



**ESTUDO SOBRE
O CONSUMO DE
ÁUDIO DIGITAL**



2021

Brasil

SOBRE O ESTUDO



NOSSO INTUITO FOI REALIZAR UM ESTUDO DE CONSUMO DE **ÁUDIO DIGITAL** NO BRASIL PARA CONHECER AS **VARIAÇÕES** NOS PARÂMETROS DE **ESCUA** DOS OUVINTES LOCAIS.

OS **DADOS** FORAM COLETADOS ATRAVÉS DE **QUESTIONÁRIOS ONLINE** AUTOADMINISTRADOS POR COMPUTADORES EM RÁDIOS ONLINE E STREAMINGS DE ÁUDIO.

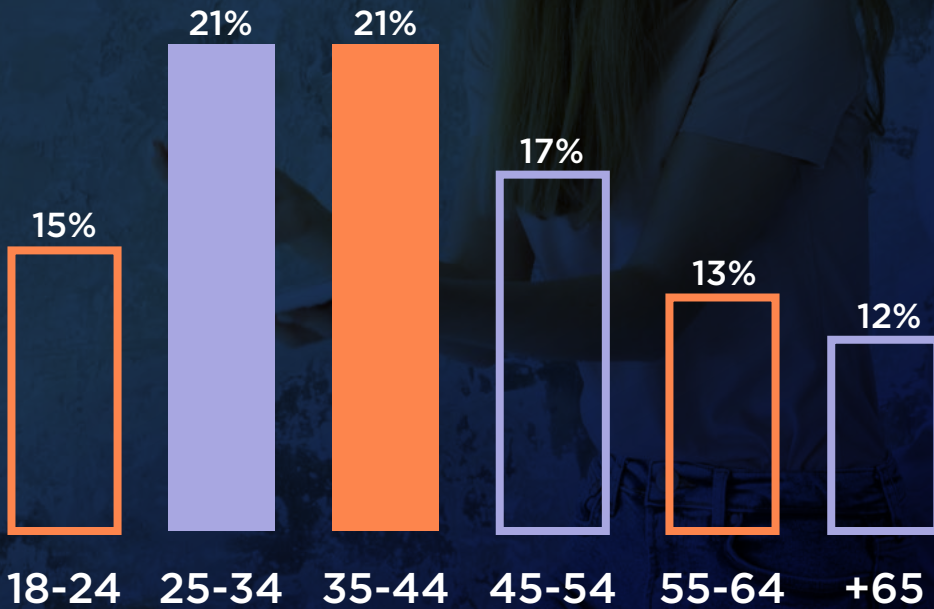
O UNIVERSO FOI COMPOSTO POR **HOMENS E MULHERES** COM MAIS DE 18 ANOS.

➤ Para a realização da investigação, foram aplicados **1.000** questionários online respondidos no **Brasil** de **1 a 15 de janeiro** de 2021, com a intenção de:

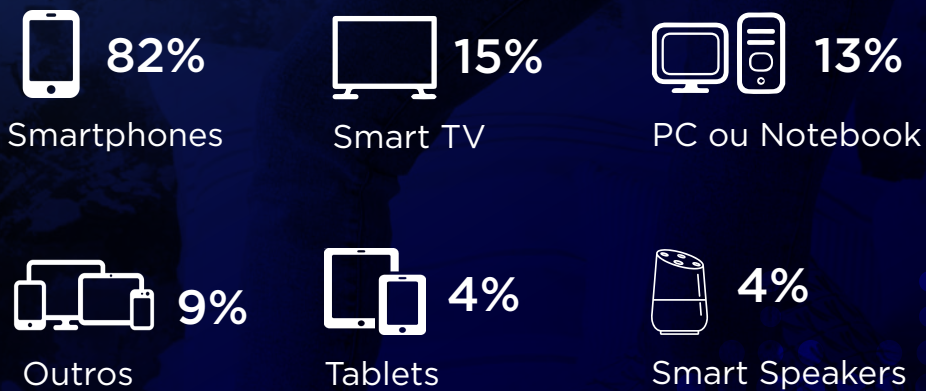
- **Descobrir** os hábitos no consumo de conteúdo de **áudio digital**.
- **Identificar** as preferências e os tipos de conteúdo de **áudio digital** mais valorizados pelos usuários.
- **Conhecer** os processos e parâmetros de compra de produtos anunciados em ambientes de **áudio digital**.

PERFIL DO USUÁRIO

CONSUMO POR IDADE



CONSUMO POR DISPOSITIVO



CONSUMO POR GÊNERO



HÁBITOS DE CONSUMO

CONTEÚDO MAIS ESCUTADO

MÚSICA 68%

RÁDIO ONLINE 14%

PODCASTS 6%

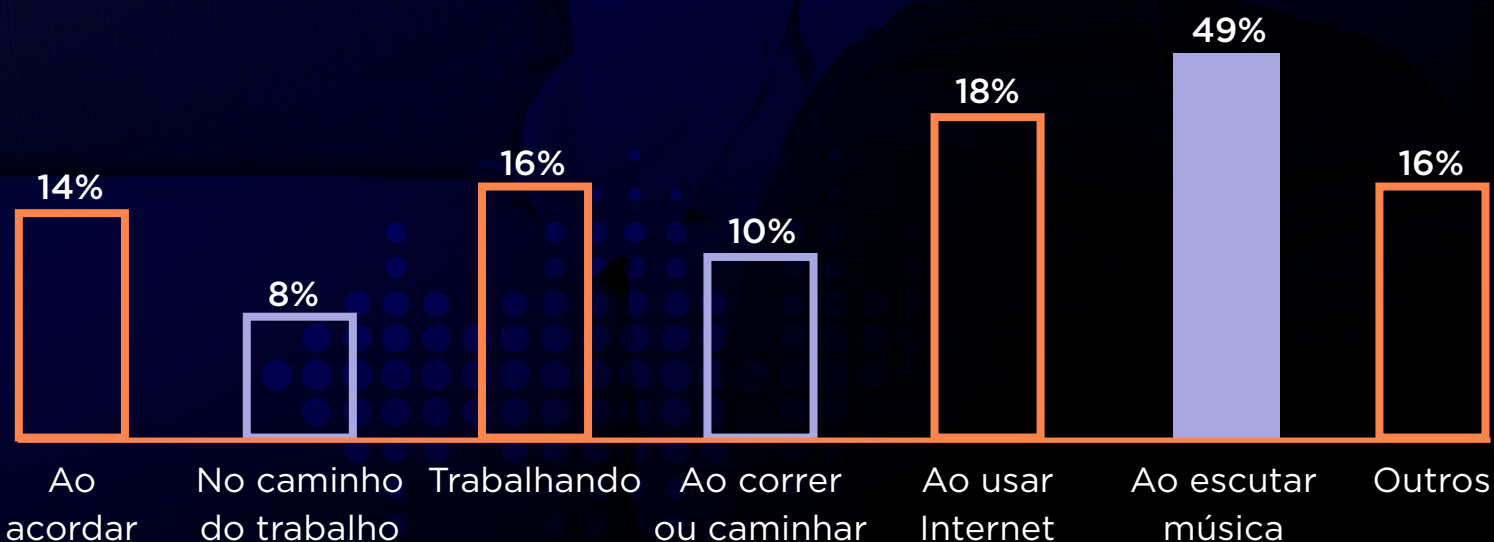
NENHUM DOS ANTERIORES 20%



66%

CONSUME MAIS DE UMA HORA
DIÁRIA DE **ÁUDIO DIGITAL**

EM QUAL DAS SEGUINTE SITUAÇÕES CONSUMEM **ÁUDIO DIGITAL**?



CONSUMO DE PODCASTS



ESCUTA PODCASTS
DE 1 A 3 **VEZES** POR
SEMANA



ESCUTA ENTRE
2 E 5 **PROGRAMAS**
EM PARTICULAR

MOMENTOS DE ESCUTA

DE MANHÃ AO ACORDAR **20%**

NO CAMINHO DO TRABALHO **22%**

TRABALHANDO **26%**

FAZENDO EXERCÍCIO **12%**

POR DISTRAÇÃO OU RELAXAMENTO 49%

OUTROS **17%**



PLATAFORMA MAIS UTILIZADA

 Spotify **53%**

PODCASTERS WEB/APP **25%**

 Google Podcasts **16%**

 Apple Podcasts **13%**

OUTROS **28%**

TIPOS DE PODCASTS MAIS CONSUMIDOS

40%
MÚSICA

40%
HUMOR

34%
SAÚDE E
BEM ESTAR

26%
NOTÍCIAS

18%
POLÍTICA

17%
TECNOLOGIA

CONSUMO DE RÁDIO ONLINE

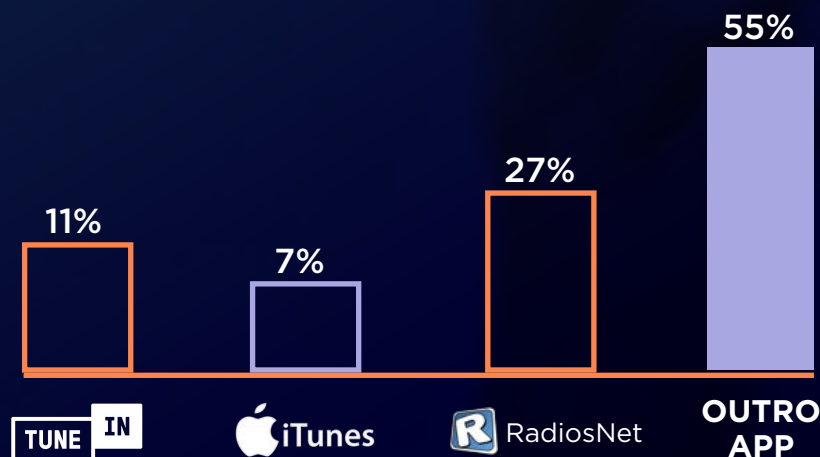


ESCUTA RÁDIO
DE 1 A 3 VEZES
POR SEMANA

FORMAS DE ESCUTA



PLATAFORMA MAIS UTILIZADA



O CONTEÚDO MAIS CONSUMIDO DO RÁDIO

59%
MÚSICA

34%
NOTÍCIAS

24%
ESPORTES

20%
POLÍTICA

19%
HUMOR

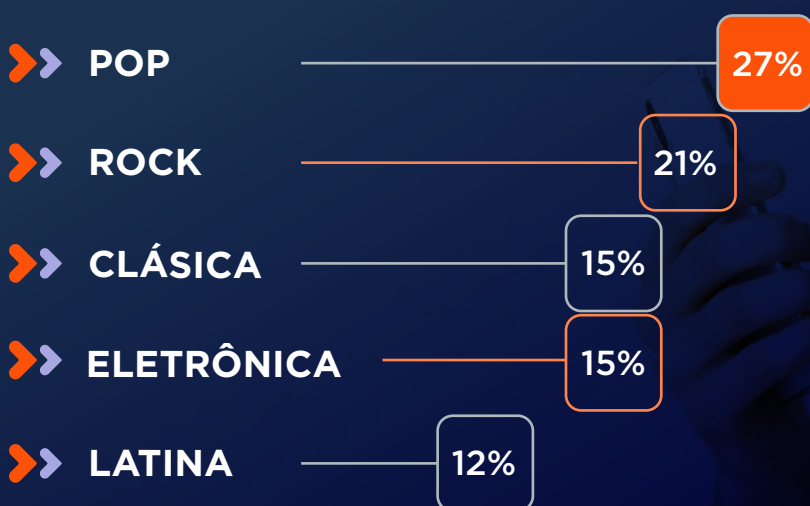
12%
OUTROS

CONSUMO DE MÚSICA ONLINE

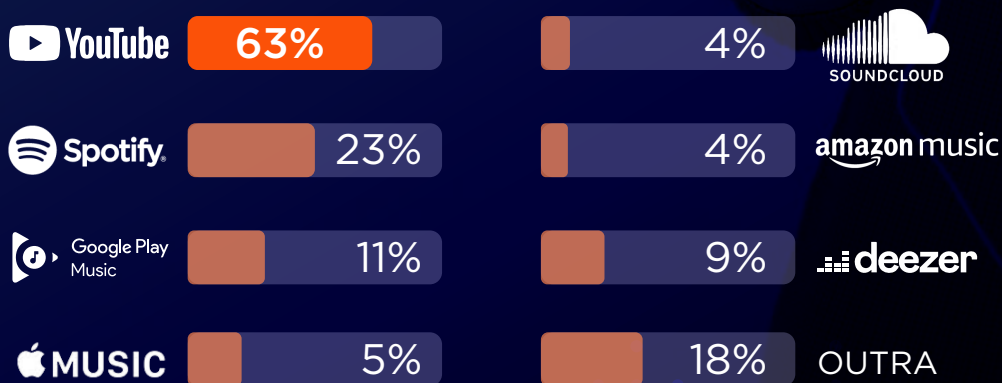


ESCUTA MÚSICA
MAIS DE 7 VEZES
POR SEMANA

GÊNERO MUSICAL MAIS ESCUTADO



PLATAFORMA MAIS UTILIZADA



70%
NÃO PAGA POR ASSINATURA
DE APP OU SERVIÇO PARA
OUVIR MÚSICA ONLINE



PUBLICIDADE EM ÁUDIO DIGITAL



**EM 2020, COMPRARAM ENTRE 1 E 3
PRODUTOS** APÓS OUVIR UM
ANÚNCIO EM ÁUDIO DIGITAL

CATEGORIA DE PRODUTOS OU SERVIÇOS MAIS ADQUIRIDOS EM 2020

ROUPAS OU SAPATOS 27%

ELETRODOMÉSTICOS 26%

TECNOLOGIA **22%**

PRODUTOS DE SUPERMERCADO **22%**

EDUCAÇÃO **21%**

EVENTOS **17%**

CARROS OU MOTOS **17%**

SEGUROS **16%**

TURISMO **14%**

PRODUTOS BANCÁRIOS **12%**

INVESTIMENTOS **11%**

47%

PENSA QUE A PUBLICIDADE
EM ÁUDIO DIGITAL
É MODERADA



SOBRE A CISNEROS INTERACTIVE

A Cisneros Interactive é uma empresa líder em publicidade digital que atende os mercados latino-americano e hispânico dos Estados Unidos. Na última década, a empresa consolidou sua presença em 17 países, ocupando a liderança em cada um de seus segmentos na área de publicidade digital.

SOBRE A AUDIO.AD

A Audio.ad é a unidade de negócios da Cisneros Interactive que tem como foco soluções de publicidade em áudio digital e disponibiliza para as marcas a maior cobertura publicitária em plataformas de áudio digital da América Latina e do mercado hispânico dos Estados Unidos.

SOBRE A BRANDWATCH

Brandwatch é a empresa líder mundial em inteligência social. Suas equipes criam soluções de software inteligentes para atender às necessidades de mais de 1200 empresas, como Unilever, Whirlpool, British Airways, Walmart e Dell.

Brandwatch-Qriously é uma empresa de tecnologia de publicidade com sede em Londres, propriedade da Brandwatch, que lida com a medição em tempo real do comportamento de dois bilhões de usuários em todo o mundo por meio de pesquisas com smartphones em tempo real.



audio.ad
DIGITAL AUDIO ADVERTISING SOLUTIONS

