

Como seria a internet sem anúncios?

2024



OFFERWISE



Índice

Introdução	03
Metodologia	04
Perfil da amostra	05
Panorama geral	06
Você pagaria por sites e apps que hoje são gratuitos?	10
Percepção sobre publicidade	17
Conclusões	24

Introdução

Já imaginou um mundo em que cada uma das nossas experiências on-line, em sites ou aplicativos, dependesse de uma assinatura paga? O que aconteceria se os serviços digitais, hoje gratuitos e financiados pela publicidade digital, deixassem de ter a presença de anúncios?

Para responder a essas e outras perguntas, o IAB Brasil, em parceria com a Offerwise, conduziu a pesquisa “Como Seria a Internet sem Anúncios?”. Desde sua primeira edição, em 2022, o estudo busca entender como os brasileiros de diferentes faixas etárias, gêneros e classes sociais percebem a publicidade digital e quais comportamentos adotariam diante de um cenário em que tivessem que pagar por serviços que hoje são gratuitos na internet.

Nesta nova edição, apresentamos uma análise comparativa dos dados coletados nos últimos três anos, trazendo insights sobre como as opiniões e atitudes dos usuários de internet evoluíram ao longo dos anos.

Nosso objetivo é mostrar como uma internet sem anúncios seria muito diferente da que conhecemos hoje, mostrando como a publicidade digital contribui para um ambiente on-line mais democrático, acessível e diverso.



Metodologia



Pesquisa quantitativa:

Questionário estruturado online, de autoaplicação.



Coleta de dados:

Respondentes selecionados por meio de questionário no painel Offerwise, com abrangência nacional.



Público-alvo:

Homens e mulheres, com 18 anos ou mais, de todas as classes sociais e regiões do Brasil.



Amostra:

Onda 1: 1.000 pessoas
Onda 2: 1.500 pessoas
Onda 3: 1.500 pessoas



Período de campo:

21/10 a 27/10/24



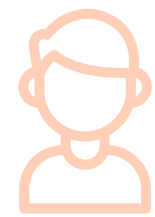
Margem de erro:

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

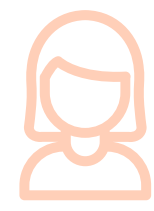
Perfil da amostra

Amostra: 1.500 respondentes

Gênero



Homem
47%

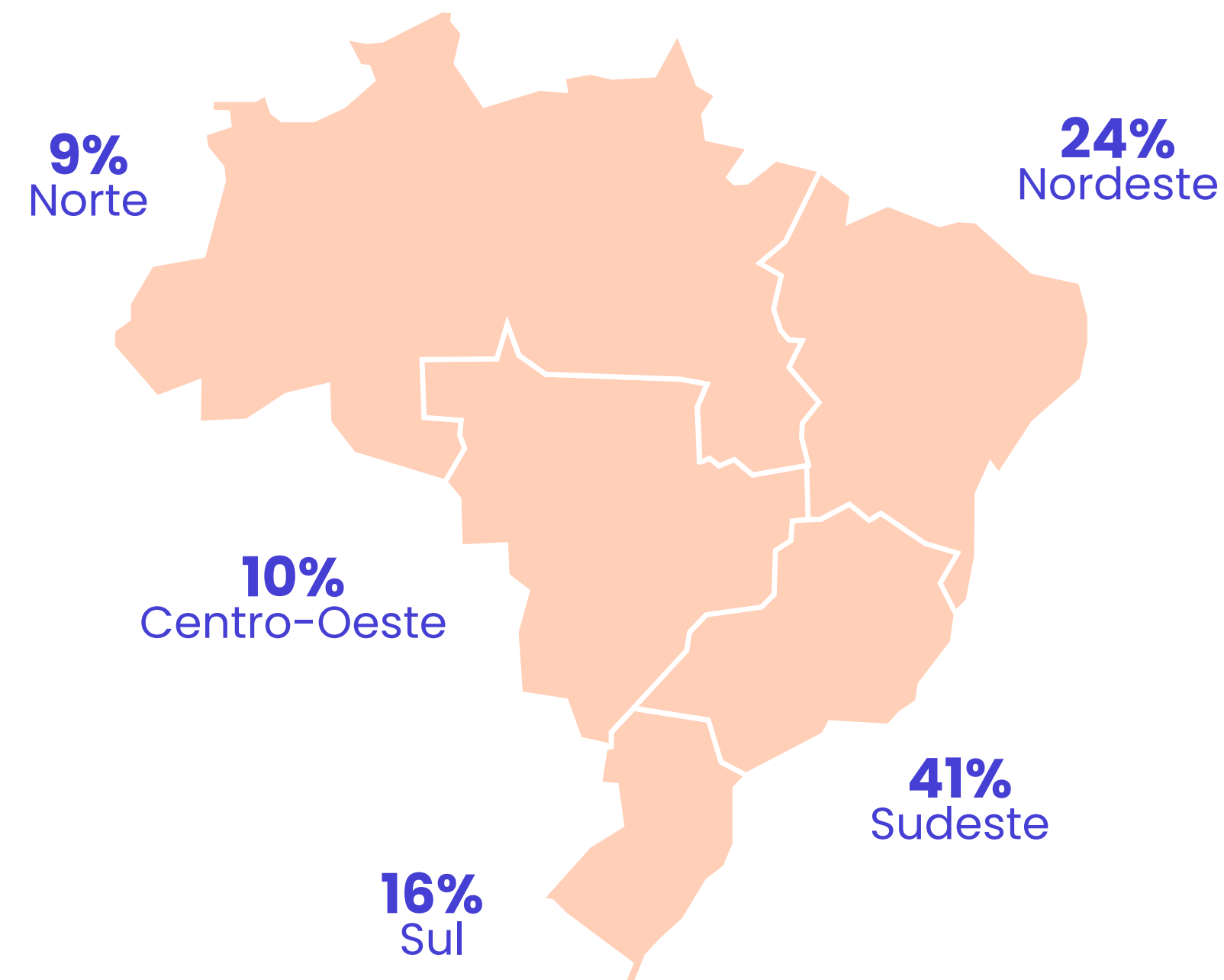


Mulher
53%

Idade

18-23 anos	24%
24-35 anos	36%
35-45 anos	23%
46-54 anos	11%
56 ou mais	7%

Região



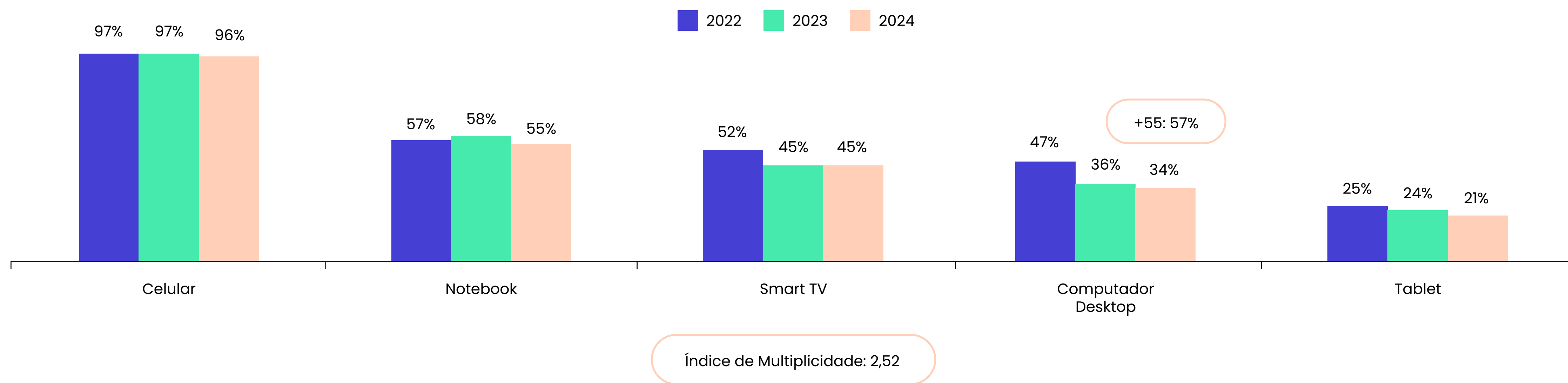
Nível Socioeconômico

A	6%
B1	11%
B2	13%
C1	30%
C2/D/E	41%

Panorama geral

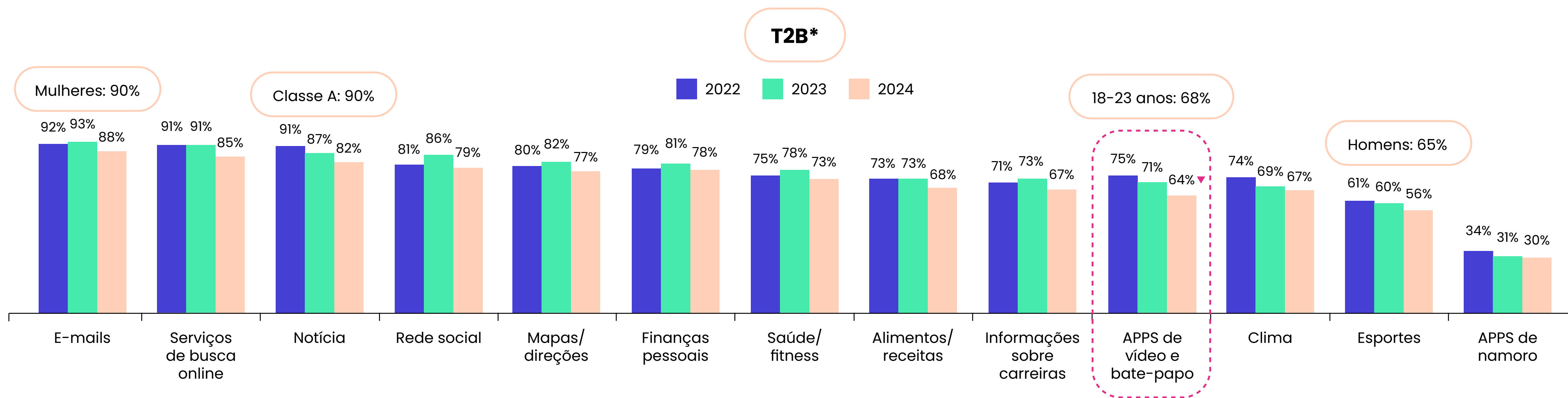
Entre os equipamentos utilizados para acessar a Internet...

Celular mantém a prioridade entre os equipamentos de acesso à internet no Brasil. Desktop e tablet seguem a tendência de queda ao longo dos anos.



Quando perguntados sobre a importância de conteúdos e serviços gratuitos na internet...

Os brasileiros, com uma ligeira queda percentual em relação aos anos anteriores, ainda escolhem e-mails, busca online, notícias e redes sociais como serviços gratuitos mais relevantes.

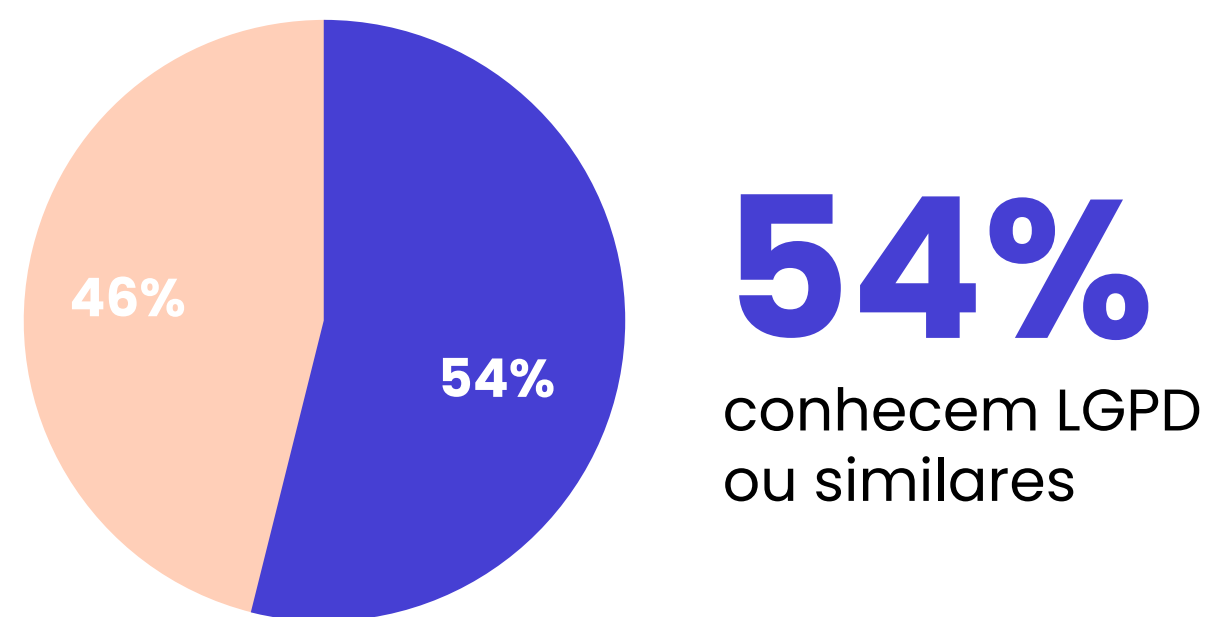


Base: 1.500 respondentes

Q12. No geral, quão importante são para você os seguintes tipos de conteúdos e serviços gratuitos da Internet?

*Consolidado das duas faixas superiores

Neste ano, foram feitas perguntas sobre leis de privacidade de dados e mais da metade dos respondentes tem conhecimento sobre o assunto.



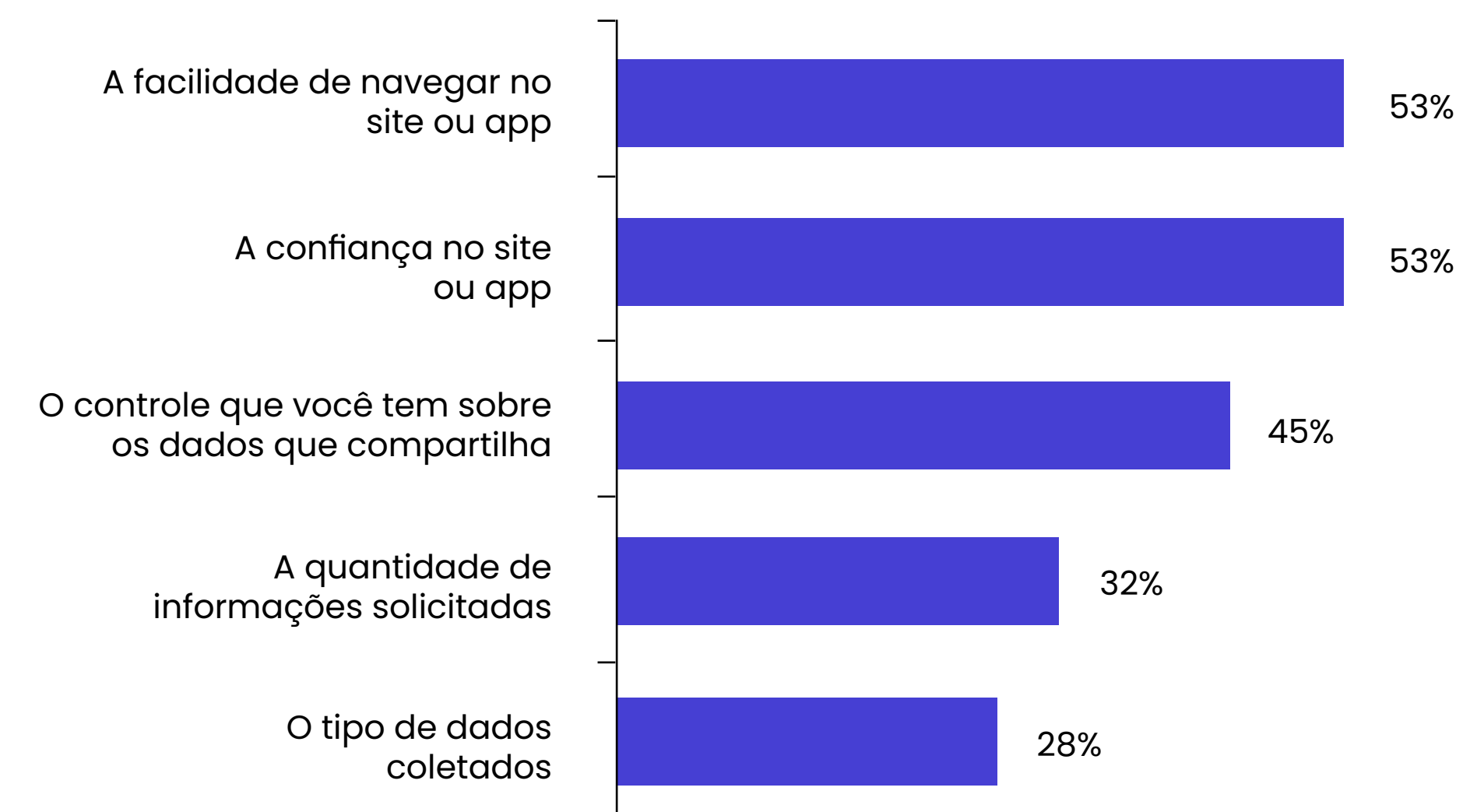
Q. 20. Você já ouviu falar sobre leis de privacidade de dados como a LGPD no Brasil ou outras similares como nos EUA ou na Europa?

6 em cada 10 concordam com a afirmação

“Os sites, apps e plataformas online fornecem informações suficientes sobre como meus dados pessoais são usados.”

Q18. O quanto você concorda com a seguinte afirmação:

Fatores mais importantes na hora de aceitar cookies e configurações de privacidade

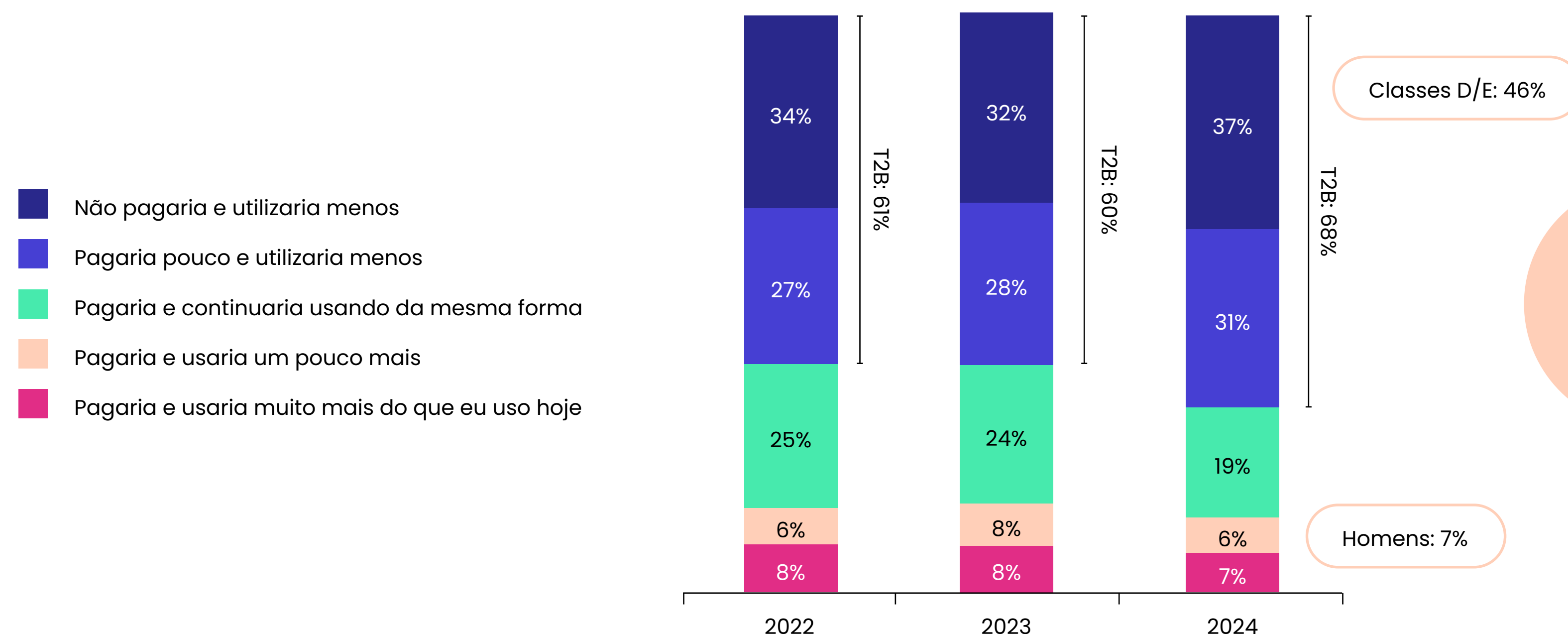


Q19. Ao usar um site, app ou serviço online, e uma mensagem sobre aceitar cookies e configurações de privacidade aparece, quais desses fatores são mais importantes na sua decisão de aceitar? (RANKING)

Você pagaria por sites e apps que hoje são gratuitos?

Como a cobrança por serviços gratuitos alteraria seu comportamento online...

37% preferiram reduzir seu consumo por conteúdo e serviços em vez de pagar. As classes D/E seriam as mais impactadas.



7 em cada 10 internautas reduziram o uso de aplicativos e serviços caso tivessem que pagar por eles.

Base: 1.500 respondentes

Q10. Se você tivesse que pagar alguma quantia pelo conteúdo, serviços on-line e aplicativos que atualmente são de graça, como isso mudaria seu comportamento?

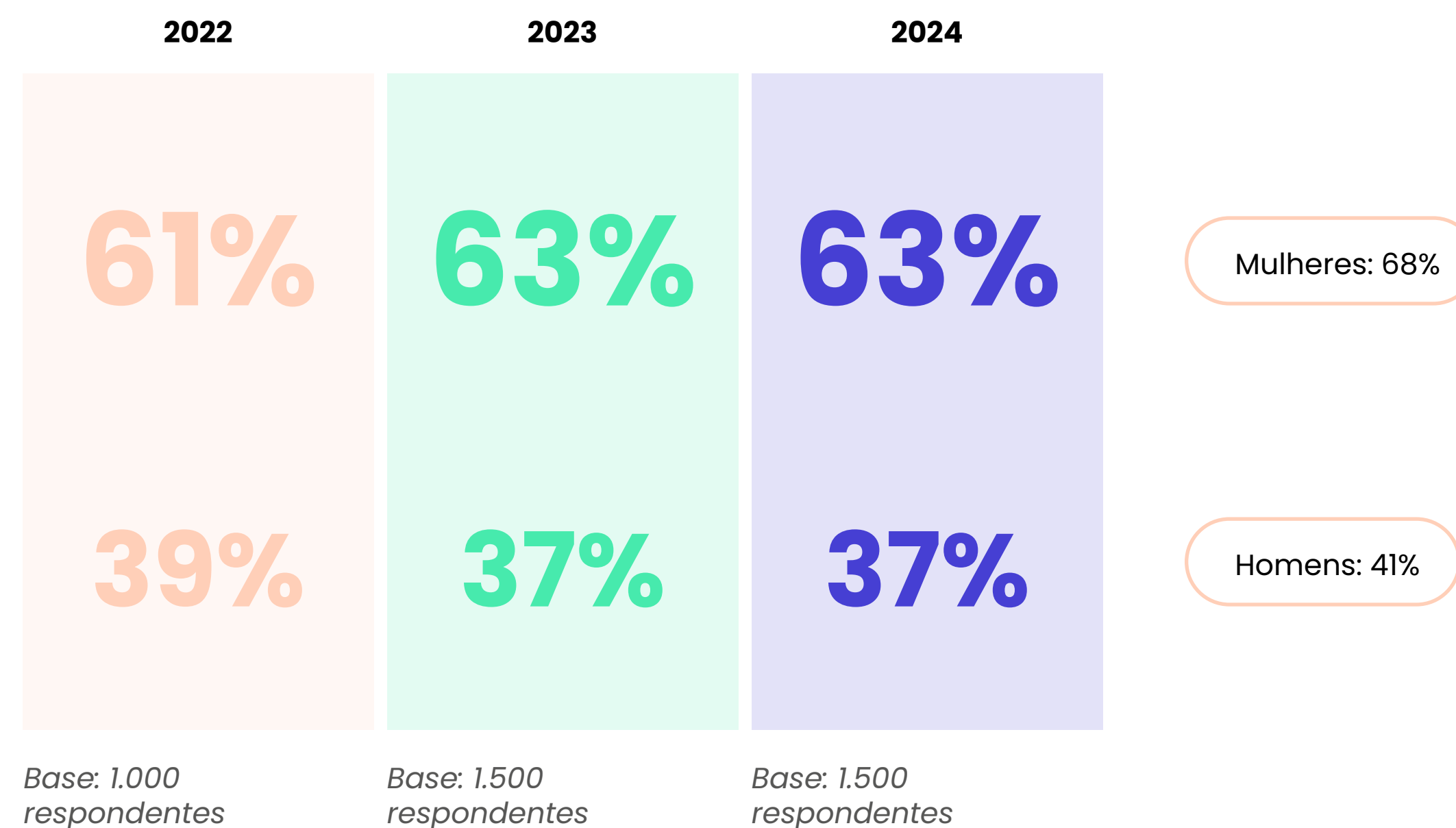
Entre consumir conteúdo da maneira como é feito hoje (gratuitamente) ou pagar pelos conteúdos/ serviços...

Ao longo dos anos, o resultado se manteve constante: para manter a gratuidade, 6 em cada 10 aceitam receber anúncios durante o consumo de conteúdo.

Como já é feito hoje: consumir conteúdos, usar serviços on-line e aplicativos com a presença de anúncios direcionados, tendo a maioria dos conteúdos e serviços gratuitos ou optar por pagá-los para ver menos anúncios.

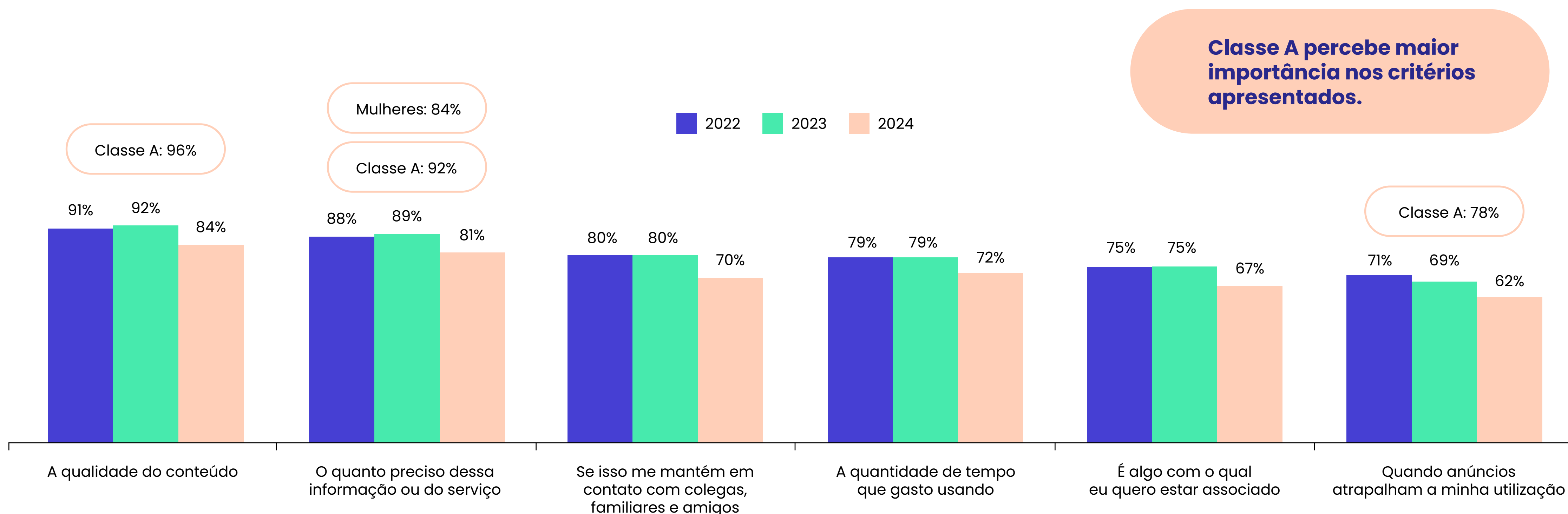


Consumir conteúdos, usar serviços on-line e aplicativos sem anúncios direcionados, mas sendo necessário pagar pela maioria ou por todos os conteúdos/serviços que você usa.



Entre os critérios você considerados ao decidir pagar por sites e aplicativos...

A qualidade do conteúdo segue como fator decisivo para o usuário na escolha de serviços que poderiam ser pagos.

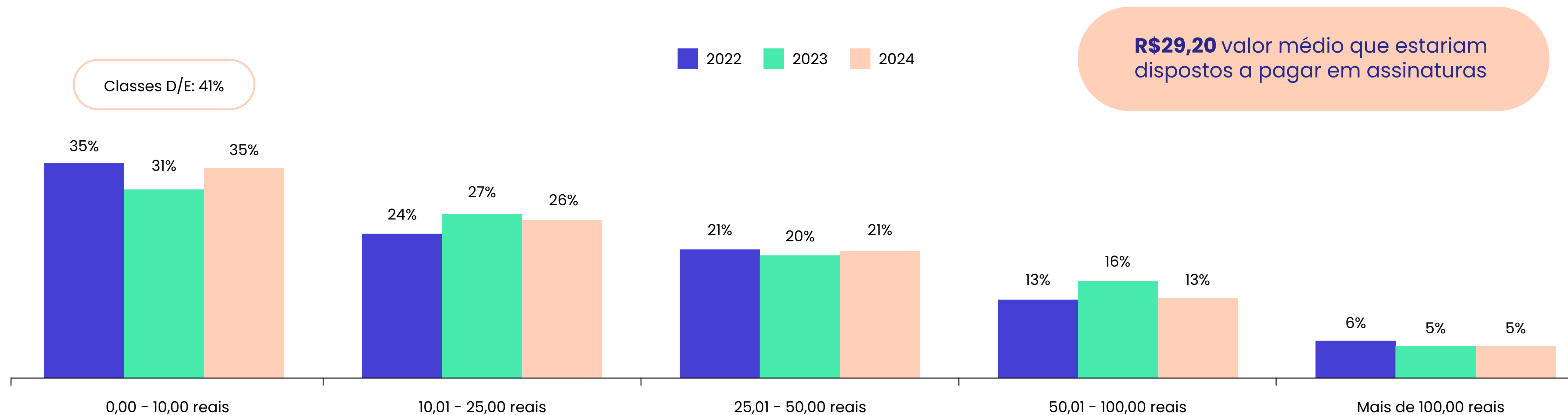


Base: 1.500 respondentes

Q9. Se você tivesse que pagar para usar sites e aplicativos, quais critérios você usaria para escolher o que pagar? Escolha todas as opções aplicáveis. Preencha de 1 a 6, onde 1 é 'mais importante' e 6 'menos importante'.

E quando perguntamos o valor que estaria disposto a pagar pelas assinaturas de conteúdo...

6 em cada 10 estariam dispostos a pagar até 25 reais em assinaturas.

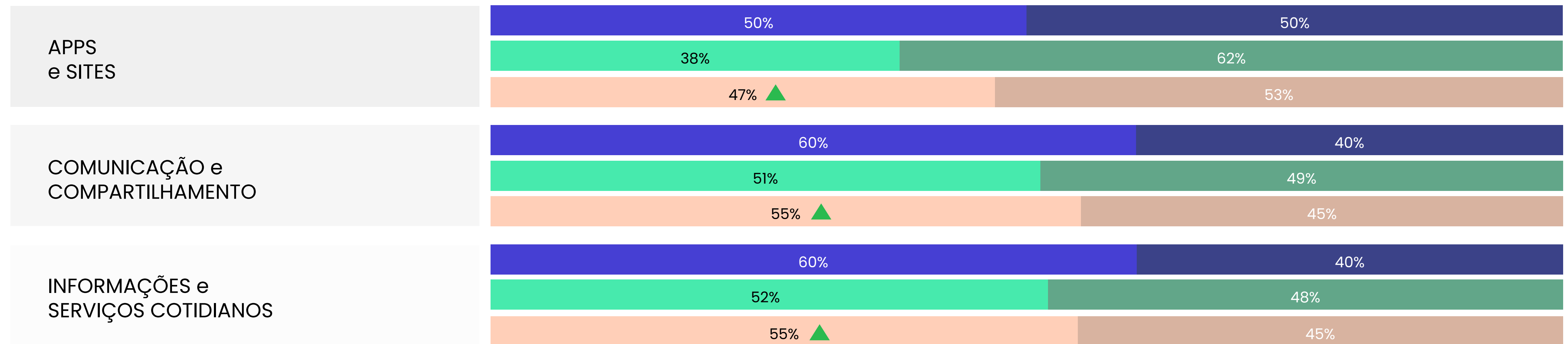


Entre os diferentes tipos de produtos, percebemos variações significativas na percepção de valor...

Cerca de metade dos respondentes está disposto a pagar até R\$10, enquanto o restante entende que os serviços online ficariam mais caros (acima de R\$10) se passassem a ser cobrados.

2022 0,00 – 10,00 reais Acima de 10 reais
2023 0,00 – 10,00 reais Acima de 10 reais
2024 0,00 – 10,00 reais Acima de 10 reais

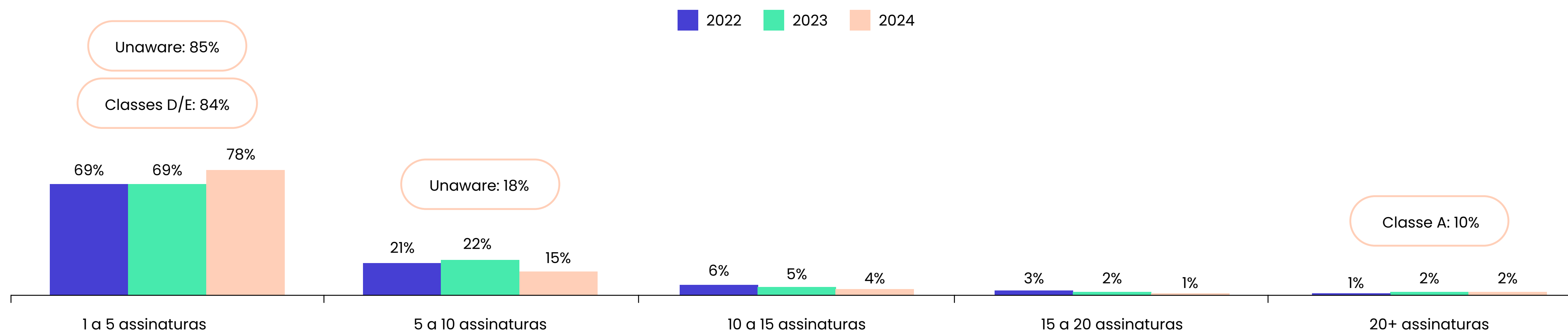
Média das questões 1, 3 e 5



Q1. Muitos sites e aplicativos fornecem conteúdo para pessoas como você gratuitamente. Se esses provedores começarem a cobrar por esse conteúdo e esses serviços, quanto você acha que precisaria pagar, por mês, por cada um dos itens a seguir? (RU)
Q3. Outros sites e aplicativos gratuitos permitem que você se comunique com outras pessoas, conheça novas pessoas e compartilhe informações. Se eles começarem a cobrar taxas de assinatura, quanto você acredita que eles custariam mensalmente, considerando cada um dos itens a seguir? (RU)
Q5. Outros sites e aplicativos gratuitos fornecem informações e serviços de utilidade para o dia a dia. Se eles começarem a cobrar taxas de assinatura, quanto você acredita que eles custariam mensalmente, considerando cada um dos itens a seguir? (RU)

No cenário em que os serviços gratuitos passassem a ser cobrados, o número de assinaturas...

8 em cada 10 manteria entre 1 a 5 assinaturas.



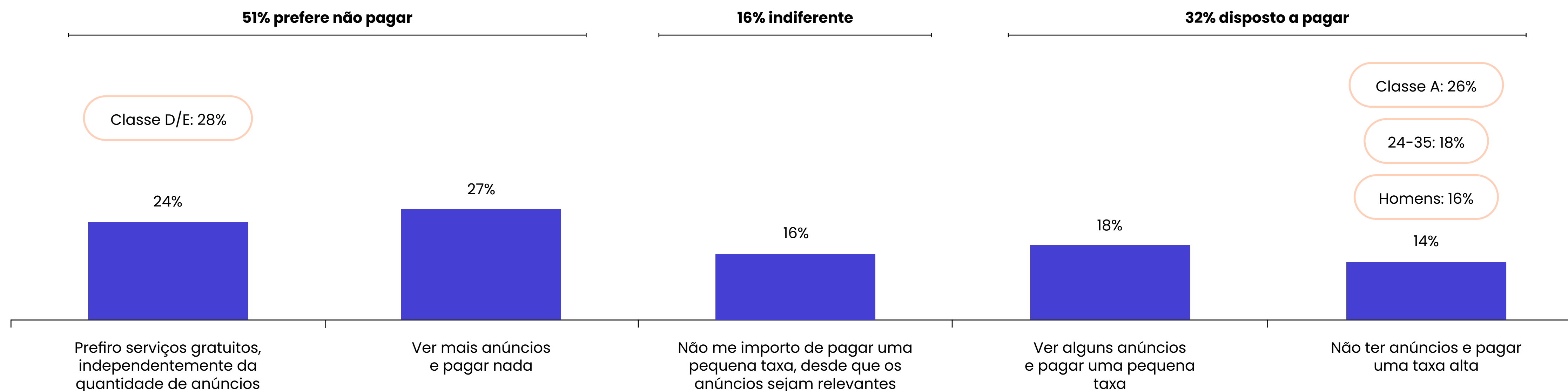
Base: 1.500 respondentes

Q7. Supondo que os custos estejam de acordo com os custos inseridos nas perguntas anteriores, quantas assinaturas de sites, sites de informações e outros serviços você estaria disposto a pagar por mês? (RU)

Percepção de publicidade

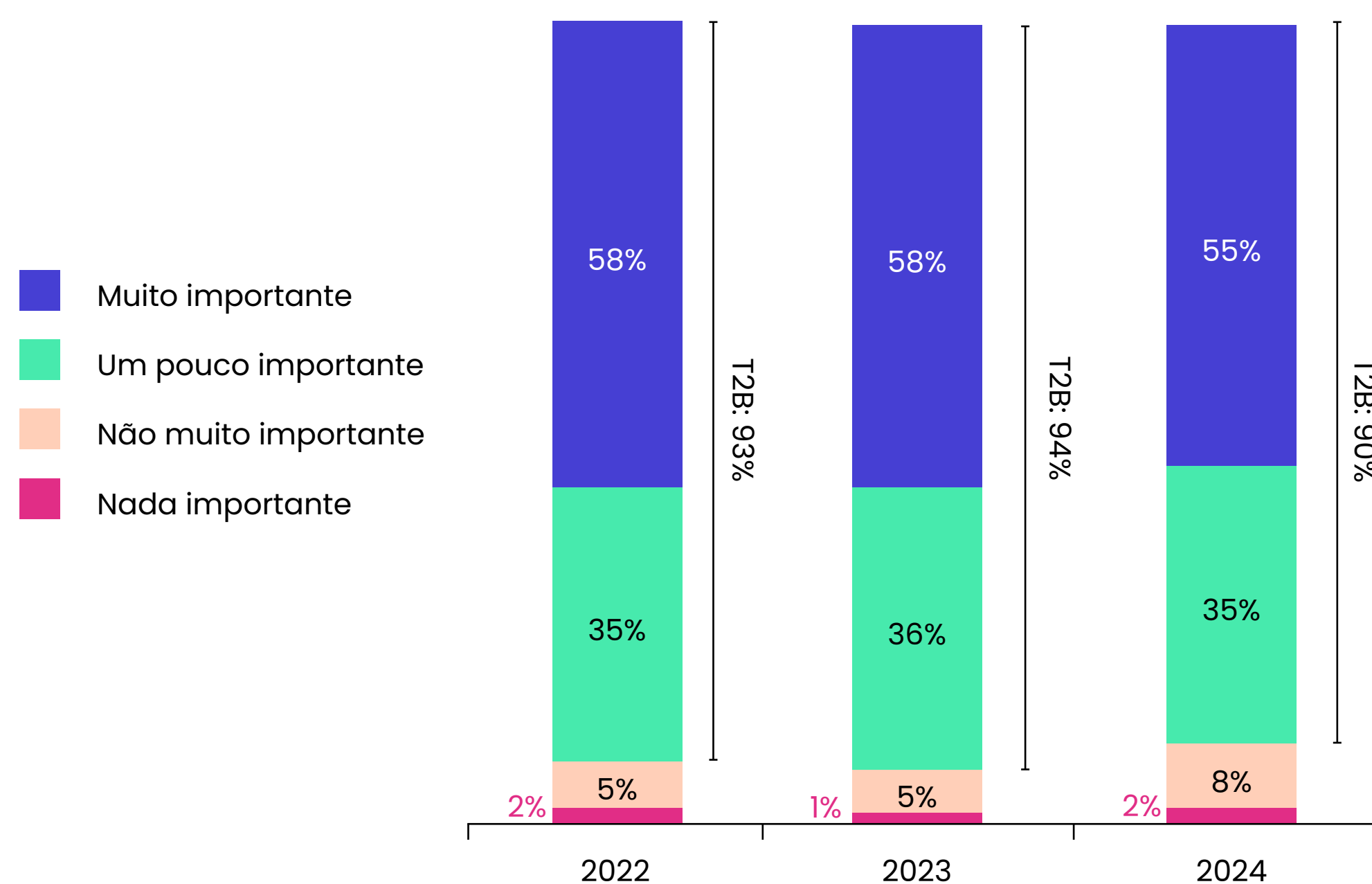
Qual seria a sua preferência para acessar sites, apps e serviços online?

Metade dos usuários prefere não pagar para acessar conteúdo online e ver anúncios.



Qual a importância de escolher pagar ou não por serviços online...

9 em cada 10 reconhecem a importância na decisão de pagar ou não para acessar conteúdo.

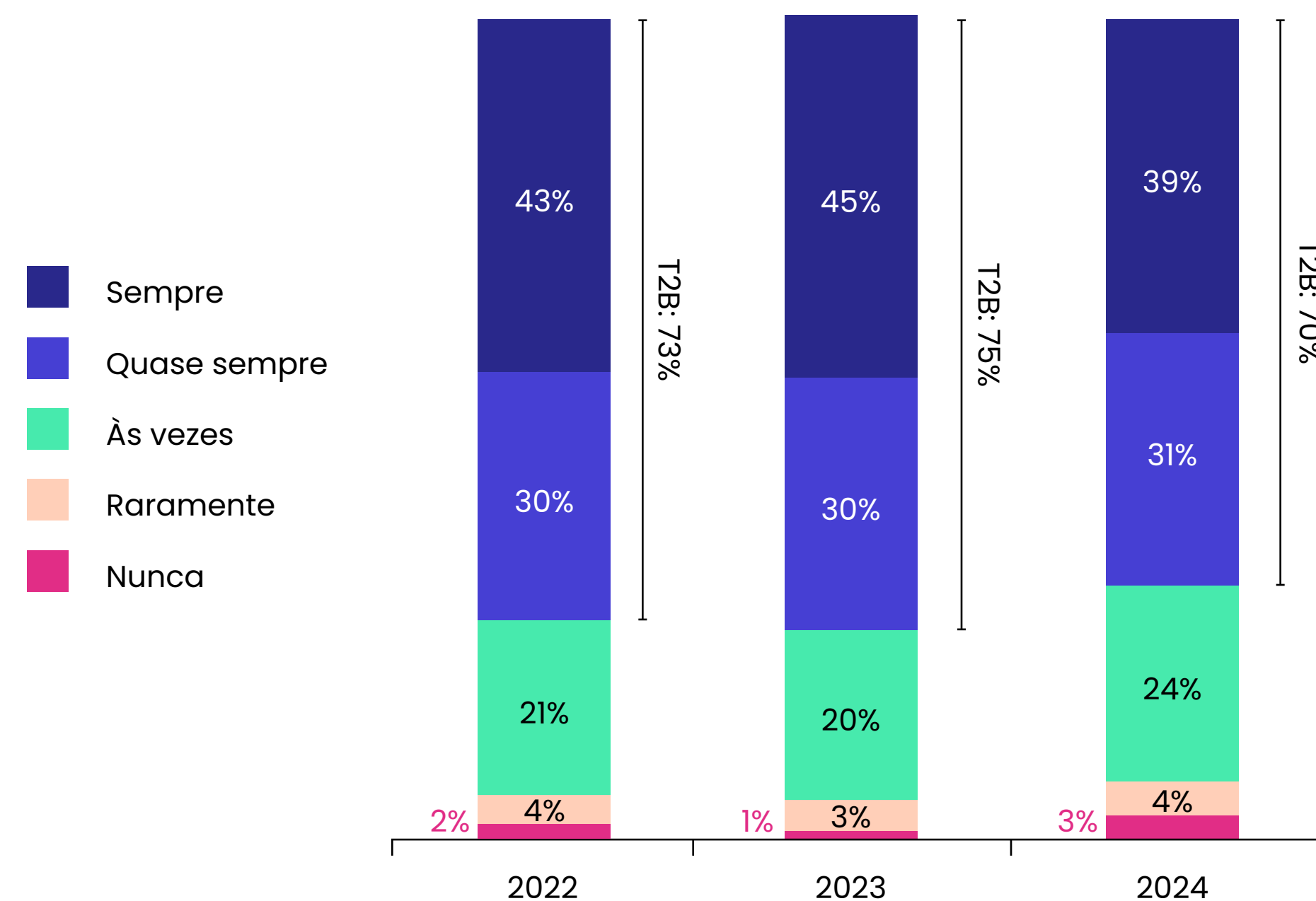


Base: 1.500 respondentes

Q15. Qual é a importância de você poder decidir os serviços on-line que você paga e quais não deseja pagar porque, ao serem financiados (no todo ou em parte) por publicidade, tornam-se gratuitos (no todo ou em parte)?

A publicidade ajuda a descobrir produtos e a comprar?

A publicidade segue fundamental na pesquisa de novos produtos e na jornada de compras para 70% dos respondentes.

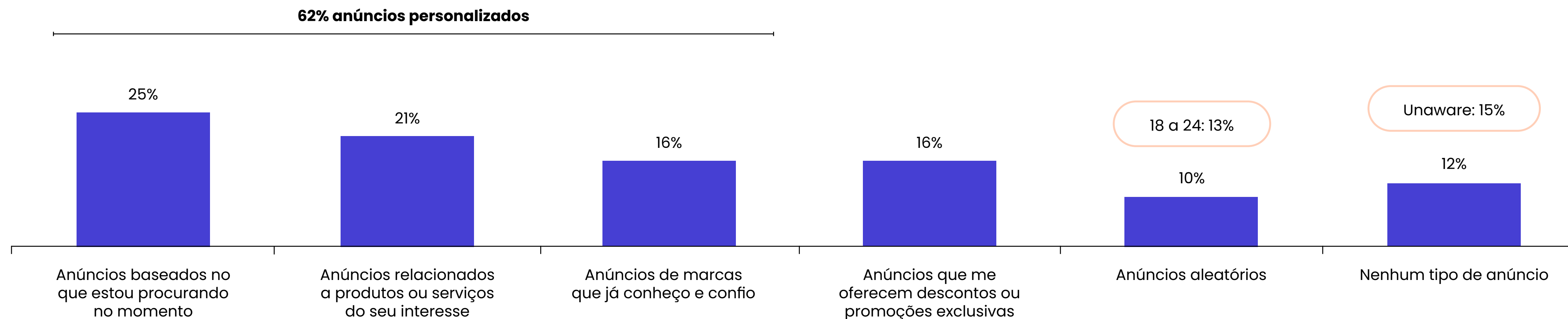


Base: 1.500 respondentes

Q14. Você acha que a publicidade é útil para encontrar novos produtos, pesquisar uma compra potencial ou auxiliar no processo de compra? (RU)

Sobre preferência de anúncios...

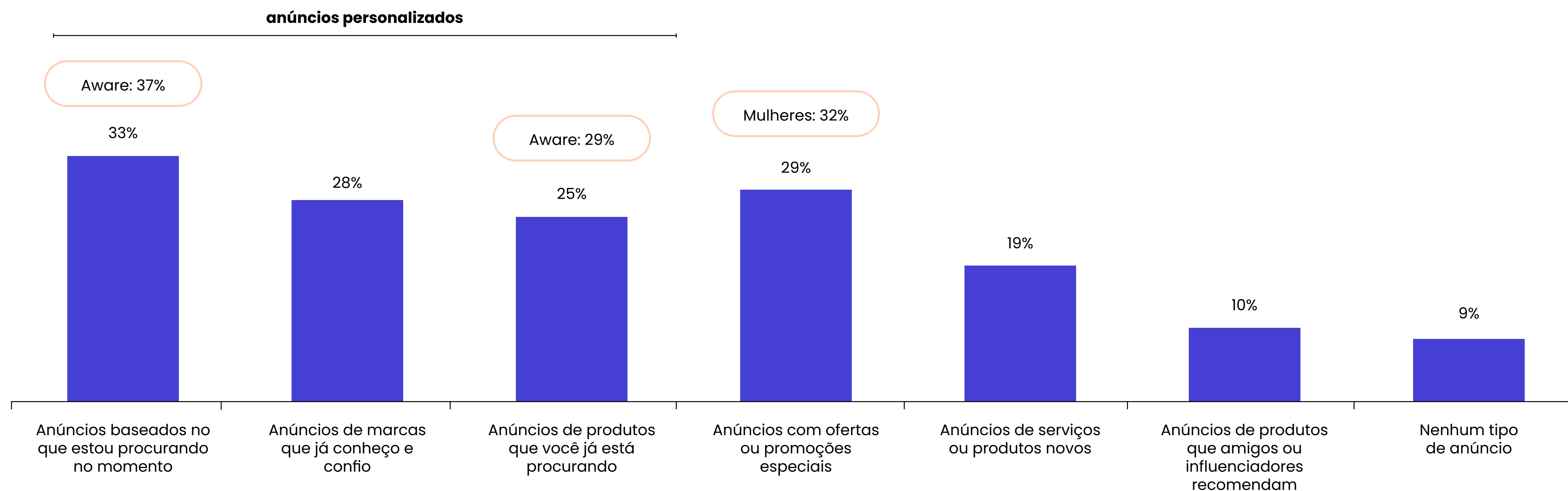
6 em cada 10 usuários preferem receber anúncios personalizados.



Base: 1.500 respondentes
Q22. Se tivesse a escolha, qual tipo de anúncio online você prefere? (RU)

Qual tipo de anúncio online você está mais disposto a clicar?

Anúncios personalizados atraem mais atenção durante as buscas, com maior chance de cliques.

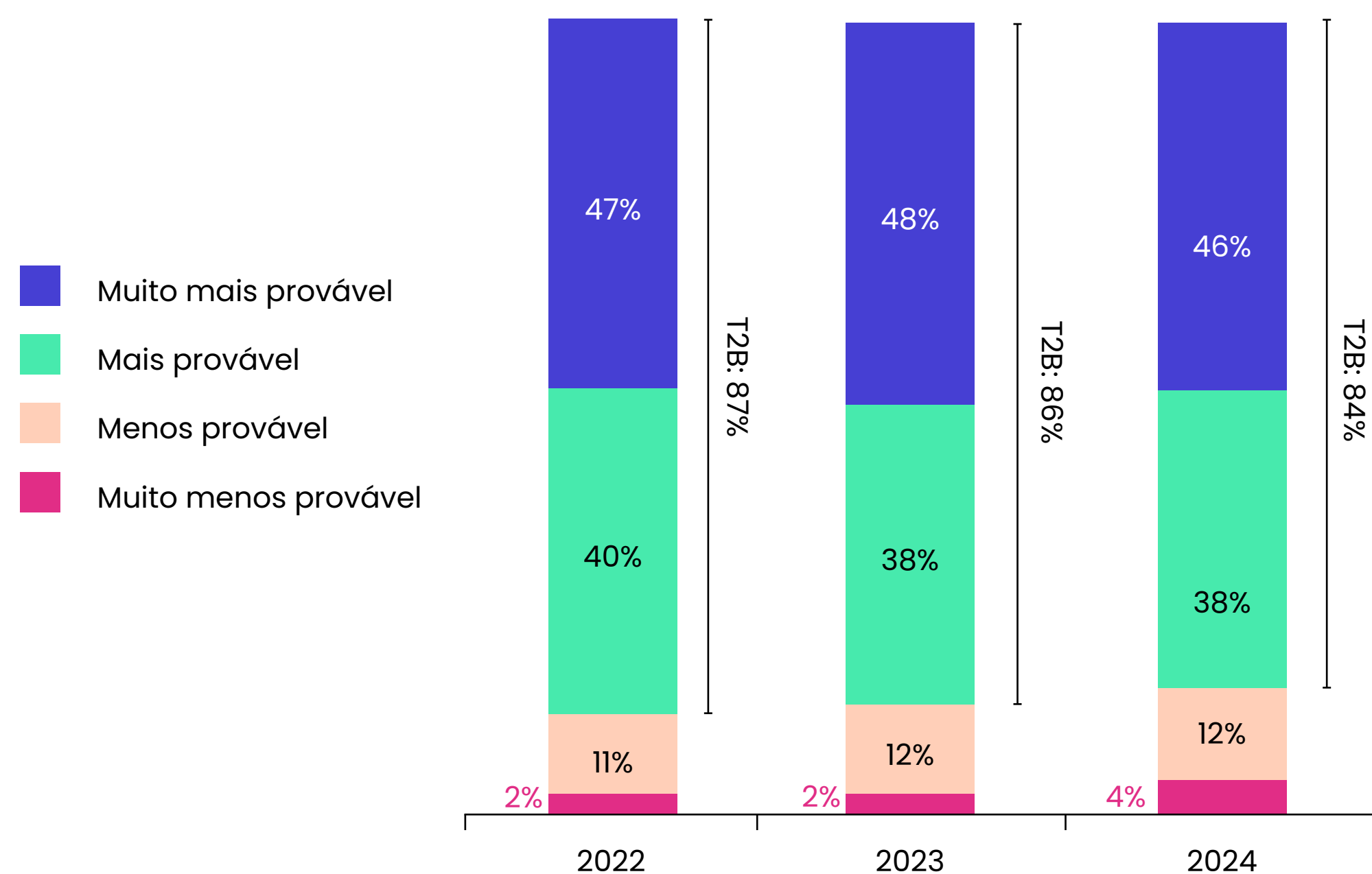


Base: 1.500 respondentes

Q23. Se tivesse a escolha, quais tipos de anúncios online você estaria mais propenso(a) a clicar para saber mais ou fazer uma compra? (RM)

A gratuidade também pode impactar na escolha de celulares...

8 em cada 10 preferem celulares com mais aplicativos gratuitos.



Base: 1.500 respondentes

Q13. Se você estivesse comparando dois aparelhos de telefone celular semelhantes, qual seria a probabilidade de você escolher aquele com mais aplicativos grátis com anúncios, em comparação com aquele que tem mais aplicativos pagos sem anúncios? (RU)

Conclusões

Poder de decisão nas mãos do consumidor:

- A publicidade segue com grande relevância na busca de novos produtos e pesquisas dos usuários de internet.
- A **Classe A e os jovens** continuam sendo os mais dispostos a pagar, mas, em geral, os consumidores esperam melhor custo-benefício e preços baixos.
- Decidir o que quer pagar e como ter acesso a conteúdos é algo que os usuários brasileiros valorizam, por isso, entendem a publicidade como financiadora de serviços e conteúdos gratuitos para todos.

Valor e personalização:

- A personalização de anúncios e serviços se destaca como uma estratégia crucial para atrair a atenção dos consumidores e aumentar a taxa de conversão. **Anúncios personalizados são mais eficazes, especialmente quando alinhados aos interesses dos usuários.**

Preocupação com privacidade:

- Existe uma forte preocupação com a privacidade e o uso de dados pessoais, o que coloca a **transparência e a segurança digital** como pontos fundamentais para conquistar a confiança do público.

Como seria a internet sem anúncios?

Seria muito diferente do que conhecemos hoje, com menos acesso a conteúdos e serviços, e as classes mais baixas da população teriam acesso limitado.

Os usuários, se tivessem que pagar por serviços que hoje são gratuitos, usariam menos a internet.

Os anúncios, portanto, contribuem para manter a gratuidade dos serviços e conteúdos disponíveis hoje na internet e, por sua vez, também ajudam a manter a frequência alta no uso de aplicativos e sites.





Pesquisa

Offerwise

Projeto gráfico e diagramação

Marcelo Vila Nova

IAB Brasil

Denise Porto Hruby - CEO

Cristiane Duarte - Diretora de Produtos

Jovanka de Genova - Gerente de Conteúdo e Educação

Cristina de Paula - Coordenadora de Conteúdo

Talita Nunes - Community Manager



OFFERWISE

iabbrasil.com.br

