

REPORTE 2020

Resumo do Cénario Digital 2020



Nosso palestrante do evento de hoje:

Eduardo Carneiro

Managing Director Brasil, Comscore

<https://www.linkedin.com/in/eduardocarneiro/>



REPORTE 2020

Resumo do Cénario Digital 2020

Eduardo Carneiro

ecarneiro@comscore.com



Agregando valor em audiências e na publicidade



VISÃO TOTAL
DO CONSUMIDOR



MÉTRICAS INDEPENDENTES
E CONFIÁVEIS



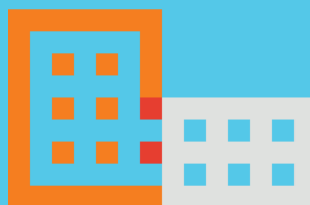
NASDAQ: SCOR



CLIENTES
3,200+ worldwide



FUNCIONÁRIOS
1,500+



HEADQUARTERS
Reston, Virginia, US



COBERTURA GLOBAL
44 mercados reportados



PRESENÇA LOCAL
30+ regiões em 20+ países

Agenda

1

Panorama Digital

2

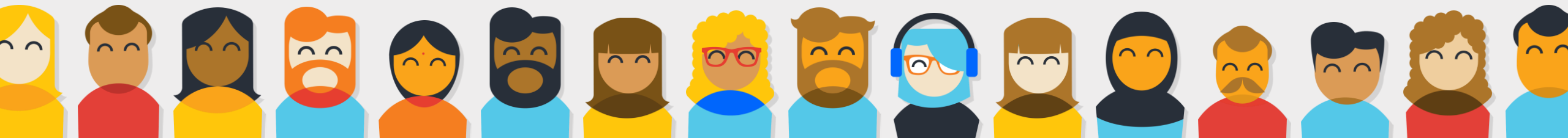
Benchmark Global

3

Social Media

Panorama Digital

Destaques de 2020

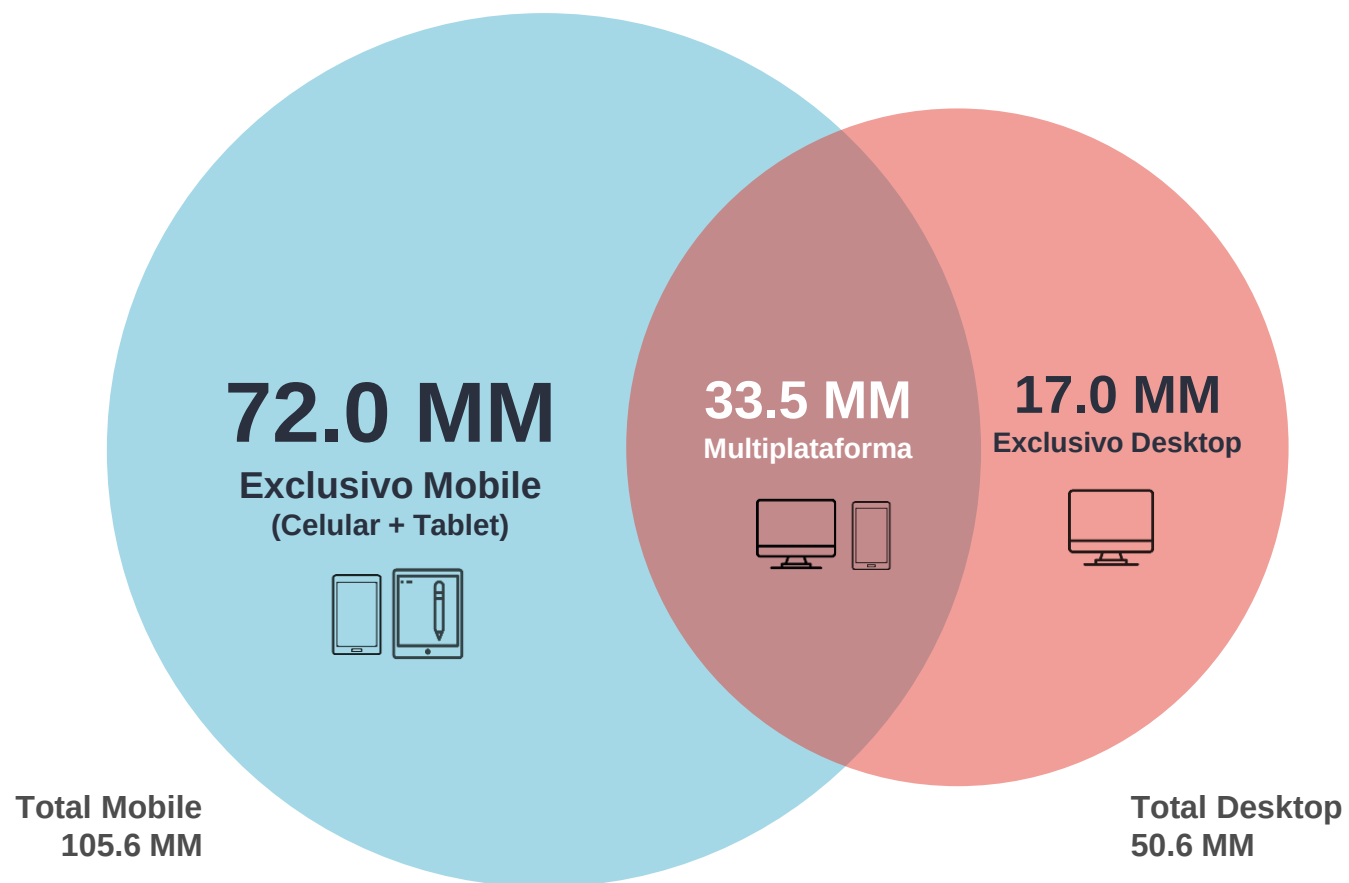


População Digital Brasileira

+ 122.7 MM
de pessoas
conectadas
no Brasil

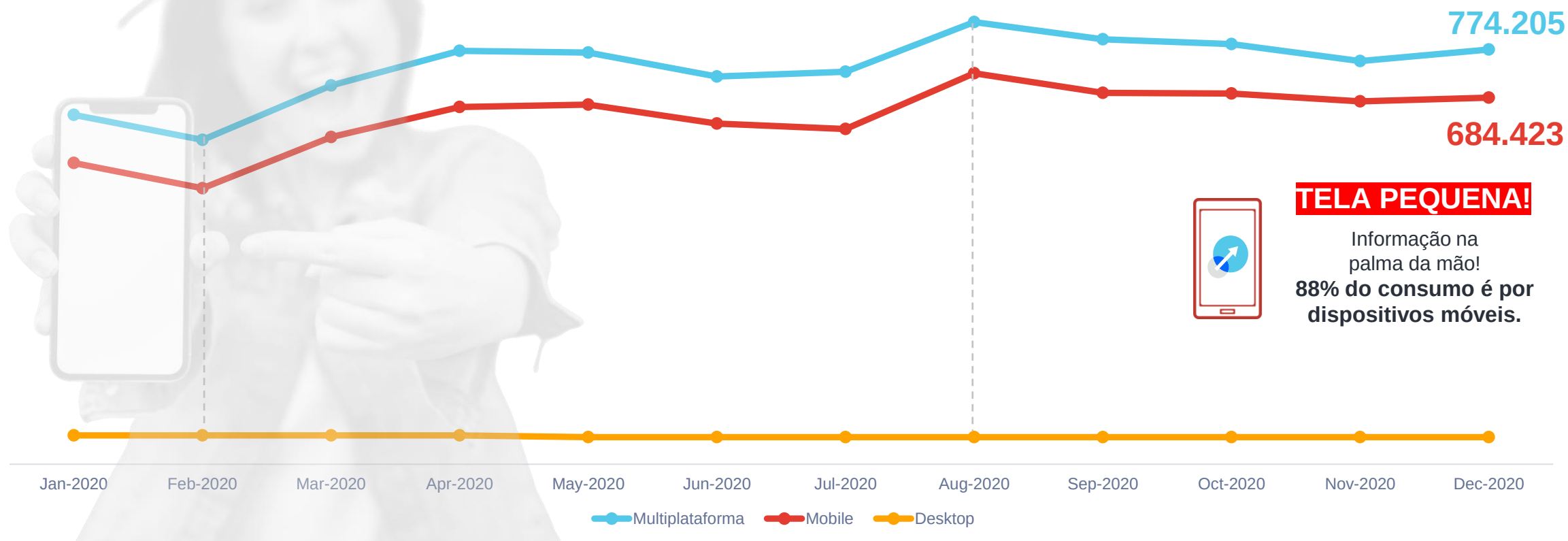


População Digital Brasileira

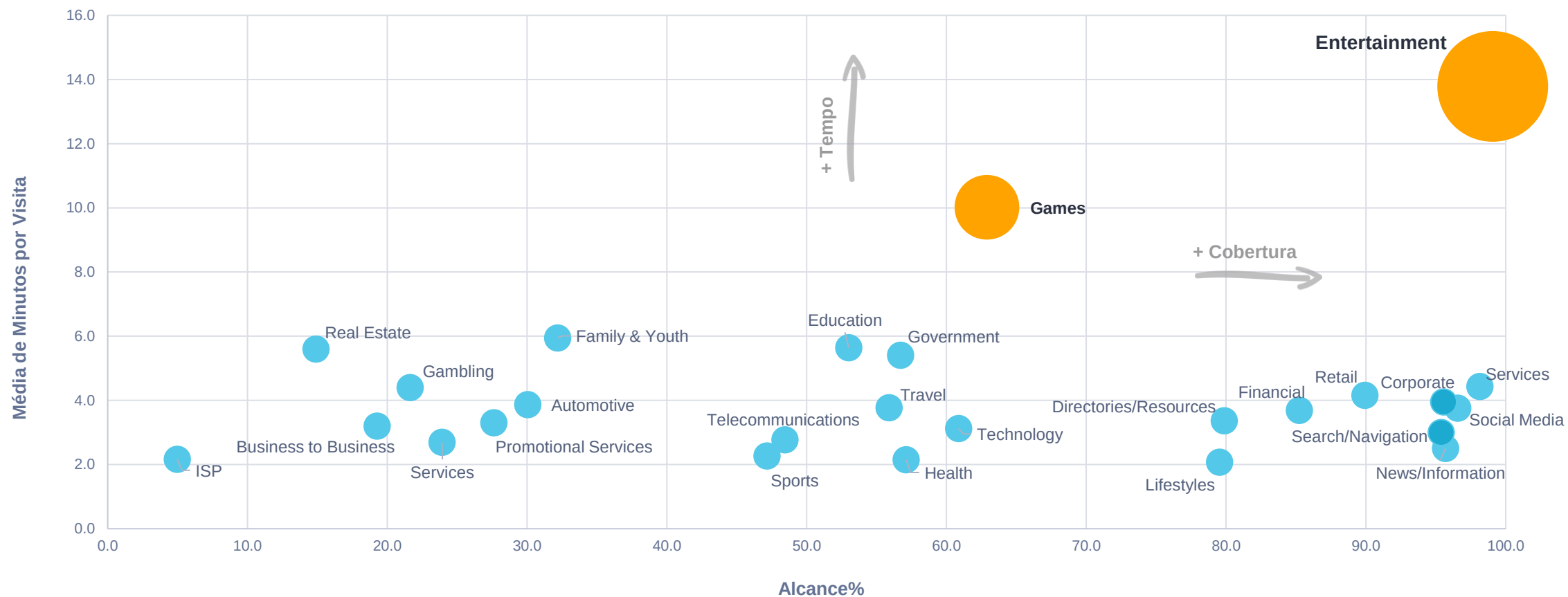


Os brasileiros estão consumindo mais tempo na internet

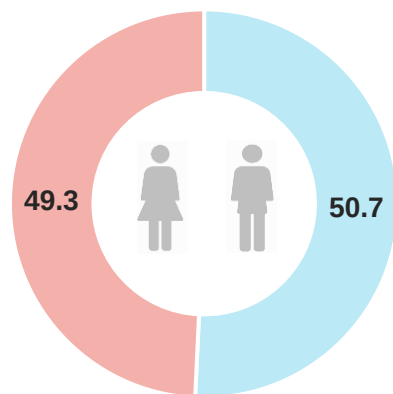
🎯 Ano do “Boom” no consumo **Mobile**



Entretenimento segue líder como a categoria mais consumida pelos usuários, seguido por Games

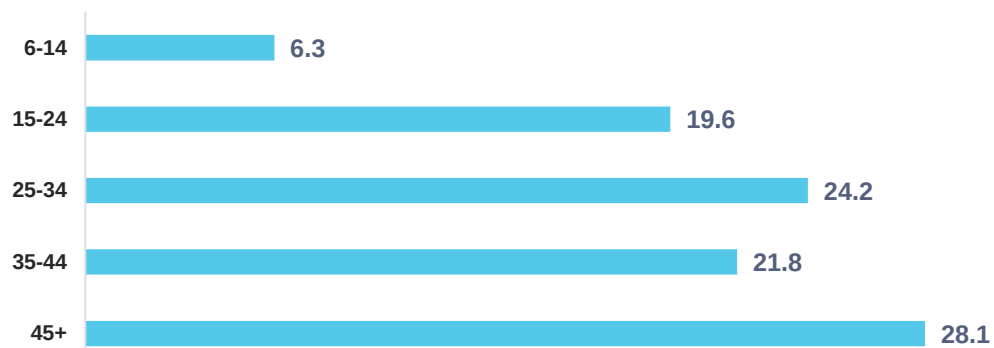


Quem são os usuários brasileiros?

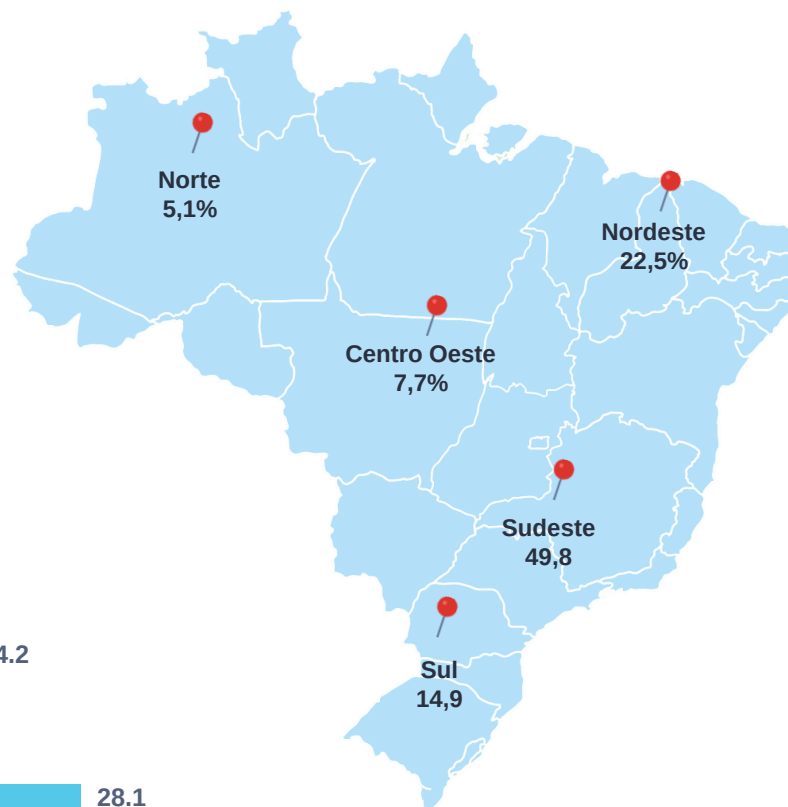


■ Mulheres ■ Homens

Composition UV (%)



Dez20 - Composition UV (%)

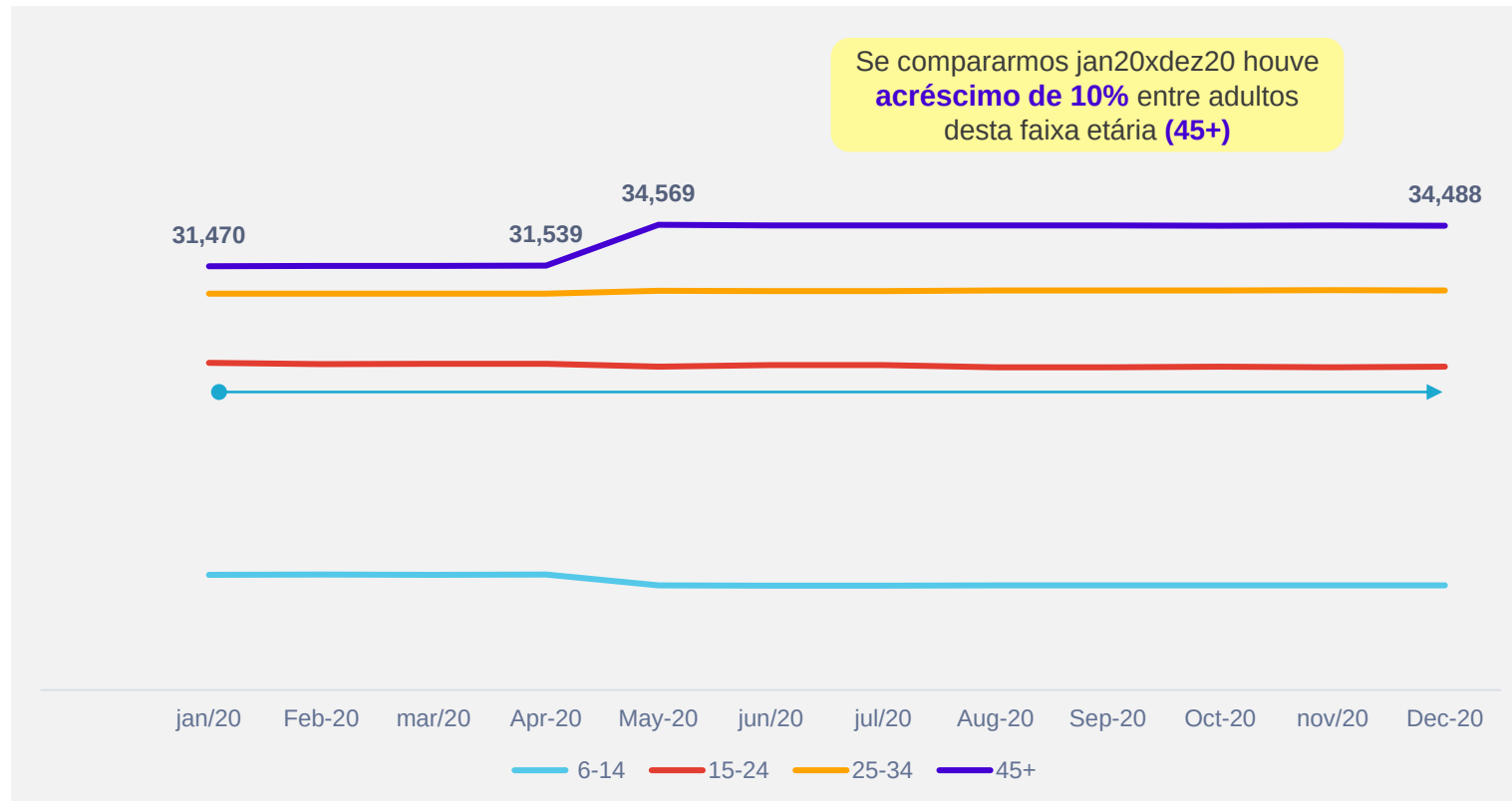


Quem consome mais?

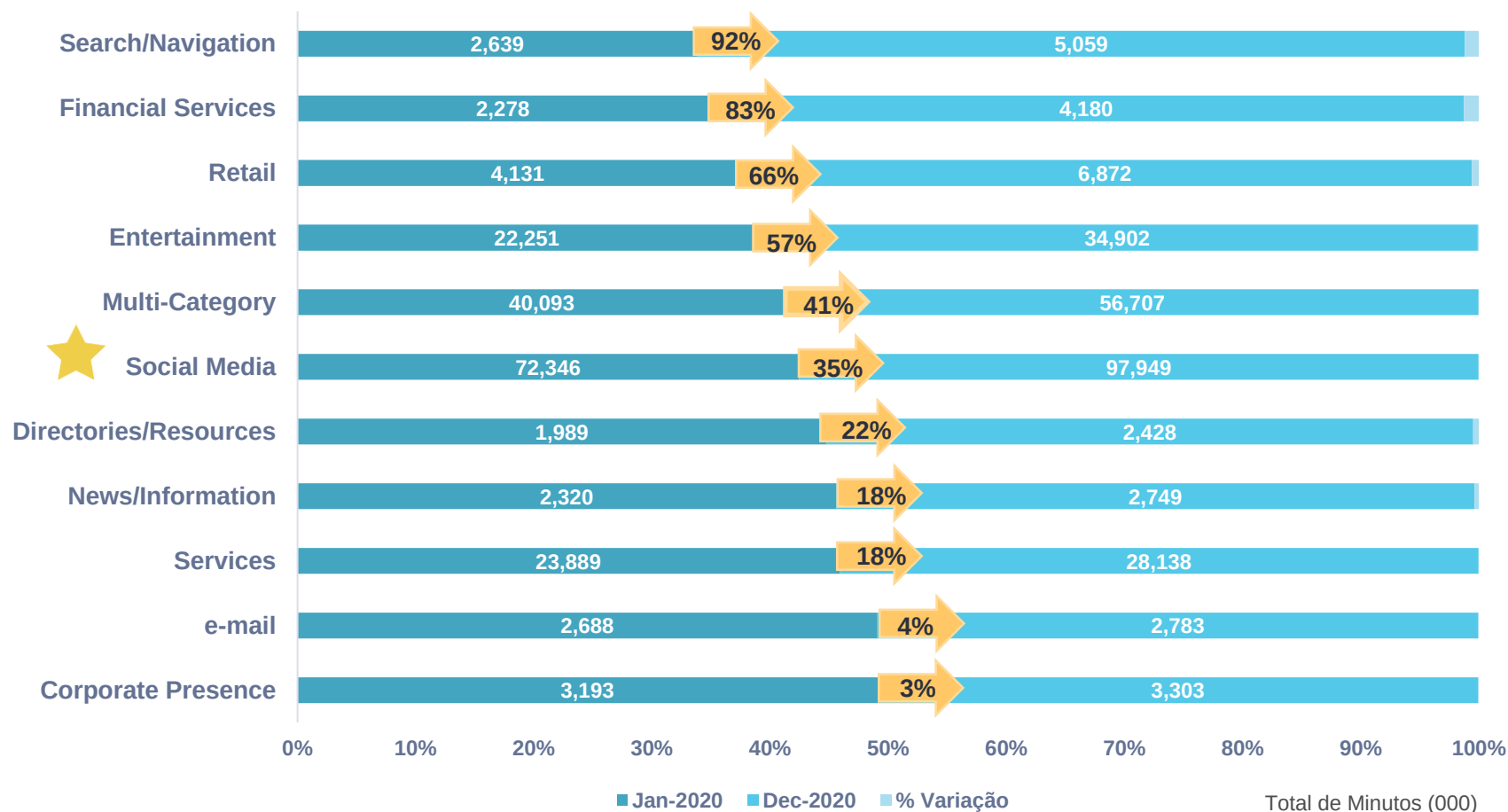
2020 apresentou maior concentração de usuários da geração **Baby Boomers**

Maior acesso continua entre os adultos com mais de 45 anos

Evolução de usuários únicos por idade - UV's (000)



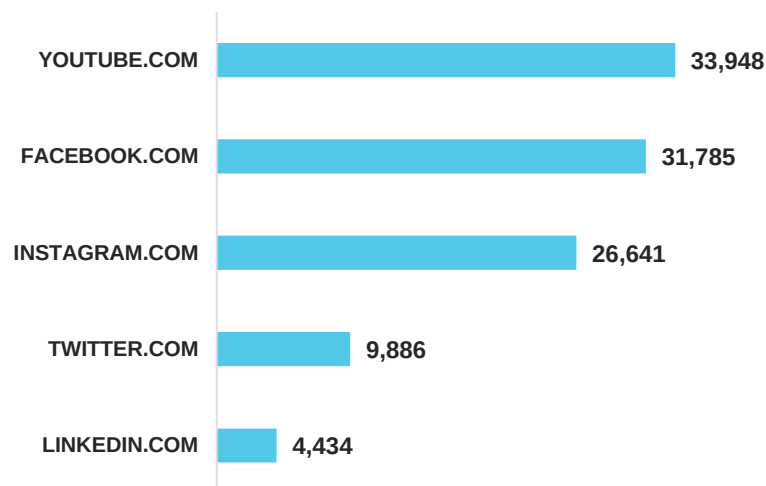
Assuntos de maior interesse entre os mais experientes



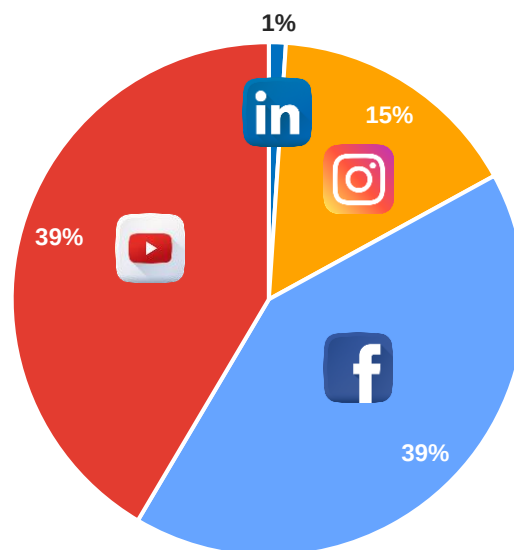
Apesar de **Social Media** seguir sendo a categoria com maior volume de internautas com **45+** anos, esse público também engajou com outras categorias, como por exemplo **Search/Navigation e Financial/Services**.

Qual o consumo nas redes sociais entre os 45+ anos?

Total de Usuários Únicos (000)



Minutos Consumidos



Sobreposição

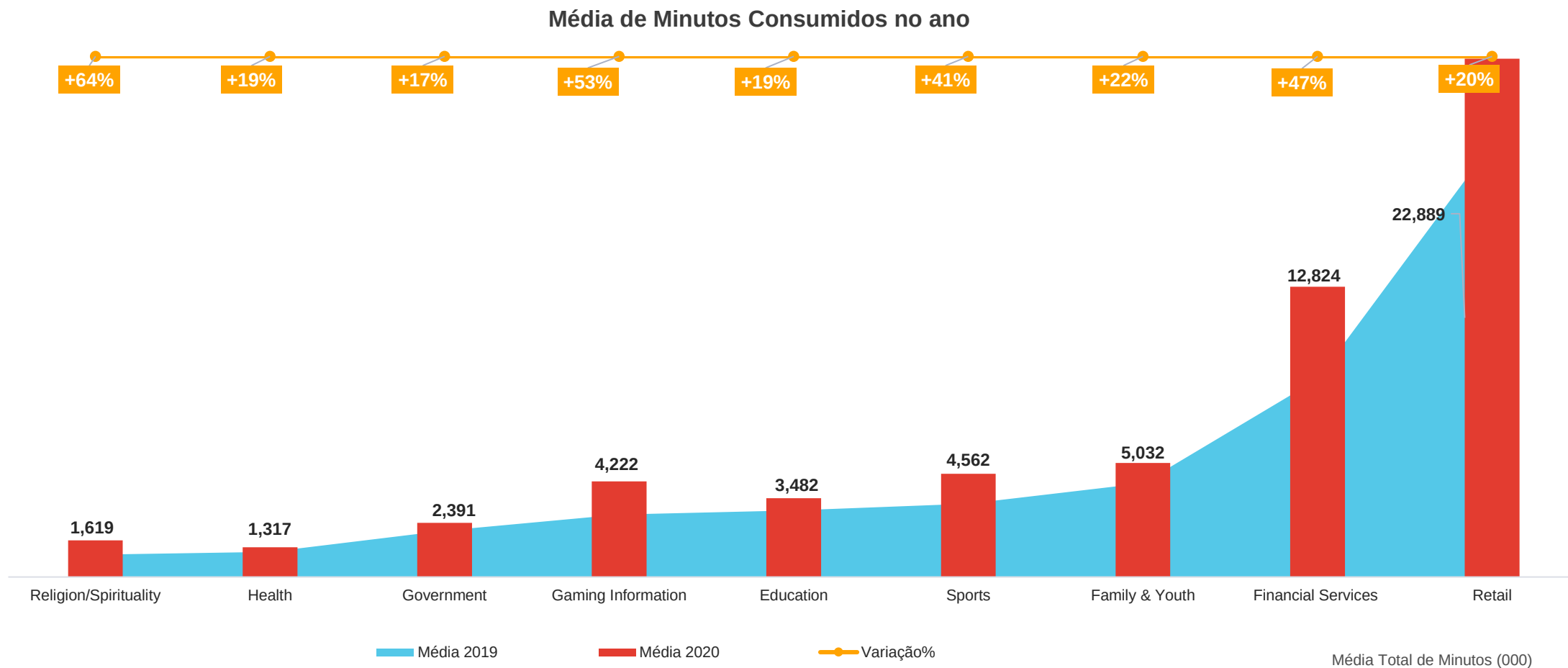
34 milhões UVs
acessaram pelo menos uma
vez a todas as redes sociais*



**Youtube e
Facebook
tiveram a maior
sobreposição
entre os 45+**

E quais foram os segmentos mais acessados?

DURANTE O ANO DE 2020 ALGUMAS CATEGORIAS TIVERAM ENGAJAMENTO SUPERIOR À MÉDIA DO ANO ANTERIOR.



Desafios e Oportunidades: Segmentos em destaque

McDonald's inaugura unidade no Minecraft e The Sims



Usuários têm acesso a unidade ou objetos para construir sua própria loja e histórias (Crédito: Divulgação/McDonald's)



Super Fan, super herói criado pela marca que apareceu na CCXP Worlds 2020

Fanta consolida conexão com o universo geek

Pedro Abbondanza, diretor de marketing da marca, faz um balanço dos investimentos no **mundo dos games** e da cultura pop

Santander é novo patrocinador da Liga Brasileira de Free Fire

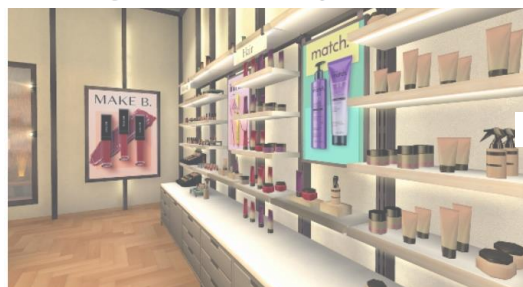
Parceria, viabilizada pela eBrainz, marca a estreia do banco no **universo gamers** e oferecerá incentivos aos clientes e aos fãs do game



Com a parceria, Santander oferecerá benefícios aos fãs do game (crédito: divulgação)

O Boticário estreia no mundo gamer com ações no Avakin Life

Em parceria com a AlmapBBDO e a BBL, a marca aposta na proximidade com o **consumidor gamer**, com diversas atividades e produtos em ambientes virtuais



Loja do Boticário no game servirá como ponto de resgate de recompensas (crédito: divulgação/O Boticário)



Não apenas os minutos acessados foram maiores considerando **GAMING INFORMATION**.

O segmento cresce cada vez mais, assim como as oportunidades de negócio. Entre janeiro e dezembro de 2020 a subcategoria teve aumento de **25%** considerando **Total Views**.

Termômetro

Top Categorias

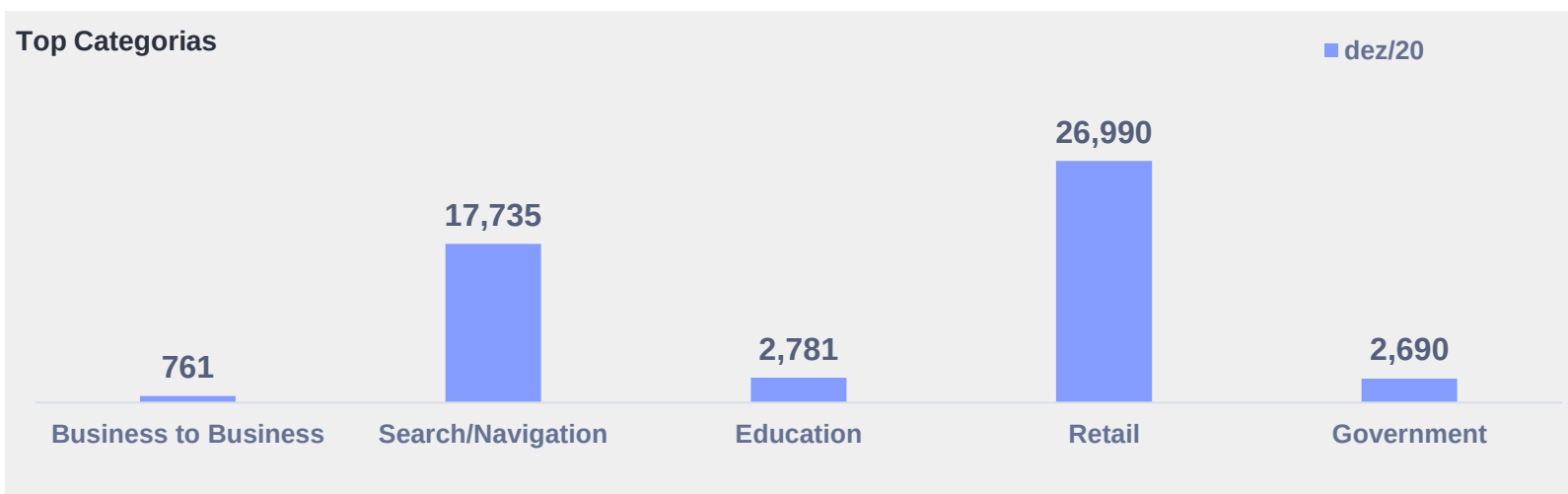
Entre as categorias que os usuários estão consumindo mais tempo, destaque para **Search/Navigation** que obteve um aumento de **99%**, influenciado pela busca incessante de informações em um ano pandêmico.

Outro ponto de atenção é o crescimento de **54%** do segmento de **Retail**, comprovando a mudança do comportamento do consumidor do físico para o digital.

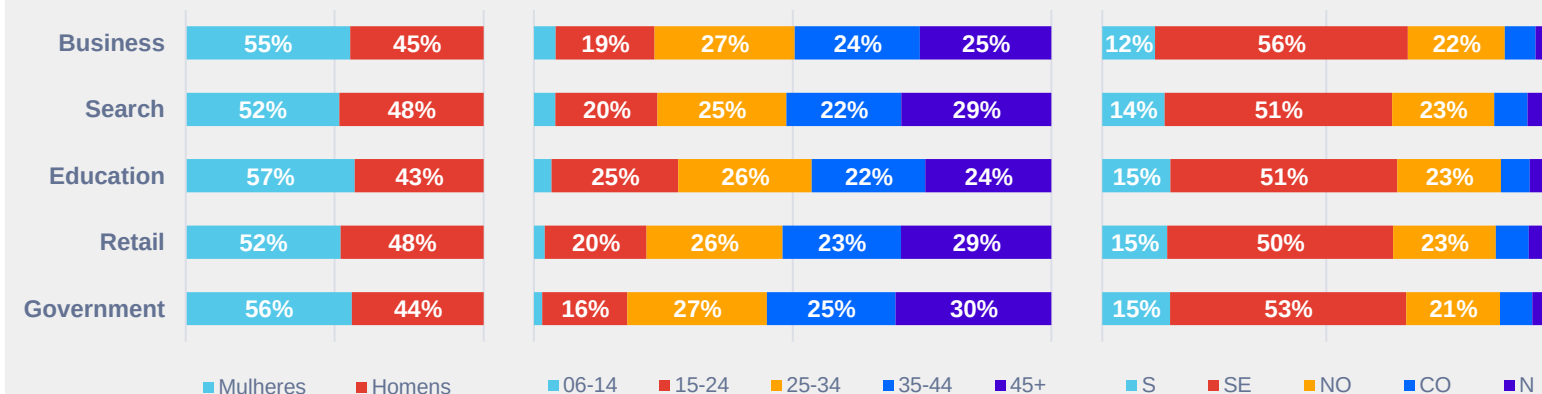


Total de minutos

Top Categorias



Perfil demográfico das categorias que apresentaram as maiores variações positivas no consumo



Desafios e Oportunidades: Segmentos em destaque

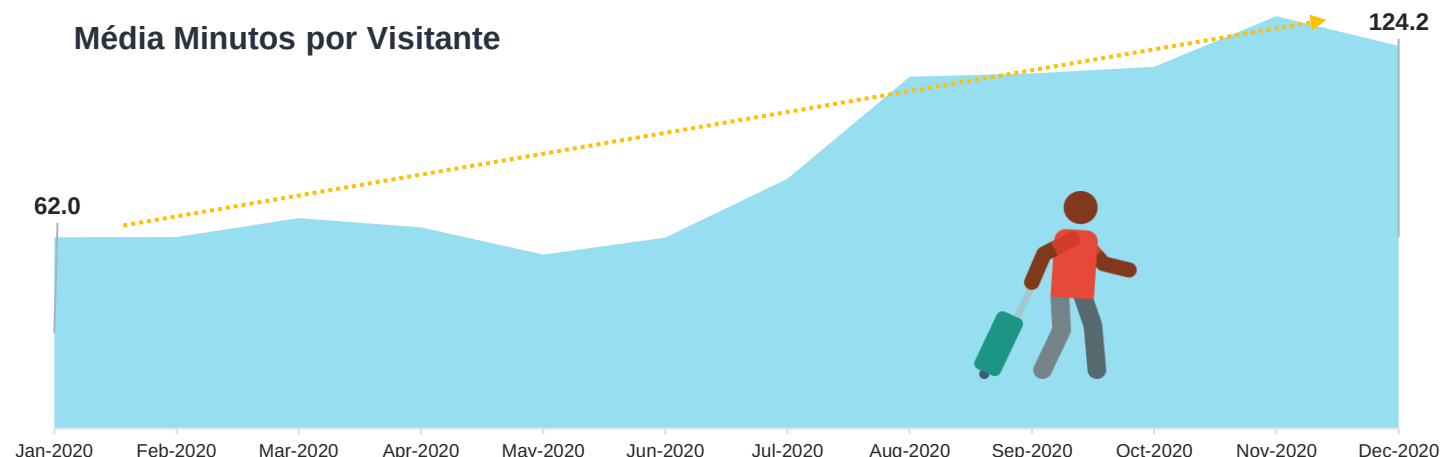
Média Anual de Minutos Consumidos (em milhões)

	2019	2020	Var%
Travel	5.319	5.943	12%
Ground/Cruise	758	1.674	121%
Online Travel Agents	400	268	-33%
Travel - Information	145	85	-41%
Hotel/Resort & Home Sharing	153	134	-12%
Airlines	144	100	-31%

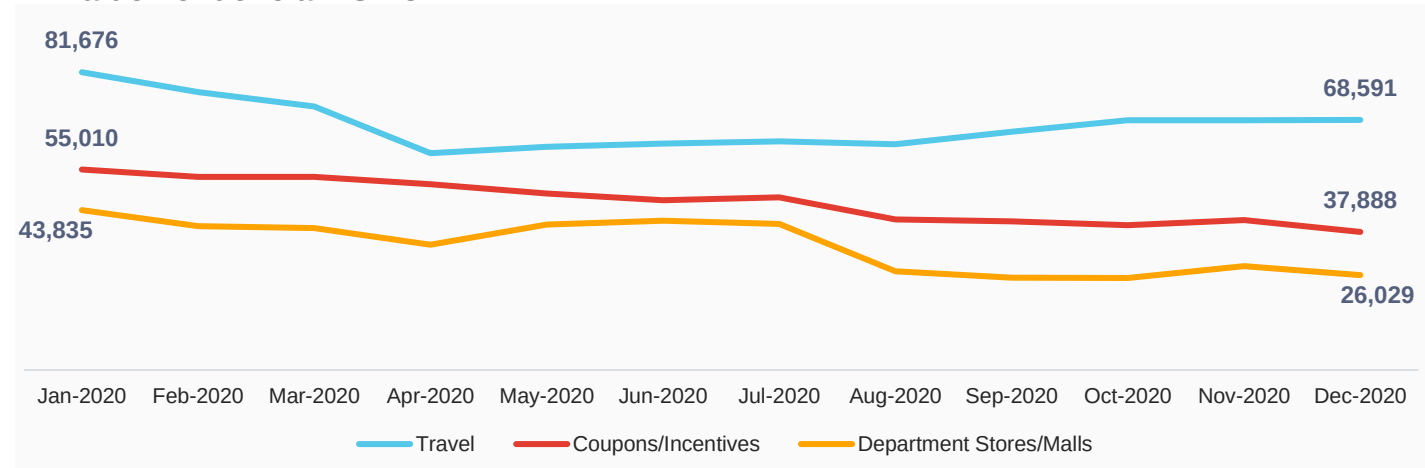
Apesar do segmento de viagens ter sido afetado durante o ano de 2020 por conta da pandemia, a categoria **Travel** teve **aumento de 12%** se comparada à média do ano anterior.

Desafios e Oportunidades: Segmentos em destaque

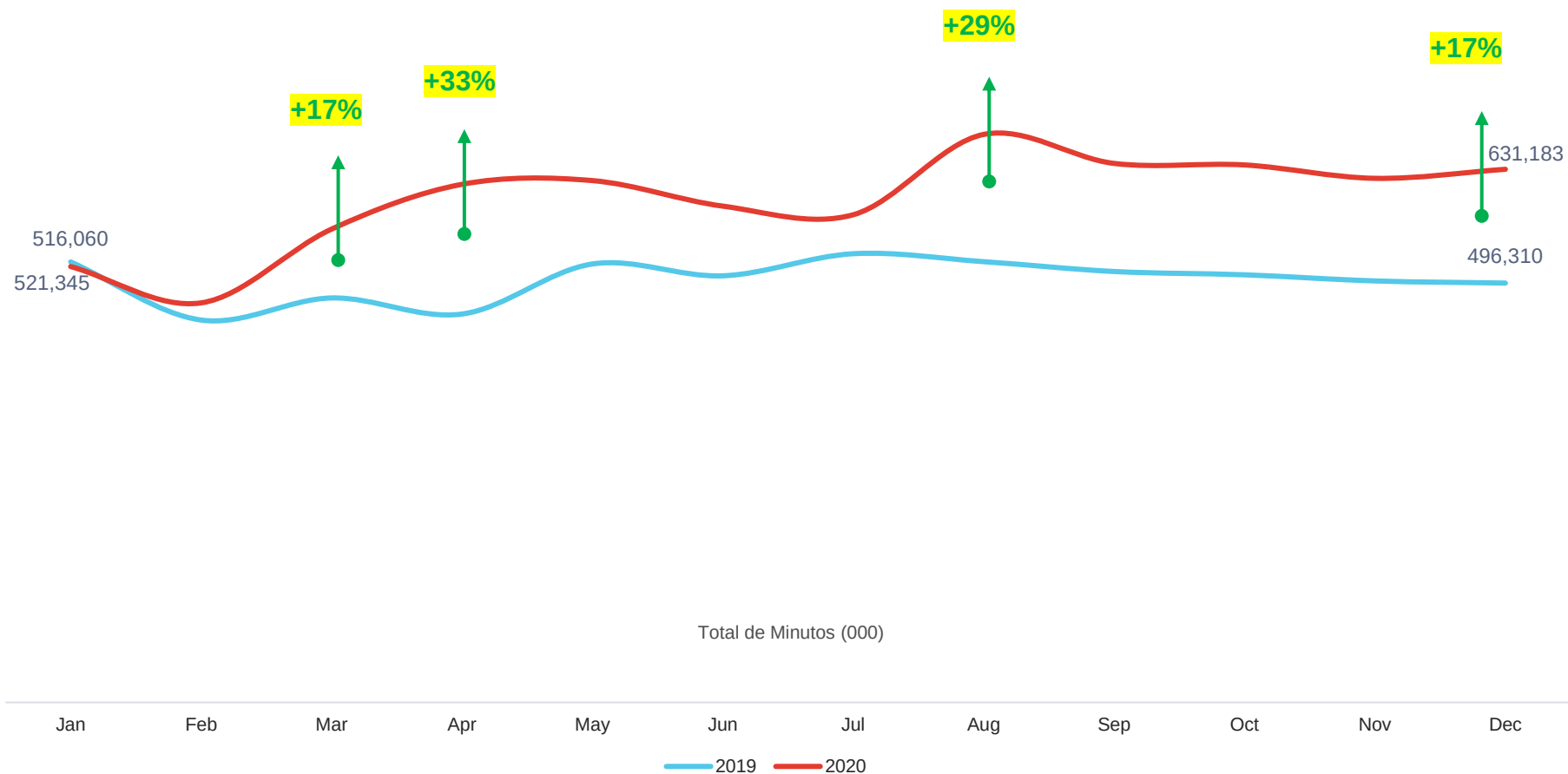
Após o primeiro alargamento da quarentena, as pessoas voltaram a procurar por assuntos relacionados a categoria **Travel**, que teve picos em novembro e dezembro, estimulada também pelos feriados de fim de ano.



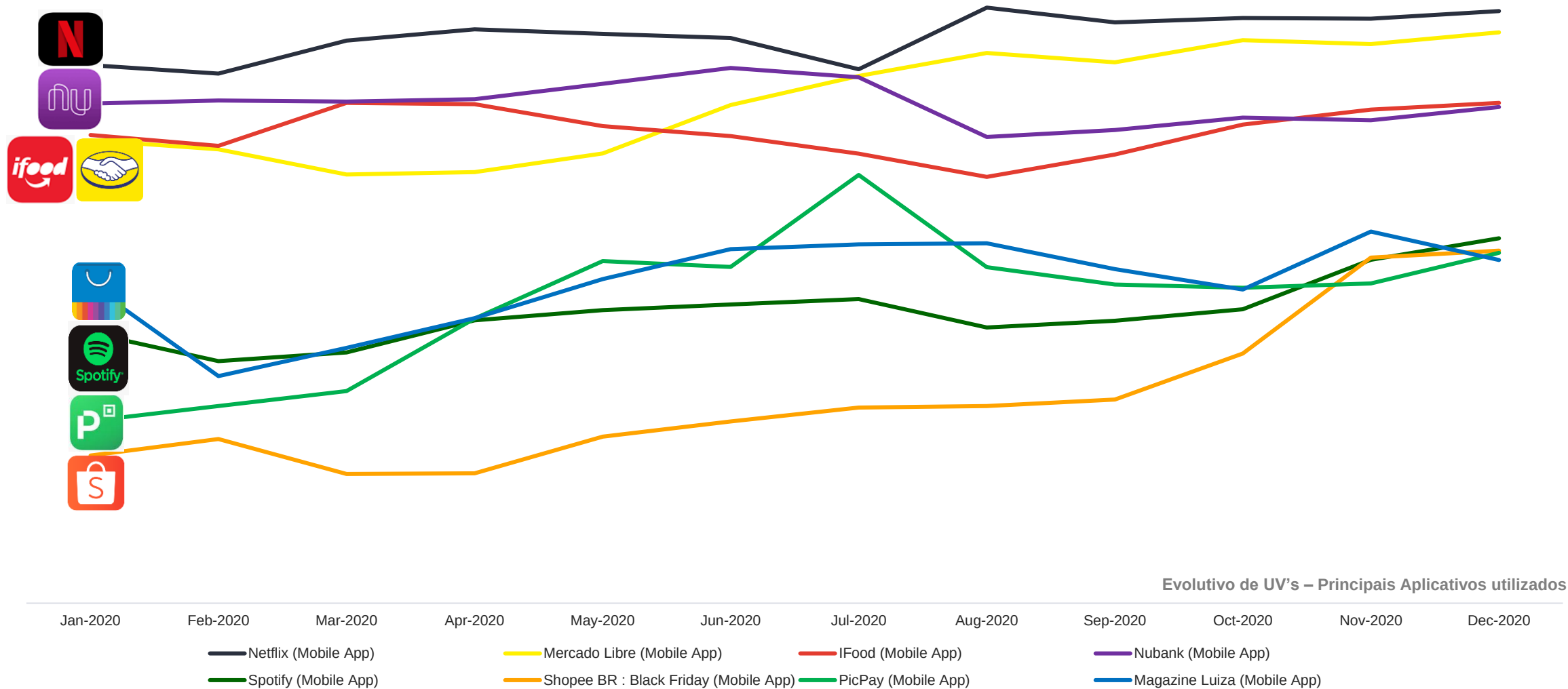
Linha de Tendência – UV's



Consumo de aplicativos móveis segue em ascensão



Quais foram os aplicativos móveis em destaque?



O comportamento nas **Redes Sociais** através dos aplicativos móveis

Varição entre
Jan20xDez20

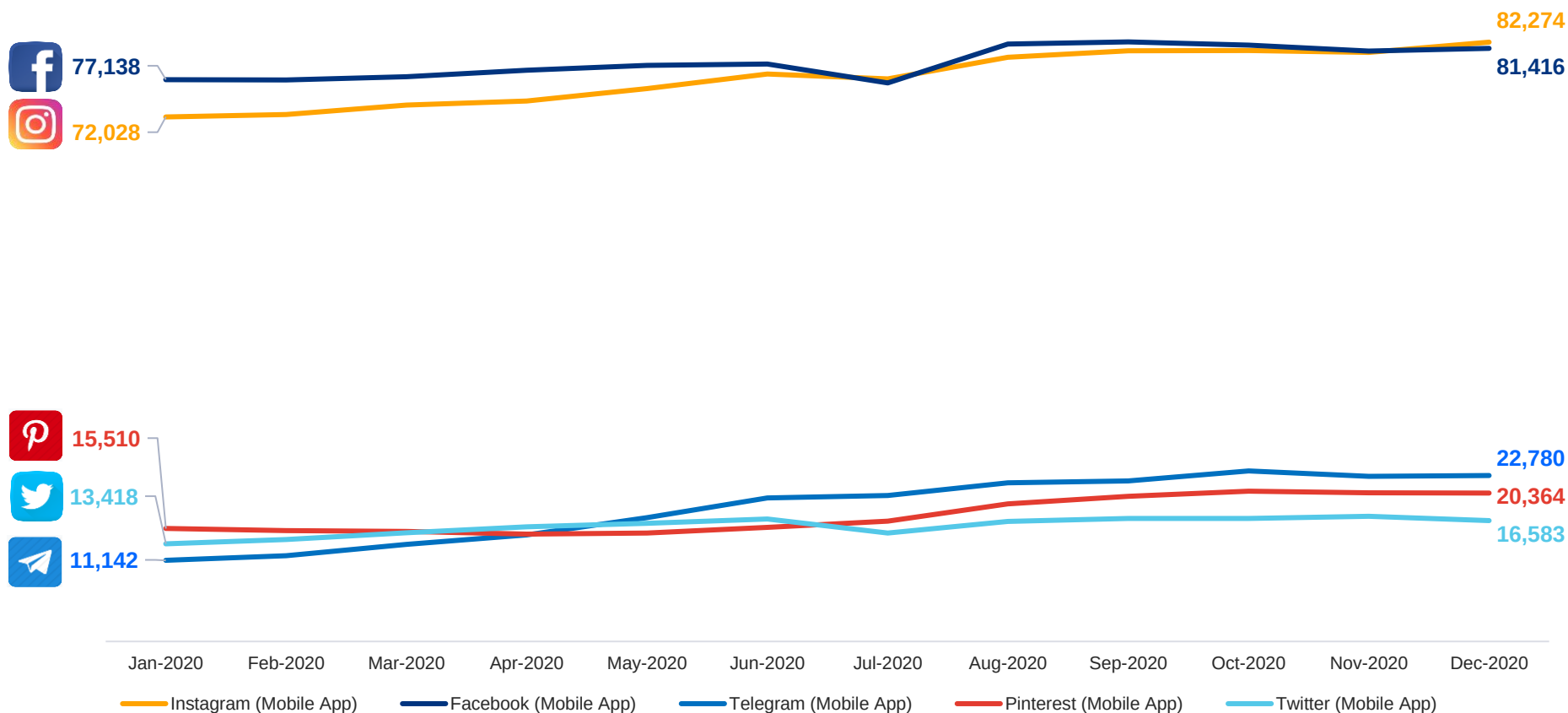
+6%

+14%

+31%

+26%

+104%



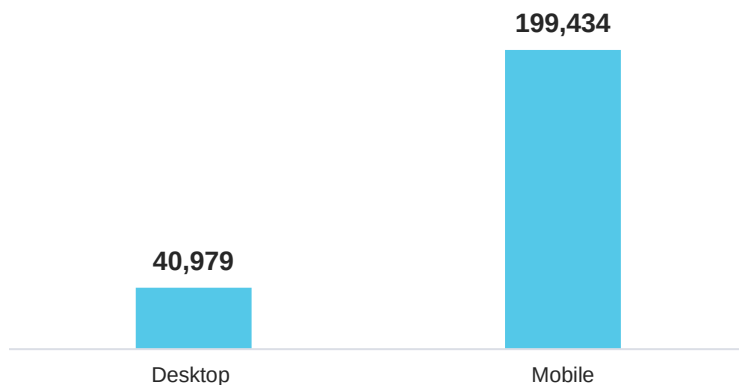
Aumento no consumo de vídeo **multiplataforma**

Apesar dos shares de Desktop e Mobile permanecerem os mesmos, os brasileiros consumiram

240 Bilhões de minutos

em dezembro 2020, obtendo um incremento de 17% em relação a 2019.

Total Minutos (MM) 2020



TOP 15 – Canais do Youtube

BroadbandTV @ YouTube
ONErpm @ YouTube
SonyBMG @ YouTube
UMG @ YouTube
VEVO @ YouTube
Warner Music @ YouTube
The Orchard @ YouTube
Som Livre @ YouTube
Believe @ YouTube
ZEFR @ YouTube

Impacto no **consumo e comportamento** em um ano atípico

O número de pessoas que declaram estar **divorciadas** aumentou em **43%** entre março e agosto de 2020

Cresceu em **13% o consumo de bebidas alcóolicas** segundo os respondentes, em agosto de 2020.

O **consumo de vinhos** aumentou **30%**, enquanto cigarros avançou 29%.

19% das pessoas declaram consumir **fast food** com maior frequência, em agosto de 2020.

18% declararam que gostariam de **guardar dinheiro** mas não conseguem, também em agosto de 2020.

Benchmark Global

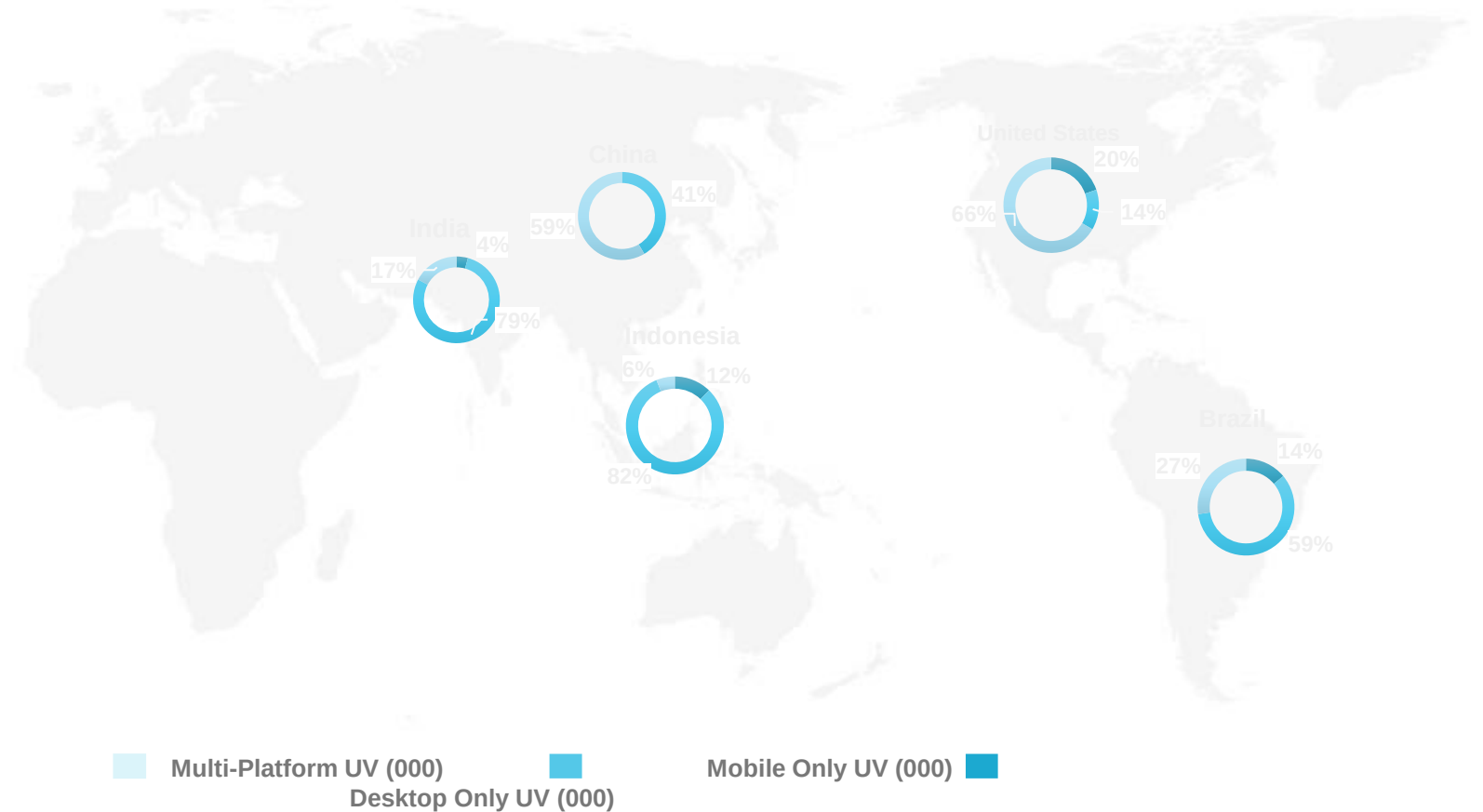


Qual o tamanho da população digital no mundo?

O consumo multiplataforma é maior na China e Estados Unidos, enquanto Índia, Indonésia e **Brasil** se destacam no **consumo exclusivo mobile**

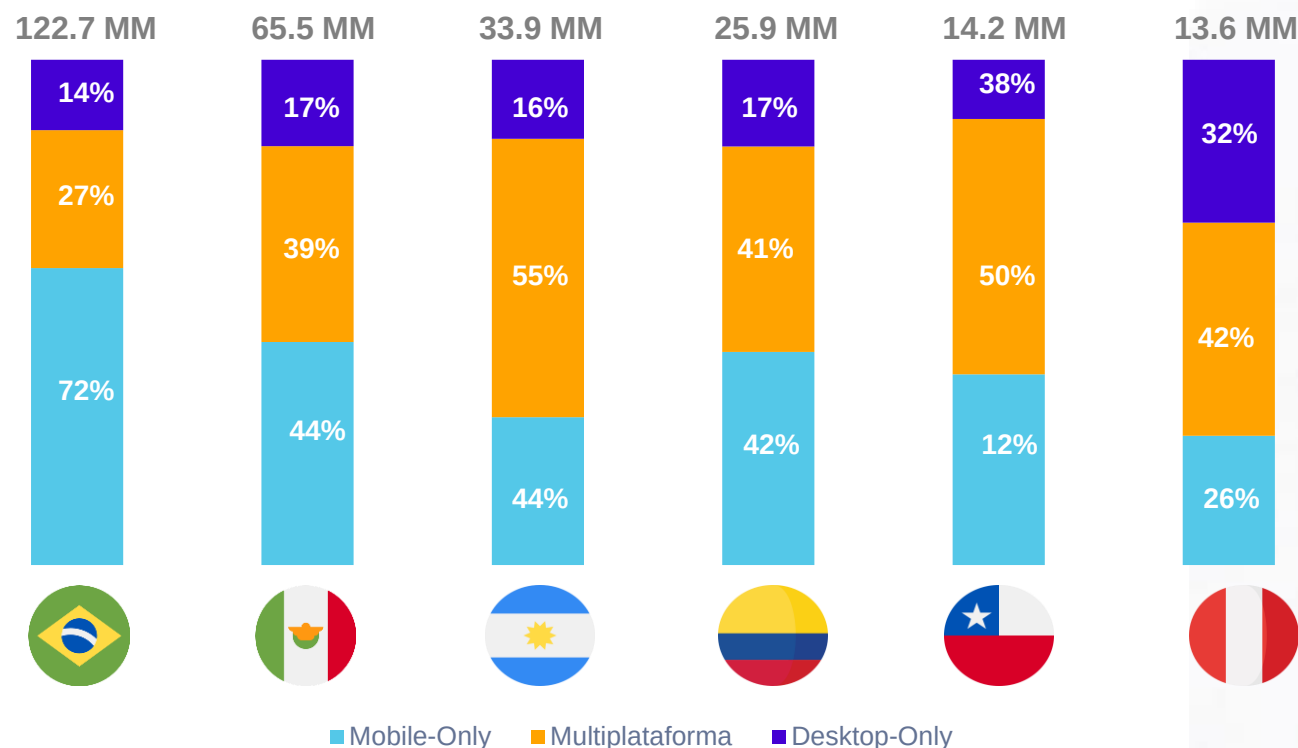
Total Unique Visitors/Viewers

China	901.136,448
India	467.914,923
United States	272.850,009
Brazil	122.727,981
Indonesia	122.249,629
Japan	88.705,678
Mexico	67.516,191
Germany	62.689,991
Vietnam	55.375,126
France	51.315,765
United Kingdom	50.938,292
Italy	40.603,009
Spain	34.972,749
Argentina	33.900,424
Canada	31.827,859
Colombia	25.985,737
Australia	20.024,790
Malaysia	19.891,973
Taiwan	17.535,688
Chile	14.256,425



LATAM: Somos **destaque** em **audiência exclusiva móvel** seguido de México e Colômbia

Porcentagem da audiência digital por tipo de plataforma

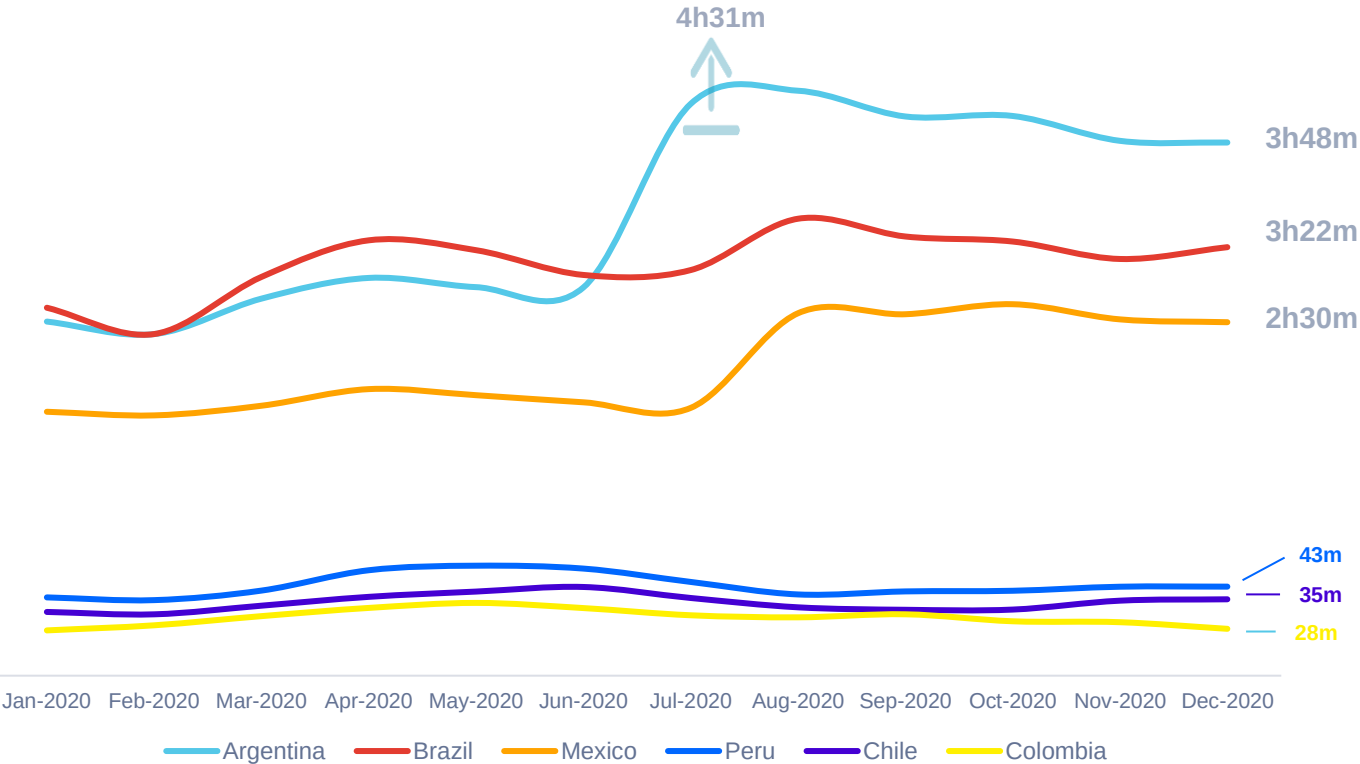


Multiplatforma

Já os internautas argentinos, chilenos e peruanos se destacam pelo consumo em múltiplas plataformas

Na América Latina, foram os internautas **argentinos** que passaram mais horas por dia na internet

Média anual de horas diária por visitante



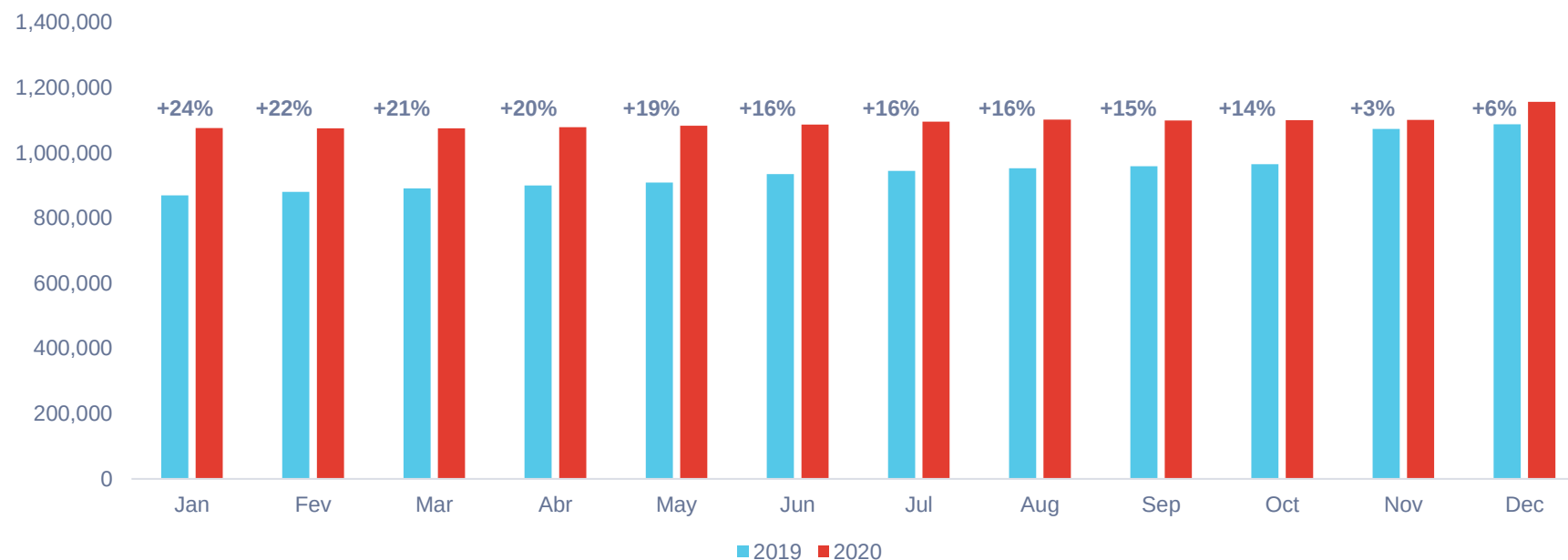
Em julho de 2020, mês em que a Argentina endureceu o confinamento, a média foi de 4h31 minutos por dia na internet.



O **aumento** no consumo exclusivo mobile foi tendência mundial em 2020

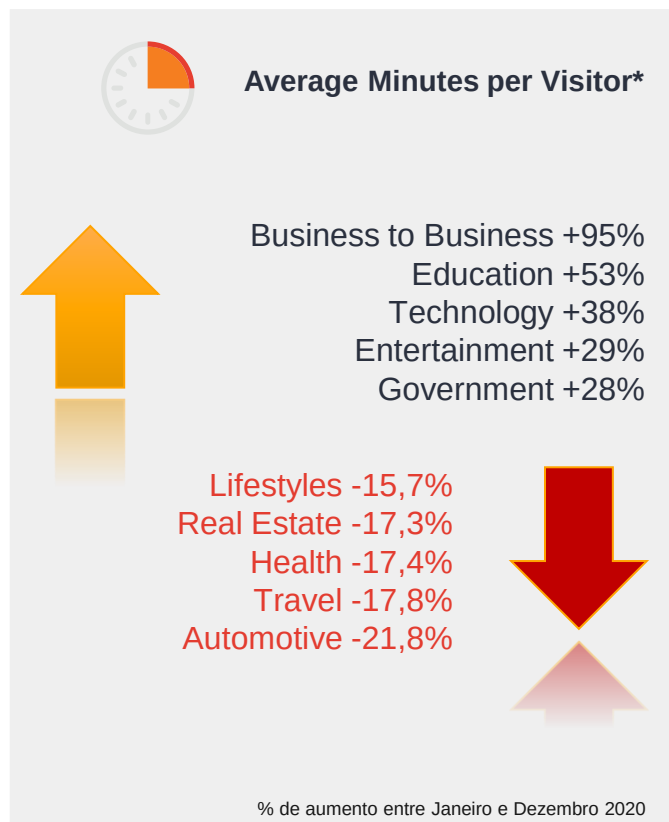


Mobile Only - UV (000)
Worldwide*



*United States, Canada, Argentina, Australia, Brazil, Chile, China, Colombia, Finland, France, Germany, Hong Kong, India, Indonesia, Ireland, Italy, Japan, Malaysia, Mexico, Norway, Singapore, Spain, Taiwan, United Kingdom and Vietnam.

Segmentos e aplicativos que foram destaque em 2020



Internautas passaram mais tempo consumindo categorias relacionadas a **Negócios, Tecnologia e Governo**. Também foi destaque o aumento na categoria de **Educação e Entretenimento**, impulsionados pela pandemia

Entre os aplicativos, apps de videoconferência, compras, mensagens instantâneas e entretenimento foram os que ganharam mais usuários

	Total Unique Visitors (000) Jan-2020	Total Unique Visitors (000) Dez-2020	%Change
	6.060	149.535	2.368%
	196.193	473.764	141%
	158.107	256.315	62%
	153.708	232.189	51%
	165.811	206.746	25%

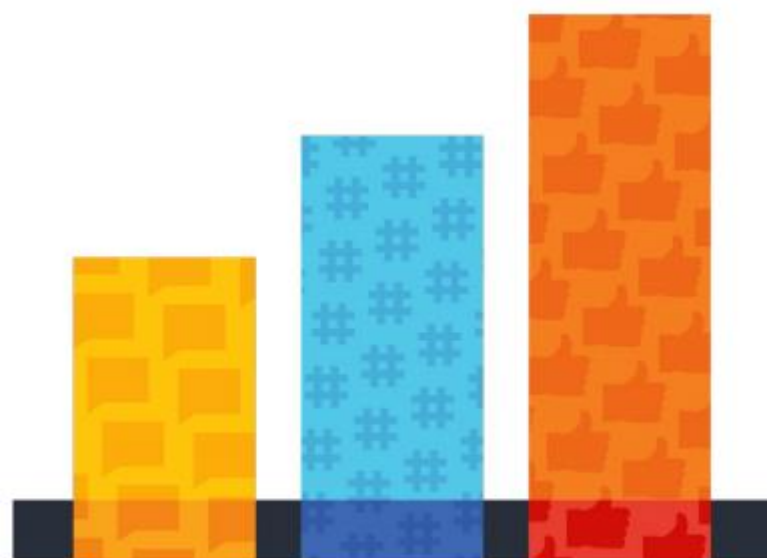
[M] Zoom Cloud Meetings (Mobile App), [S] Amazon Mobile (Mobile App), [M] Telegram (Mobile App), [C] Netflix (Mobile App)

Performance das Redes Sociais em 2020



Consumo das Redes Sociais no Brasil em 2020

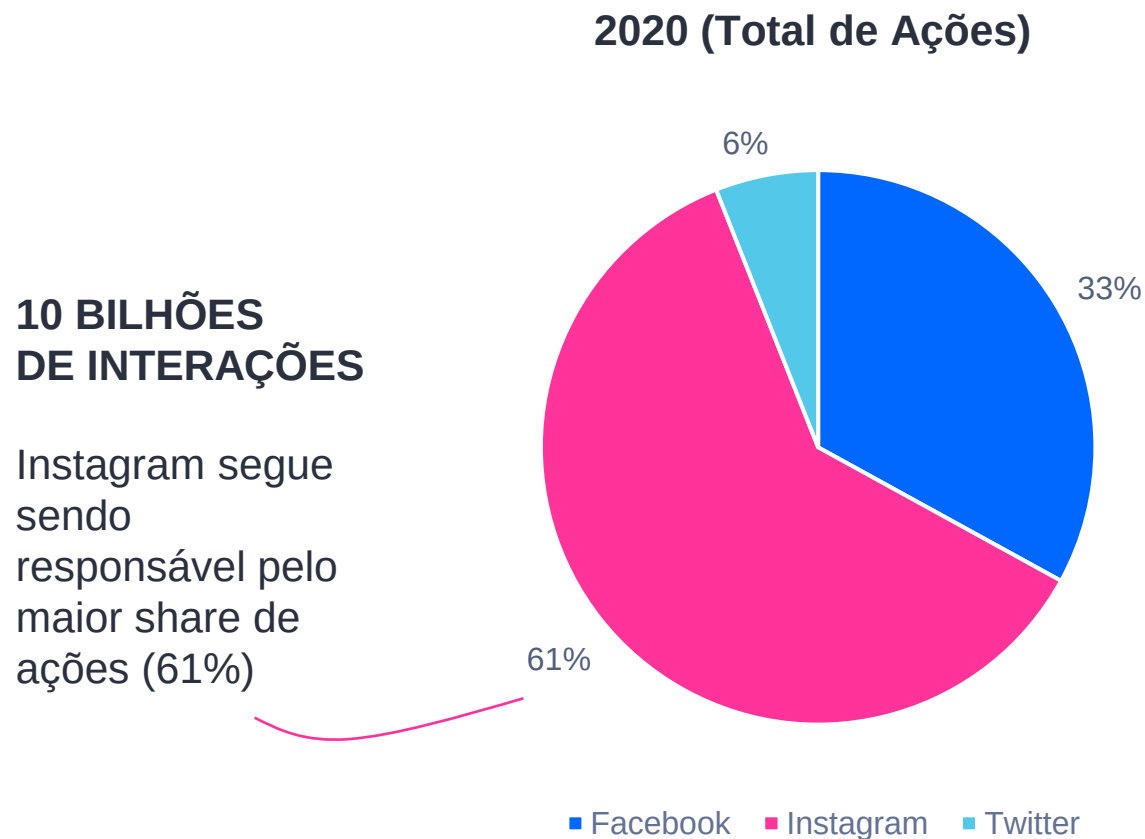
O QUE EQUIVALE A 27,5 MILHÕES DE INTERAÇÕES DIÁRIAS DURANTE 2020



Comscore Social

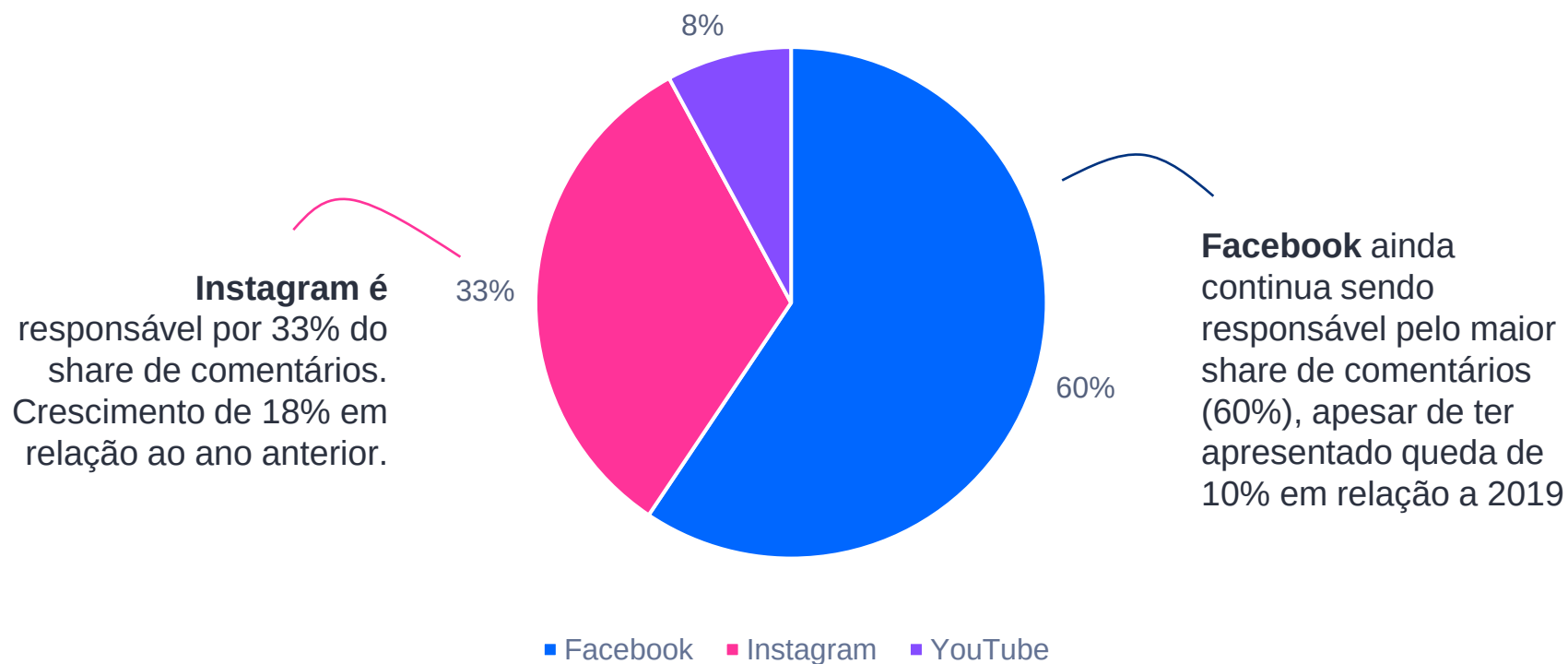
10 bilhões de interações geradas a partir de mais de **8 milhões** de publicações no Facebook, Twitter e Instagram

O engajamento de marcas e publishers cresceu 17% em 2020

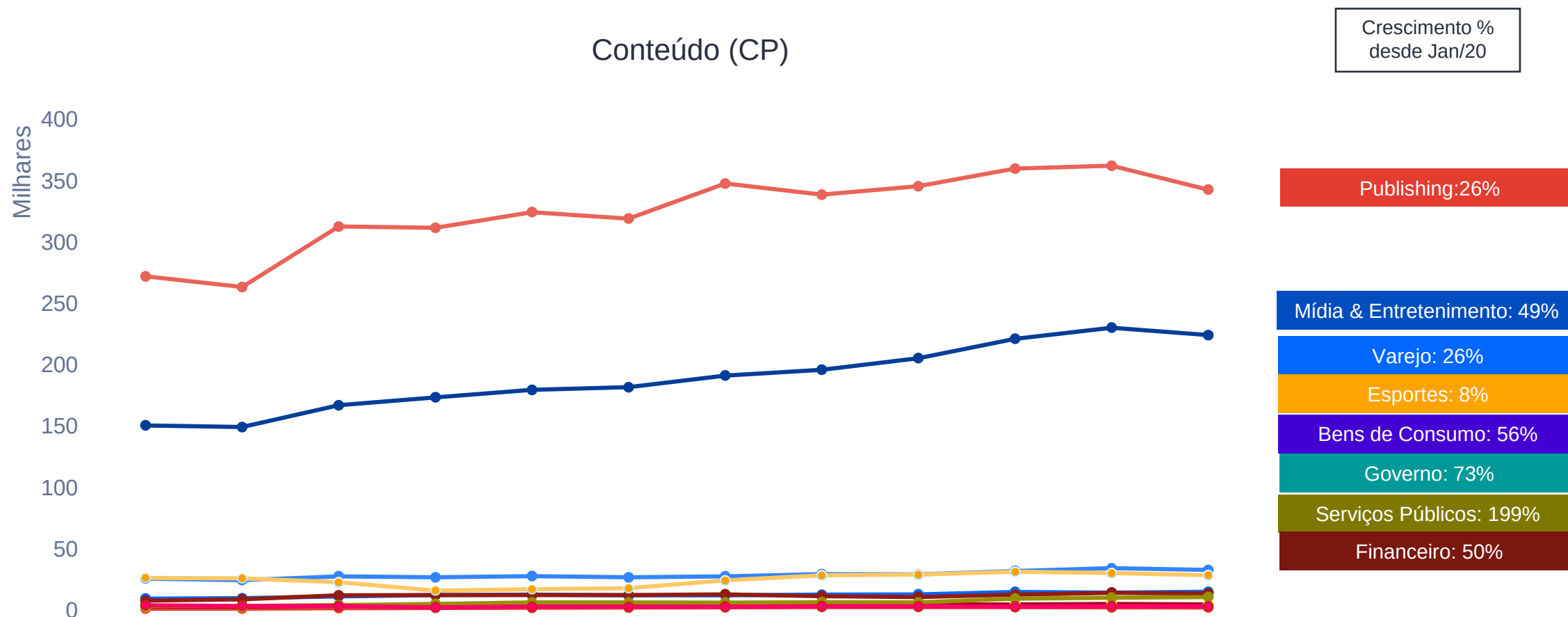


E gerando mais conversas nas redes, foram mais de 455 milhões de comentários

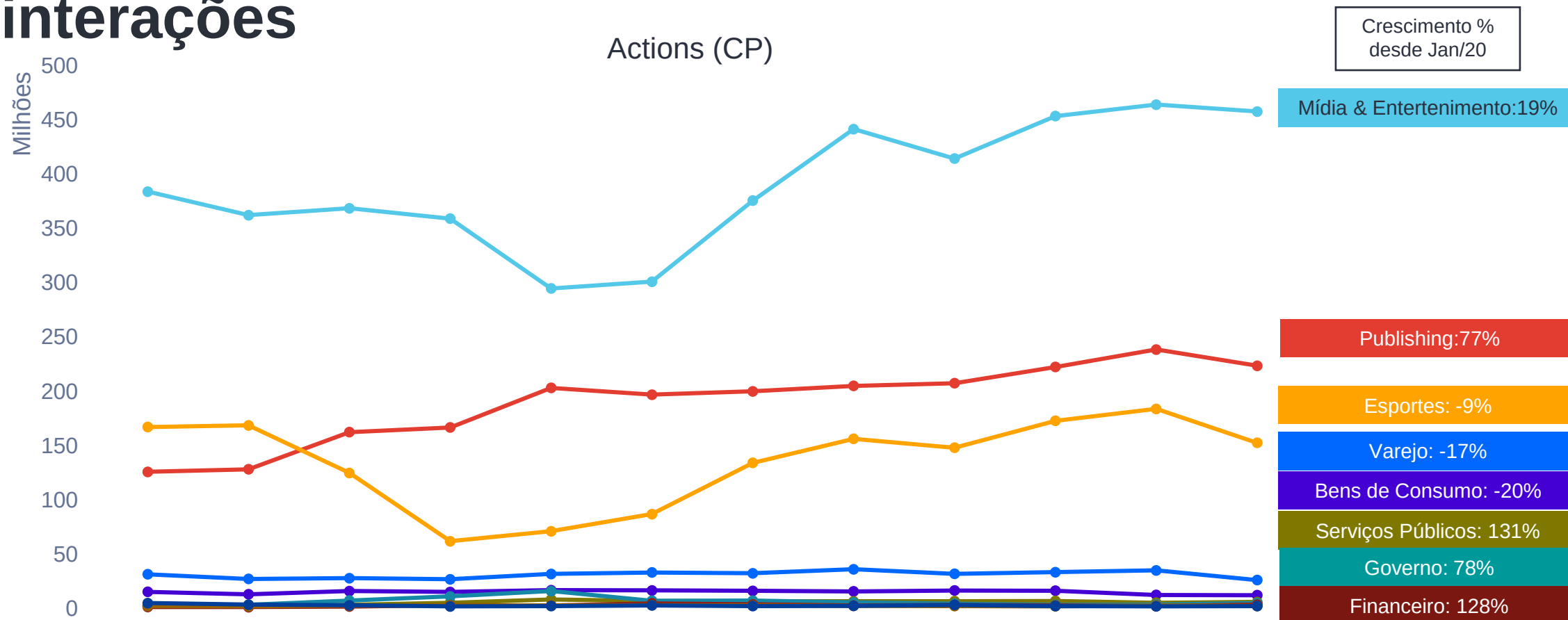
Share de Comentários por plataforma - 2020



Mídia & Entretenimento, Publishing e Financeiro foram categorias que investiram em conteúdo durante 2020

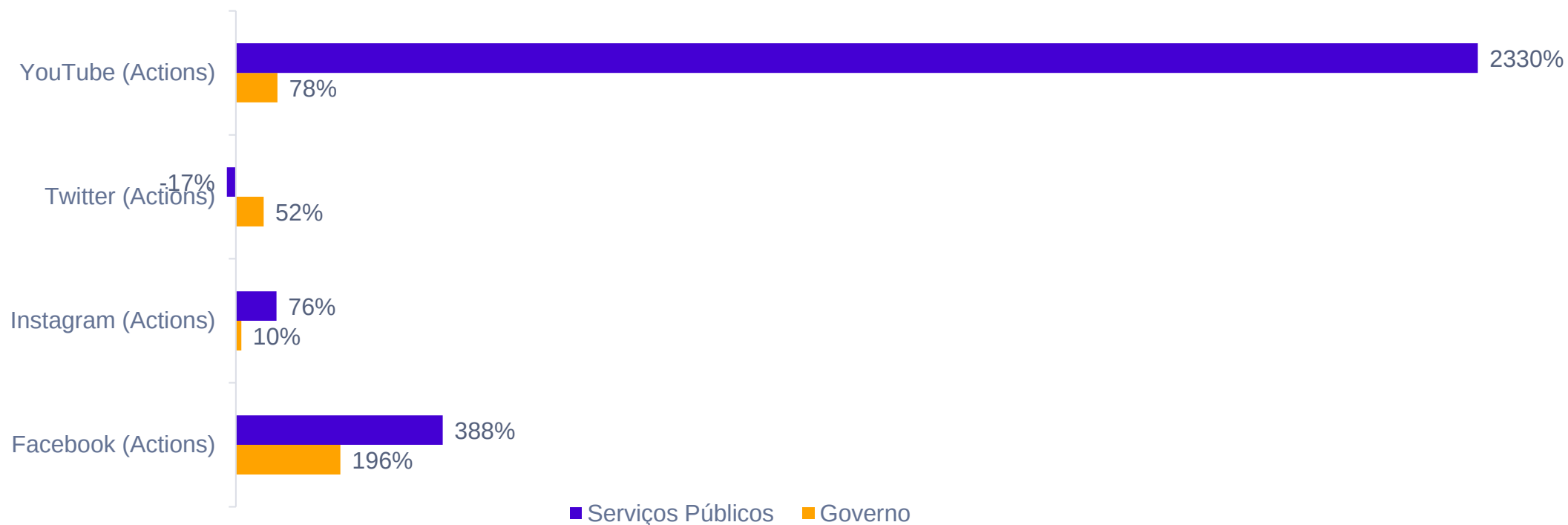


Mídia & Entretenimento, Publishing, Financeiro terminaram 2020 com um aumento no volume de interações

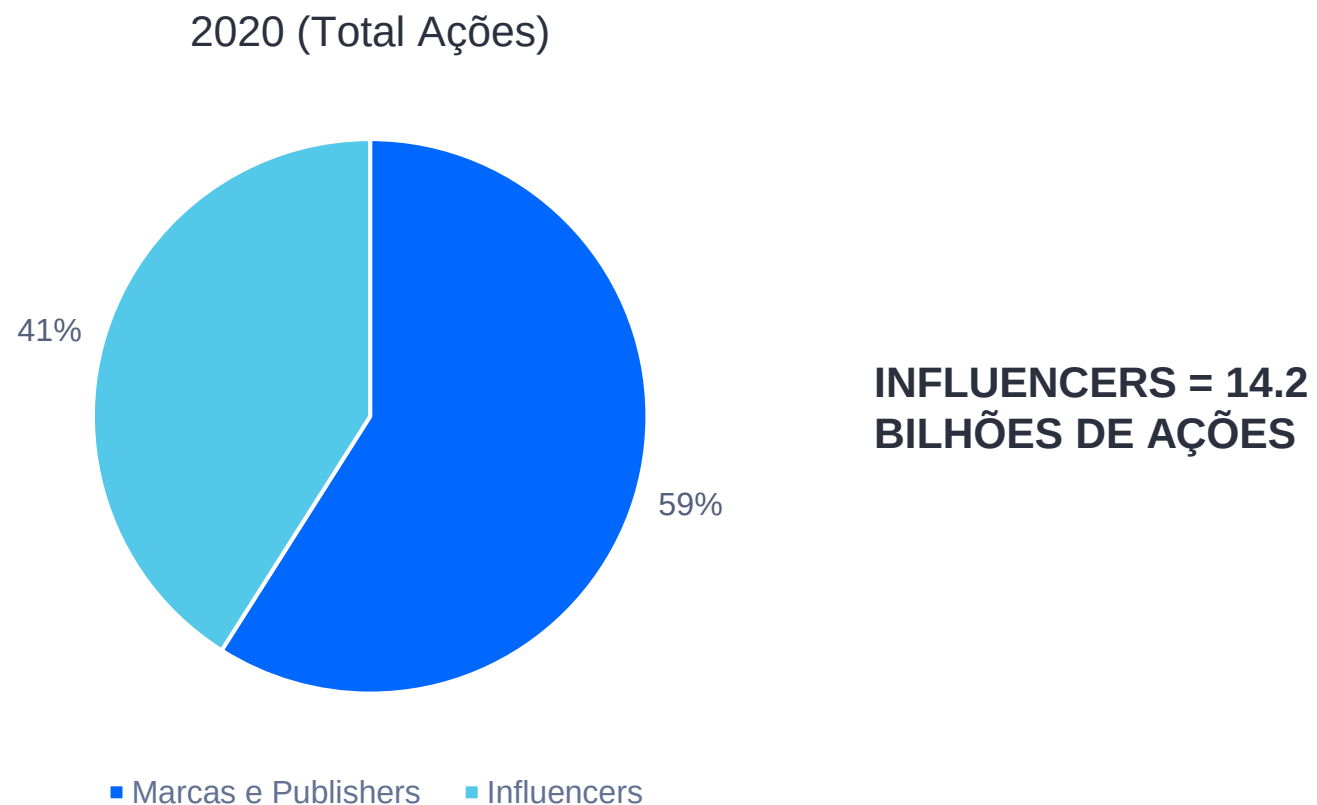


Notícias e Governo tiveram um crescimento expressivo no engajamento em quase todas as plataformas

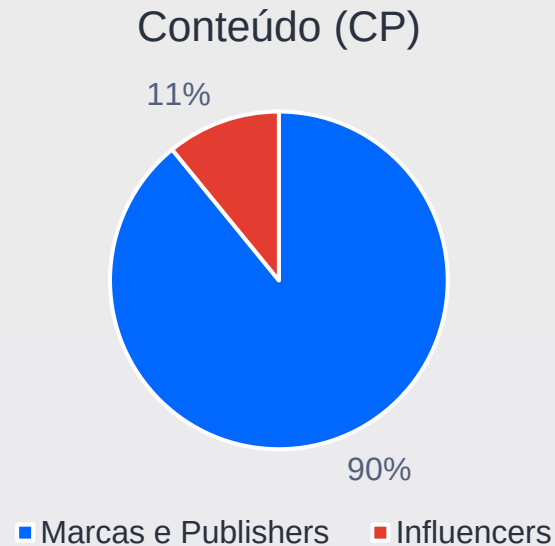
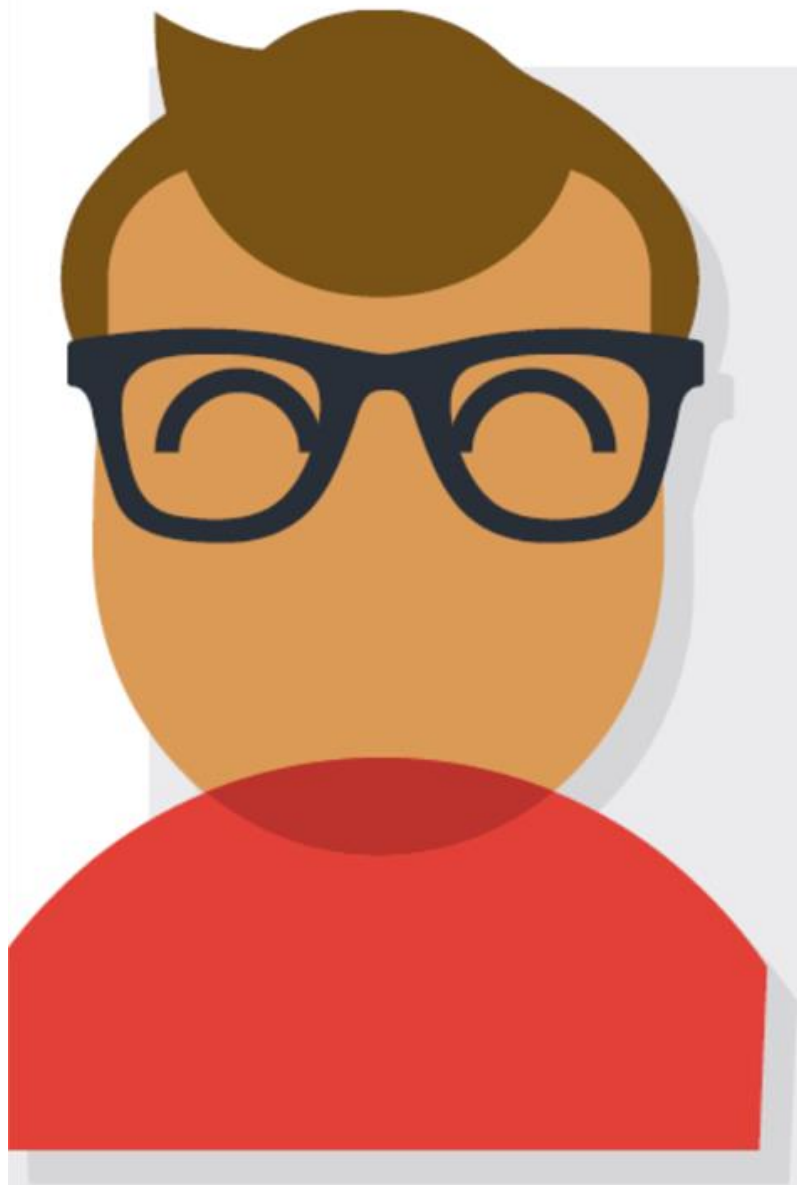
2020 vs 2019



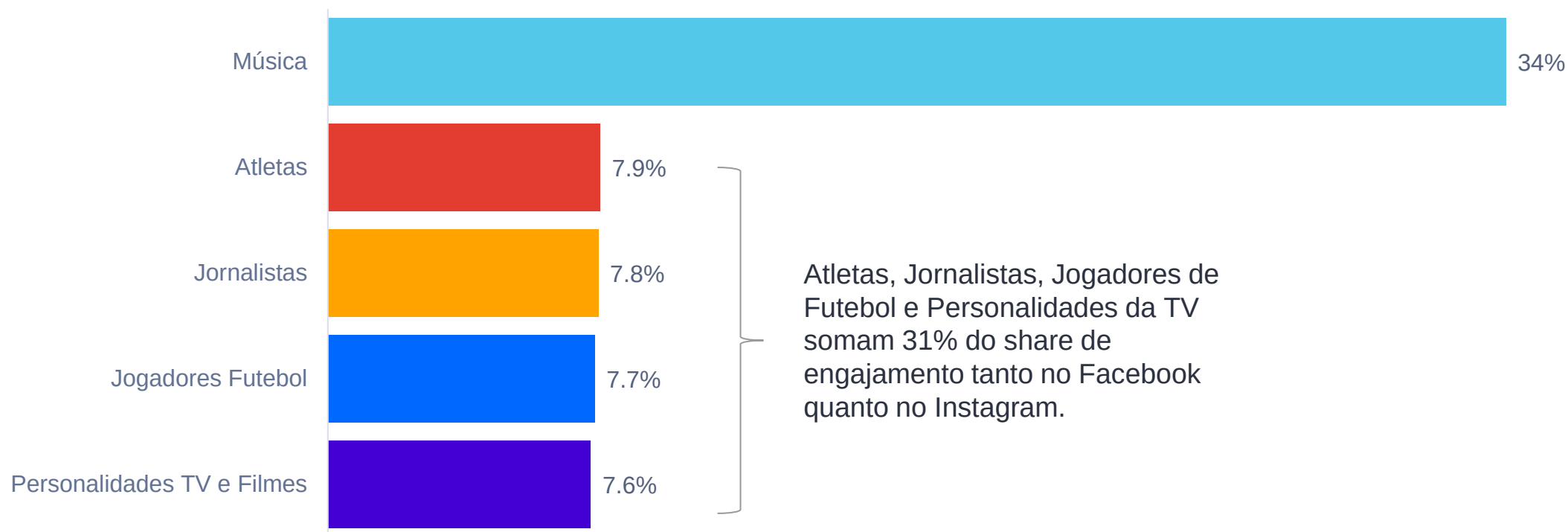
Influencers já respondem por quase 60% do total de engajamento em 2020



Conteúdos publicados pelos influenciadores representam apenas 10% do total



Os influenciadores da categoria de Música são responsáveis por mais de 1/3 do share de engajamento



Highlights

- Os brasileiros possuem um perfil majoritariamente móvel em comparação com outros mercados
- Em 2020 o tempo gasto na internet aumentou em 13%, versus 2019
- A categoria do ano foi entretenimento
- Aplicativos de música, compras e/ou pagamentos online e delivery estiveram em alta
- Os usuários estiveram mais engajados nas plataformas sociais e interagiram muito mais

The background features a solid red field on the left. On the right, there are overlapping geometric shapes: a white trapezoid and a yellow rectangle, both tilted at an angle.

Q&A

Obrigado!

PRESS@COMSCORE.COM



comscore