

KANTAR IBOPE MEDIA

Data Stories

Tecnologia e o indivíduo on demand
Agosto/2020

Tecnologia: técnica e arte para transpor desafios



A adoção de novas tecnologias, em geral, tem relação com necessidades básicas ou comodidades para o nosso modo de vida: o problema para conservar alimentos foi resolvido com a invenção da geladeira; problemas de locomoção foram sanados com a criação de ônibus, trens, carros, etc.

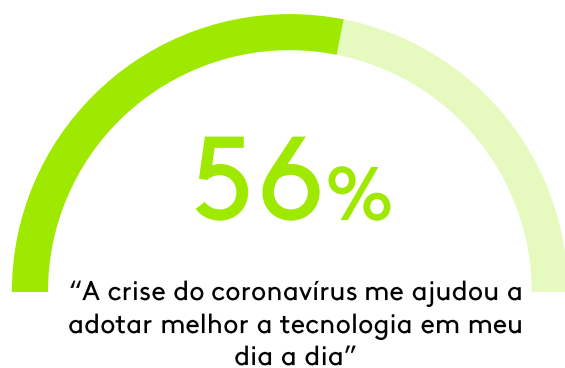
A partir daqui, a promessa é que o 5G transforme nossas casas e cidades em inteligentes, a nano robótica aumente nossa expectativa da vida, e a biologia sintética tenha papel chave para despoluir o meio ambiente.

Em um cenário com grandes transformações e rupturas, o futuro chega mais rápido. Conforme a nossa sociedade se transforma, novas questões aparecem e o desenvolvimento tecnológico é catalisado.

A pandemia e o desafio de uma geração inteira

Alguns dizem que estamos enfrentando o maior desafio de uma geração, com potencial para transformar radicalmente a vida nas cidades.

Entendemos que é difícil fazer previsões mas, de forma geral, a pandemia acelerou movimentos que já vinham ocorrendo anteriormente, principalmente em relação à adoção da tecnologia.



44%
das pessoas disseram que aproveitaram o tempo para aprender uma nova habilidade

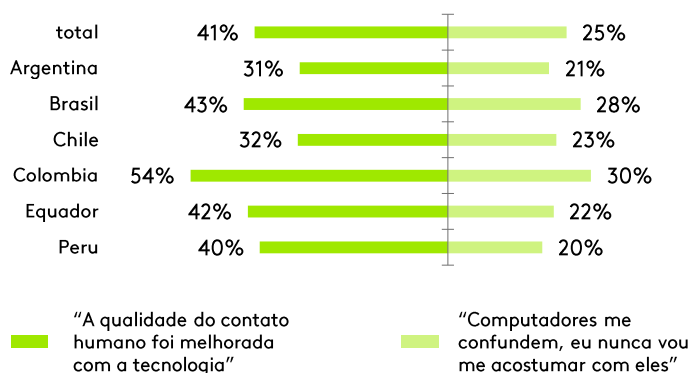


68%
afirmaram que com a crise do coronavírus passaram a apreciar mais aquilo que têm.

Um olhar sobre a América Latina

O aumento na adoção tecnológica durante a crise não aconteceu apenas no Brasil. Apesar de diferentes níveis de conforto com a tecnologia na América Latina, em outros cinco países nos quais realizamos a onda especial do Target Group Index sobre a pandemia, tivemos mais de metade dos entrevistados afirmando que passaram a utilizar melhor a tecnologia durante o período.

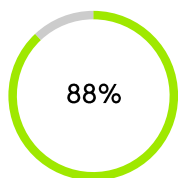
Conforto com a Tecnologia (antes da pandemia)



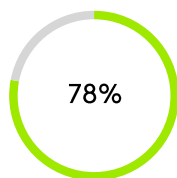
Aumento da adoção de tecnologia após a crise

Diferenças de comportamento na região

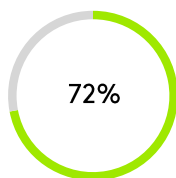
"A crise do coronavírus me ajudou a adotar melhor a tecnologia em meu dia a dia"



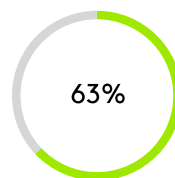
Equador



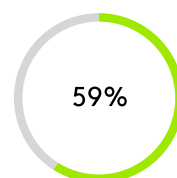
Peru



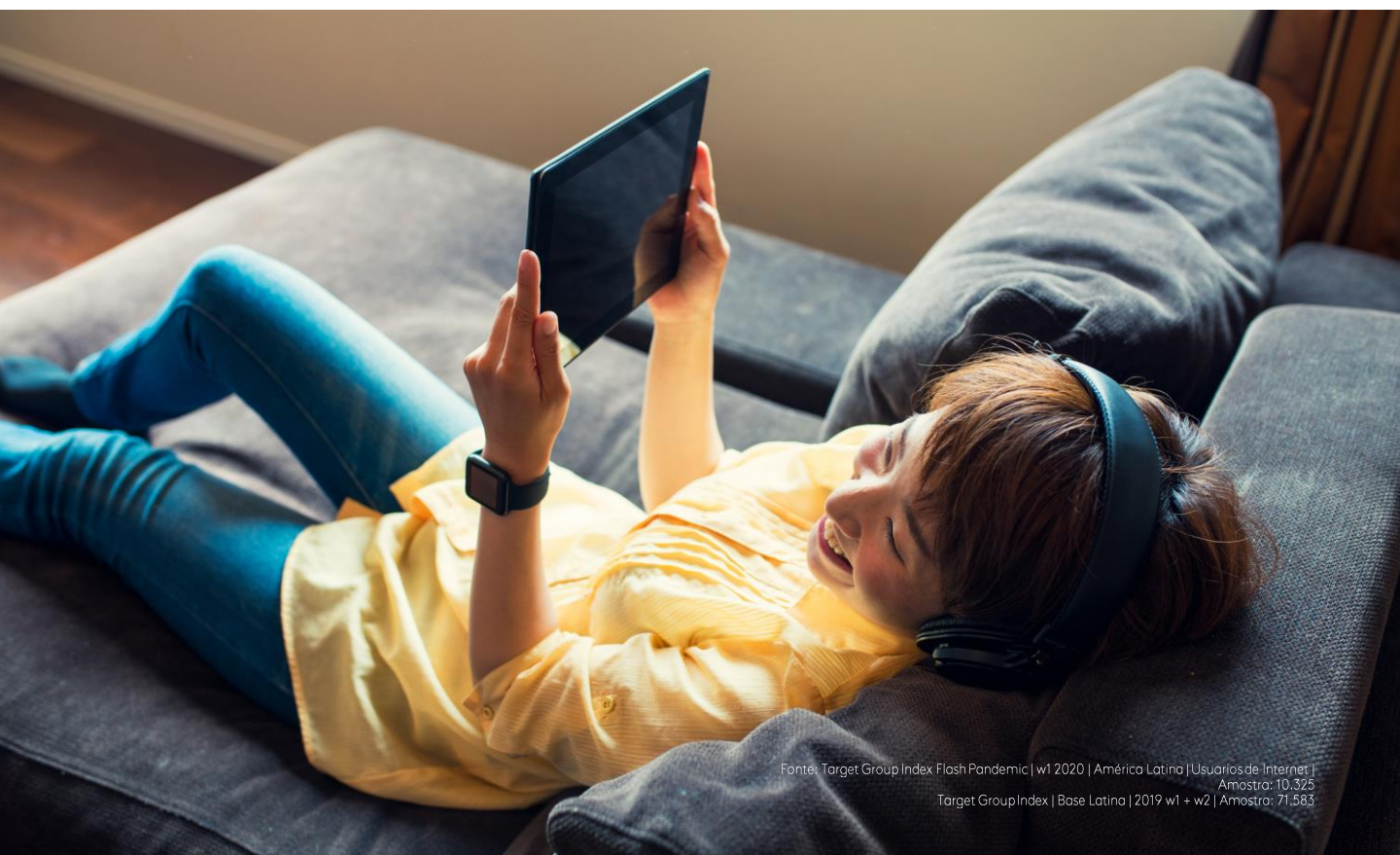
Colômbia



Chile



Argentina



Conexão & Poder

O Brasil é um país bastante heterogêneo em relação a conexão e qualidade do acesso à Internet. A maioria das pessoas acessa a web prioritariamente por meio do celular.

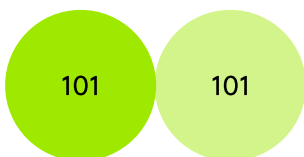
57%

das pessoas acessam a Internet exclusivamente por meio do Smartphone

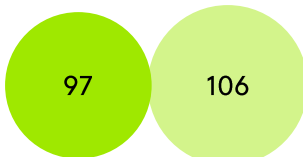
O tipo e a quantidade de devices que as pessoas usam impacta nas atividades que elas realizam online. Vemos que há muitos desafios para serem superados e oportunidades com a expansão de serviços.

Atividades realizadas na Internet

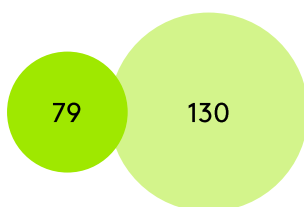
Enviar mensagem instantânea



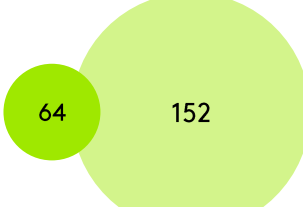
Acessar redes sociais





Enviar e receber e-mails

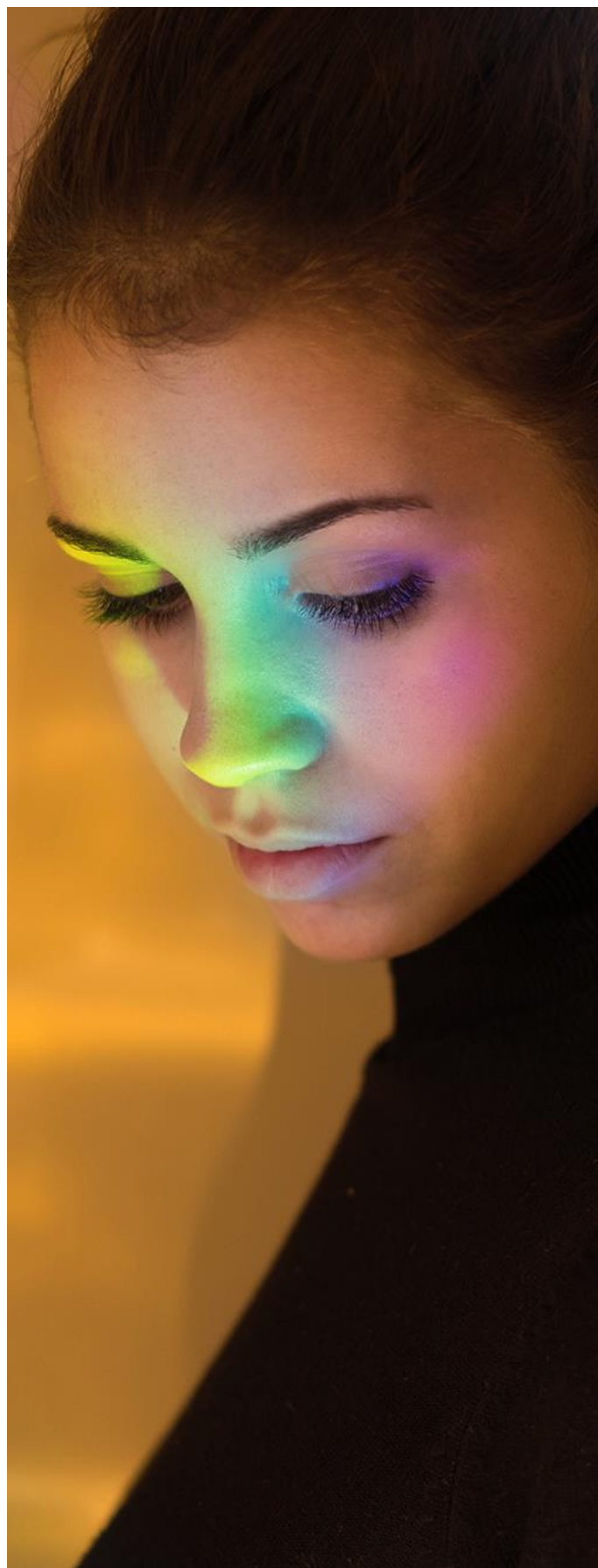


Realizar compras pessoais



-  Acesso à Internet Exclusivamente por Smartphone
-  Acesso à Internet por 2 ou mais devices

O número 100 representa a média. Índices acima ou abaixo de 100 significam que o grupo realiza mais ou menos a atividade do que a média dos usuários de Internet.



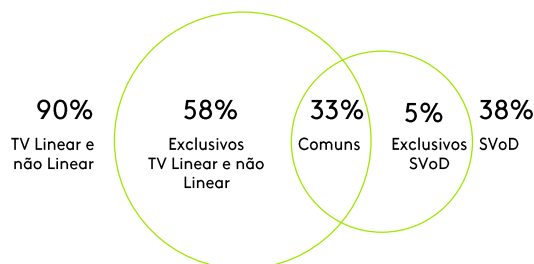
Tecnologia & Mídia

desafio e oportunidade

Mídia e tecnologia andam lado a lado. Desde a invenção da prensa passando pelo telégrafo e a rápida expansão do rádio e da televisão no mundo moderno.

No século XXI, a mídia ganhou novas formas. Ou melhor, perdeu suas formas físicas e se transformou em um fluxo contínuo de informação: o streaming é a tecnologia capaz de abarcar as outras mídias: o áudio, o vídeo e o texto.

95%
assistem TV ou SVoD* em uma semana



“Mais do que nunca, o indivíduo está no controle e escolhe como e onde consumir conteúdo. O streaming contribui ampliando e complementando a experiência de vídeo e de áudio para outros lugares e outros momentos”

Adriana Favaro, diretora comercial Kantar IBOPE Media

Novidade: The Streaming Guide 2020

A Kantar IBOPE Media fez uma pesquisa online inédita combinada a outros estudos sobre o consumo e o mercado de streaming no país. Ele aborda em detalhes todas as dimensões desses serviços para áudio e vídeo, e traz também um olhar especial para as lives.

98%

dos usuários de internet consomem algum tipo de streaming de áudio ou vídeo em um mês

Durante a pandemia, o consumo de mídia se intensificou e o vídeo não ficou de fora. 73% dos usuários de Internet disseram que aumentaram o consumo de streaming de vídeo pago ou gratuito.

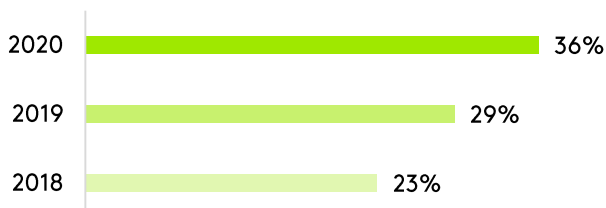


Quer mais informações sobre o The Streaming Guide? Entre em contato: digital@kantaribobemedia.com

Crescimento contínuo...

A quantidade de pessoas que assinam serviços de streaming aumenta ano após ano, bem como a oferta de novos serviços.

Vídeo On Demand
assina o serviço



Desafios importantes

Conforme o cenário de mídia fica mais complexo a cada inovação tecnológica, a concorrência pelo tempo e atenção das pessoas fica mais acirrada e o consumidor dá sinais de que há um limite para a quantidade de serviços que ele pode pagar.

Embora alguns players tenham descartado a publicidade, um modelo híbrido pode ser inevitável para alguns serviços. E o consumidor entende os benefícios do trade-off entre publicidade e assinaturas mais baratas.

49%

dos consumidores concordam que um menor custo mensal chamaria mais atenção para assinar um serviço de streaming hoje.

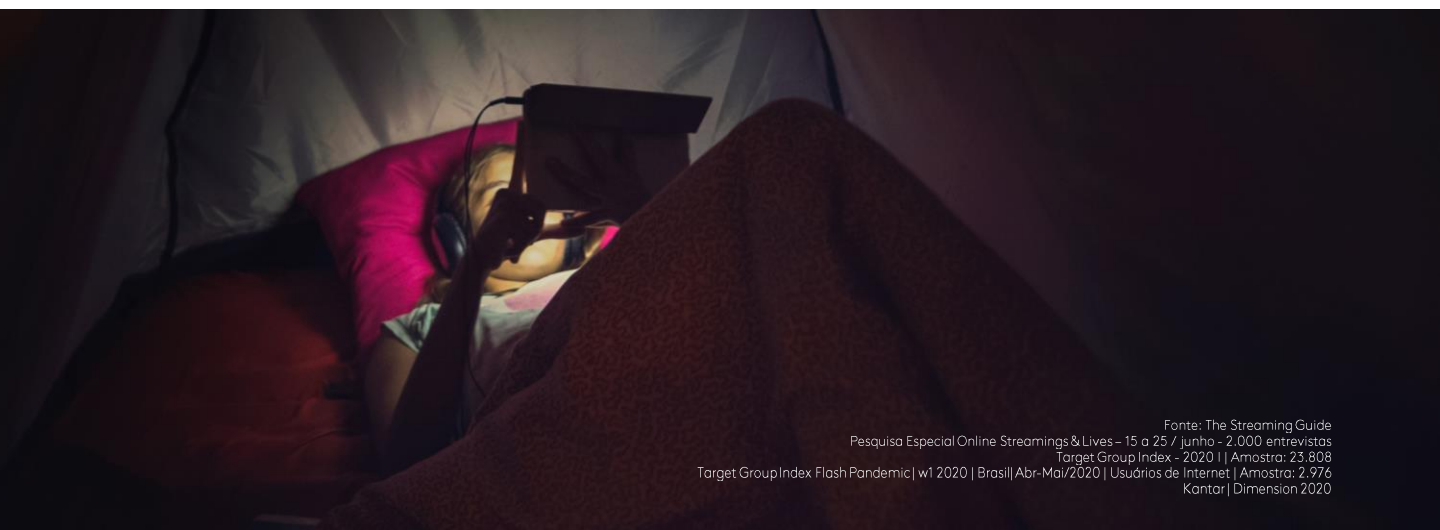
A promessa do 5G

The Streaming Guide aborda os motivos para assinar ou não um serviço de vídeo. Entre os fatores explorados, 17% dos respondentes afirmaram que assinariam se tivessem acesso a uma Internet melhor. Como vimos, a maior parte do consumo de Internet no Brasil é feito por meio do Smartphone. O início dos testes com 5G representam uma promessa para a ampliação e sofisticação do uso da web no Brasil.

Qual modelo o consumidor prefere?



- Assinatura Gratuita com Publicidade
- Assinatura Paga sem Publicidade
- Nenhuma



Mudar sempre e mudar rápido

Mesmo entre os players essencialmente digitais, a mudança tecnológica e o desenvolvimento de novas mídias acontece tão rapidamente que acompanhar o mercado é um grande desafio. Novas plataformas aparecem a todo o momento para disputar a atenção do consumidor. É o caso, por exemplo, do Tik Tok, que conquistou os jovens e virou uma febre durante a crise do coronavírus.

De toda forma, nem sempre é necessário reinventar a roda. Durante a pandemia as Lives ganharam escala e inundaram as redes, aliviando o estresse do confinamento e abrindo oportunidades para artistas, marcas e meios de comunicação. The Streaming Guide traz uma sessão com dados inéditos sobre esse tipo de conteúdo. Confira alguns insights ao lado.

Por que tudo isso importa? Tecnologia e valor

A tecnologia intermedia uma parte considerável das relações entre pessoas e empresas e tende a ficar ainda mais presente. Quando olhamos para as marcas mais valiosas do mundo, é impossível não notar que todas as 5 primeiras marcas do ranking mundial do BrandZ são negócios com identidade fortemente digital.

Top 5 marcas – Brand Z Global 2020

amazon

Microsoft



Google

VISA

Hábitos de assistir lives

75%

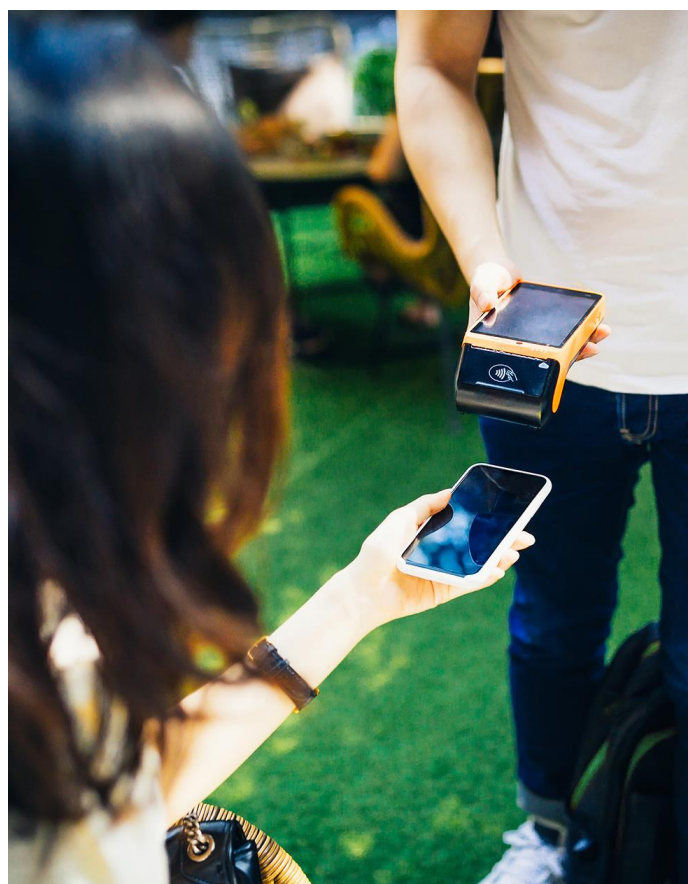
dos usuários de internet começaram a assistir a lives de shows musicais a partir do início da quarentena.

41%

deles afirmaram que pagariam para assistir a uma live. The streaming guide ainda traz os valores que o público investiria.

82%

das pessoas que viram alguma live lembraram de alguma marca, o estudo aborda ainda quais foram as marcas mais vistas.



KANTAR IBOPE MEDIA

The Streaming Guide 2020

Estudo inédito que explora em profundidade o consumo e o mercado de vídeo e áudio on demand.

O relatório é resultado de uma pesquisa exclusiva, combinada com diferentes insights do Target Group Index, Target Group Index Flash Pandemic, TG.NET, Kantar Social TV Ratings, Sponsorlink, Monitor Evolution e Digital AdInsights.

Sobre o Data Stories:

Esta é a primeira edição do conteúdo temático produzido mensalmente pela Kantar IBOPE Media com o objetivo de trazer o cenário e novas perspectivas sobre temas e tendências importantes relacionados a audiência, publicidade, planejamento de mídia e comportamento do consumidor.

Para saber mais sobre este e outros conteúdos entre em contato com: digital@kantaribopemedia.com

Sobre a Kantar IBOPE Media

A Kantar IBOPE Media faz parte da Kantar, líder global em dados, insights e consultoria. Oferecemos as mais abrangentes e precisas informações sobre consumo, desempenho e investimento de mídia, provendo aos clientes da América Latina dados para a melhor tomada de decisão. A Kantar IBOPE Media conta com aproximadamente 3.500 colaboradores e possui operações em 15 países latino-americanos.

<http://kantaribopemedia.com/>