOGO: DE TERCEIRA COLOCADA, EM 2020, PARA LÍDER EM LEMBRANÇA ESPONTÂNEA EM 2025

Ao comparar os dados de lembrança espontânea (campos abertos, para que o usuário cite as marcas que conhece), a Amazon se consolidou como a líder da categoria, superando os primeiros colocados de 2020, Google Assistente e Apple Siri.

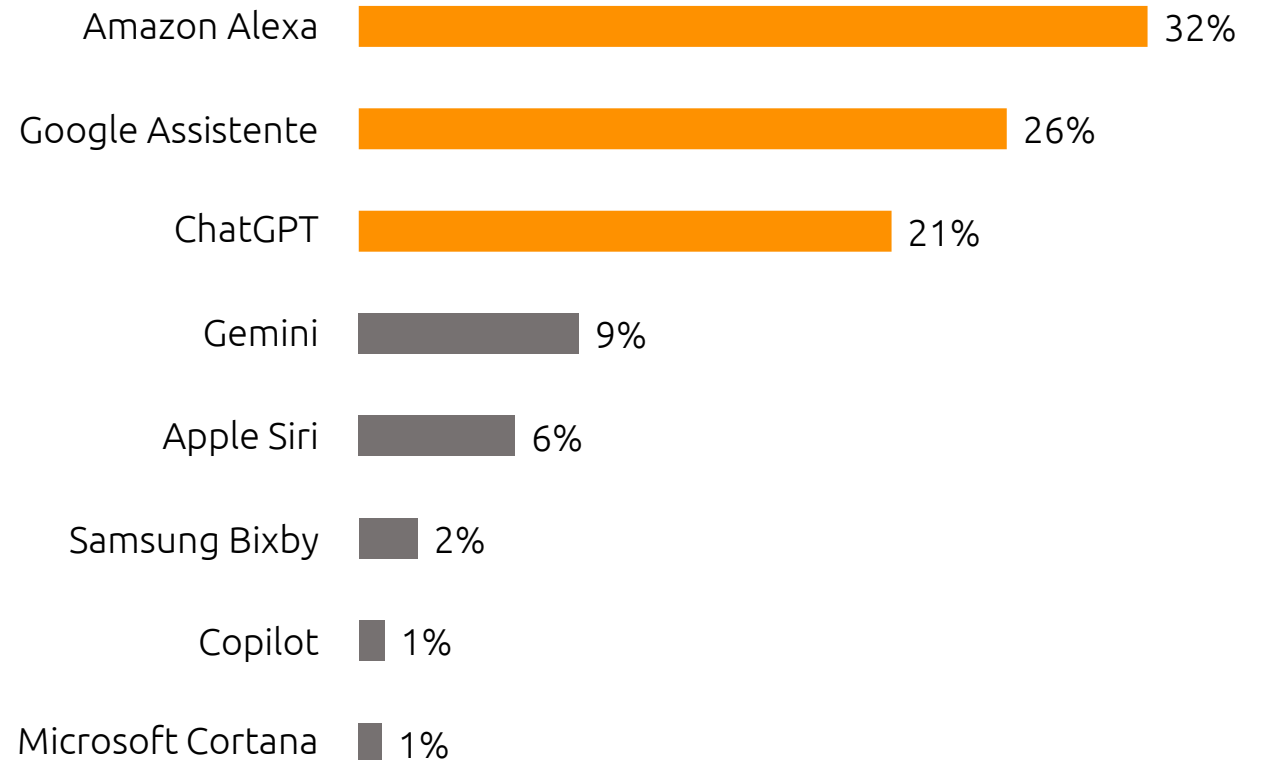
CITE TODAS AS MARCAS DE ASSISTENTES DE VOZ QUE CONHECE (AWARENESS ESPONTÂNEO)

	2025	2020
 Amazon Alexa	74%	25%
 Google Assistente	55%	72%
 Apple Siri	47%	45%

ALEXA É A PREFERIDA PELOS USUÁRIOS DE ASSISTENTES DE VOZ, COM QUASE 1/3 DA PREFERÊNCIA

A liderança da Amazon também vai para além da lembrança. Ao serem questionados sobre seu assistente de voz preferido, 32% indicaram a Alexa. Google Assistant e ChatGPT completam o pódio dos preferidos pelo público.

ASSISTENTE DE VOZ PREFERIDO



ATÉ ENTRE OS USUÁRIOS APPLE, ALEXA LIDERA EM PREFERÊNCIA

Mesmo sendo o smartphone o aparelho em que mais se utilizam assistentes de voz, a Alexa divide a liderança com os assistentes nativos dos usuários Apple e Android.

Ou seja, a preferência pode não estar relacionada somente com frequência de uso, passando também por experiência e percepção de marca, por exemplo.

APARELHOS EM QUE UTILIZA ASSISTENTES DE VOZ

38%
NOTEBOOK

49%
SMART TV

77%
SMARTPHONE

27%
TABLET

24%
SMART SPEAKER

21%
SMARTWATCH

ASSISTENTE DE VOZ PREFERIDO

USUÁRIOS DE SMARTPHONE APPLE

34% alexa

33%

22%

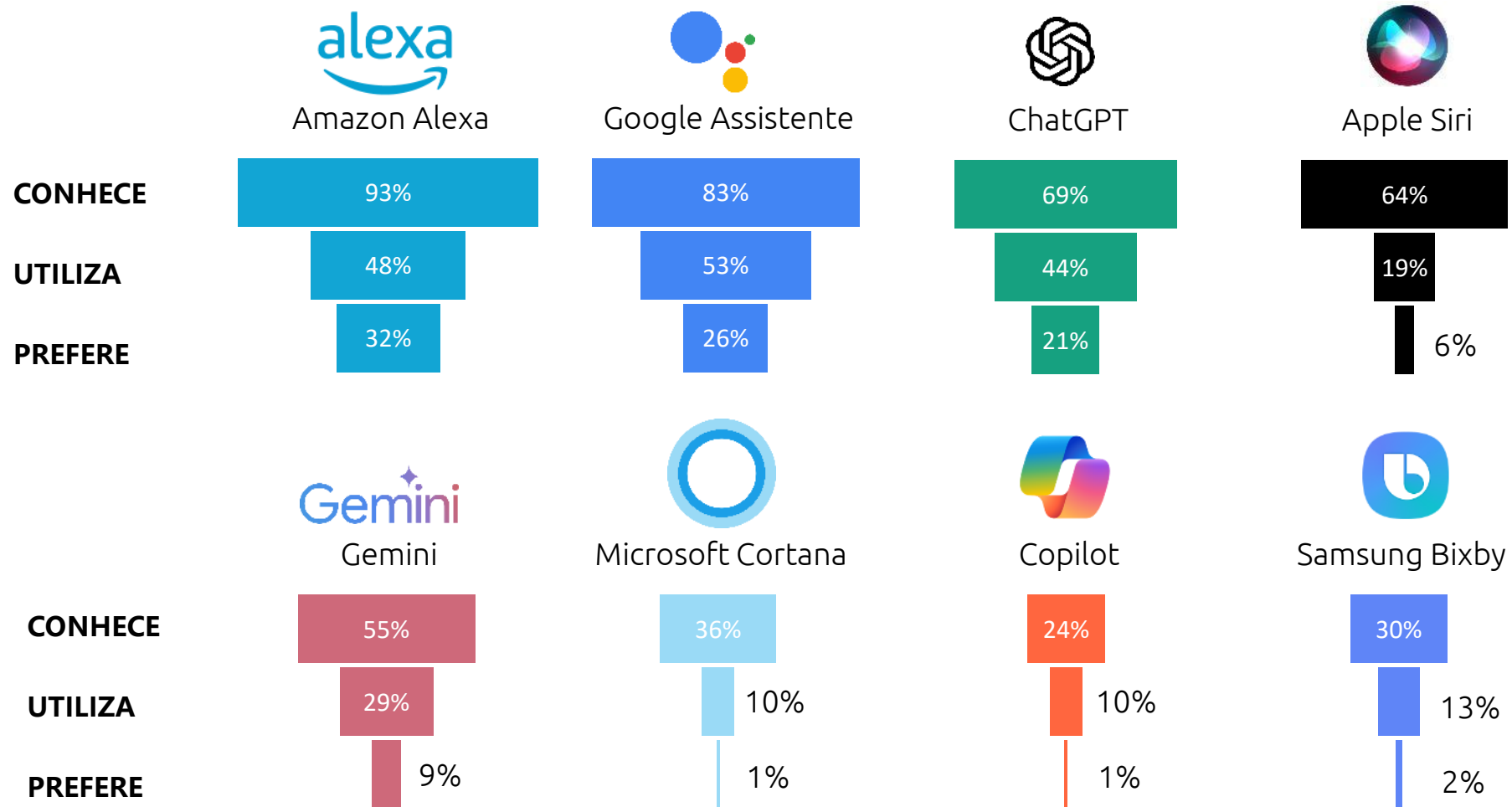
USUÁRIOS DE SMARTPHONE ANDROID

31% alexa

30%

21%

PANORAMA GERAL DA RELAÇÃO DOS USUÁRIOS COM OS ASSISTENTES



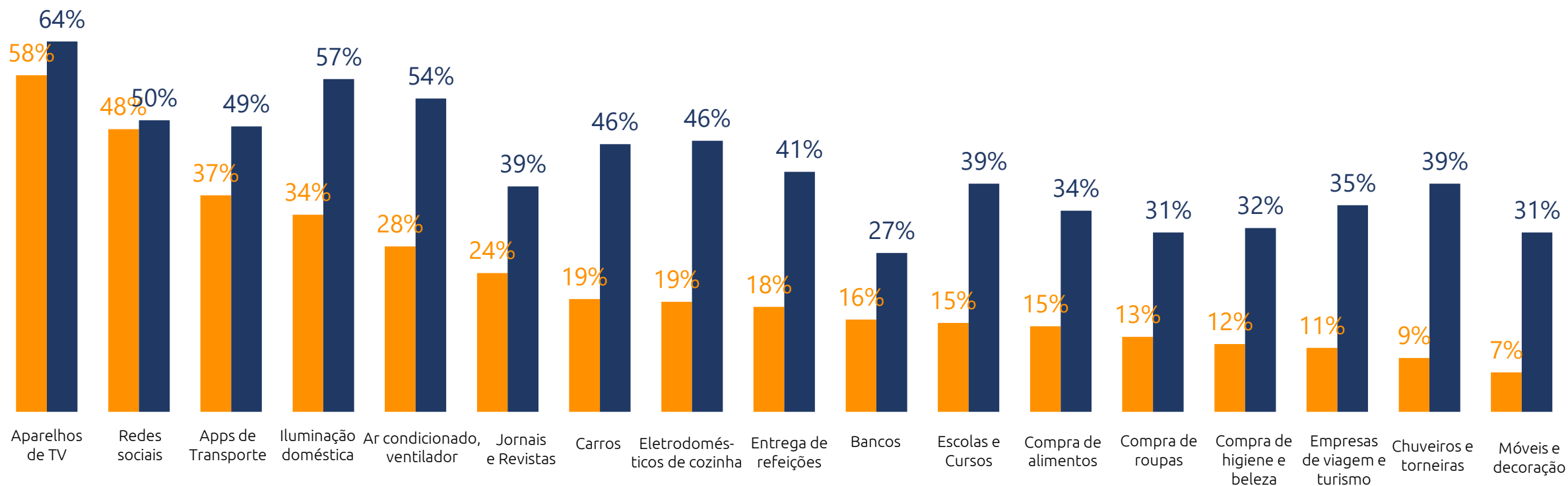
OPORTUNIDADES PARA MARCAS, PRODUTOS E SERVIÇOS

Mais do que uma feature. Marcas, produtos e serviços podem se beneficiar da tecnologia.

TURISMO, EDUCAÇÃO E AUTOMOBILISMO: USUÁRIOS QUEREM ASSISTENTES NÃO SÓ EM CASA

Os principais usos atuais são aparelhos de TV, Redes sociais e aplicativos de transporte. Além desses, os principais desejos de uso de assistentes são em iluminação doméstica, carros.

- Utiliza com assistentes de voz
- Gostaria de utilizar com assistentes de voz

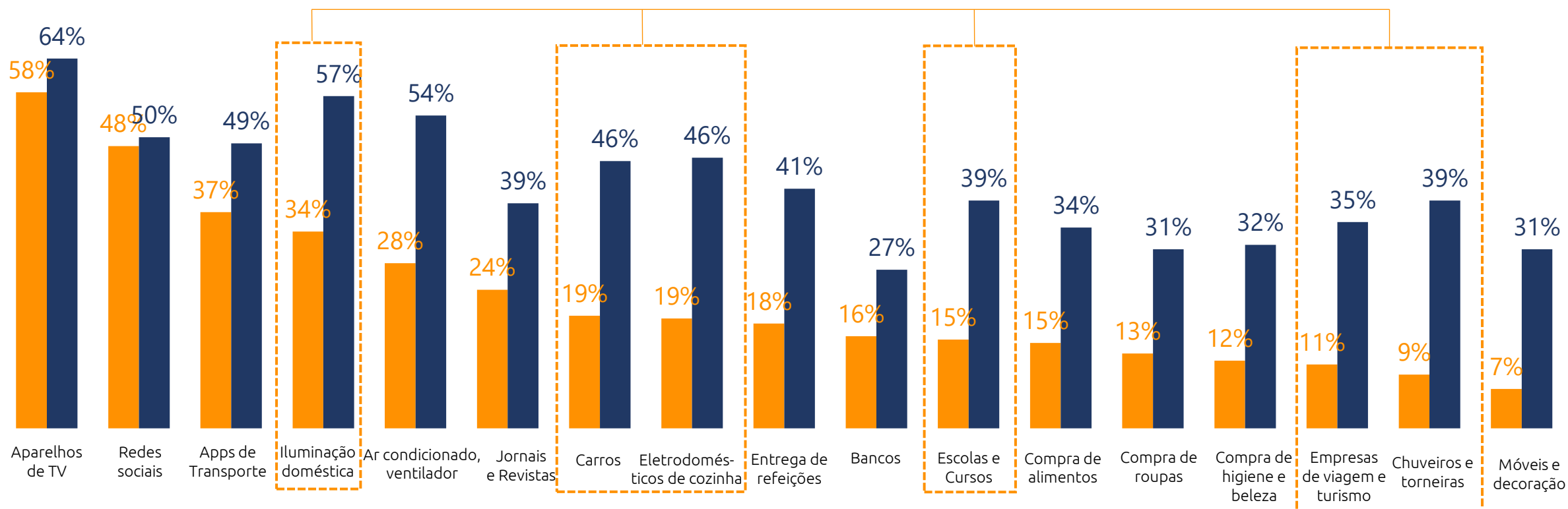


HÁ GRANDES OPORTUNIDADES PARA APLICAÇÃO DE ASSISTENTES DE VOZ EM TURISMO, EDUCAÇÃO E AUTOMOBILISMO

As maiores oportunidades, isto é, onde é pouco utilizado mas muito desejado: carros, escolas, universidades e cursos, casa e eletrodomésticos (cozinha, ar condicionado, iluminação...), e empresas de viagem.

- Utiliza com assistentes de voz
- Gostaria de utilizar com assistentes de voz

Maiores oportunidades: muitas pessoas que gostariam de utilizar assistentes de voz para isso, mas ainda não utilizam



**PARA O CONSUMIDOR,
QUAIS MARCAS DEVERIAM
TRAZER ESSA TENDÊNCIA?**

**DENTRO DESSAS CATEGORIAS, QUAL MARCA VOCÊ
GOSTARIA QUE CRIASSE ESSE TIPO DE ASSISTENTE DE VOZ?**

VIAGENS



16%



decolar

7%

CARROS

FIAT

12%



CHEVROLET

9%

TELEVISÃO

SAMSUNG

38%



LG

14%

BANCOS



15%



8%

TRANSPORTE

Uber

40%



8%

ELETRODOMÉSTICOS



Electrolux

17%

BRASTEMP

15%

SITE

ILUMEO.COM.BR

TELEFONE

+55 11 98901-7120

CONTATO COMERCIAL

CONTATO@ILUMEO.COM.BR

CONTATO PARA IMPRENSA

DANIEL.DIAS@ILUMEO.COM.BR

