



Atitudes em Relação à Tecnologia e ao Mundo Digital - Brasil - Maio 2021

Preço do relatório: £2958.60 | \$3995.00 | €3329.61

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

Este relatório analisa as seguintes áreas

- Como a pandemia de COVID-19 impactou as atitudes dos brasileiros em relação a tecnologia e o universo digital
- Quais aplicativos os brasileiros utilizam em seu dia a dia, e quais aparelhos utilizam para acessá-los
- Barreiras e razões para não usar novas tecnologias
- Quais tecnologias já são utilizadas pelos brasileiros, e quais despertam seu interesse. Percepção dos brasileiros em relação ao impacto de tecnologias emergentes na sociedade

O brasileiro, em sua grande maioria, percebe de maneira positiva o impacto de inovações em tecnologias. Além disso, ele se mostra bastante interessado em utilizar e adotar novas tecnologias nas mais diversas atividades de seu dia a dia, desde as mais simples, como lazer e entretenimento, realizar pagamentos e acessar as redes sociais; até tecnologias mais inovadoras que envolvem realidade virtual e aumentada, reconhecimento facial e internet das coisas (IoT - Internet of Things). O grande desafio para que a categoria cresça cada vez mais continua sendo superar os altos custos, a falta de infraestrutura e a necessidade de maior conhecimento por parte de alguns grupos que têm menor familiaridade com a tecnologia.



“O brasileiro demonstra um grande interesse por novas tecnologias e soluções do universo digital e apresenta, em geral, uma percepção positiva em relação ao impacto de tecnologias emergentes na sociedade.”

– Ana Paula Gilsogamo, Analista sênior de pesquisa

Compre este relatório agora

Visite store.mintel.com

EMEA +44 (0) 20 7606 4533

Brasil 0800 095 9094

Américas +1 (312) 943 5250

China +86 (21) 6032 7300

APAC +61 (0) 2 8284 8100

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.



Sumário

VISÃO GERAL

- O que você precisa saber
- Principais pontos deste Relatório
- Definição
- COVID-19: contexto de mercado

RESUMO EXECUTIVO

- Visão geral do mercado
- Apesar do interesse dos brasileiros, ainda existem entraves importantes para que haja um acesso mais massificado e inclusivo dessas novas tecnologias. Dentre eles estão principalmente o alto custo – mencionado por 50% daqueles que não utilizaram alguma das tecnologias estimuladas na pesquisa, a falta de conhecimento de como utilizar (27% das menções) e a falta de infraestrutura (26% das menções).
- Impacto da COVID-19 nas atitudes em relação à tecnologia e ao universo digital

Figura 1: Impacto esperado da COVID-19 em curto, médio e longo prazos para atitudes em relação a tecnologia e ao universo digital, maio de 2020

- Mintel Trend Drivers

Figura 2: Mintel Trends Drivers

- Desafios

- Custo impede a utilização de novas tecnologias por todos perfis socioeconômicos, mas falta de infraestrutura afeta principalmente classes DE

Figura 3: Razões para não usar novas tecnologias, por perfil socioeconômico – Brasil, janeiro de 2021

- Falta de conhecimento é barreira para a utilização de novas tecnologias especialmente entre as mulheres maduras

Figura 4: Razões para não usar novas tecnologias – Brasil, janeiro de 2021

- Oportunidades

- Brasileiros demonstram interesse em usar novas tecnologias e, em geral, possuem percepção positiva de seus impactos na sociedade

Figura 5: Uso e interesse em novas tecnologias (qualquer uso / qualquer interesse) – Brasil, janeiro de 2021

Figura 6: Percepção em relação a tecnologias emergentes – Brasil, janeiro de 2021

O que está incluído

Resumo Executivo

Relatório Completo (PDF)

Visão Geral Infográfica

Apresentação (PowerPoint)

Livro de Dados Interativo

Edições Anteriores

Você sabia?

Este relatório faz parte de uma série de relatórios elaborados para oferecer uma visão mais holística deste mercado.

Todos os relatórios da Mintel de 2020 contêm pesquisas e previsões específicas relacionadas à pandemia de COVID-19. As marcas líderes mundiais confiam nos relatórios da Mintel para obter inteligência de mercado de forma completa, objetiva e prática.

Compre este relatório agora

Visite store.mintel.com

EMEA +44 (0) 20 7606 4533

Brasil 0800 095 9094

Américas +1 (312) 943 5250

China +86 (21) 6032 7300

APAC +61 (0) 2 8284 8100

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

- Maioria dos brasileiros veem na tecnologia uma forma de tornar experiências mais acessíveis**

FATORES QUE INFLUENCIARÃO O MERCADO

- Isolamento social impulsionou o uso de plataformas, serviços e tecnologias digitais pelos brasileiros**
Figura 7: Rastreador online – Brasil, janeiro de 2021
- Alta do dólar e baixo poder aquisitivo do brasileiro impacta na compra de eletroeletrônicos e serviços de comunicação**

Figura 8: Variação acumulada em 12 meses para o índice geral, grupos, subgrupos, itens e subitens de produtos e serviços – Brasil, relativo a março de 2021

- Com o leilão para operadoras de telecomunicação, governo espera que todas as capitais tenham 5G até julho de 2022**
- Fenômeno apelidado de “chipageddon”, em português armagedom dos chips, impacta produção de produtos digitais**
- Sucesso das NFTs mostra potencial da venda de arquivos, documentos e até memes 100% digitais**

Figura 9: Captura de tela de divulgação do sabor virtual CryptoCrisp – Pringles

EMPRESAS, MARCAS E INOVAÇÕES

- Empresas e marcas**
- Cresce o número de opções de pagamentos e bancos digitais no Brasil**
Figura 10: Divulgação do serviço de WhatsApp Pay
- Varejistas ampliam suas áreas de atuação e entram no universo de conteúdo digital**

Figura 11: Captura de tela – Playlist Hits Roberto Carlos

- Serviços de pagamentos, redes sociais e outras empresas pretendem possibilitar pagamentos com criptomoedas**
- Cresce soluções de telemedicina e serviços de saúde e bem-estar online**

Figura 12: Campanha Apoio Emocional na Pandemia

- Serviços de delivery ampliam seus testes com transportes autônomos ou sem contato humano**
Figura 13: Divulgação da ação – O Boticário
- Estudos de caso**
- Loja virtual de O Boticário no game Avakin Life tem mais de 9 milhões de visitas**

O que está incluído

Resumo Executivo

Relatório Completo (PDF)

Visão Geral Infográfica

Apresentação (PowerPoint)

Livro de Dados Interativo

Edições Anteriores

Você sabia?

Este relatório faz parte de uma série de relatórios elaborados para oferecer uma visão mais holística deste mercado.

Todos os relatórios da Mintel de 2020 contêm pesquisas e previsões específicas relacionadas à pandemia de COVID-19. As marcas líderes mundiais confiam nos relatórios da Mintel para obter inteligência de mercado de forma completa, objetiva e prática.

Compre este relatório agora

Visite store.mintel.com

EMEA +44 (0) 20 7606 4533

Brasil 0800 095 9094

Américas +1 (312) 943 5250

China +86 (21) 6032 7300

APAC +61 (0) 2 8284 8100

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.



Figura 14: Post de divulgação da loja virtual

- Marketplaces de ensino online, como Udemy e Hotmart, tiveram crescimento expressivo durante a pandemia**

Figura 15: Uso e interesse em novas tecnologias – Brasil, janeiro de 2021

O CONSUMIDOR – O QUE VOCÊ PRECISA SABER

- Cashback pode motivar não só o download de aplicativos de varejistas, mas também a fidelização de clientes**
- Telemedicina pode ajudar na quebra de tabus e estimular maior acompanhamento médico por homens**
- Geração Z e baby boomers confiam na tecnologia para ajudá-los a adotar um estilo de vida mais sustentável**
- Snacks à base de alimentos produzidos em laboratório podem despertar o interesse dos mais jovens devido a sua sustentabilidade**
- Pagamento através de aplicativos de serviços não bancários tem potencial e percepção positiva junto aos brasileiros**

USO DE APlicATIVOS

- Cashback pode motivar não só o download de aplicativos de varejistas, mas também a fidelização de clientes**
- Figura 16: uso de aplicativos, por rastreador online – Brasil, janeiro de 2021
- Crescimento de uso de aplicativos financeiros por brasileiros com 55 anos ou mais pode estimular adesão a outras tecnologias do setor**
- Figura 17: Uso de aplicativos e uso e interesse em novas tecnologias, por faixa etária – Brasil, janeiro de 2021
- TV smart ultrapassa computadores no acesso a aplicativos e pode ampliar seu uso oferecendo mais funcionalidades**

Figura 18: Uso de aplicativos por aparelho – Brasil, janeiro de 2021

Figura 19: TCL smart TV P725 videocall camera

USO E INTERESSE EM NOVAS TECNOLOGIAS

- Assistentes de voz podem facilitar o dia a dia daqueles que trabalham de casa pelo menos às vezes**
- Figura 20: Uso e interesse em novas tecnologias – Brasil, janeiro de 2021
- Ensino à distância pode abrir espaço para atividades extracurriculares de socialização para diminuir rejeição pelos mais jovens**

O que está incluído

Resumo Executivo

Relatório Completo (PDF)

Visão Geral Infográfica

Apresentação (PowerPoint)

Livro de Dados Interativo

Edições Anteriores

Você sabia?

Este relatório faz parte de uma série de relatórios elaborados para oferecer uma visão mais holística deste mercado.

Todos os relatórios da Mintel de 2020 contêm pesquisas e previsões específicas relacionadas à pandemia de COVID-19. As marcas líderes mundiais confiam nos relatórios da Mintel para obter inteligência de mercado de forma completa, objetiva e prática.

Compre este relatório agora

Visite store.mintel.com

EMEA +44 (0) 20 7606 4533

Brasil 0800 095 9094

Américas +1 (312) 943 5250

China +86 (21) 6032 7300

APAC +61 (0) 2 8284 8100

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.



Figura 21: Uso e interesse em novas tecnologias, por faixa etária – Brasil, janeiro de 2021

Figura 22: Vídeo explicativo de funcionamento da plataforma – Mesh

Figura 23: Campanha #AgoraVocêSabe – Tik Tok

- Existe oportunidade para cursos e serviços online que facilitem o cuidado e o bem-estar dos animais de estimação em casa**

Figura 24: Uso e interesse em novas tecnologias, por posse de animal de estimação – Brasil, janeiro de 2021

Figura 25: Explicação do método de adestramento à distância – Tudo de Cão

Figura 26: Adestramento inteligente para filhotes online

- Telemedicina pode ajudar na quebra de tabus e estimular maior acompanhamento médico por homens**

Figura 27: Uso e interesse em novas tecnologias, por gênero – Brasil, janeiro de 2021

Figura 28: Funcionamento do serviço – Dr Pocket

ATITUDES EM RELAÇÃO AO USO DA TECNOLOGIA

- Maioria dos brasileiros veem na tecnologia uma forma de tornar experiências mais acessíveis**

Figura 29: Atitudes em relação ao uso da tecnologia – Brasil, janeiro de 2021

Figura 30: Captura de tela – Aplicativo Arts & Culture

Figura 31: Captura de tela – Tour por Paris

- Geração Z e baby boomers confiam na tecnologia para ajudá-los a adotar um estilo de vida mais sustentável**

Figura 32: Atitudes em relação ao uso da tecnologia, por geração – Brasil, janeiro de 2021

Figura 33: Vídeo de introdução do aplicativo Olio – The food sharing app

Figura 34: Captura de telas – Aplicativo Biothanks

Figura 35: Segundo passo do passo a passo de utilização do aplicativo – Trash Panda

- Mulheres com idade entre 45 e 54 anos são as que mais enfrentam dificuldade em utilizar a tecnologia de uma forma que as auxilie**

Figura 36: Atitudes em relação ao uso da tecnologia, por gênero e faixa etária – Brasil, janeiro de 2021

O que está incluído

Resumo Executivo

Relatório Completo (PDF)

Visão Geral Infográfica

Apresentação (PowerPoint)

Livro de Dados Interativo

Edições Anteriores

Você sabia?

Este relatório faz parte de uma série de relatórios elaborados para oferecer uma visão mais holística deste mercado.

Todos os relatórios da Mintel de 2020 contêm pesquisas e previsões específicas relacionadas à pandemia de COVID-19. As marcas líderes mundiais confiam nos relatórios da Mintel para obter inteligência de mercado de forma completa, objetiva e prática.

Compre este relatório agora

Visite store.mintel.com

EMEA +44 (0) 20 7606 4533

Brasil 0800 095 9094

Américas +1 (312) 943 5250

China +86 (21) 6032 7300

APAC +61 (0) 2 8284 8100

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.



HÁBITOS E ATITUDES EM RELAÇÃO A TECNOLOGIA E AO UNIVERSO DIGITAL

- Tecnologias de realidade aumentada e realidade virtual podem incentivar compras online**

Figura 37: Hábitos e atitudes em relação a tecnologia e ao universo digital – Brasil, janeiro de 2021

Figura 38: Captura de telas do aplicativo – Color Master

Figura 39: Capturas de tela – Gucci Virtual 25

- Homens se mostram mais dispostos a permitir o acesso a suas informações pessoais em troca de descontos e produtos personalizados**

Figura 40: Hábitos e atitudes em relação a tecnologia e ao universo digital, por gênero – Brasil, janeiro de 2021

Figura 41: Sachê de proteínas personalizadas – Personalised Co

Figura 42: DNA Nutrition Test – Vitl

- Snacks à base de alimentos produzidos em laboratório podem despertar o interesse dos mais jovens devido a sua sustentabilidade**

Figura 43: Hábitos e atitudes em relação a tecnologia e ao universo digital, por faixa etária – Brasil, janeiro de 2021

Figura 44: Smitten N'ice cream com Perfect Day

PERCEPÇÃO EM RELAÇÃO A TECNOLOGIAS EMERGENTES

- Pagamento através de aplicativos de serviços não bancários tem potencial e percepção positiva junto aos brasileiros**

Figura 45: Percepção em relação a tecnologias emergentes – Brasil, janeiro de 2021

- Existe nicho de mercado para empresas que minimizem ao máximo o contato humano em todas as etapas**

Figura 46: Percepção em relação a tecnologias emergentes, por hábitos e atitudes em relação a tecnologia e ao universo digital – Brasil, janeiro de 2021

- Pagamento através de reconhecimento facial tem potencial de adesão entre os brasileiros das classes AB**

Figura 47: Percepção em relação a tecnologias emergentes, por perfil socioeconômico – Brasil, janeiro de 2021

Figura 48: Capturas de tela – Aplicativo Pay Face

Figura 49: Cadastro de reconhecimento facial – Itaú

APÊNDICE – ABREVIACÕES

O que está incluído

Resumo Executivo

Relatório Completo (PDF)

Visão Geral Infográfica

Apresentação (PowerPoint)

Livro de Dados Interativo

Edições Anteriores

Você sabia?

Este relatório faz parte de uma série de relatórios elaborados para oferecer uma visão mais holística deste mercado.

Todos os relatórios da Mintel de 2020 contêm pesquisas e previsões específicas relacionadas à pandemia de COVID-19. As marcas líderes mundiais confiam nos relatórios da Mintel para obter inteligência de mercado de forma completa, objetiva e prática.

Compre este relatório agora

Visite store.mintel.com

EMEA +44 (0) 20 7606 4533

Brasil 0800 095 9094

Américas +1 (312) 943 5250

China +86 (21) 6032 7300

APAC +61 (0) 2 8284 8100



Sobre a Mintel

A Mintel é **especialista em identificar o que os consumidores desejam e por quê**. Como líderes mundiais em inteligência de mercado, nossas análises de consumidores, mercados, inovações de produtos e cenários competitivos fornecem uma perspectiva única sobre as economias globais e locais. Desde 1972, nossas análises preditivas e recomendações de especialistas permitem que nossos clientes tomem melhores decisões de negócios com mais rapidez.

Nosso objetivo é ajudar empresas e pessoas a crescer. Para saber como fazemos isso, visite mintel.com.