

KANTAR IBOPE MEDIA

Data Stories

Sinta-se em casa. A redescoberta do lar.
Abril/2021

Nosso novo (velho) lar

No último ano, sem dúvidas ficamos muito mais em casa do que gostaríamos. Muitas pessoas continuaram trabalhando normalmente, outras mudaram o escritório para dentro do lar, mas para todas, as oportunidades de lazer fora de casa diminuíram consideravelmente.

Diante do cenário no qual tivemos que adaptar a nossa residência para escritório, restaurante, escola, barzinho e academia, muitas pessoas buscaram melhorar o ambiente e o conforto dentro da própria casa: um lar agradável proporciona conforto físico e mental.

Nesta nona edição do Data Stories trazemos um pouco sobre este aspecto da vida na pandemia.

Redecorando a vida em 4 paredes

Quase 8 a cada 10 usuários de internet afirmaram ficar mais em casa durante a pandemia. Por que não aproveitar o tempo para melhorar a vida nesse ambiente?



72%

dos usuários de Internet afirmaram que sempre buscam **novas ideias** para melhorar a casa



Investir em casa = investir em bem estar

Por necessidade ou por felicidade, fazer melhorias dentro do lar ganhou força em 2020.



42%

dos usuários de Internet aumentaram os gastos com melhorias para o lar, dos quais:

17%

aumentaram o investimento em equipamentos tecnológicos para o lar

15%

aumentaram os gastos com contratos de Internet

12%

aumentaram o investimento em equipamentos domésticos

12%

aumentaram os gastos com jardinagem/ faça você mesmo

Uma casa mais smart

Já vimos que as pessoas estão investindo mais no conforto dentro de casa e, essa casa tende a ficar mais inteligente



14%

dos usuários de Internet possuem **Smart Devices** ativados por voz (iluminação, alto falante, cortinas inteligentes, etc...)



E-commerce em construção

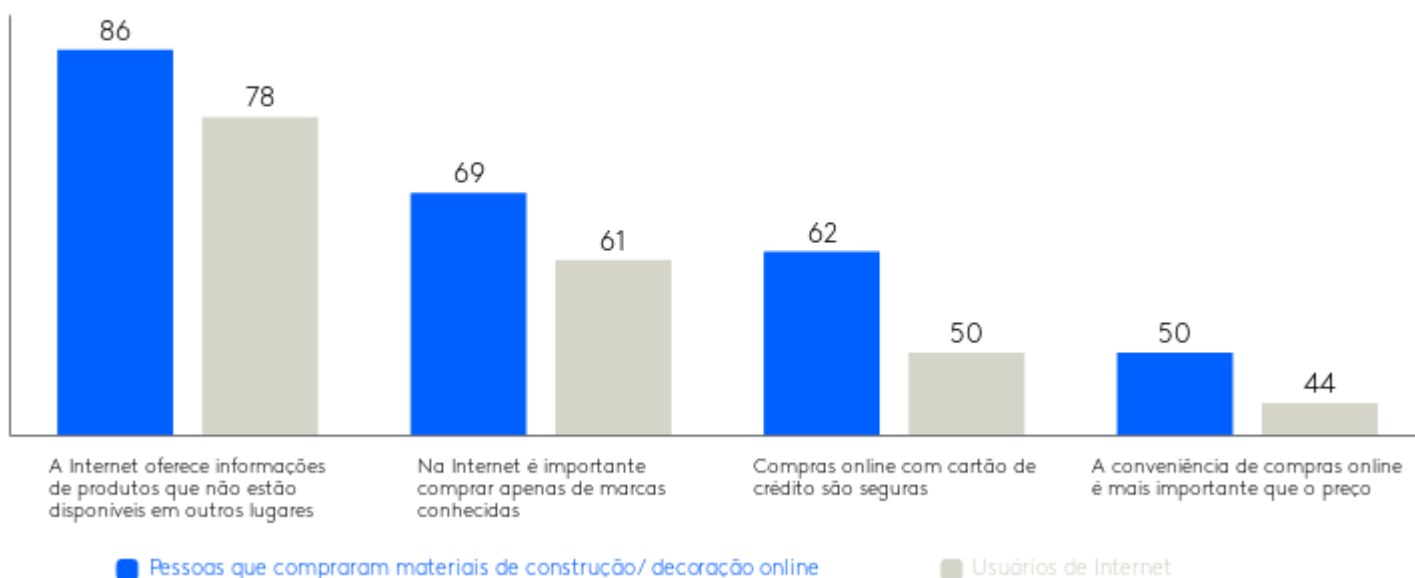
Por mais que lojas de material de construção sejam considerados serviços essenciais, a quantidade de pessoas que fizeram compras online aumentou 9% entre 2019 e 2020. Entre elas:

8% das pessoas que fizeram compras online, compraram material de construção e/ou decoração

O perfil de quem faz compras online de materiais de construção ou decoração indica que são pessoas mais confortáveis com o e-commerce do que a média dos outros usuários de Internet.

Opiniões sobre compras online

% no target que concordam



Construindo ou reformando a sua base de dados

Conheça o Cluster Analytics

Um dos principais desafios que os profissionais de marketing têm é a obtenção de insights acionáveis a partir de bases de dados robustas. Através de nossa equipe de Data Science, o Cluster Analytics permite que você enriqueça seus conjuntos de dados proprietários com uma série de novas informações de estudos da Kantar, relacionadas a consumo de produtos, mídia, demografia e hábitos e atitudes.

Assim, será possível descobrir e enxergar novas oportunidades para suas marcas, oferecendo mais valor e relevância para os seus clientes.

A publicidade digital encontra o lar

Nesse contexto, chamar a atenção desse público é essencial.

Não é à toa que as impressões publicitárias no digital do setor Casa e Decoração tiveram um

crescimento de 35%

nos três primeiros meses desse ano comparado ao mesmo período de 2020.

As categorias que mais investiram em digital (ranking de impressões):

1. Colchões e Travesseiros

2. Decoração de Paredes

3. Móveis Residenciais

4. Artigos de Jardim, Piscina e Praia

5. Utilidades Domésticas

Além do investimento em digital, nossas soluções de Advertising Intelligence trazem também qual foi o desempenho do setor, categoria e marcas em multimeios.

Entre em contato e conheça mais: digital@kantariopemedia.com

A reforma aspiracional: redecorando o entretenimento

O [Inside Video](#) deste ano indicou que Reality Shows são um dos gêneros que mais fazem sucesso na televisão. Existe uma infinidade de formatos e temas, inclusive sobre casa e decoração.



62%

dos indivíduos com PayTV consumiram esse tipo de programação em 2020.

A audiência desses programas aumentou 16% na PayTV em 2020 em relação a 2019

Público engajado

Em 2019, os "irmãos a obra", Drew e Jonathan fizeram uma turnê no Brasil e movimentaram multidões. Um indicativo do sucesso que esse tipo de programação faz.



Faça você mesmo: **22 formas de redecorar a sua casa!**

Com o receio de trazer pessoas para dentro de casa para realizar pequenos reparos ou melhorias, as pessoas resolveram colocar a mão na massa.

Com isso, a busca por conteúdo relacionado à decoração e faça você mesmo ganhou força. Entre as pessoas que assistem vídeos no Youtube:

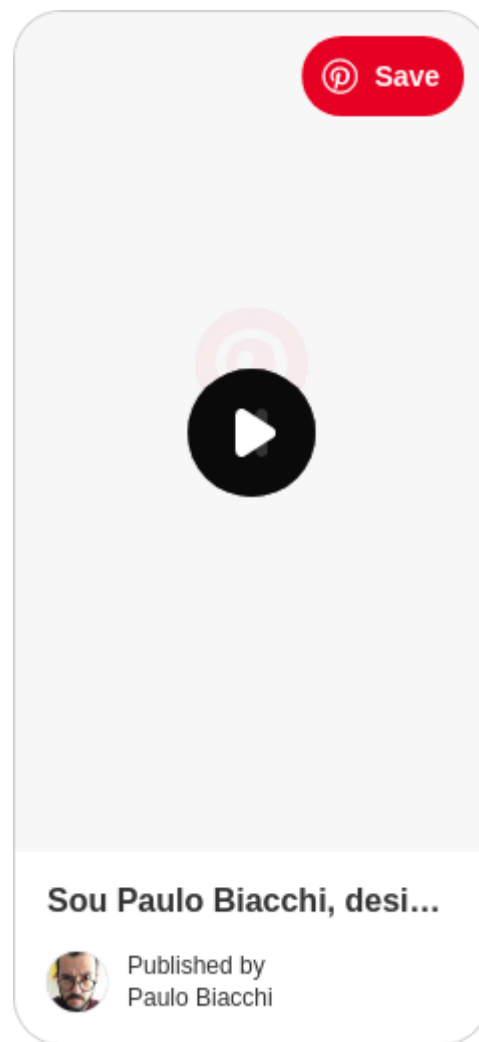
43%

afirmaram ter visto vídeos tutoriais/instruções. O número é **12% maior do que em 2019.**

Em busca de *inspiração*

As redes sociais são outra fonte de inspiração para as pessoas que buscam referência para a decoração de casa. Nesse sentido, o Pinterest se destaca e o consumo dessa plataforma aumentou em 2020. No ano passado, inclusive, a rede social fez uma ação com influenciadores focado em inspiração nos mais diversos temas. Entre eles, a casa:

A quantidade de usuários de Internet que acessaram o Pinterest aumentou 30% entre 2019 e 2020



Sobre o Data Stories:

Esta é a nona edição do conteúdo temático produzido mensalmente pela Kantar IBOPE Media com o objetivo de trazer o cenário e novas perspectivas sobre temas e tendências importantes relacionados a audiência, publicidade, planejamento de mídia e comportamento do consumidor.

Para saber mais sobre este e outros conteúdos entre em contato com: digital@kantaribopemedia.com

Sobre a Kantar IBOPE Media

A Kantar IBOPE Media faz parte da Kantar, líder global em dados, insights e consultoria. Oferecemos as mais abrangentes e precisas informações sobre consumo, desempenho e investimento de mídia, provendo aos clientes da América Latina dados para a melhor tomada de decisão. A Kantar IBOPE Media conta com aproximadamente 3.500 colaboradores e possui operações em 15 países latino-americanos.

<http://kantaribopemedia.com/>