

# As pessoas em todo o mundo concordam: A tecnologia está melhorando a vida



Entre seus muitos impactos, a pandemia da COVID-19 acelerou a utilização de produtos conectados em todo o mundo. A tecnologia inteligente tornou-se rapidamente o principal método utilizado por muitos para conectar-se com a família e amigos, e para trabalhar ou estudar de casa - e funcionou bem. Pela primeira vez nos 6 anos de pesquisa de tendências de consumo da Assurant, a maioria das pessoas de todas as gerações em quase todos os países pesquisados tem uma visão positiva da tecnologia conectada.

## Uma análise Geracional do uso de tecnologia inteligente

Não é nenhuma surpresa que os nativos digitais - consumidores Millennials e Geração Z - gostam da tecnologia conectada. Tem sido assim há tempos. Mas este ano, quando questionados se as tecnologias de consumo conectadas tornaram as coisas melhores ou piores, todas as demais gerações concordam com seus colegas mais jovens; eles afirmam que a tecnologia está melhorando suas vidas.



É fácil perceber como o distanciamento social e permanecer em casa desempenharam um papel fundamental, não apenas impulsionando a utilização da tecnologia, mas também o sentimento positivo em torno da tecnologia inteligente.



- **Muitas pessoas mudaram para um modelo de trabalho em casa possibilitado pela tecnologia.** Enquanto havia a possibilidade de Millennials e a Geração Z trabalharem de casa antes da pandemia, a Geração X e os Baby Boomers tiveram mais chances de experimentar o WFH (Trabalhando de Casa) pela primeira vez como resultado da pandemia. Eles foram privilegiados com os benefícios que o trabalho de casa proporcionava, pois:

- Tiveram mais tempo em casa com a família
- Gastaram menos tempo de deslocamento
- Diminuíram as despesas gerais



- **Muitos consumidores da Geração Silenciosa e Baby Boomers usavam tecnologia conectada para manter contato com os filhos, netos e amigos.** Em muitos casos, tornou-se o único meio através do qual os avós viam seus netos, ou os pais se conectaram com seus filhos que moravam em outras cidades.



- **A telemedicina atingiu novos patamares durante a pandemia,** proporcionando uma maneira segura e conveniente de atender às necessidades de saúde entre as gerações. Isto foi especialmente importante para a Geração Silenciosa e para os Baby Boomers que formavam o grupo de maior risco de complicações da COVID-19.

## Novas Compras pela internet durante a pandemia

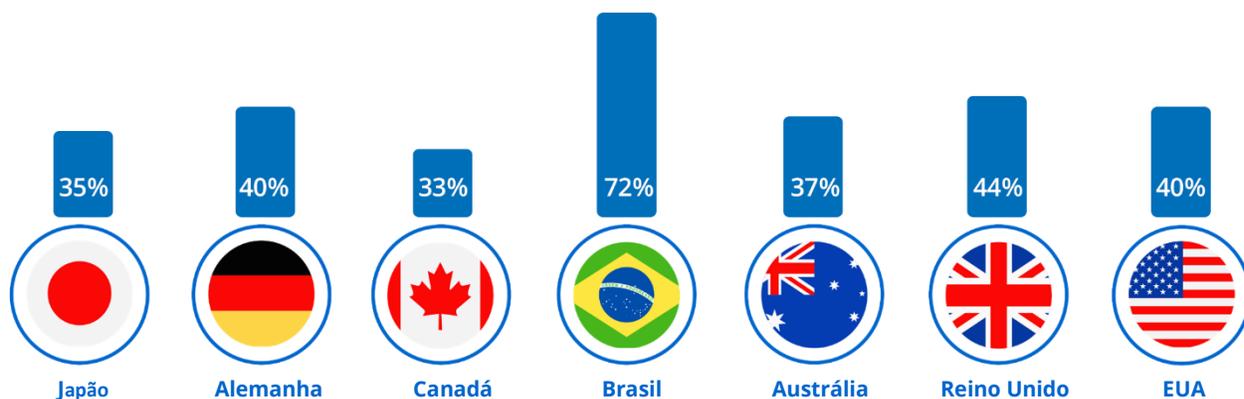
Em quase todos os países pesquisados, houve crescimento do uso da tecnologia conectada. Quer estivesse trabalhando ou estudando de casa, ou fazendo compras on-line, os consumidores passavam muito tempo utilizando a tecnologia para realizar tarefas remotamente.

### Quais são as atividades mais frequentes em casa para os consumidores

	Japão	Alemanha	Canadá	Brasil	Austrália	Reino Unido
Usar a internet	46%	49%	60%	<b>87%</b>	50%	66%
Videoconferência	36%	44%	53%	<b>73%</b>	44%	55%
Loja on-line	39%	45%	52%	<b>76%</b>	40%	55%
Trabalho de casa	28%	37%	32%	<b>74%</b>	31%	42%
Estudar	21%	25%	26%	<b>70%</b>	19%	32%
Telessaúde	12%	14%	30%	<b>39%</b>	30%	20%

À medida que os consumidores que antes demoravam para aderir à tecnologia, começaram agora a utilizar mais serviços remotos, e naturalmente se tornaram dispostos a comprar equipamentos para dar suporte a esses serviços. Enquanto a maioria das pessoas que adquiriu um produto conectado disse que o comprou para si mesmo (mais de 75%), quase um quarto (23%) comprou um produto inteligente para um filho ou para os pais.

## Percentual de entrevistados que compraram um novo produto conectado durante a pandemia



## O que esta tendência significa

### Uma valorização positiva pela tecnologia conectada significa oportunidade em três áreas principais para os fornecedores de produtos e serviços conectados:

- Antigos **tecnóforos** são agora clientes potenciais. A experiência da pandemia transformou muitos tecnóforos em defensores da tecnologia e, portanto, em novos clientes potenciais. Ao experimentarem benefícios como conectar-se a pessoas queridas à distância, consultar médicos remotamente e até mesmo fazer compras on-line, eles formam um segmento de mercado atencioso e pronto para mais.
- **Os consumidores mais velhos querem um apoio direcionado.** Os consumidores da Geração X, Baby Boomers e Geração Silenciosa estão preocupados em substituir produtos quebrados, segurança de dados e know-how do produto. Impulsionar a utilização e gerar a fidelidade nestes segmentos, fornecer ajuda de integração, suporte técnico e explicações claras sobre a importância de proteger os novos produtos para evitar reparos caros.
- **O suporte técnico flexível está no radar de todos.** Com mais pessoas conectando-se de casa agora e no futuro, as opções flexíveis de suporte técnico são essenciais. Tudo, desde soluções digitais de autoatendimento até suporte técnico avançado de diagnóstico assistido, é a chave para conquistar negócios de consumidores digitais de várias gerações.