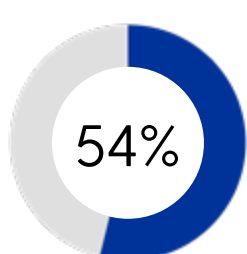


Ao menos **80,91%** dos respondentes já ouviram falar em eSports. Dessa parcela dos entrevistados, **66,63%** declarou jogá-los bem como games no console ou mobile

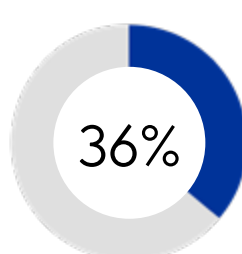
Base: 854 respondentes



Segundo a percepção dos entrevistados, o consumo de eSports e jogos eletrônicos cresceu durante a pandemia - impulsionado principalmente pelo isolamento social:



Acreditam que o tempo gasto jogando aumentou muito



Acreditam que o aumento foi razoável



Base: 569 respondentes

eSports e jogos eletrônicos já viraram parte da rotina dos brasileiros:



Base: 569 respondentes

A presença das marcas neste universo é cada vez maior e os esforços não estão sendo em vão: **59,05%** dos entrevistados declararam se lembrar dos anúncios em games on-line. Descubra as marcas mais citadas:



Base que afirma ter visto propaganda: 569 respondentes  
Base que citou as marcas: 323 respondentes

Segundo dados levantados, os anúncios publicitários são, de certa forma, bem aceitos pelo público:



66% afirmam não se incomodar ou se incomodam parcialmente

34% não gostam das propagandas nos jogos on-line

Base: 569 respondentes

A percepção dos entrevistados sobre anúncios com bonificações dentro das plataformas oferece insights valiosos:



53% Acreditam que é a melhor forma de divulgar produtos e serviços em jogos

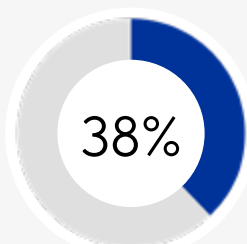
36% Gostam dessa forma de anúncio, já que oferecem uma contrapartida

13% Gostam do formato, mas se sentem incomodados quando veem muitas vezes o mesmo anúncio

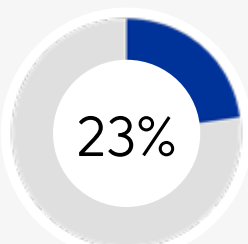
6% Realmente não gostam, porque acham que atrapalha a experiência do jogo

Base: 569 respondentes

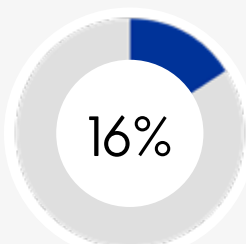
Perguntamos a opinião dos jogadores sobre qual seria o melhor formato de publicidade em jogos on-line e, novamente, o uso de bonificação se destaca positivamente:



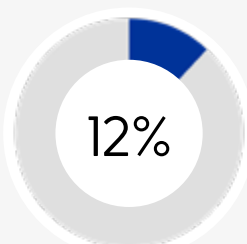
preferem vídeos com bonificação dentro do jogo



preferem quando a marca aparece no jogo como parte do cenário



gostam de anúncios que aparecem em pausas naturais no jogo



optam por publicidades interativas

10% acham que anúncios jogáveis são melhores

Base: 569 respondentes