

Importância da aparência e do estilo de produtos de tecnologia na decisão de compra

Pesquisa Global GfK

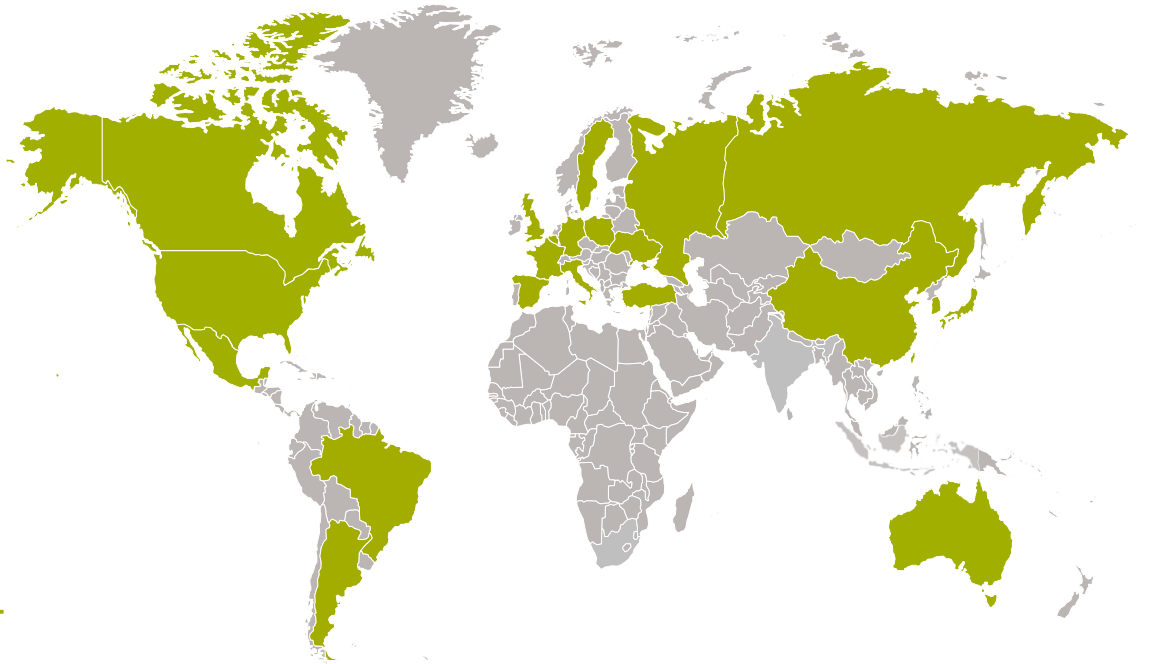


Setembro 2015

1 Metodologia

2 Resultado Global

3 Resultado do Brasil

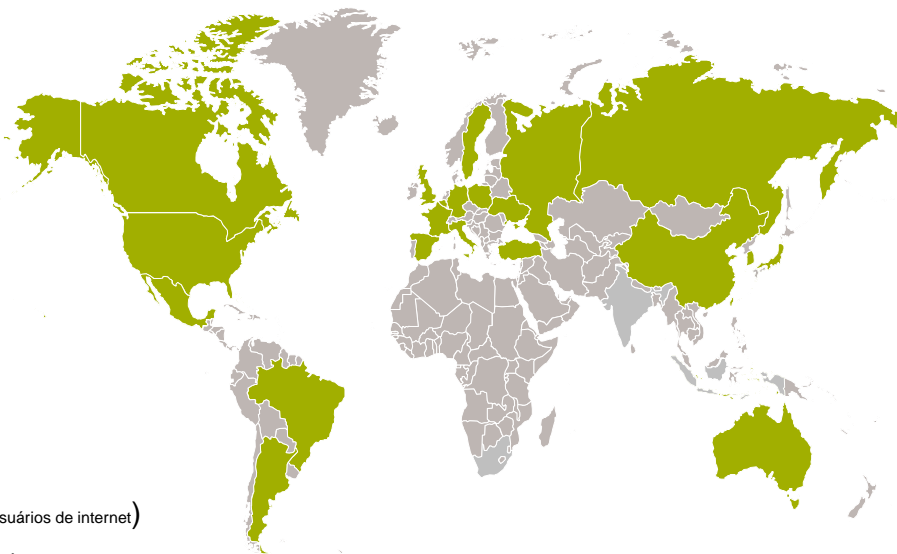


Metodologia

Abrangência, metodologia e amostra

A GfK entrevistou mais de 26.000 usuários de internet (a partir de 15 anos), em 22 países no verão de 2014, online e face-to-face. Nos países onde a entrevista foi online, os dados foram ponderados para refletir a composição demográfica da população online a partir de 15 anos em cada mercado. Na Ucrânia, o estudo é representativo da população urbana de nível socioeconômico alto, a partir de 15 anos, excluindo os níveis socioeconômicos mais baixos, e limitada às pessoas que usaram a Internet nos últimos 30 dias.

Argentina (online/n=1004)	México (online/n=1001)
Austrália (online/n=1004)	Polônia (online/n=1150)
Bélgica (online/n=1002)	Rússia (online/n=1501)
Brasil (online/n=1502)	Coreia do Sul (online/n=1005)
Canadá (online/n=1005)	Espanha (online/n=1502)
China (online/n=1502)	Suécia (online/n=1007)
França (online/n=1504)	Taiwan (online/n=1100)
Alemanha (online/n=1500)	Turquia (online/n=804)
Hong Kong (online/n=1025)	Reino Unido (online/n=1505)
Itália (online/n=1503)	Ucrânia (F2F/n=678 - somente com usuários de internet)
Japão (online/n=1500)	Estados Unidos (online/n=1505)



Pergunta

Veja a seguir uma afirmação geral sobre atitudes relacionadas a produtos de tecnologia e informação. Por favor, dê uma nota de 1 a 7 para a afirmação, em que 1 significa que você discorda totalmente e 7 significa que você concorda totalmente.

A aparência e o estilo de um produto de tecnologia são muito importantes na decisão de compra.



Resultado Global

Importância da aparência e do estilo de produtos de tecnologia na decisão de compra

Média global total



Total



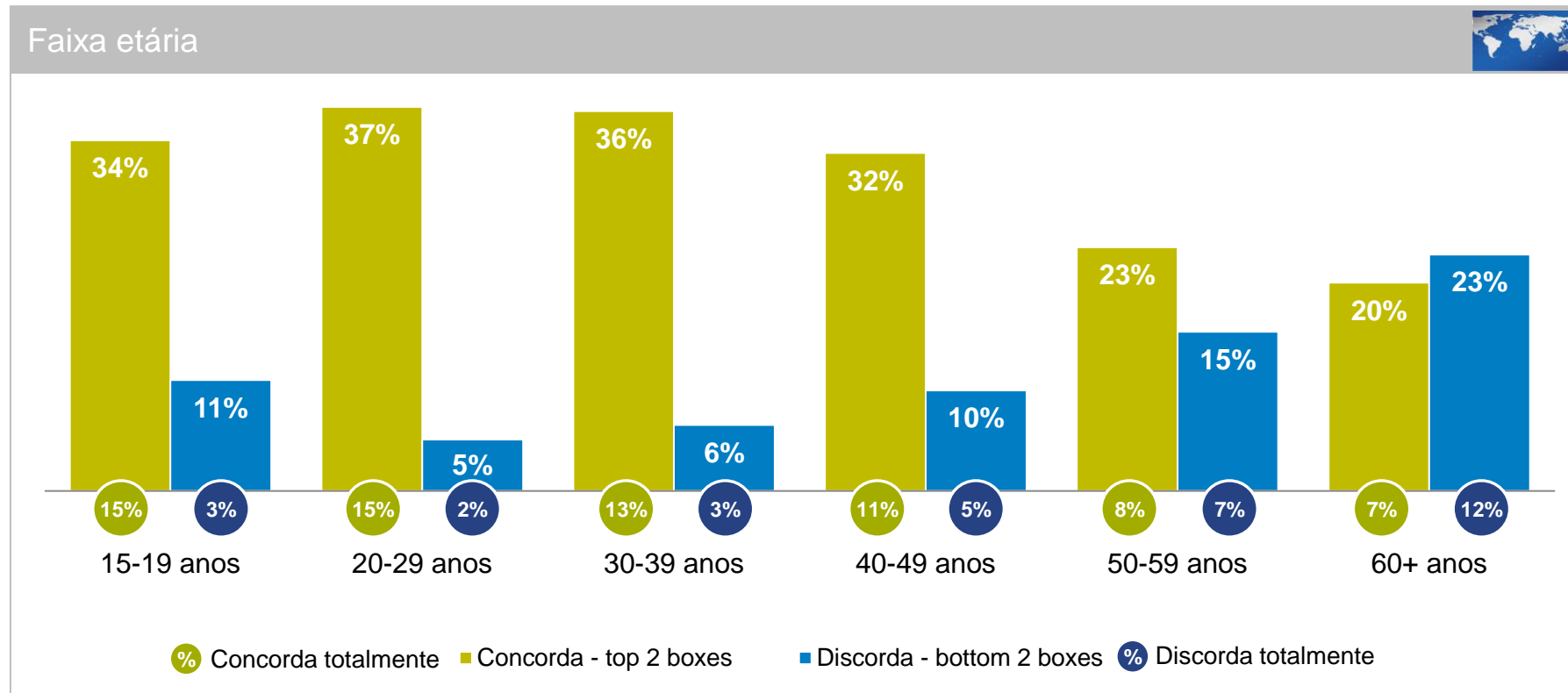
33%

dos usuários de internet **concordam** que a aparência e o estilo de um produto de tecnologia são muito importantes na decisão de compra. Entre os **12% que concordam totalmente**

9%

Dos usuários de internet **discordam** que a aparência e o estilo de um produto de tecnologia são muito importantes na decisão de compra. Entre os **4% que discordam totalmente**

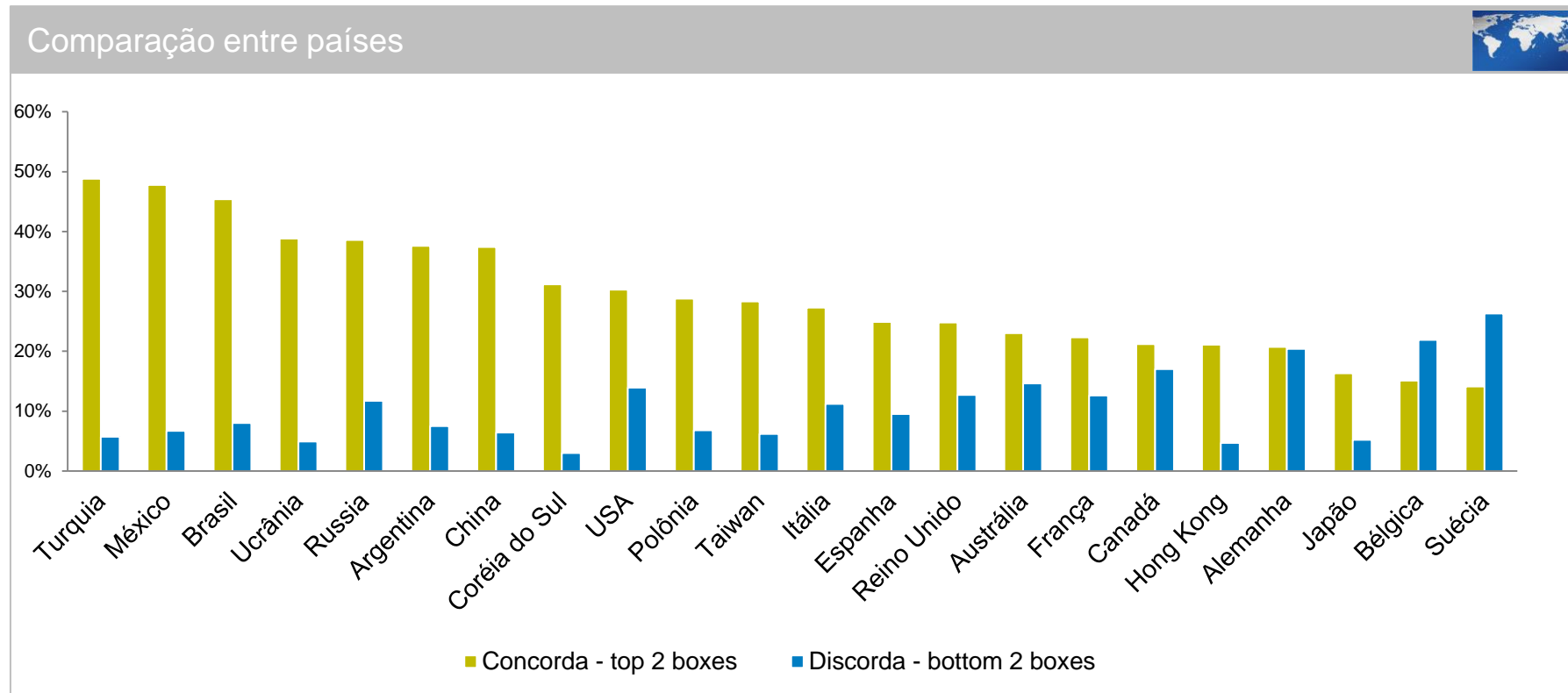
Importância da aparência e do estilo de produtos de tecnologia na decisão de compra: média global por faixa etária



Fonte: Pesquisa GfK realizada com mais de 26.000 mil usuários de internet (a partir de 15 anos) em 22 países - top 2 boxes/ bottom 2 boxes em uma escala de 7 pontos - arredondado

© GfK September 10, 2015 | A importância da aparência e do estilo de produtos de tecnologia na decisão de compra

Importância da aparência e do estilo de produtos de tecnologia na decisão de compra: visão geral do resultado por país



Fonte: Pesquisa GfK realizada com mais de 26.000 mil usuários de internet (a partir de 15 anos) em 22 países - top 2 boxes/ bottom 2 boxes em uma escala de 7 pontos - arredondado

Resultado do Brasil

Brasil: importância da aparência e o estilo de produtos de tecnologia mais alta do que na média global



Total



45%

dos usuários de internet

concordam que a aparência e o estilo de um produto de tecnologia são muito importantes na decisão de compra. Entre os

25% que concordam totalmente

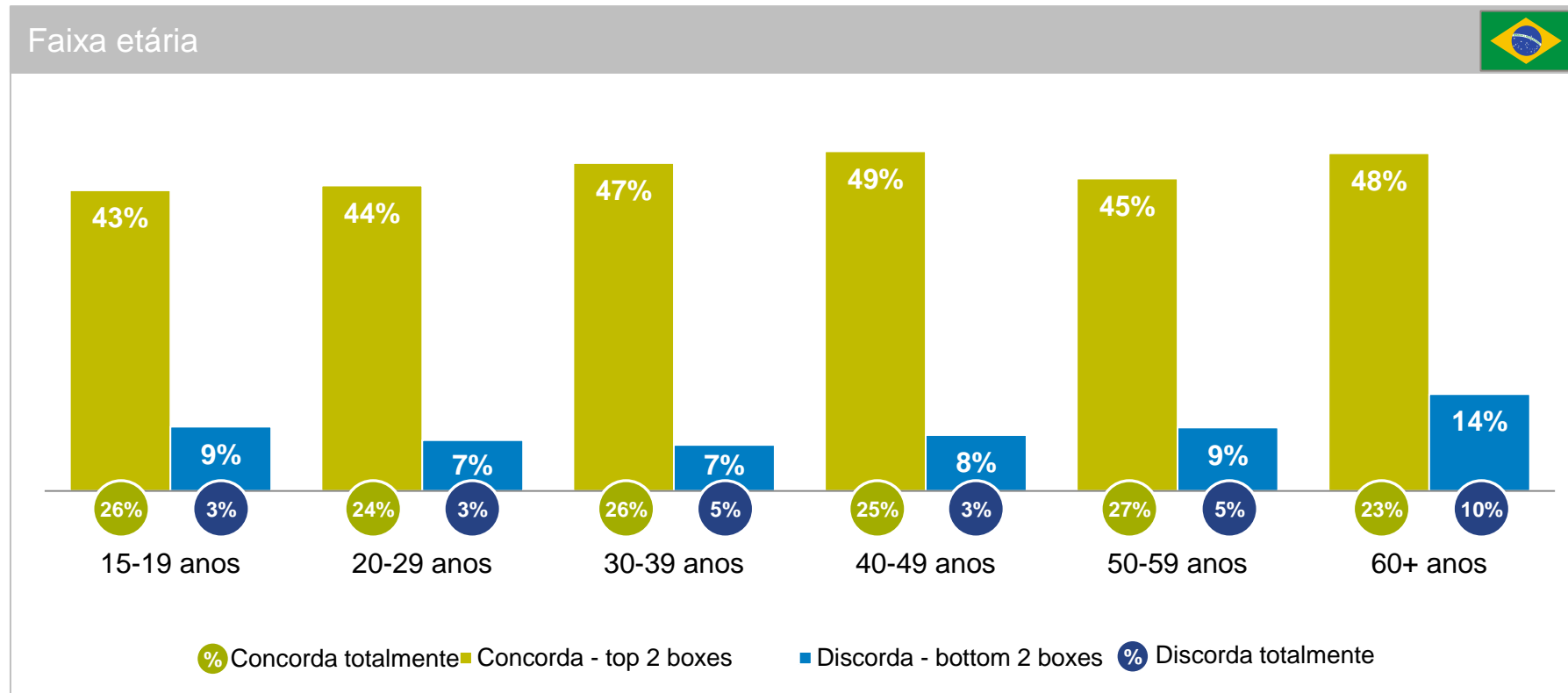
8%

Dos usuários de internet

discordam que a aparência e o estilo de um produto de tecnologia são muito importantes na decisão de compra. Entre os

4% que discordam totalmente

Brasil: A aparência e o estilo de um produto de tecnologia são muito importantes na decisão de compra em todas as faixas etárias



Fonte: Pesquisa GfK realizada com mais de 26.000 mil usuários de internet (a partir de 15 anos) em 22 países - top 2 boxes/ bottom 2 boxes em uma escala de 7 pontos - arredondado

© GfK September 10, 2015 | A importância da aparência e do estilo de produtos de tecnologia na decisão de compra

Mais informações sobre o Brasil

Metodologia e Amostra

Foram realizadas 260 entrevistas online na última semana de agosto de 2015, com consumidores com mais de 17 anos, de todas as regiões do Brasil.

Idade

17-24 anos	9%
25-35 anos	39%
36-45 anos	29%
46-55 anos	16%
56-65 anos	6%
66 anos +	1%

Sexo



Mulheres

53%



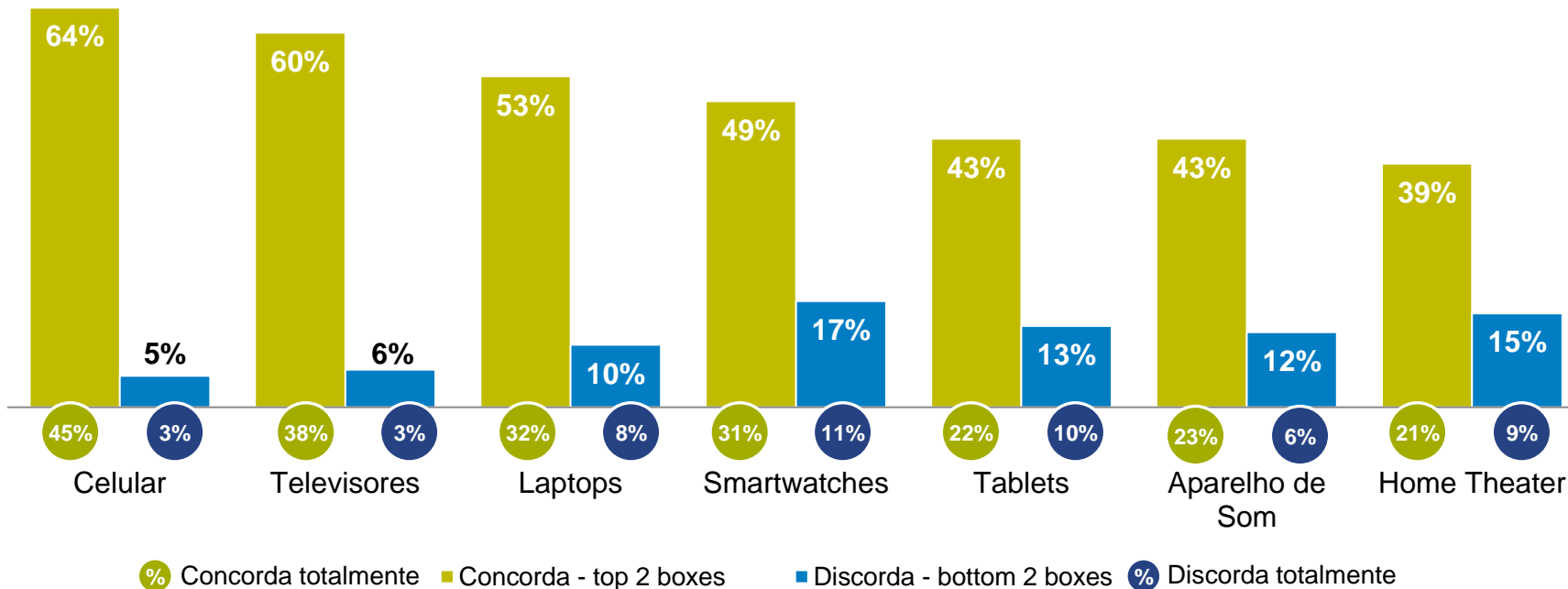
Homens

47%

Celulares e TV são as categorias em que aparência e o estilo mais pesam na decisão de compra



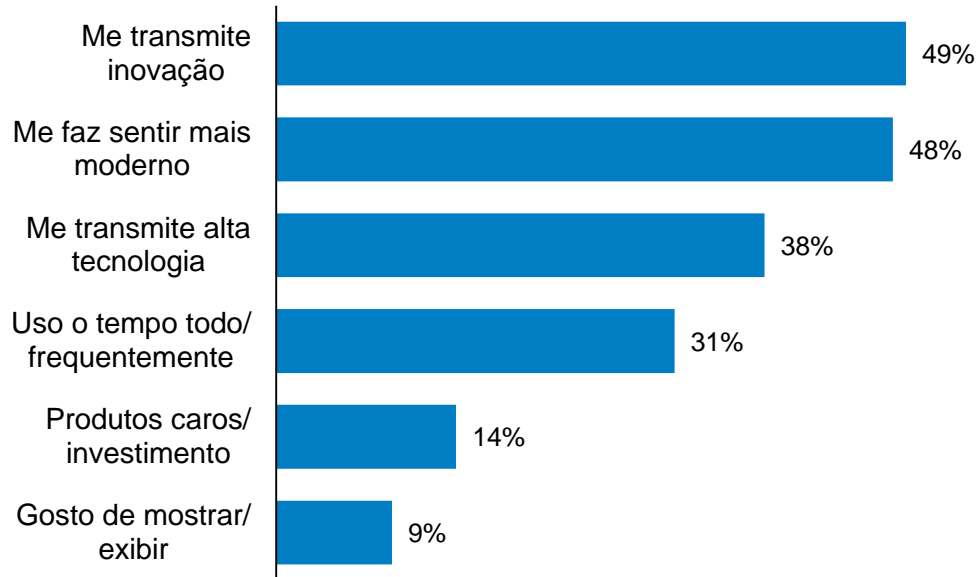
Categorias de produtos tecnológicos



Fonte: Pesquisa GfK realizada com 260 usuários de internet no Brasil (a partir de 17 anos). Perg. Pensando nestes produtos, quanto você acredita que a aparência e o estilo é importante na decisão de compra? top 2 boxes/ bottom 2 boxes em uma escala de 7 pontos - arrendado

Os principais motivos pelos quais aparência e estilo são considerados importantes são: transmitir **inovação** e fazer o consumidor **se sentir mais moderno**

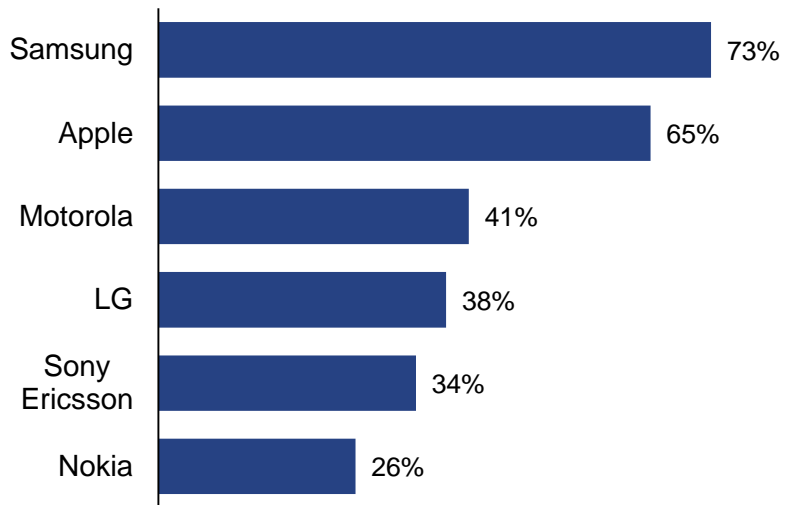
Motivos pelos quais considera aparência e estilo importantes



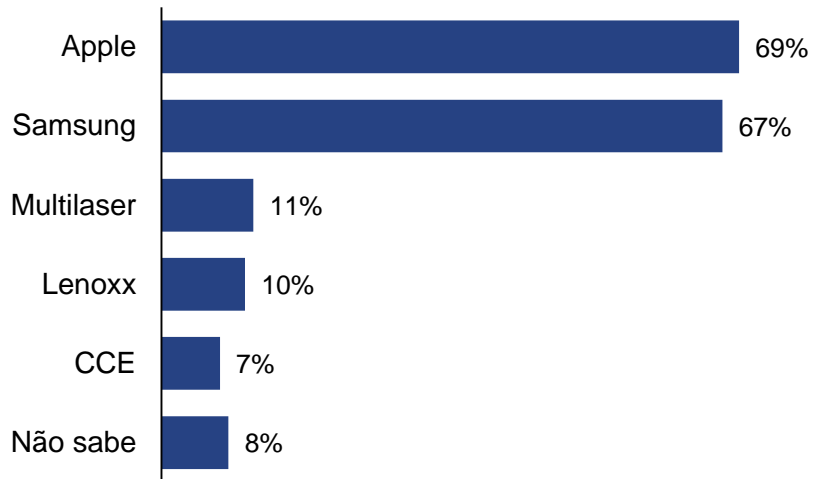
Fonte: Pesquisa GfK realizada com 260 usuários de internet no Brasil (a partir de 17 anos). Perg.:Por que você considera a aparência/ estilo importante? (RM)

Marcas campeãs em design

Celulares - Samsung e Apple



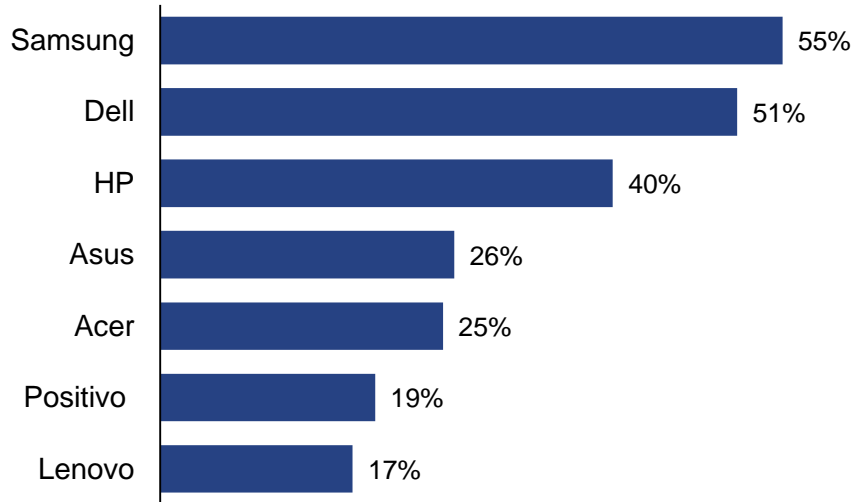
Tablets - Samsung e Apple



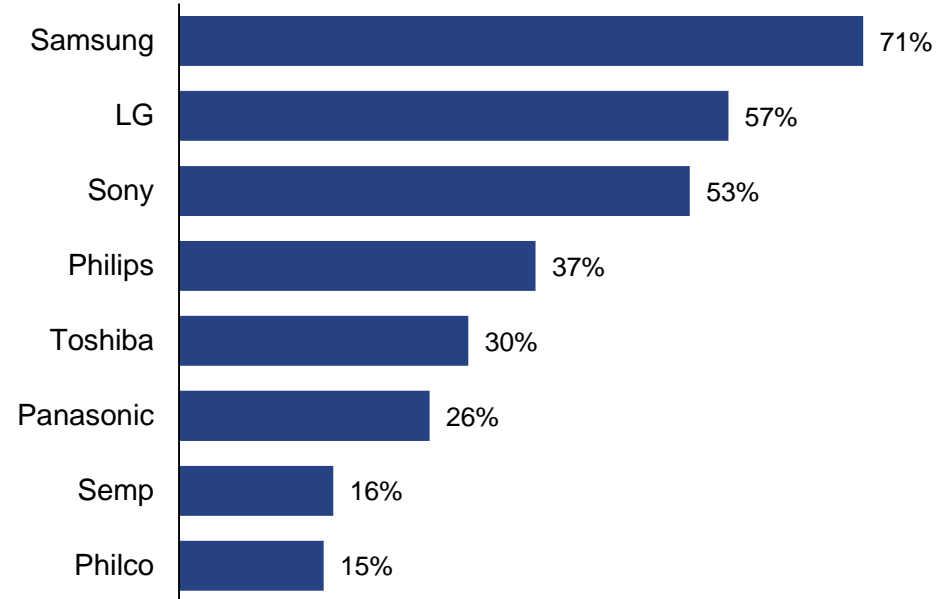
Fonte: Pesquisa GfK realizada com 260 usuários de internet no Brasil (a partir de 17 anos) Perg: quais marcas você considera as campeãs em aparência/ estilo?

Marcas campeãs em design

Laptops - Samsung e Dell



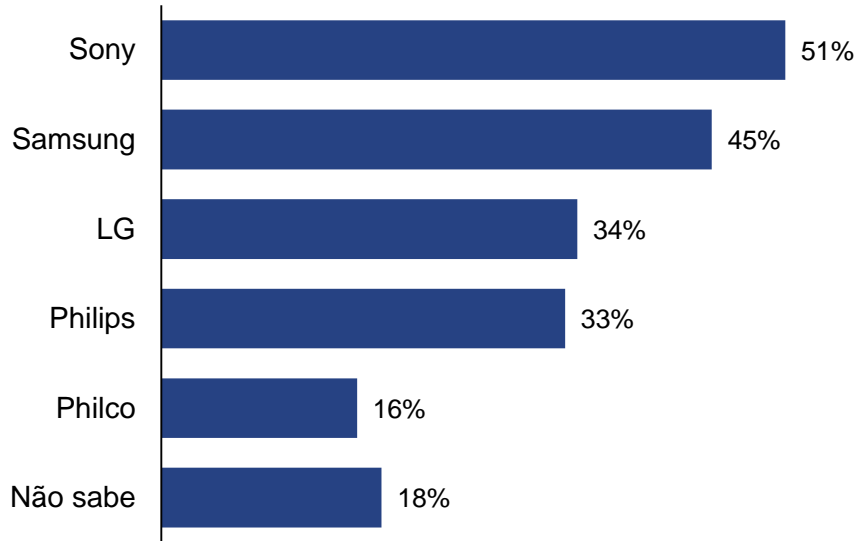
TVs - Samsung



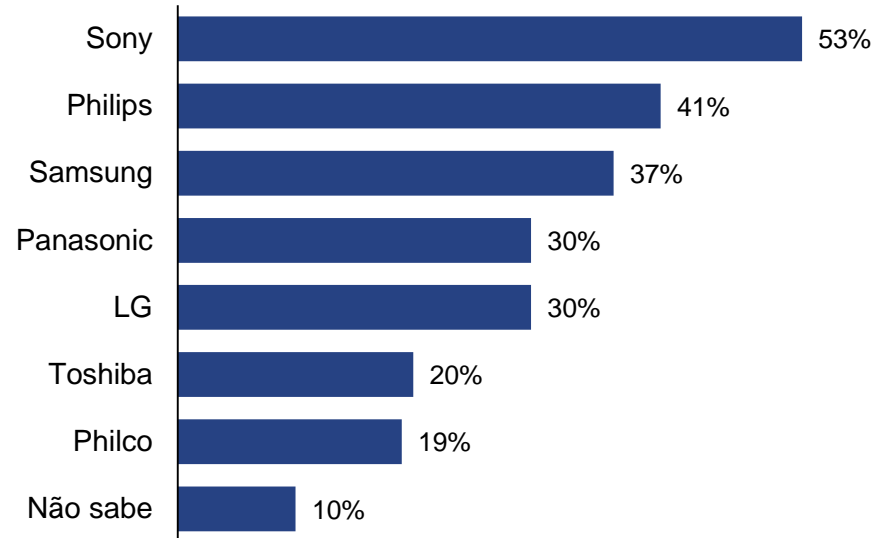
Fonte: Pesquisa GfK realizada com 260 usuários de internet no Brasil (a partir de 17 anos) Perg: quais marcas você considera as campeãs em aparência/ estilo?

Marcas campeãs em design

Home Theater - Sony e Samsung



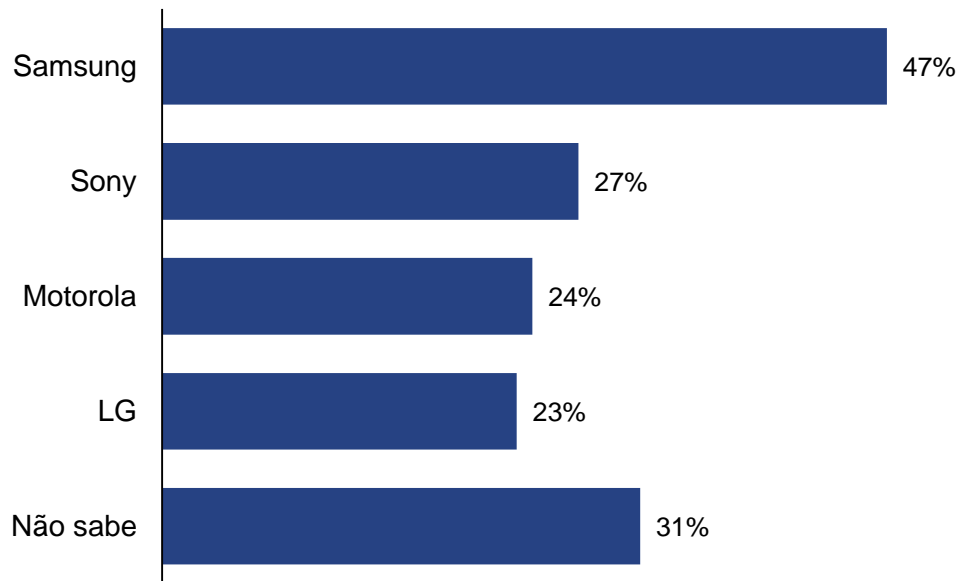
Aparelhos de som - Sony



Fonte: Pesquisa GfK realizada com 260 usuários de internet no Brasil (a partir de 17 anos) Perg: quais marcas você considera as campeãs em aparência/ estilo?

Marcas campeãs em design

Smartwatches - Samsung



Fonte: Pesquisa GfK realizada com 260 usuários de internet no Brasil (a partir de 17 anos) Perg: quais marcas você considera as campeãs em aparência/ estilo?

Importância da aparência e do estilo de produtos de tecnologia na decisão de compra

Informações:

Eliana Lemos | Market Opportunities and Innovation Director
Eliana.Lemos@gfk.com | T. +55 11 2174 3850
www.gfk.com/br

Hilda Aquino
Assessoria de Imprensa
Hilda Aquino
+55 11 98444 6473
hilda.c.aquino@gmail.com