

iab.brasil



OFFERWISE

TV Conectada Brasil 2023

Hábitos de consumo e um
panorama sobre a publicidade



Metodologia

Metodologia:

Questionário estruturado online, de autoaplicação.

Coleta de dados:

Respondentes selecionados através de questionário no painel Offerwise.

Amostra:

1500 casos.

Público-alvo:

População brasileira 18+ que utilizam dispositivos de TV Conectada, incluindo Smart TVs, dispositivos de streaming e consoles de games.

Período de campo:

26/10/23 a 06/11/23

Margem de erro:

3pp para o total da amostra considerando um intervalo de confiança de 95%.



Perfil da Amostra

Gênero



Homem	Mulher
47%	53%

Idade



18-24 anos	25-29 anos	30-39 anos	40-49 anos	50 anos +
18%	21%	23%	19%	19%

NSE



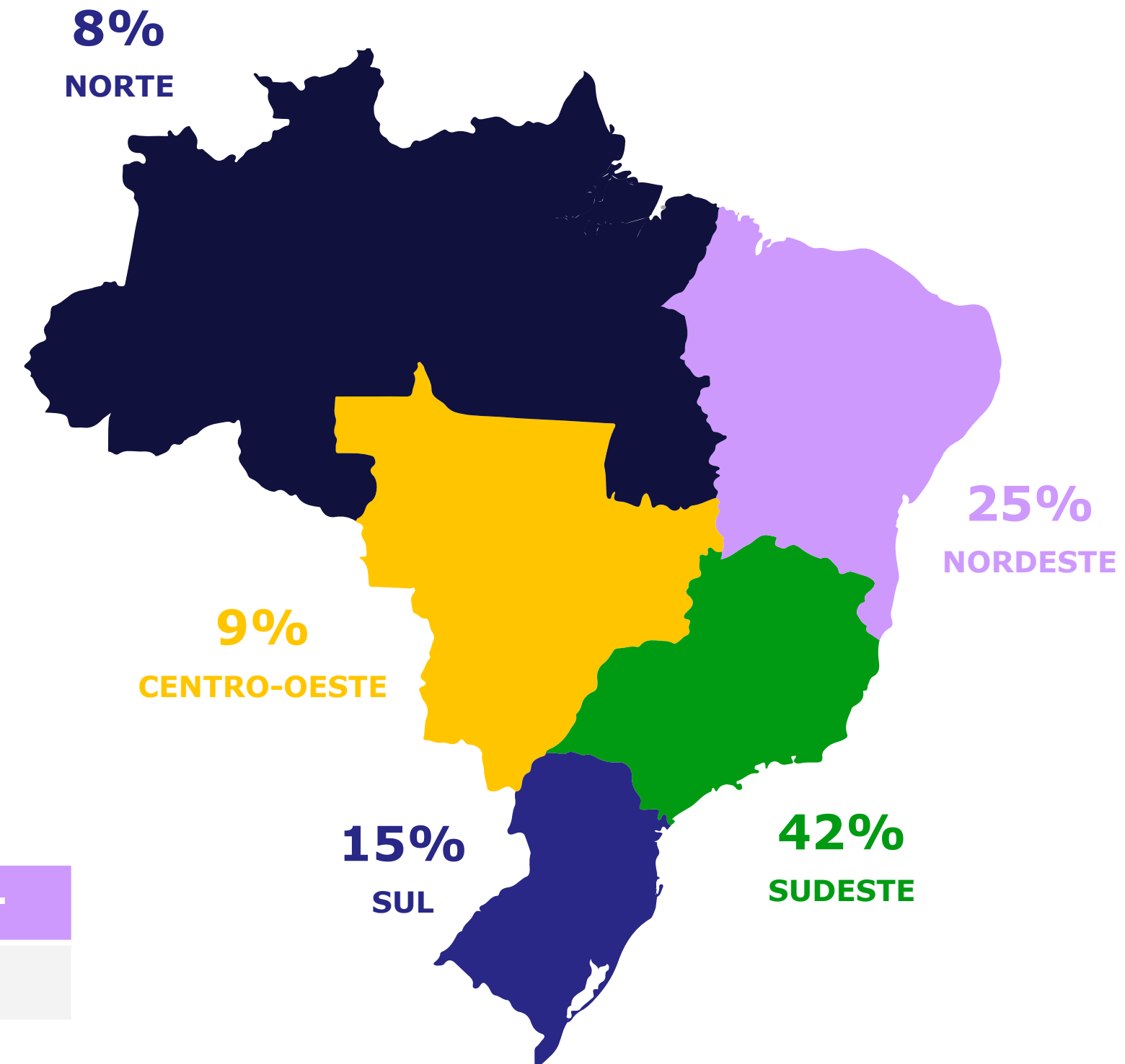
A	B	C	D/E
3%	22%	60%	15%

Escolaridade



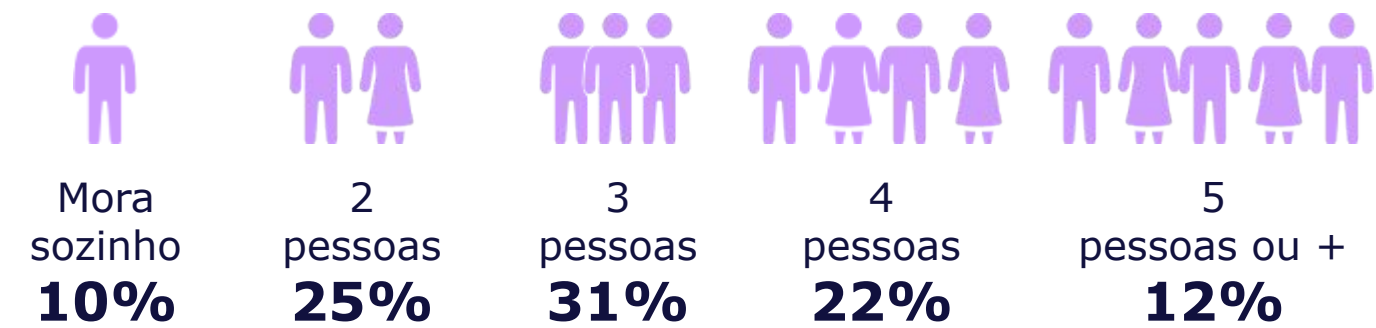
Pós-grad. ou +	Ens. Superior	Ens. Médio	Ens. Fund.
7%	30%	50%	12%

Região

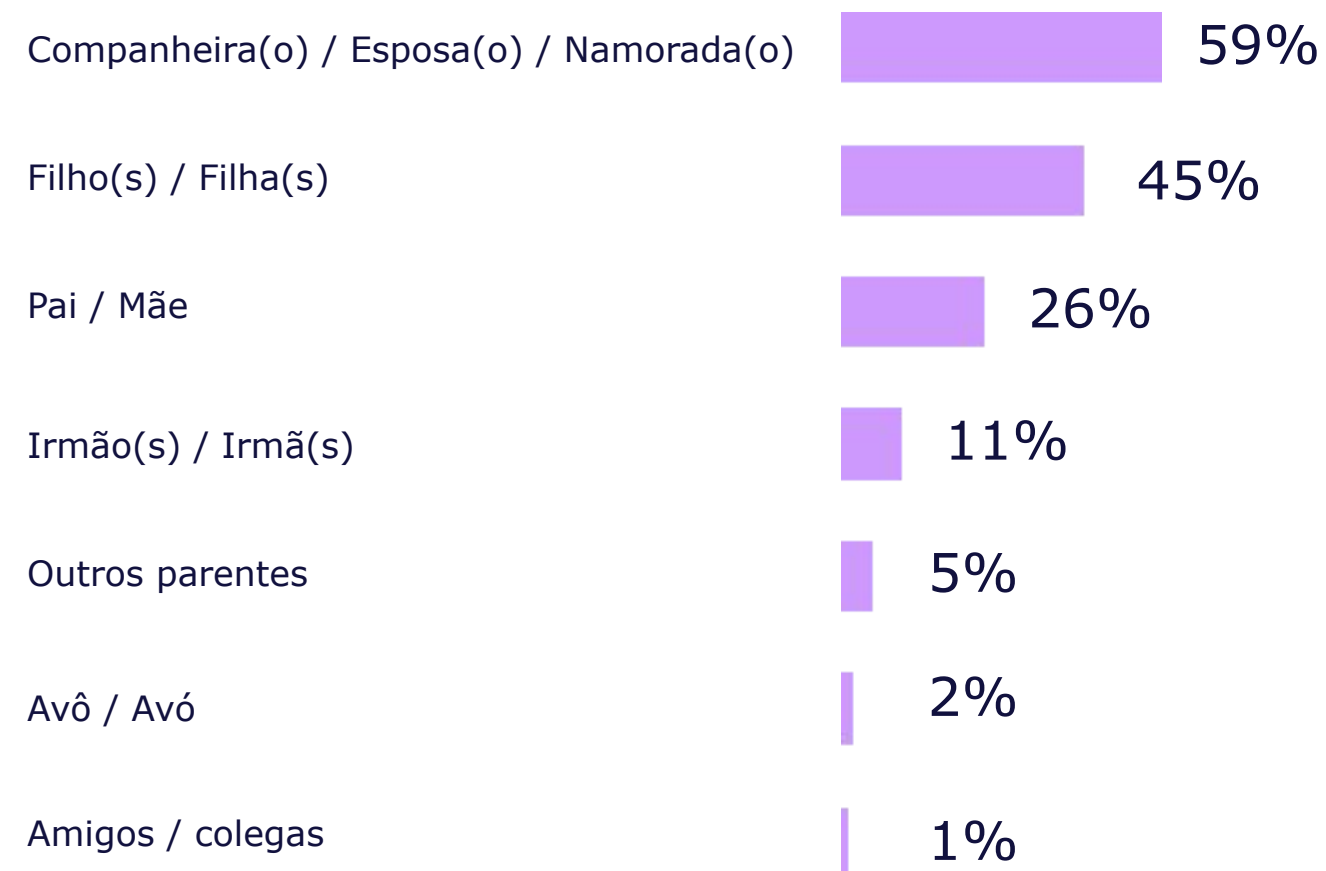


Perfil do domicílio

Quantidade de moradores no domicílio



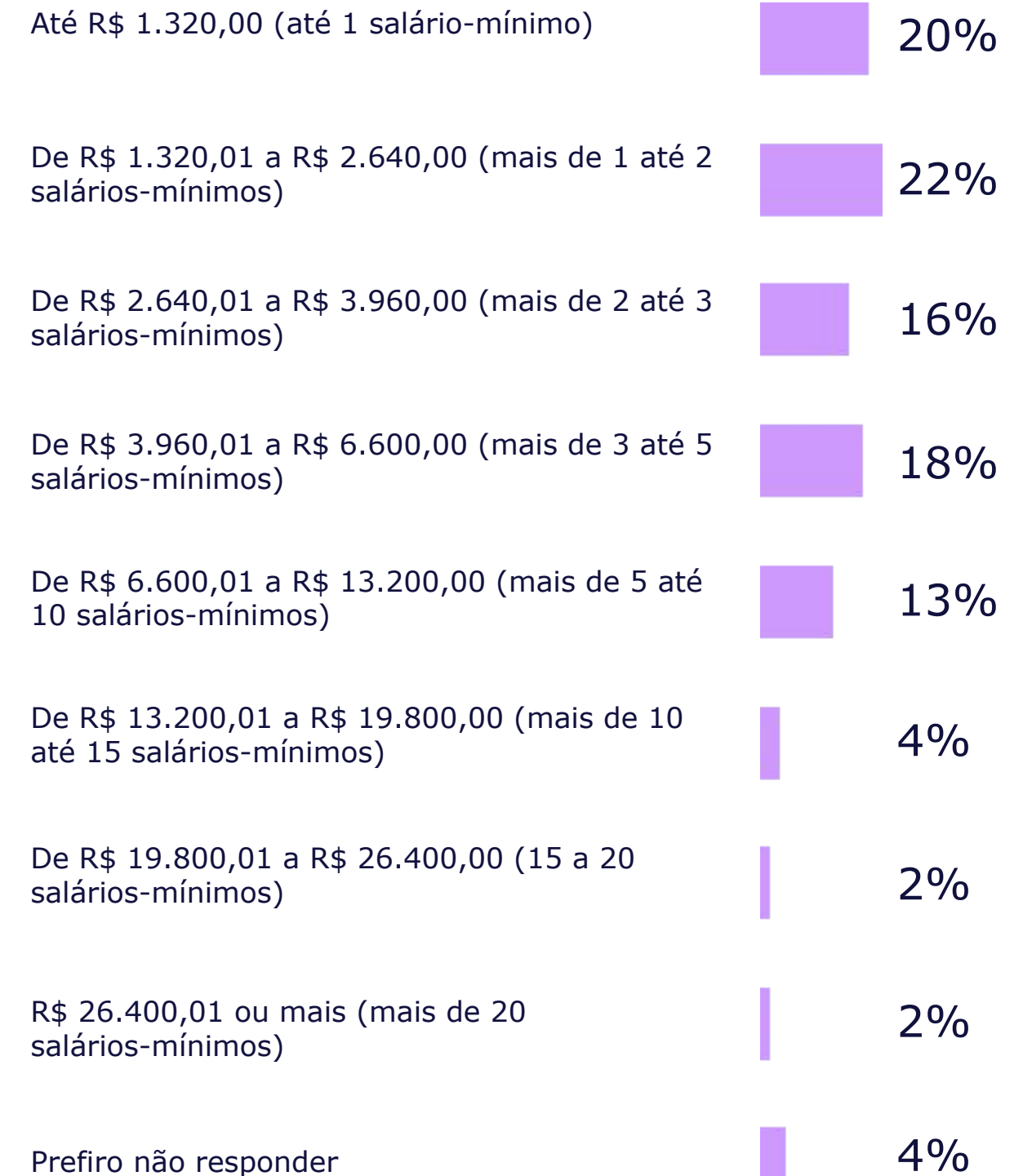
Com quem moram



BASE: 1500

PESQUISA

Renda familiar mensal



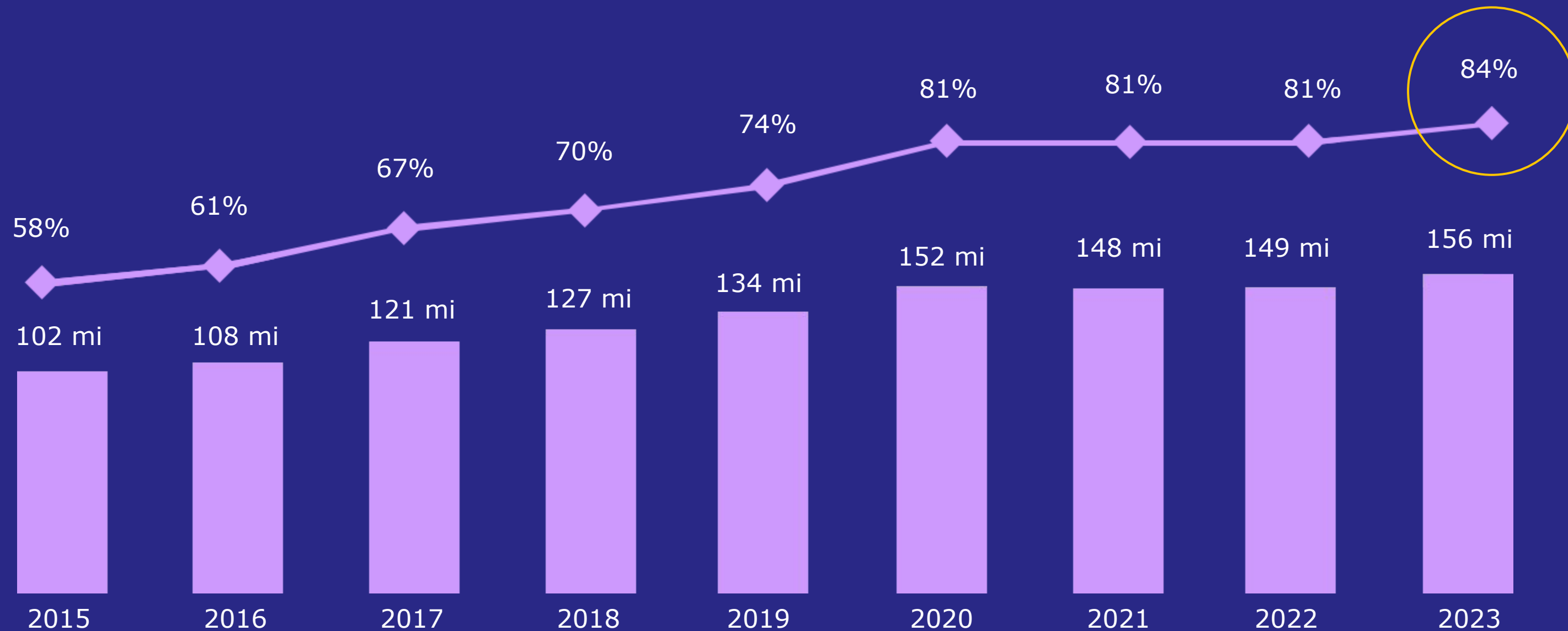
OFFERWISE

iabbrasil

Depois de 2 anos de estabilidade, a proporção de usuários de internet no Brasil volta a crescer

USUÁRIOS DE INTERNET (2015 - 2023)

Total da população brasileira (%)



Fonte: TIC Domicílios – 2023: <https://cetic.br/pt/tics/domicilios/2023/individuos/C2/>

Destaque para o aumento de usuários que se conectaram à internet através da televisão



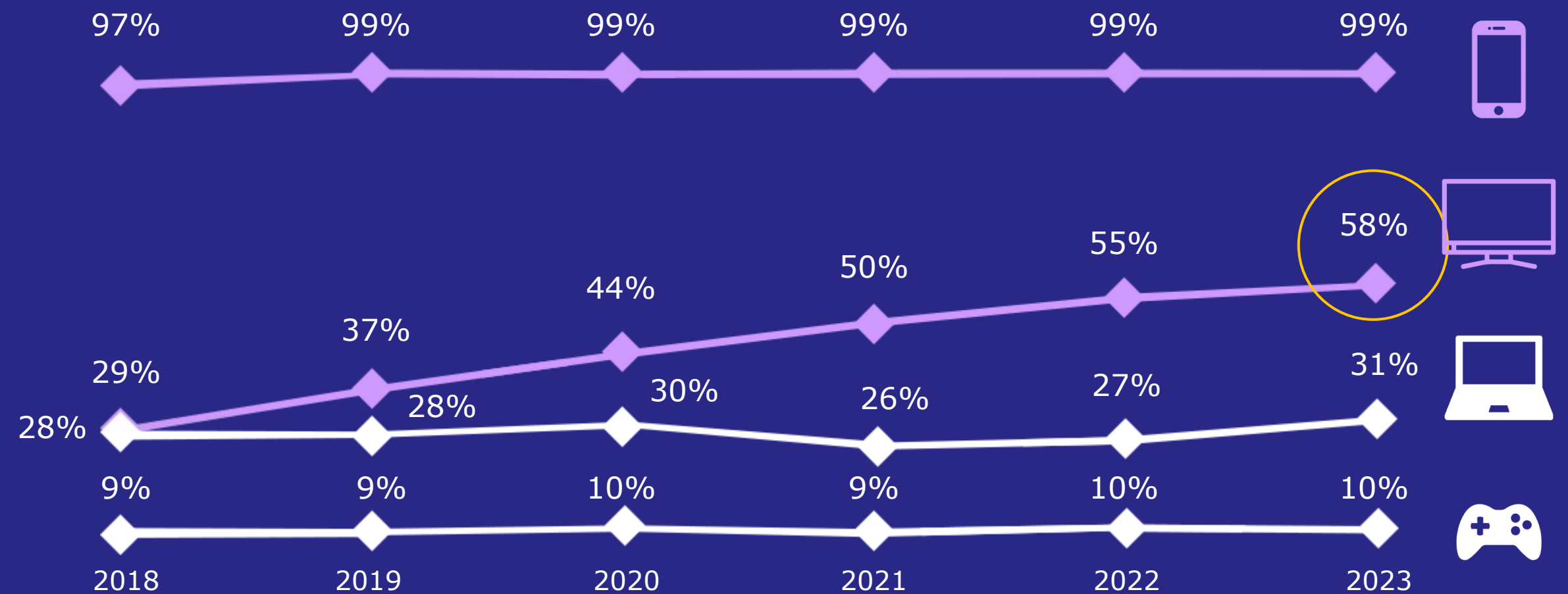
58%

acessaram a internet através da TV em 2023

Esse é o único dispositivo cujo uso vem aumentando significativamente todo ano, desde o início da série histórica TIC

USUÁRIOS DE INTERNET POR DISPOSITIVO UTILIZADO (2018 - 2023)

Total da população brasileira (%)



Fonte: TIC Domicílios – 2023: <https://cetic.br/pt/tics/domicilios/2023>

Os brasileiros não só estão utilizando mais a TV, mas também tem assistido com mais frequência e por mais tempo

Q9. Você utiliza um aparelho de televisão conectado à internet? Se sim, com que frequência? (RU)

Q10. Por dia, quanto tempo em média você passa assistindo à TV? (RU)

PESQUISA

Frequência com que assistem*

Todos os dias ou quase todos os dias

78%

▲ 82% - 40 anos +

3 ou 4x por semana 10%

1 ou 2x por semana 7%

▲ 8% - classe C

Menos de 1x por semana 5%

▲ 9% - classe DE

*Para participar da pesquisa era necessário acessar a internet através da TV

Quanto tempo passam assistindo por dia

Menos de 1 hora 12%

▲ 22% - classe DE

De 1 a 2 horas 24%

▲ 17% - 18 a 24 anos

Mais de 2 a 4 horas 31%

55%

Mais de 4 a 6 horas 19%

▲ 24% - classe A

Base: 1500

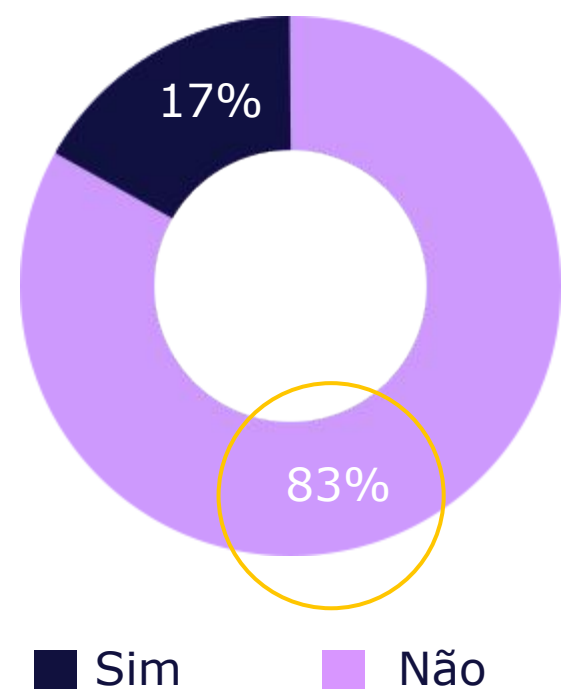


OFFERWISE

iab.br

A experiência de assistir TV e realizar outras tarefas simultaneamente é uma realidade para mais de 80% dos internautas

Realizam outras atividades enquanto assistem TV



Base: 1500

Q14. Você costuma fazer outras atividades enquanto assiste à televisão conectada à internet, como por exemplo, mexer em aparelhos eletrônicos, conversar, exercitar-se, etc.?

Q15. E quais atividades você costuma fazer enquanto assiste à TV conectada à internet? (RU)

E acessar outros dispositivos enquanto assistem TV é habitual para 57% deles

Se sim, o que costumam fazer



Base: 1247

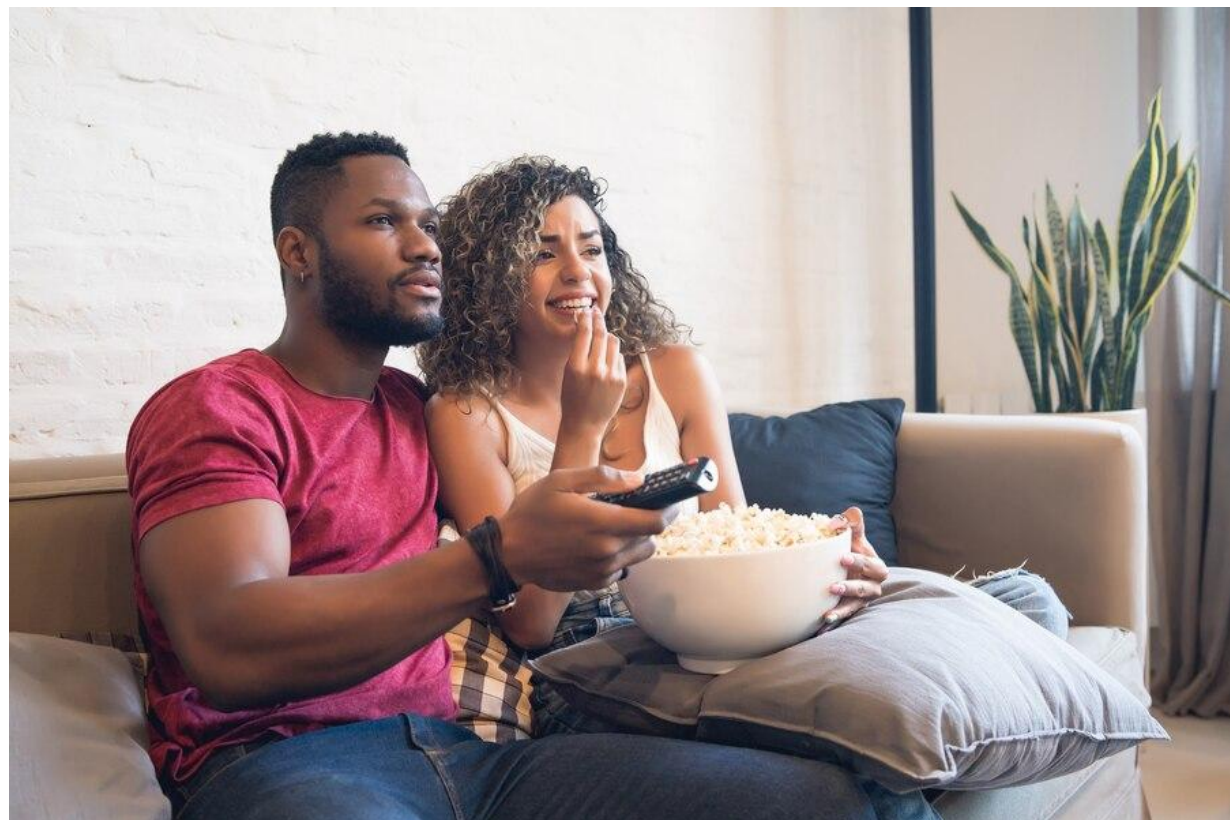
PESQUISA



OFFERWISE

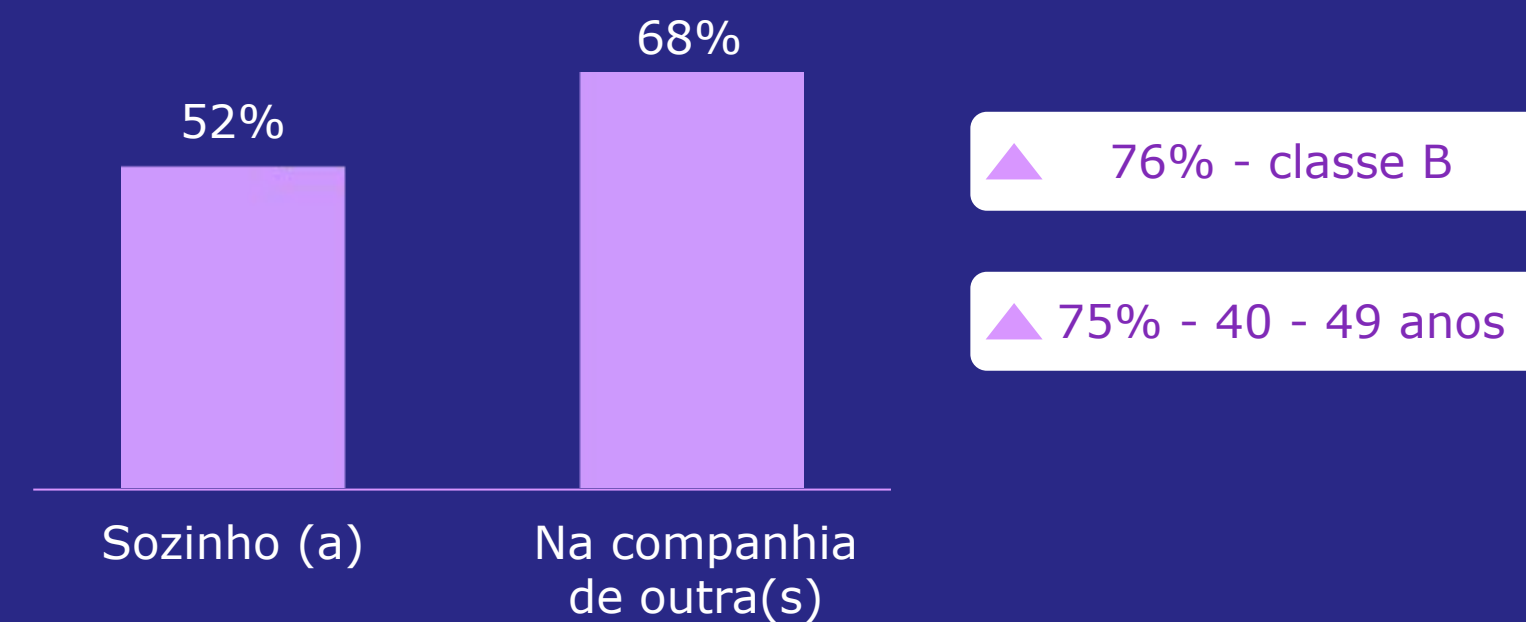
iab.br

Assistir TV é um momento de lazer compartilhado: a maior parte dos entrevistados assistem com outras pessoas e geralmente na sala de estar

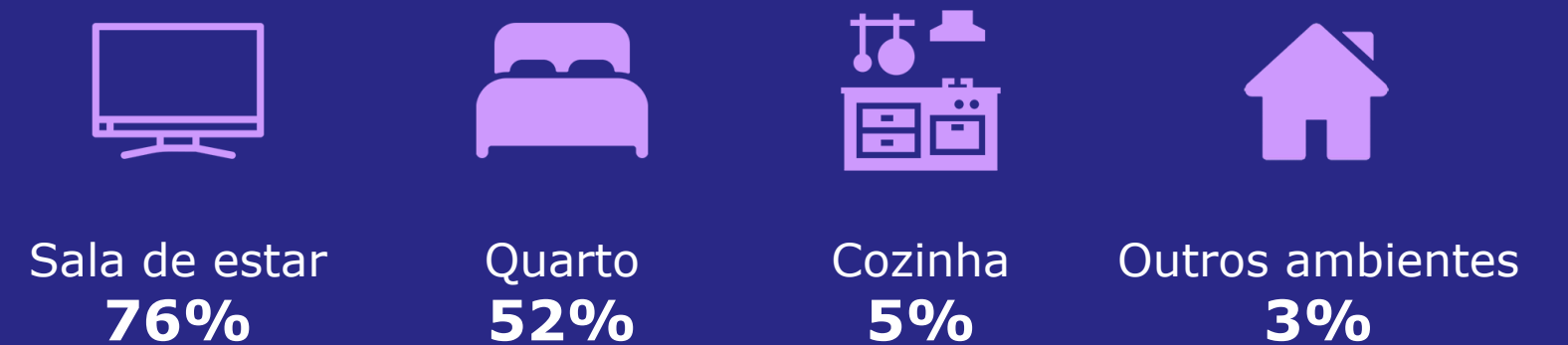


Q11. E você costuma assistir à televisão conectada à internet com quem? Marque todas as opções que se aplicam: (RM). Q12. Quando você assiste TV conectada à internet em casa, você costuma assistir em qual ambiente?(RM)

Com que assistem



Onde assistem



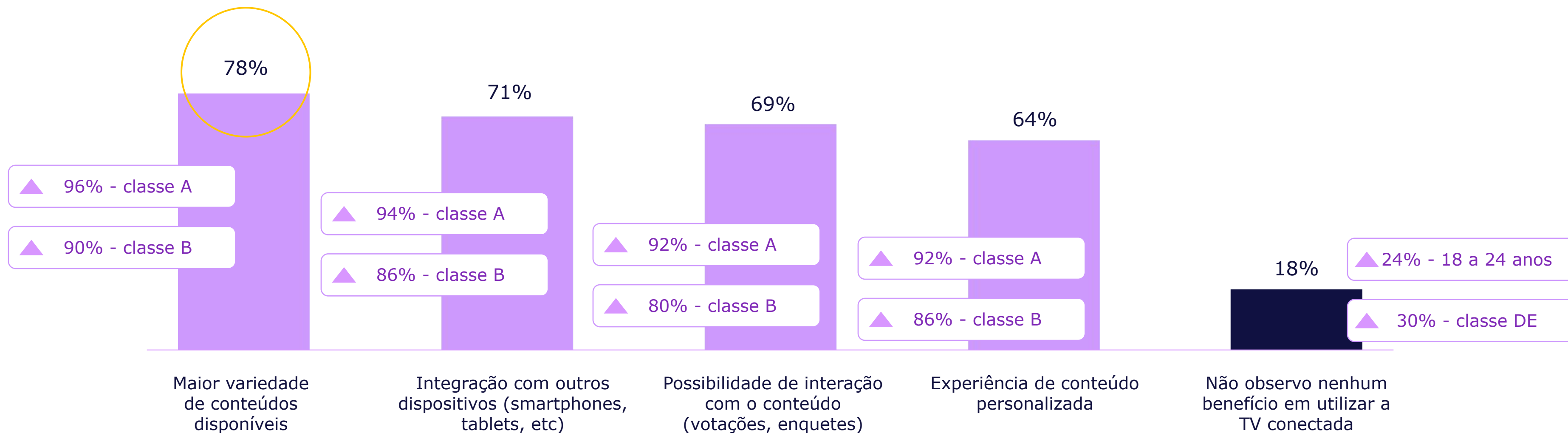
Base: 1500



Por isso, o **conteúdo** importa, e muito: para **78%** dos brasileiros a **variedade de conteúdo** é o principal benefício da TV

Além de múltiplos conteúdos disponíveis, a integração com outros dispositivos e a possibilidade de interação completam os maiores atrativos

[RANKING CONSOLIDADO]



Base: 1500

Q17. Na sua opinião, qual o principal benefício de utilizar uma TV conectada à internet? Ordene as opções abaixo. (RANKING)

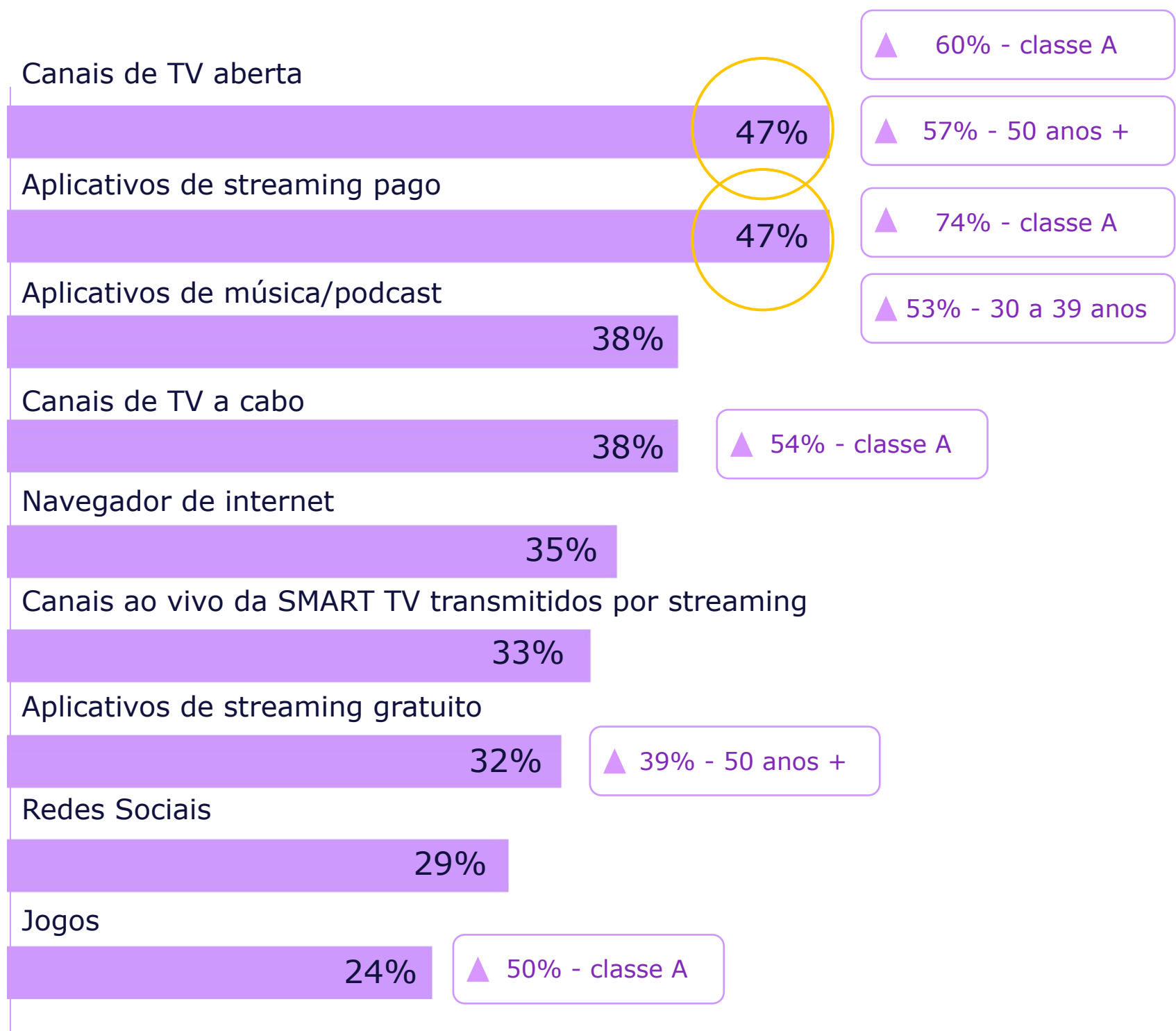
PESQUISA



OFFERWISE

iabbrasil

Formatos de conteúdo que assistem

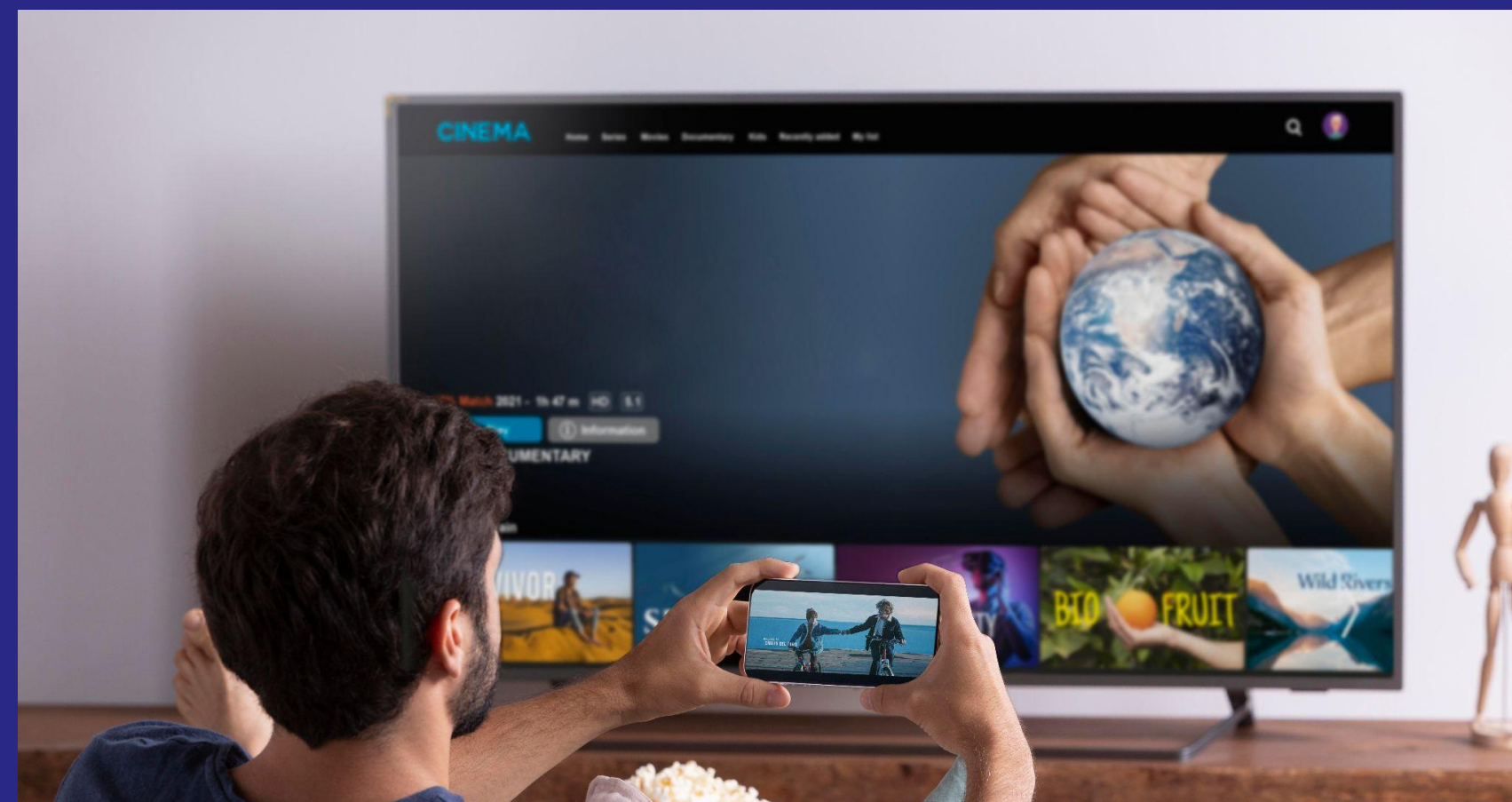


IM total da amostra: 3,23
IM classe A: 5,10

Base: 1500

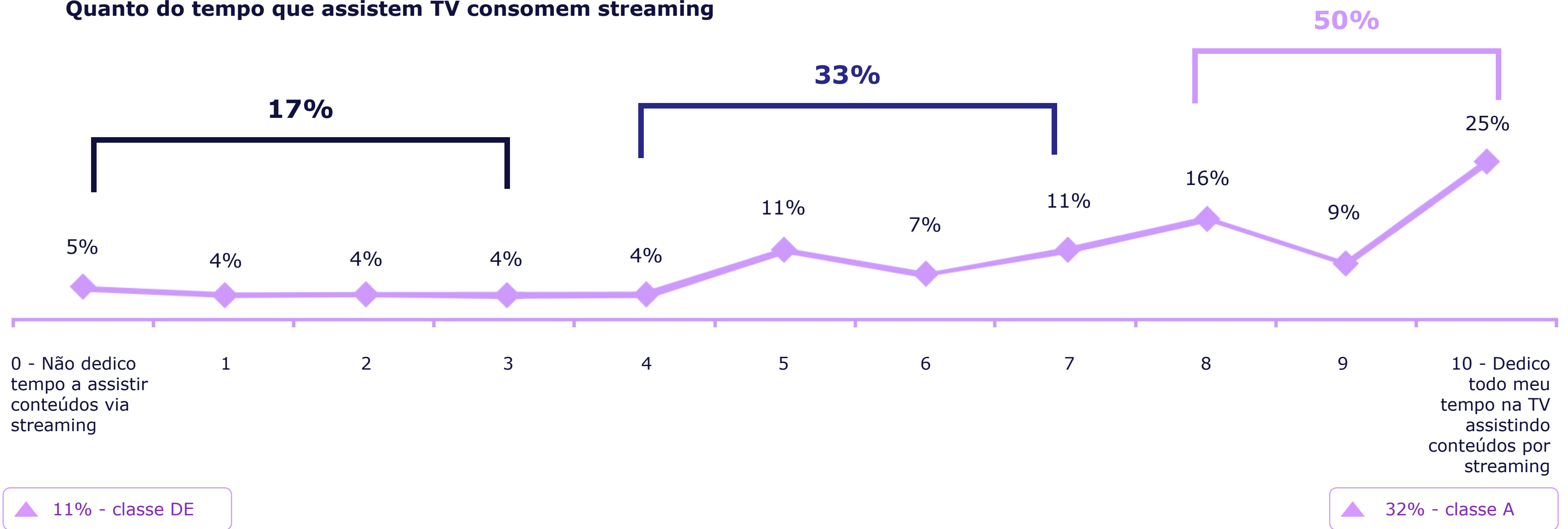
Q16. Quais formatos de conteúdo você costuma consumir em sua TV conectada à internet? Marque todas as opções que se aplicam: (RM)

Há uma diversificação em relação aos formatos que assistem na TV, mas chama a atenção a força dos apps de streamings pagos, que dividem o 1º lugar com canais de TV aberta



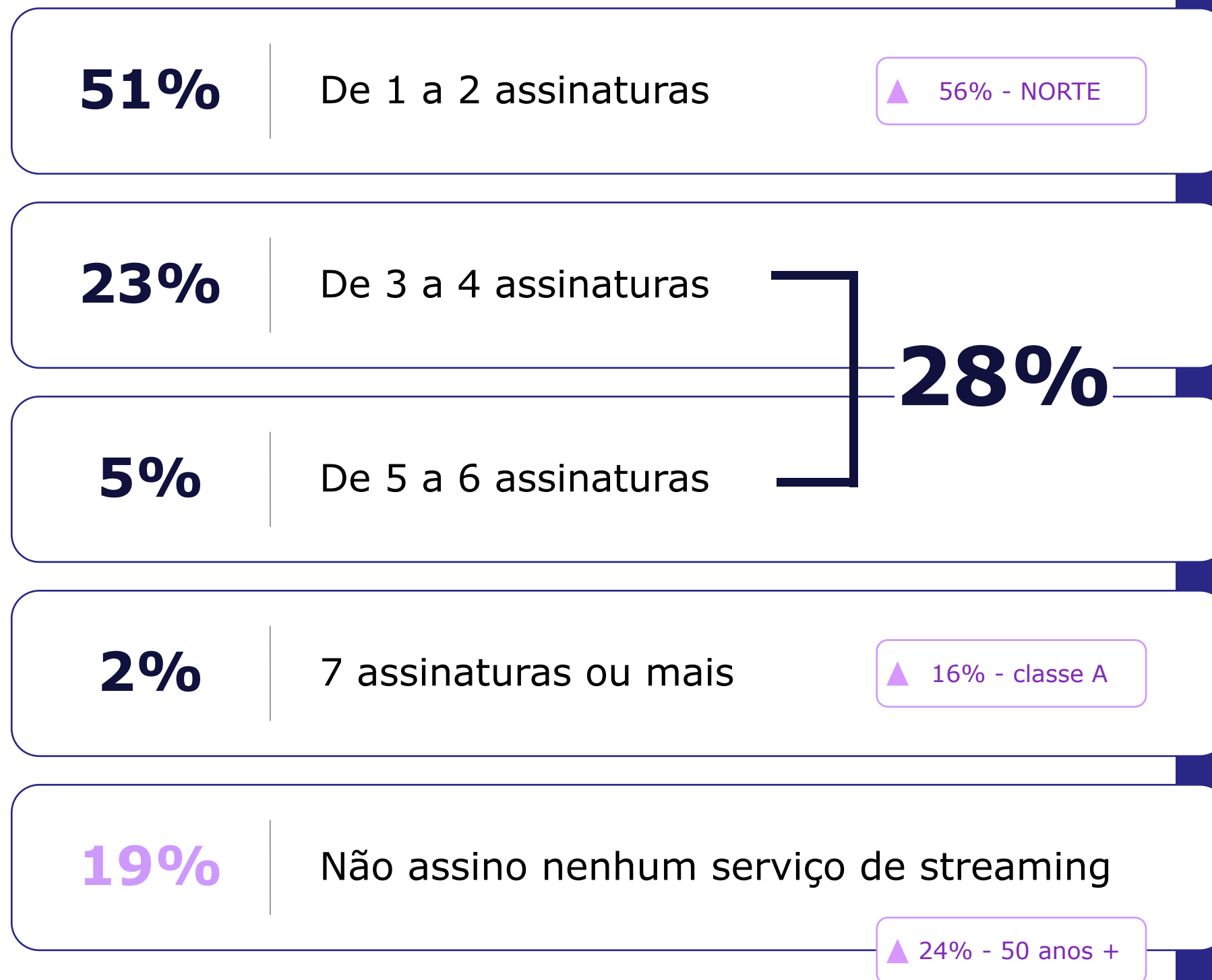
Falando em streaming, metade dos internautas dedicam 80% ou mais do seu tempo na TV assistindo esse tipo de conteúdo online

Quanto do tempo que assistem TV consomem streaming



Q13. Desse tempo que você passa assistindo à TV conectada à internet, quanto você dedica a conteúdos transmitidos on-line, via aplicativos de streaming como Netflix, YouTube, etc.? Classifique de 0 a 10, utilizando a escala a seguir:

Em média, possuem quantos streamings pagos



A maior parte dos brasileiros (51%) mantém 1 ou 2 assinaturas mensais de serviços de streaming. Ao mesmo tempo quase 1/3 desses internautas possuem de 3 a 6 assinaturas pagas.

Base: 1500

Q21. Em média, você assina (ou seja, paga por) quantos serviços de streaming? (RU)

 PESQUISA



OFFERWISE

iab.
brasil

Pouco mais da metade dos respondentes chega a navegar pelo conteúdo ou considera fazer isso antes de decidir o que assistir

Já sabem o que vão assistir ao ligar a TV

Sim, quando ligo a TV já tenho um conteúdo específico que quero assistir

45%

▲ 55% - classe DE

Geralmente tenho um conteúdo em mente, mas considero navegar pelos conteúdos antes de decidir o que assistir

36%

As vezes sei exatamente o que quero assistir, às vezes não

14%

Não, ao ligar a TV ainda não tenho um conteúdo em mente e normalmente passo um tempo decidindo o que assistir

5%

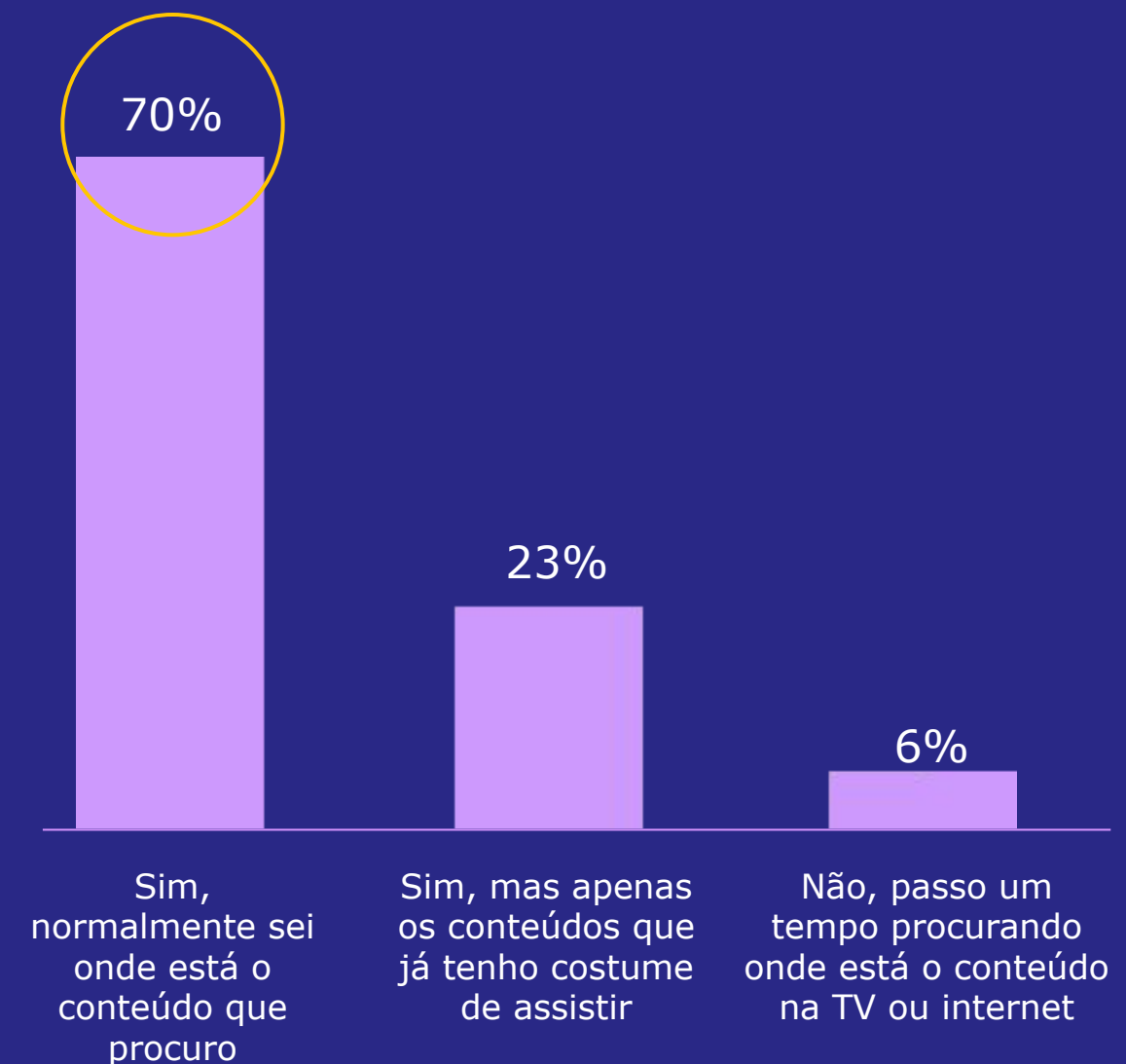
55%

Base: 1500

Q18. Geralmente, ao ligar sua TV conectada à internet, você já sabe exatamente o que quer assistir? Você diria que: (RU). Q19. Quando você procura por um conteúdo em sua TV conectada à internet, você consegue encontrá-lo facilmente? (RU)

Além disso, encontrar esse conteúdo é fácil para a maioria deles, que normalmente sabem onde está o que procuram

É fácil encontrar o que procuram



PESQUISA

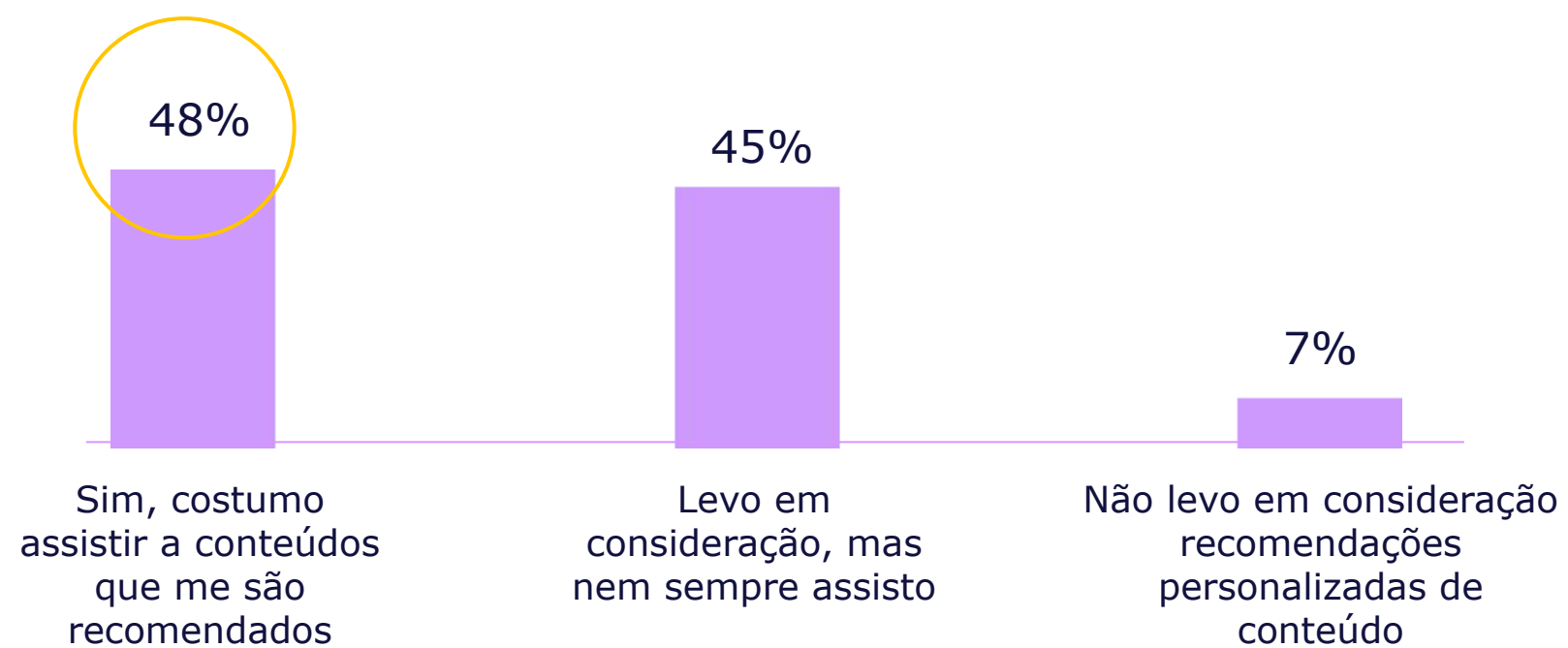


OFFERWISE

iab.brasil

É importante também acertar na recomendação dos conteúdos

Levam em consideração as recomendações personalizadas



▲ 64% - classe A

93%

leva em consideração essas recomendações, independente de assistir ou não



Base: 1500

Q20. Você leva em consideração recomendações personalizadas de conteúdo em sua TV conectada à internet? (RU)

PESQUISA



OFFERWISE

iab brasil

iab.brasil

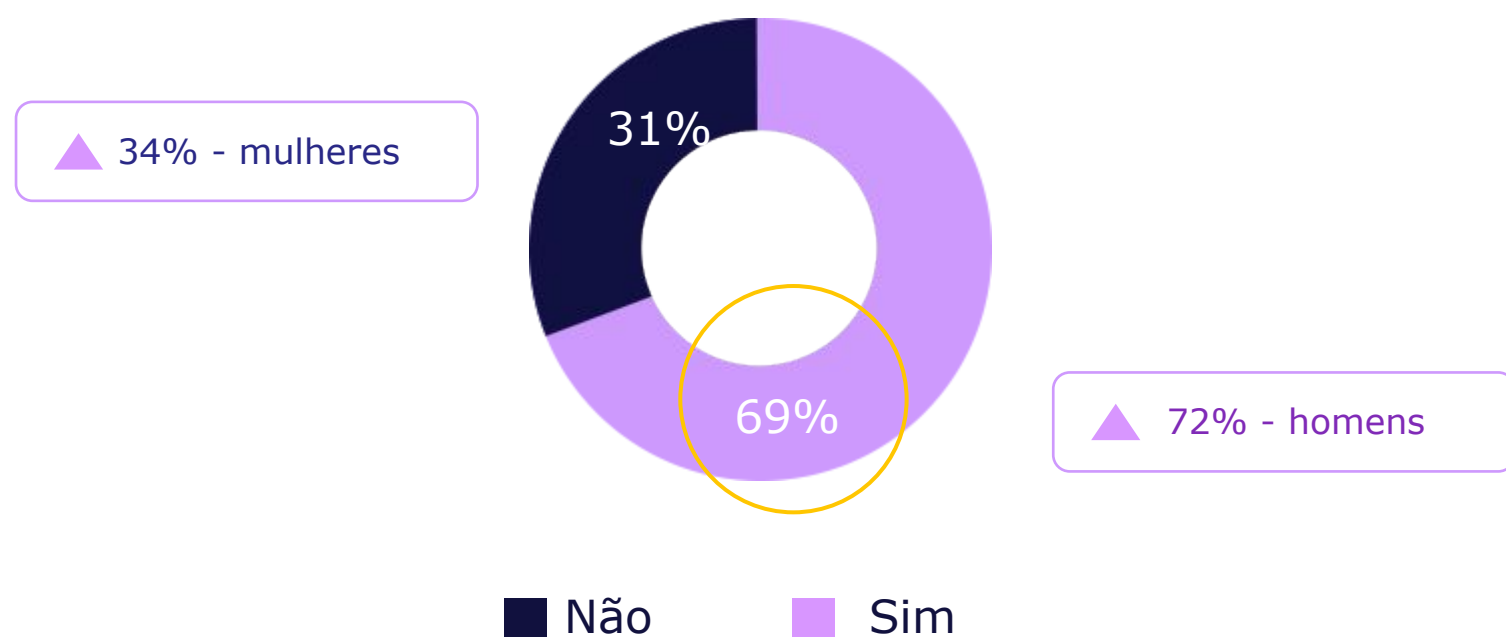


OFFERWISE

E os anúncios?

Ver anúncios na TV Conectada quase que faz parte da rotina dos internautas, e a maioria deles gosta ou não se incomoda com esse tipo de publi

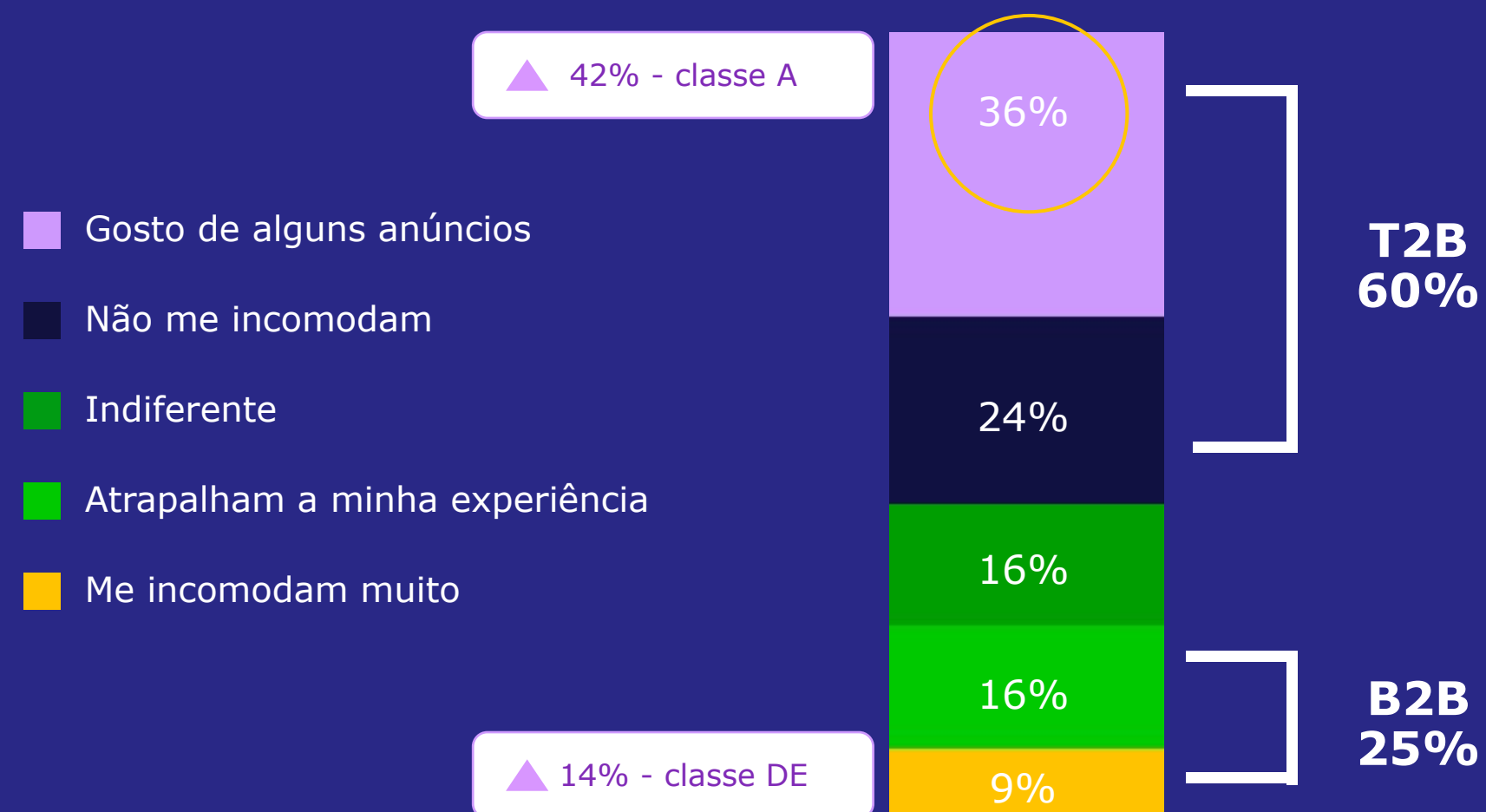
Se lembram de ter visto algum anúncio na TV conectada



Base: 1500

Q22. Agora vamos falar sobre os anúncios exibidos na TV conectada à internet, como Smart TVs, consoles de games ou dispositivos de streaming como Roku, Chromecast, Apple TV, etc. Você se lembra de ter visto um anúncio publicitário na sua TV conectada recentemente? (RU) Q23. O que você acha sobre os anúncios que passam em sua TV conectada à internet? Você diria que: (RU).

Se sim, como se sentem



Base: 1030

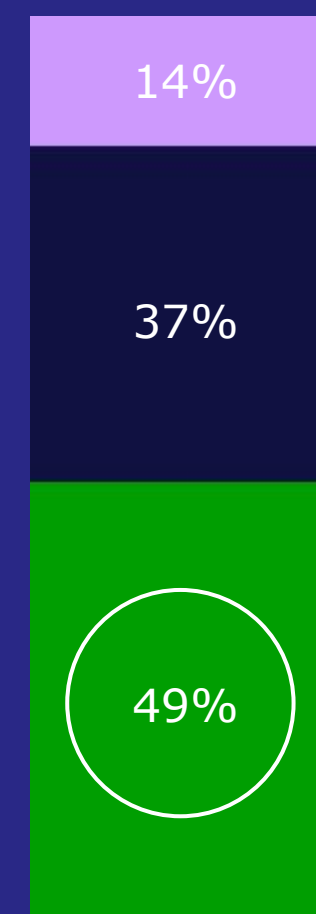
E talvez isso esteja relacionado ao fato de que metade dos internautas que viram anúncios na TV acreditam que sejam relevantes

Q24. Qual sua percepção sobre os anúncios que passam em sua TV conectada à internet? (RU)

PESQUISA

Percepções sobre estes anúncios

- Não são interessantes
- São indiferentes
- São relevantes pra mim



▲ 20% - classe DE

▲ 63% - classe A

Base: 1030



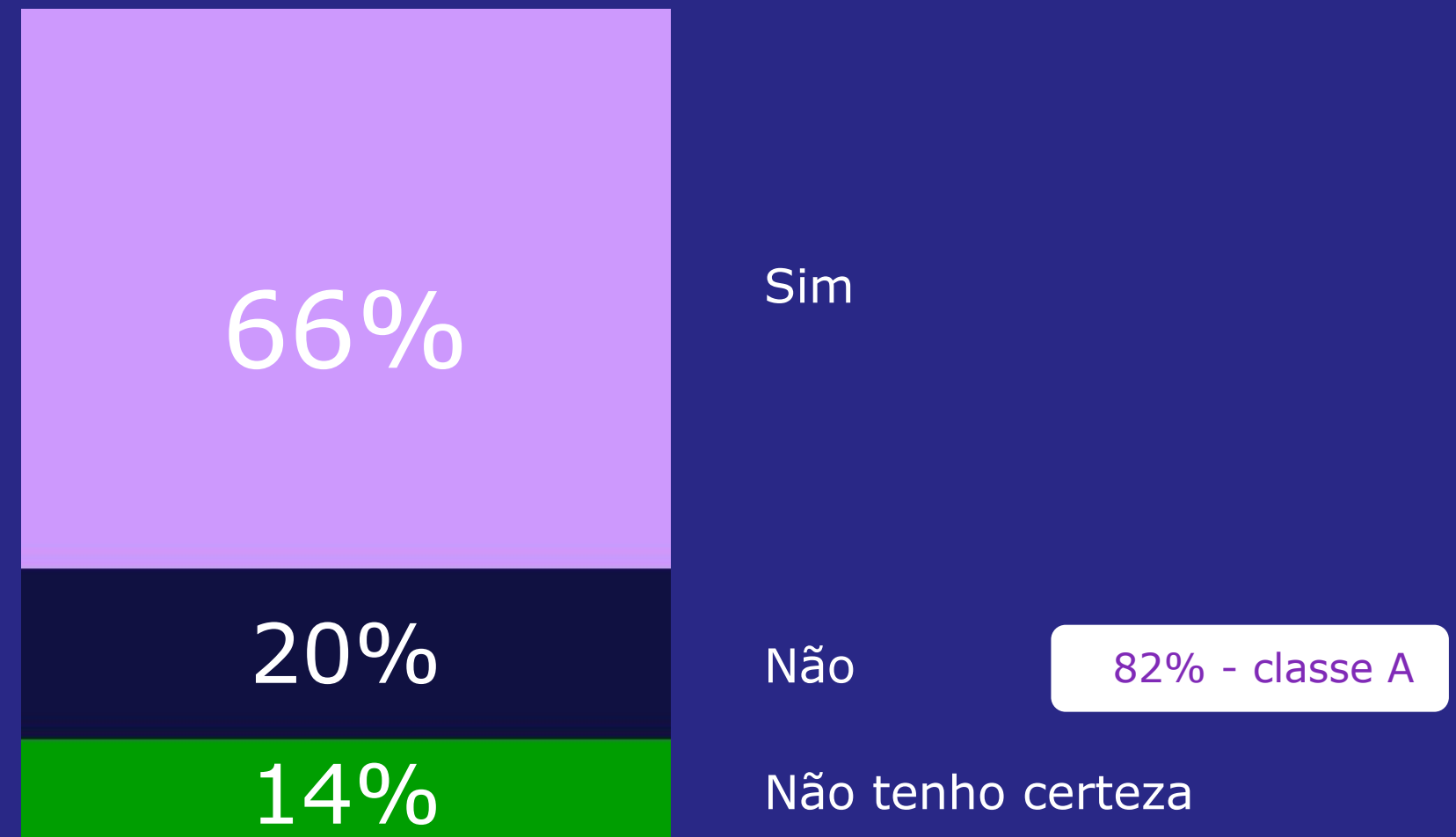
OFFERWISE

iab.br

Nesse sentido, a maioria acredita que personalizar os anúncios seja algo positivo para a experiência ao assistir TV



A personalização dos anúncios é positiva



Base: 1030

Q29. Na sua opinião, a personalização das propagandas na TV conectada à internet - ou seja, receber anúncios que são relevantes para você - é positiva para sua experiência ao assistir à TV? (RU)

 PESQUISA

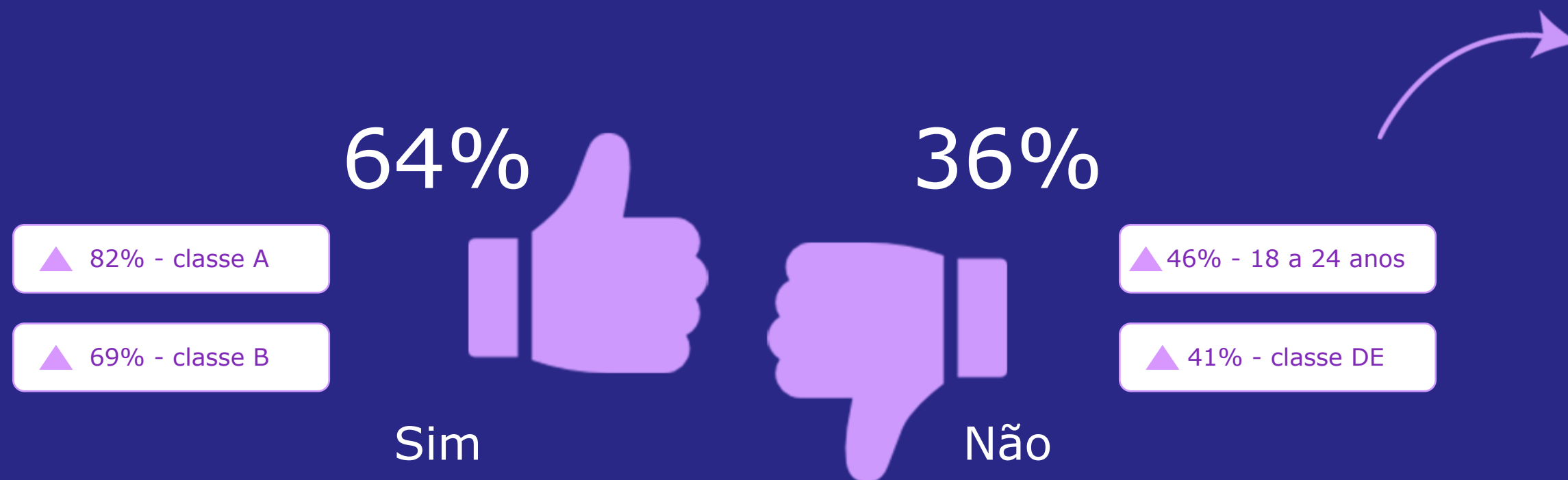


OFFERWISE

iab.
brasil

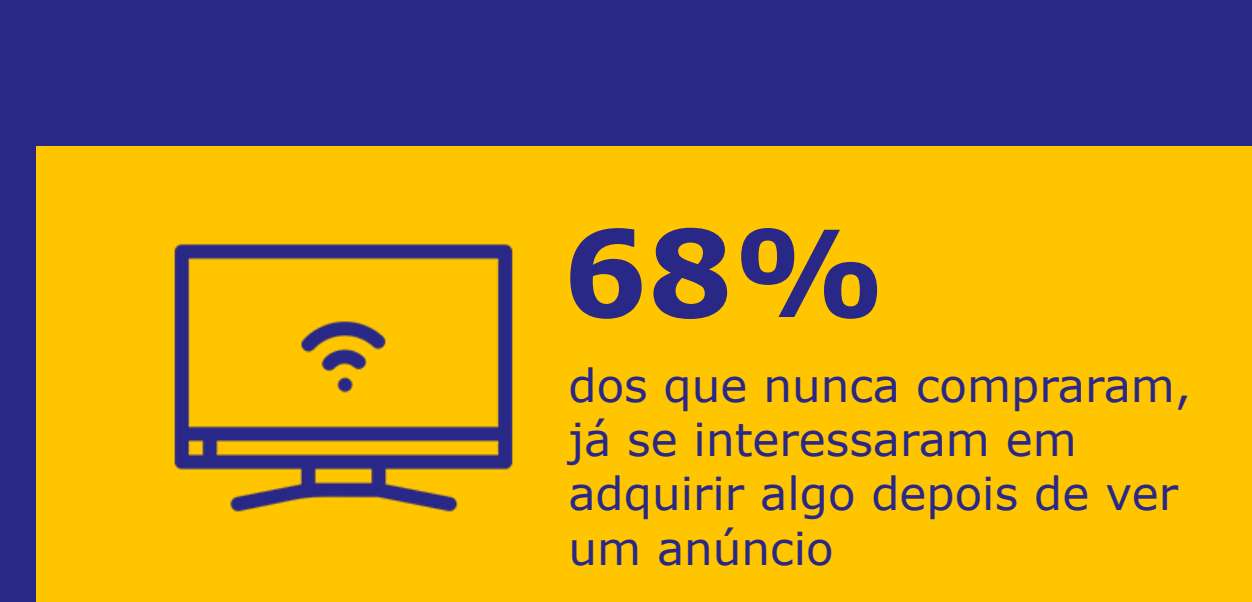
Gostando ou não, anúncios na TV são efetivos: 3 entre cada 5 internautas que viram anúncios realizaram a compra do produto ou serviço posteriormente

Já compraram depois de ter visto o anúncio na TV conectada



Base: 1030

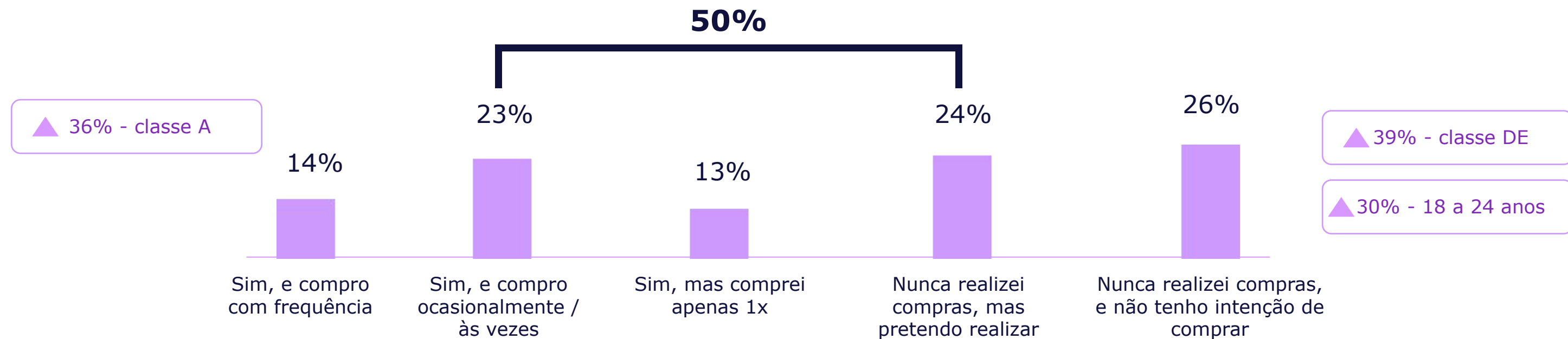
Q25. Você já fez uma compra de um produto ou serviço que viu sendo anunciado na sua TV conectada à internet? Você diria que: (RU). Q26. E algum produto ou serviço que você viu sendo anunciado na sua TV conectada já despertou o seu interesse em comprar/adquiri-lo? (RU)



Base: 367

Metade dos internautas já compraram produtos ou serviços diretamente na TV, sendo que 37% fazem isso com frequência ou às vezes

Já compraram diretamente na TV conectada



Base: 1500

Q27. Você já fez compras de produtos/serviços diretamente em seu dispositivo de TV conectado à internet, como de jogos, filmes, assinaturas etc.? (RU)



HÁ 70 ANOS,
QUEM TRABALHA
AQUI, DEIXA
A RECORD
COM A CARA
DO BRASIL



iab.brasil



OFFERWISE

Conclusões

iab.
brasil



**Acessar a internet
através da TV já é
uma realidade para
a maioria dos
brasileiros.**

55%

fez isso em 2023*

* Fonte: TIC Domicílios 2023



Hábitos

78%

Entre os que assistem TV, essa é a proporção dos que fazem isso todos os dias ou quase todos os dias.

A maioria acredita que a maior variedade de conteúdos disponíveis é o principal benefício da TV, além da integração com outros dispositivos e a interação com o conteúdo: uma tendência importante e que não deve ser ignorada.

A multitarefas de mídia é uma realidade:

57%

Assistem TV enquanto acessam outros dispositivos, como celular, tablets, notebooks.

Streamings tem muita força e são assistidos por metade desses internautas – se equiparando à preferência por canais de TV aberta.





Conteúdo

Com tantas opções de plataformas, usuários optam por mais de uma assinatura de streaming, e as recomendações são importantes.

55%

navegam pelos conteúdos antes de decidir o que assistir, e geralmente é fácil encontrar o que procuram.

93%

levam em conta recomendações personalizadas de conteúdo na TV.



Anúncios

69%

viram recentemente algum anúncio na TV e a maioria não se incomoda, muito pelo contrário.

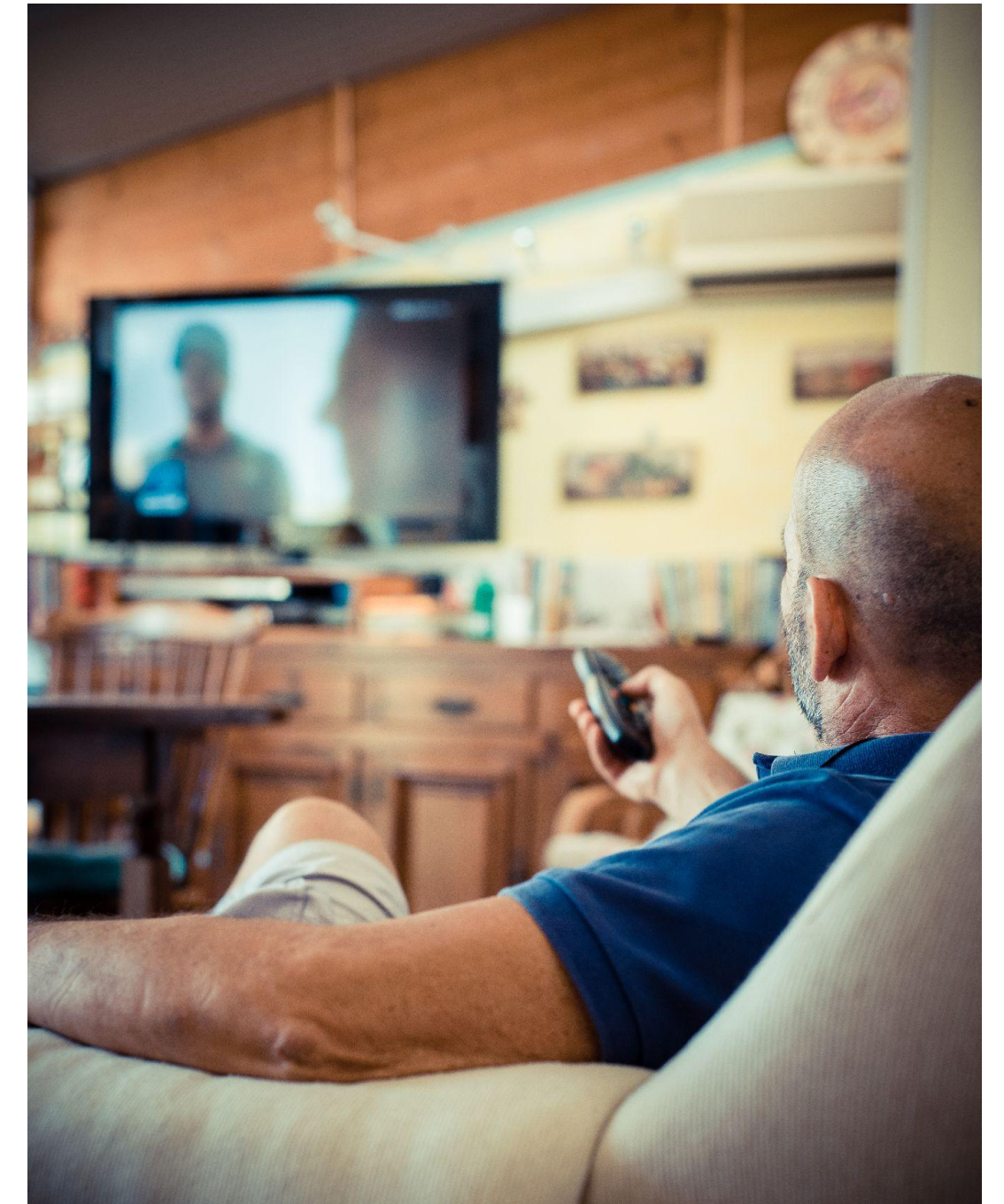
66%

acreditam que a personalização das propagandas (ou seja, receber anúncios realmente relevantes), seja positiva para a experiência de assistir TV.

Entre os que viram algum anúncio recentemente,

49%

acreditam que sejam relevantes, enquanto apenas 14% consideram irrelevantes.



É através dos anúncios na TV que uma parcela relevante dos internautas compra e se interessa por produtos e serviços.

64%

já compraram um produto ou serviço que viram sendo anunciado na TV.



Entre os que nunca fizeram isso, 7 entre cada 10 já se interessaram em comprar depois de ver o anúncio.

50%

já compraram produtos ou serviços diretamente na TV.

Disparidades

Por fim, é necessário levar em conta as diferenças, especialmente entre classes e faixa etária: classes mais altas estão mais conectadas, são mais receptivas a anúncios e compram mais através da TV.

Por outro lado, os mais jovens (ger. Z) e mais velhos são os que menos fazem isso.



OBRIGADO!



OFFERWISE

Apoio:

Meta  X **SAMSUNG** Ads **SHOWHEROES**