

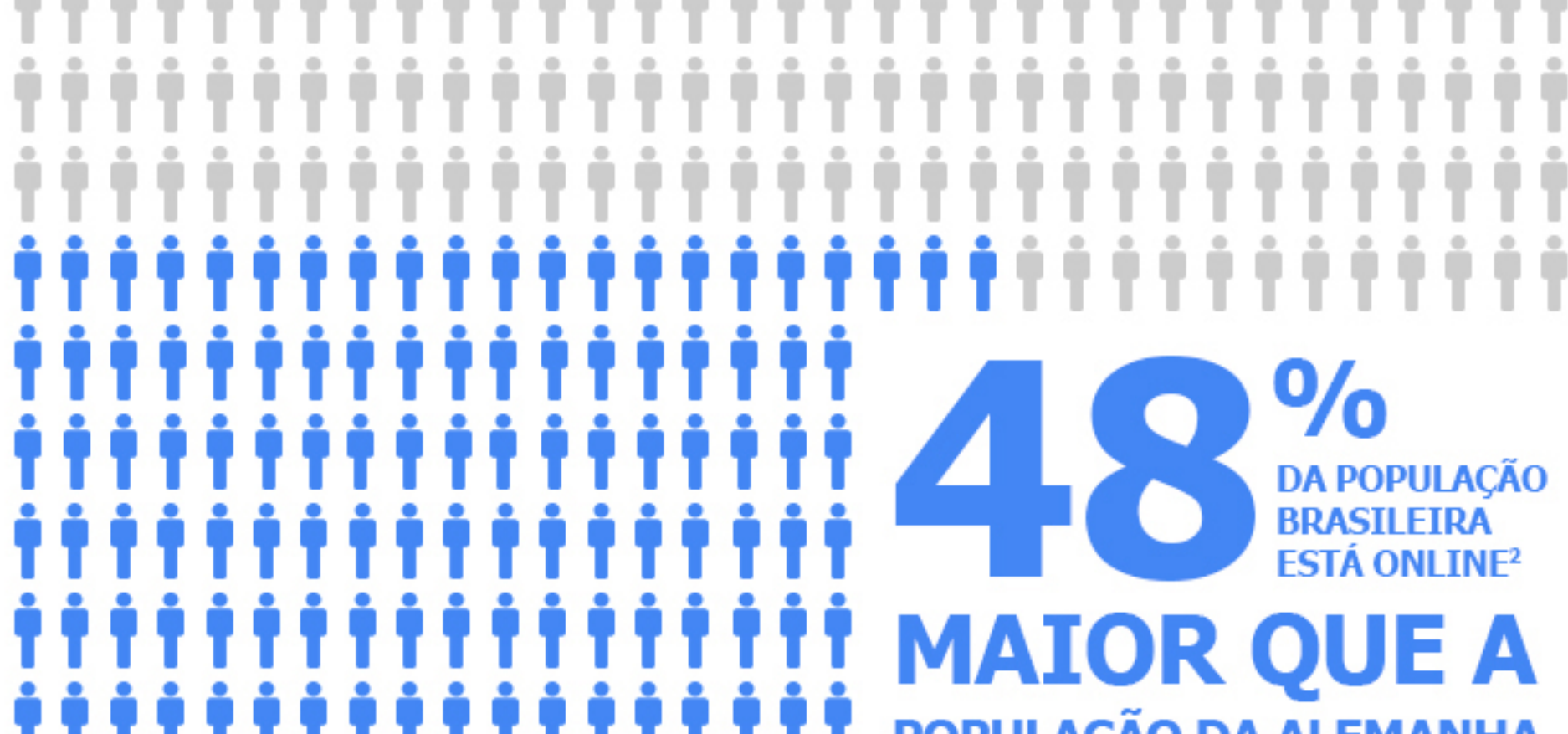
# O CONSUMIDOR BRASILEIRO AGORA É HIPER

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**



**74%** DOS BRASILEIROS DE 15 A 49 ANOS ESTÃO ONLINE\*

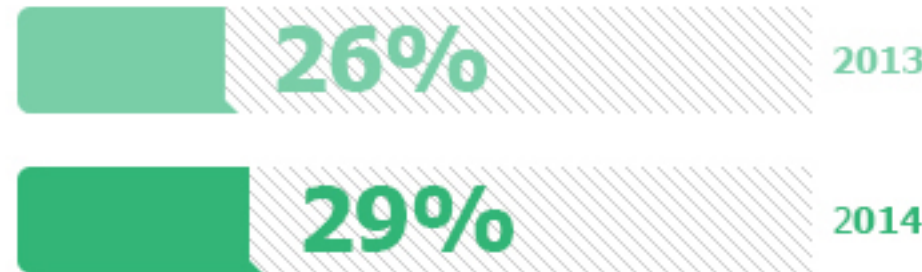


\*74% dos Brasileiros de 15 a 49 anos, ABC, residentes nos 13 principais mercados 1: Datapopular; 2: The Connected Consumer, Estudo global encomendado pelo Google, realizado pela TNS, no Brasil e em mais 56 mercados. Target estudado: 1000 entrevistas, Homens e Mulheres, 16+, ABC, Brasil

## HIPER MOBILIDADE

**A PENETRAÇÃO DE SMARTPHONES CRESCER 11% YOY<sup>3</sup>**

As pessoas estão conectadas em casa, na rua, na loja, em todos os lugares. E o protagonista dessa mobilidade é o smartphone. Enquanto a penetração multitelas cresce, a dos computadores cai.



**O USO DE MULTITELAS CRESCER 33% YOY<sup>4</sup>**



**A PENETRAÇÃO DE TABLETS CRESCER 56% YOY<sup>3</sup>**



3: The Connected Consumer, Estudo global encomendado pelo Google, realizado pela TNS, no Brasil e em mais 56 mercados Target estudado: 1000 entrevistas, Homens e Mulheres, 16+, ABC, Brasil; 4: Evolução do Consumidor Multi Telas Brasileiro - Onda 2014, Estudo encomendado pelo Google, realizado pela Ipsos, no Brasil Target estudado: 4.599 entrevistas, Homens e Mulheres, 15 a 50 anos, ABC, 3 telas (possuidores de TV +, Smartphones/Tablets + Desktops/Laptops/Netbooks), residentes de 13 praças brasileiras (Gde SP, Gde RJ, Gde BH, Gde CR, Brasília/DF, Gde Fortaleza, Gde POA, Gde RE, Gde SAL, Gde Florianópolis, Gde Goiânia, Gde Vitória, Interior de SP)

## HIPER INFORMAÇÃO

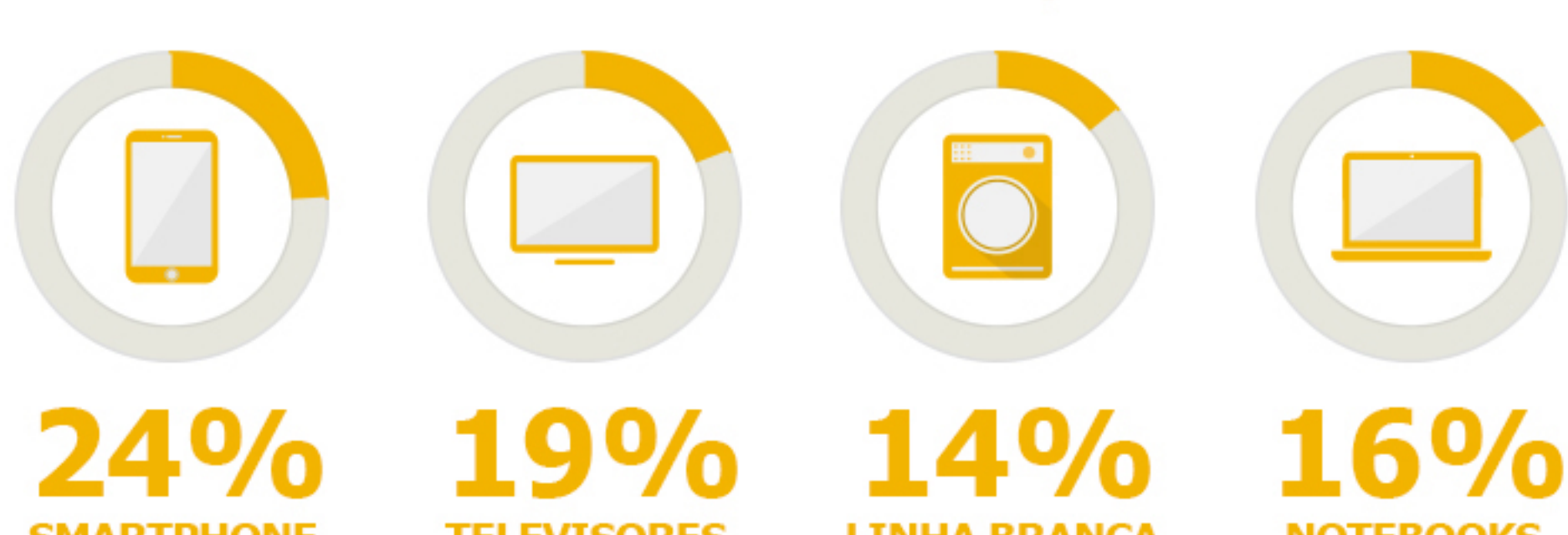
**100 BILHÕES DE BUSCAS NO MÊS**

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.

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

**A COMPRA ESTÁ FICANDO MENOS IMPULSIVA**

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



5: Pesquisa Redis e Google, Junho de 2013. Artigos Esportivos, Smartphone, TVs, Linha Branca e Notebooks/Desktops.

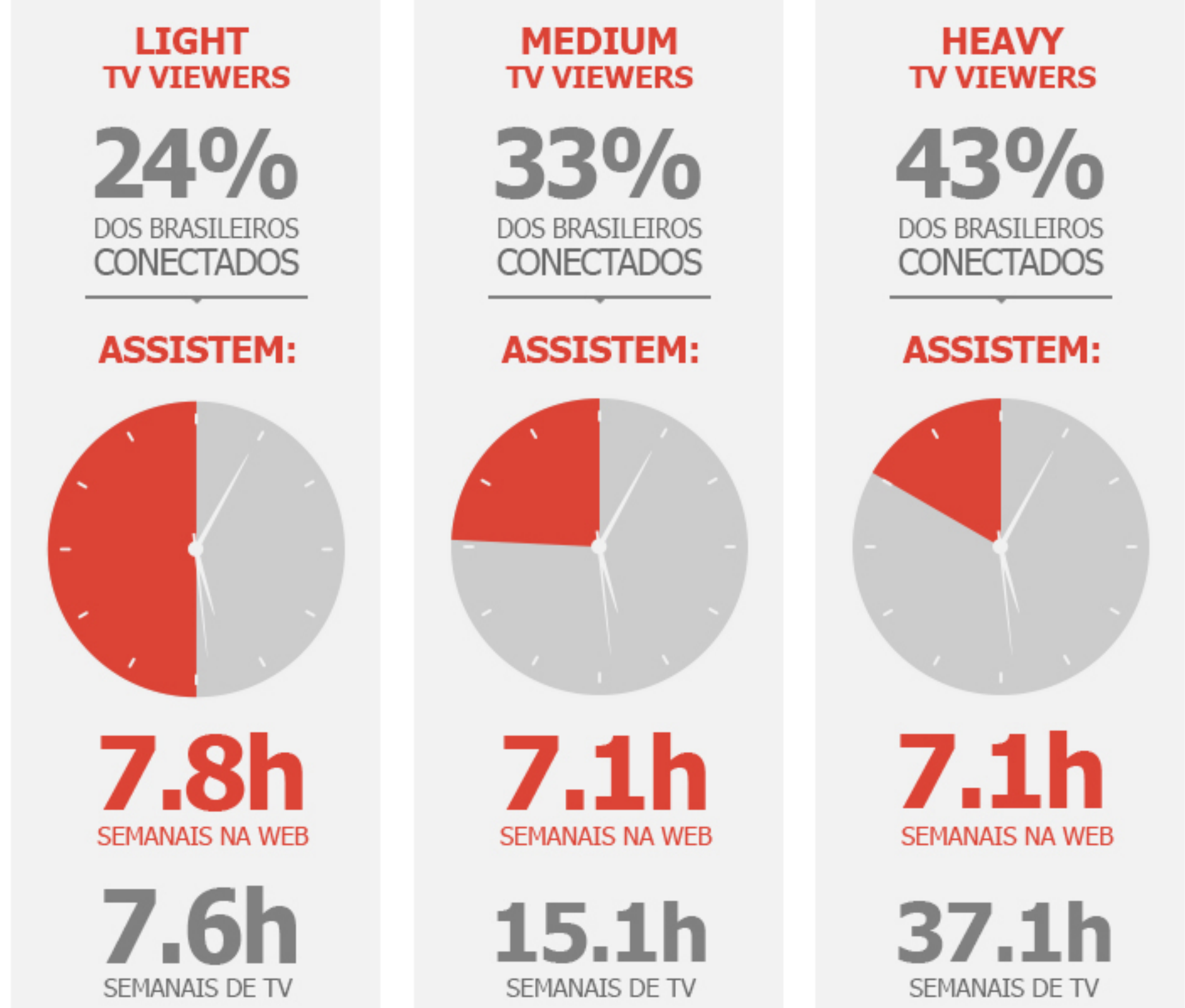
## HIPER ENTRETENIMENTO

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

**PERFIS DE CONSUMO DE VÍDEO**

**70 milhões** DE ESPECTADORES DE VÍDEO ONLINE NO BRASIL<sup>6</sup>

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



6: Source: Segmentação sobre o Consumo de Vídeo no Brasil, Estudo encomendado pelo Google, realizado pela consultoria Provokers Target estudado: 1.474 entrevistas, Homens e Mulheres, 14 a 55 anos, ABC, residentes em SP e Interior; RE, SAL, RJ e POA, população conectada e não conectada.