

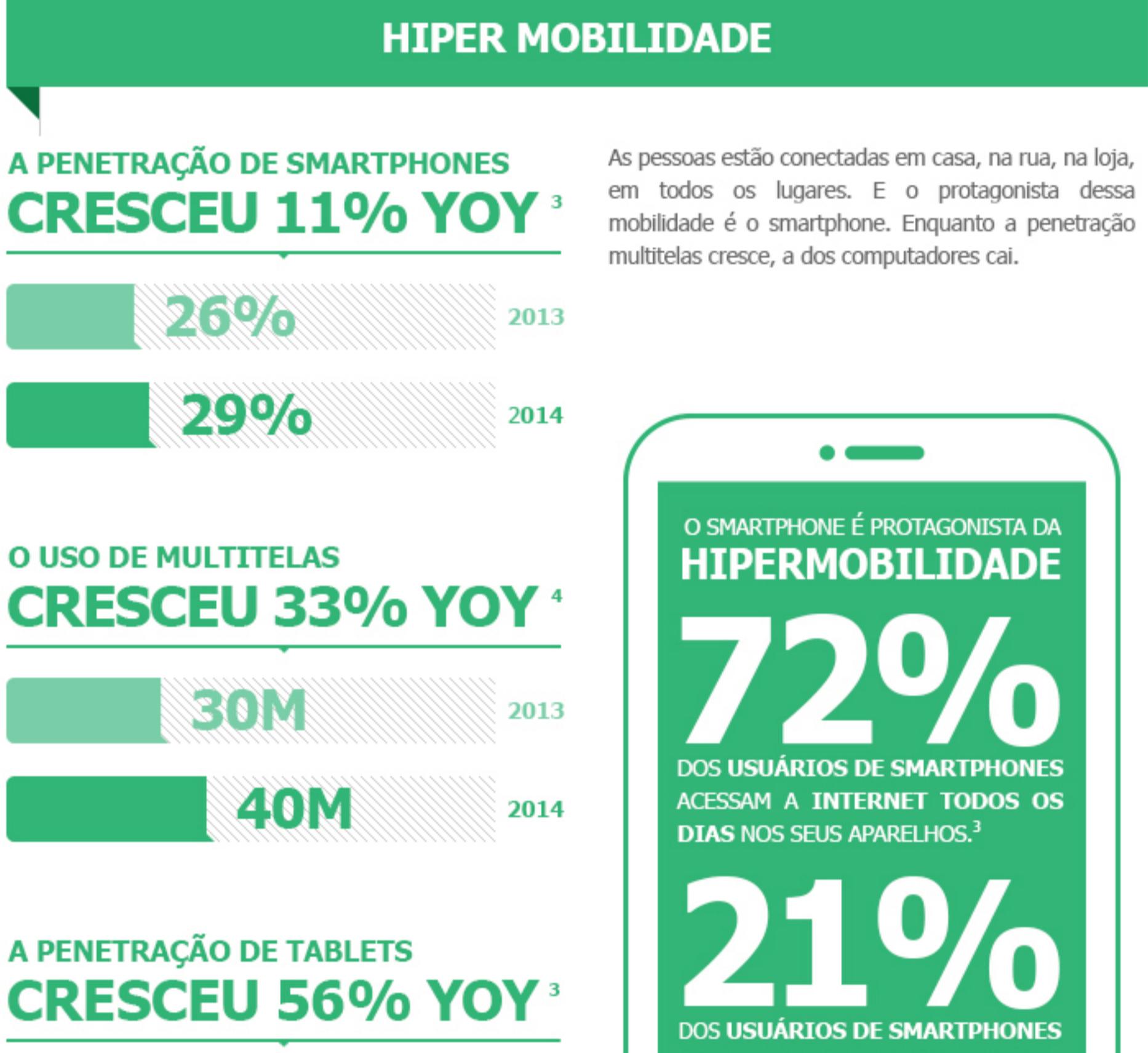
# O CONSUMIDOR BRASILEIRO AGORA É HIPER

São quase 100 milhões de brasileiros conectados, mais de 272 milhões de celulares e 40 milhões de pessoas multitelas, que usam televisão, computador e celular ou tablet ao mesmo tempo. Por isso, e muito mais, o Brasil é o país do consumidor Hiper: Conectado, Informado, Móvel e Entretido.

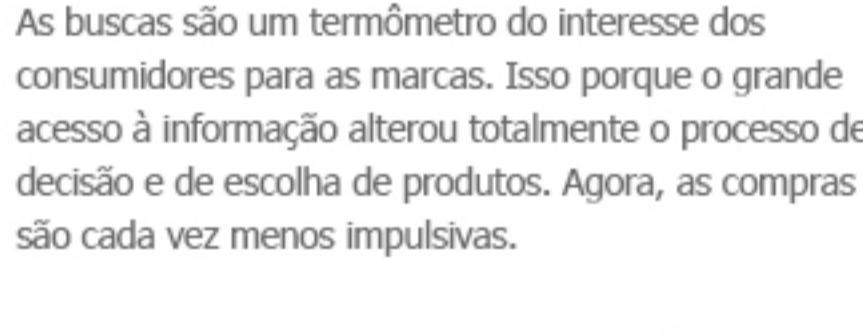
## HIPER CONEXÃO

A Hiper Conexão mostra a democratização da internet: a Classe C já representa 54% da população online<sup>1</sup>

### JÁ SÃO 96 MILHÕES DE BRASILEIROS CONECTADOS



### A PENETRAÇÃO DE SMARTPHONES CRESCEU 11% YOY<sup>3</sup>



### O USO DE MULTITELAS CRESCEU 33% YOY<sup>4</sup>



### A PENETRAÇÃO DE TABLETS CRESCEU 56% YOY<sup>3</sup>



## HIPER INFORMAÇÃO

### 100 BILHÕES DE BUSCAS NO MÊS

80% DOS CONSUMIDORES COMPRARAM ITENS APÓS PESQUISAR<sup>5</sup>

As buscas são um termômetro do interesse dos consumidores para as marcas. Isso porque o grande acesso à informação alterou totalmente o processo de decisão e de escolha de produtos. Agora, as compras são cada vez menos impulsivas.

### A COMPRA ESTÁ FICANDO MENOS IMPULSIVA

#### PORCENTAGEM DE COMPRAS FEITAS SEM PESQUISA POR CATEGORIA



<sup>5</sup>: Pesquisa Redes e Google, Junho de 2013. Artigos Esportivos, Smartphone, TV, Linha Branca e Notebooks/Desktops.

14 a 55 anos, ABC, residentes em SP e Interior, RE, SAL, RJ e PQA, população conectada e não conectada.

## HIPER ENTRETENIMENTO

O vídeo é a fonte mais poderosa de entretenimento para o brasileiro – e o consumo dele já é multiplatforma

**PERFIS DE CONSUMO DE VÍDEO**

**70** milhões DE ESPECTADORES DE VÍDEO ONLINE NO BRASIL

E 27% do tempo dedicado ao consumo de vídeos já acontece só na internet. Abaixo, veja como três perfis de pessoas consomem vídeos online e na TV.

<sup>6</sup>: Sources: Segmentação sobre o Consumo de Vídeo no Brasil, Estudo encomendado pelo Google, realizado pela consultoria Provolers. Target estudado: 1.474 entrevistas, Homens e Mulheres,

14 a 55 anos, ABC, residentes em SP e Interior, RE, SAL, RJ e PQA, população conectada e não conectada.

6: Sources: Segmentação sobre o Consumo de Vídeo no Brasil, Estudo encomendado pelo Google, realizado pela consultoria Provolers. Target estudado: 1.474 entrevistas, Homens e Mulheres,

14 a 55 anos, ABC, residentes em SP e Interior, RE, SAL, RJ e PQA, população conectada e não conectada.

6: Sources: Segmentação sobre o Consumo de Vídeo no Brasil, Estudo encomendado pelo Google, realizado pela consultoria Provolers. Target estudado: 1.474 entrevistas, Homens e Mulheres,

14 a 55 anos, ABC, residentes em SP e Interior, RE, SAL, RJ e PQA, população conectada e não conectada.

6: Sources: Segmentação sobre o Consumo de Vídeo no Brasil, Estudo encomendado pelo Google, realizado pela consultoria Provolers. Target estudado: 1.474 entrevistas, Homens e Mulheres,

14 a 55 anos, ABC, residentes em SP e Interior, RE, SAL, RJ e PQA, população conectada e não conectada.

6: Sources: Segmentação sobre o Consumo de Vídeo no Brasil, Estudo encomendado pelo Google, realizado pela consultoria Provolers. Target estudado: 1.474 entrevistas, Homens e Mulheres,

14 a 55 anos, ABC, residentes em SP e Interior, RE, SAL, RJ e PQA, população conectada e não conectada.

6: Sources: Segmentação sobre o Consumo de Vídeo no Brasil, Estudo encomendado pelo Google, realizado pela consultoria Provolers. Target estudado: 1.474 entrevistas, Homens e Mulheres,

14 a 55 anos, ABC, residentes em SP e Interior, RE, SAL, RJ e PQA, população conectada e não conectada.

6: Sources: Segmentação sobre o Consumo de Vídeo no Brasil, Estudo encomendado pelo Google, realizado pela consultoria Provolers. Target estudado: 1.474 entrevistas, Homens e Mulheres,

14 a 55 anos, ABC, residentes em SP e Interior, RE, SAL, RJ e PQA, população conectada e não conectada.

6: Sources: Segmentação sobre o Consumo de Vídeo no Brasil, Estudo encomendado pelo Google, realizado pela consultoria Provolers. Target estudado: 1.474 entrevistas, Homens e Mulheres,

14 a 55 anos, ABC, residentes em SP e Interior, RE, SAL, RJ e PQA, população conectada e não conectada.

6: Sources: Segmentação sobre o Consumo de Vídeo no Brasil, Estudo encomendado pelo Google, realizado pela consultoria Provolers. Target estudado: 1.474 entrevistas, Homens e Mulheres,

14 a 55 anos, ABC, residentes em SP e Interior, RE, SAL, RJ e PQA, população conectada e não conectada.

6: Sources: Segmentação sobre o Consumo de Vídeo no Brasil, Estudo encomendado pelo Google, realizado pela consultoria Provolers. Target estudado: 1.474 entrevistas, Homens e Mulheres,

14 a 55 anos, ABC, residentes em SP e Interior, RE, SAL, RJ e PQA, população conectada e não conectada.

6: Sources: Segmentação sobre o Consumo de Vídeo no Brasil, Estudo encomendado pelo Google, realizado pela consultoria Provolers. Target estudado: 1.474 entrevistas, Homens e Mulheres,

14 a 55 anos, ABC, residentes em SP e Interior, RE, SAL, RJ e PQA, população conectada e não conectada.

6: Sources: Segmentação sobre o Consumo de Vídeo no Brasil, Estudo encomendado pelo Google, realizado pela consultoria Provolers. Target estudado: 1.474 entrevistas, Homens e Mulheres,

14 a 55 anos, ABC, residentes em SP e Interior, RE, SAL, RJ e PQA, população conectada e não conectada.

6: Sources: Segmentação sobre o Consumo de Vídeo no Brasil, Estudo encomendado pelo Google, realizado pela consultoria Provolers. Target estudado: 1.474 entrevistas, Homens e Mulheres,

14 a 55 anos, ABC, residentes em SP e Interior, RE, SAL, RJ e PQA, população conectada e não conectada.

6: Sources: Segmentação sobre o Consumo de Vídeo no Brasil, Estudo encomendado pelo Google, realizado pela consultoria Provolers. Target estudado: 1.474 entrevistas, Homens e Mulheres,

14 a 55 anos, ABC, residentes em SP e Interior, RE, SAL, RJ e PQA, população conectada e não conectada.

6: Sources: Segmentação sobre o Consumo de Vídeo no Brasil, Estudo encomendado pelo Google, realizado pela consultoria Provolers. Target estudado: 1.474 entrevistas, Homens e Mulheres,

14 a 55 anos, ABC, residentes em SP e Interior, RE, SAL, RJ e PQA, população conectada e não conectada.

6: Sources: Segmentação sobre o Consumo de Vídeo no Brasil, Estudo encomendado pelo Google, realizado pela consultoria Provolers. Target estudado: 1.474 entrevistas, Homens e Mulheres,

14 a 55 anos, ABC, residentes em SP e Interior, RE, SAL, RJ e PQA, população conectada e não conectada.

6: Sources: Segmentação sobre o Consumo de Vídeo no Brasil, Estudo encomendado pelo Google, realizado pela consultoria Provolers. Target estudado: 1.474 entrevistas, Homens e Mulheres,

14 a 55 anos, ABC, residentes em SP e Interior, RE, SAL, RJ e PQA, população conectada e não conectada.

6: Sources: Segmentação sobre o Consumo de Vídeo no Brasil, Estudo encomendado pelo Google, realizado pela consultoria Provolers. Target estudado: 1.474 entrevistas, Homens e Mulheres,

14 a 55 anos, ABC, residentes em SP e Interior, RE, SAL, RJ e PQA, população conectada e não conectada.

6: Sources: Segmentação sobre o Consumo de Vídeo no Brasil, Estudo encomendado pelo Google, realizado pela consultoria Provolers. Target estudado: 1.474 entrevistas, Homens e Mulheres,

14 a 55 anos, ABC, residentes em SP e Interior, RE, SAL, RJ e PQA, população conectada e não conectada.

6: Sources: Segmentação sobre o Consumo de Vídeo no Brasil, Estudo encomendado pelo Google, realizado pela consultoria Provolers. Target estudado: 1.474 entrevistas, Homens e Mulheres,

14 a 55 anos, ABC, residentes em SP e Interior, RE, SAL, RJ e PQA, população conectada e não conectada.

6: Sources: Segmentação sobre o Consumo de Vídeo no Brasil, Estudo encomendado pelo Google, realizado pela consultoria Provolers. Target estudado: 1.474 entrevistas, Homens e Mulheres,

14 a 55 anos, ABC, residentes em SP e Interior, RE, SAL, RJ e PQA, população conectada e não conectada.

6: Sources: Segmentação sobre o Consumo de Vídeo no Brasil, Estudo encomendado pelo Google, realizado pela consultoria Provolers. Target estudado: 1.474 entrevistas, Homens e Mulheres,

14 a 55 anos, ABC, residentes em SP e Interior, RE, SAL, RJ e PQA, população conectada e não conectada.

6: Sources: Segmentação sobre o Consumo de Vídeo no Brasil, Estudo encomendado pelo Google, realizado pela consultoria Provolers. Target estudado: 1.474 entrevistas, Homens e Mulheres,

14 a 55 anos, ABC, residentes em SP e Interior, RE, SAL, RJ e PQA, população conectada e não conectada.

6: Sources: Segmentação sobre o Consumo de Vídeo no Brasil, Estudo encomendado pelo Google, realizado pela consultoria Provolers. Target estudado: 1.474 entrevistas, Homens e Mulheres,

14 a 55 anos, ABC, residentes em SP e Interior, RE, SAL, RJ e PQA, população conectada e não conectada.

6: Sources: Segmentação sobre o Consumo de Vídeo no Brasil, Estudo encomendado pelo Google, realizado pela consultoria Provolers. Target estudado: 1.474 entrevistas, Homens e Mulheres,

14 a 55 anos, ABC, residentes em SP e Interior, RE, SAL, RJ e PQA, população conectada e não conectada.

6: Sources: Segmentação sobre o Consumo de Vídeo no Brasil, Estudo encomendado pelo Google, realizado pela consultoria Provolers. Target estudado: 1.474 entrevistas, Homens e Mulheres,

14 a 55 anos, ABC, residentes em SP e Interior, RE, SAL, RJ e PQA, população conectada e não conectada.

6: Sources: Segmentação sobre o Consumo de Vídeo no Brasil, Estudo encomendado pelo Google, realizado pela consultoria Provolers. Target estudado: 1.474 entrevistas, Homens e Mulheres,

14 a 55 anos, ABC, residentes em SP e Interior, RE, SAL, RJ e PQA, população conectada e não conectada.

6: Sources: Segmentação sobre o Consumo de Vídeo no Brasil, Estudo encomendado pelo Google, realizado pela consultoria Provolers. Target estudado: 1.474 entrevistas, Homens e Mulheres,

14 a 55 anos, ABC, residentes em SP e Interior, RE, SAL, RJ e PQA, população conectada e não conectada.

6: Sources: Segmentação sobre o Consumo de Vídeo no Brasil, Estudo encomendado pelo Google, realizado pela consultoria Provolers. Target estudado: 1.474 entrevistas, Homens e Mulheres,

14 a 55 anos, ABC, residentes em SP e Interior, RE, SAL, RJ e PQA, população conectada e não conectada.

6: Sources: Segmentação sobre o Consumo de Vídeo no Brasil, Estudo encomendado pelo Google, realizado pela consultoria Provolers. Target estudado: 1.474 entrevistas, Homens e Mulheres,

14 a 55 anos, ABC, residentes em SP e Interior, RE, SAL, RJ e PQA, população conectada e não conectada.

6: Sources: Segmentação sobre o Consumo de Vídeo no Brasil, Estudo encomendado pelo Google, realizado pela consultoria Provolers. Target estudado: 1.474 entrevistas, Homens e Mulheres,

14 a 55 anos, ABC, residentes em SP e Interior, RE, SAL, RJ e PQA, população conectada e não conectada.

6: Sources: Segmentação sobre o Consumo de Vídeo no Brasil, Estudo encomendado pelo Google, realizado pela consultoria Provolers. Target estudado: 1.474 entrevistas, Homens e Mulheres,

14 a 55 anos, ABC, residentes em SP e Interior, RE, SAL, RJ e PQA, população conectada e não conectada.

6: Sources: Segmentação sobre o Consumo de Vídeo no Brasil, Estudo encomendado pelo Google, realizado pela consultoria Provolers. Target estudado: 1.474 entrevistas, Homens e Mulheres,

14 a 55 anos, ABC, residentes em SP e Interior, RE, SAL, RJ e PQA, população conectada e não conectada.

6: Sources: Segmentação sobre o Consumo de Vídeo no Brasil, Estudo encomendado pelo Google, realizado pela consultoria Provolers. Target estudado: 1.474 entrevistas, Homens e Mulheres,

14 a 55 anos, ABC, residentes em SP e Interior, RE, SAL, RJ e PQA, população conectada e não conectada.

6: Sources: Segmentação sobre o Consumo de Vídeo no Brasil, Estudo encomendado pelo Google, realizado pela consultoria Provolers. Target estudado: 1.474 entrevistas, Homens e Mulheres,

14 a 55 anos, ABC, residentes em SP e Interior, RE, SAL, RJ e PQA, população conectada e não conectada.

6: Sources: Segmentação sobre o Consumo de Vídeo no Brasil, Estudo encomendado pelo Google, realizado pela consultoria Provolers. Target estudado: 1.474 entrevistas, Homens e Mulheres,

14 a 55 anos, ABC, residentes em SP e Interior, RE, SAL, RJ e PQA, população conectada e não conectada.

6: Sources: Segmentação sobre o Consumo de Vídeo no Brasil, Estudo encomendado pelo Google, realizado pela consultoria Provolers. Target estudado: 1.474 entrevistas, Hom