

COVID-19

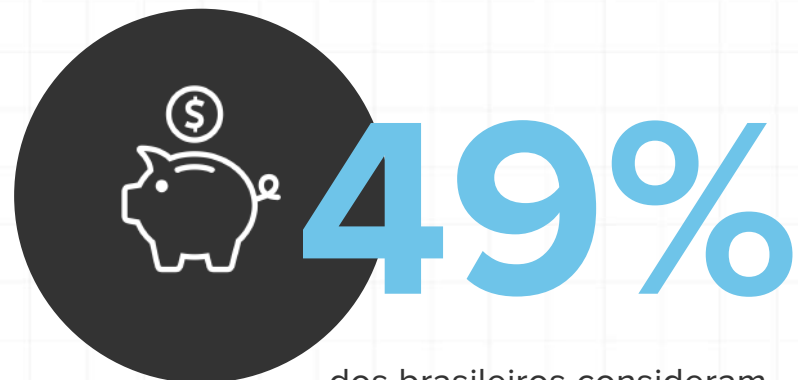
# O consumo do brasileiro durante a COVID-19.

Em levantamento\*, NZN procura entender o que muda no hábito de consumo dos brasileiros com a chegada do novo vírus.

\* Levantamento online realizado, em Março/2020, com cerca de 1,7 mil entrevistados pela **NZN** Intelligence, a plataforma de inteligência e pesquisa da **NZN**.

---

A **economia** no Brasil e no mundo vem sendo afetada pela pandemia causada pelo Covid-19. Como essa nova situação impacta os **hábitos dos consumidores**?



dos brasileiros consideram **reavaliar** seus gastos.



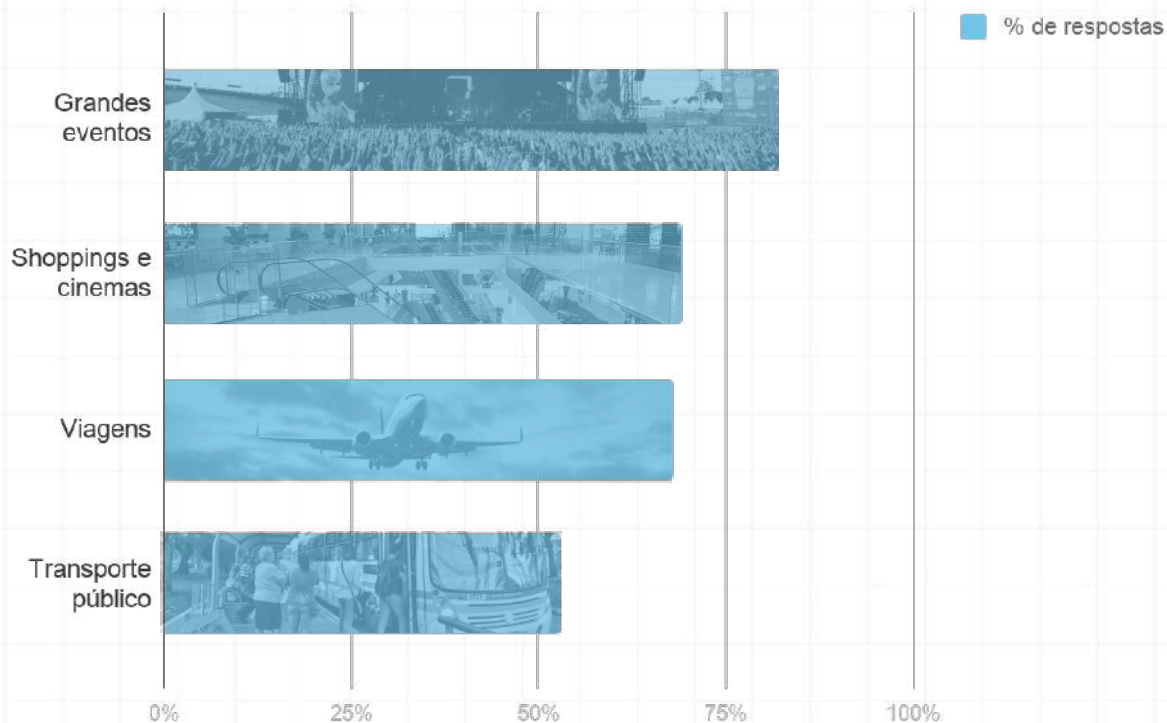
afirmam que pretendem **aumentar** o volume de compras online

## Fora do grupo de risco?

# 51%

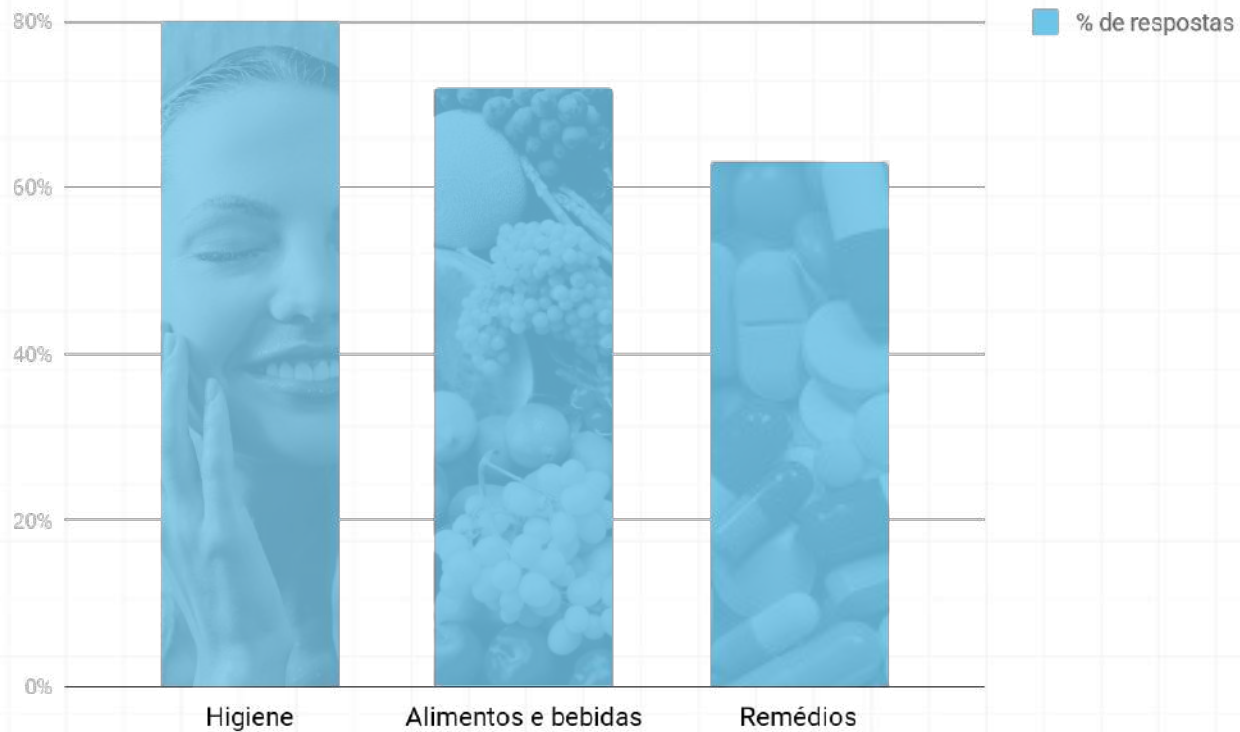
é o total de respondentes que **não** enxerga necessidade ou não sabe se deseja reavaliar sua forma de consumo. Este número conta com o destaque do público até **35 anos**, tendo na faixa etária **77%** dos respondentes nesta posição.

Os dados também apontam que serviços que envolvem interação com um grande número de pessoas deixam de ser priorizados pela população. No gráfico abaixo estão os setores mais afetados por essa despriorização:



## Oportunidade na crise?

Os brasileiros estão priorizando três categorias principais de consumo nesse período:



## Oportunidade na crise?

Em relação a comportamento em um possível período de isolamento:



# 46%

consideram a possibilidade de  
contratar novos serviços de  
streaming



## Oportunidade na crise?

Em relação a comportamento em um possível período de isolamento:

# 40%

cogitam se inscrever em **cursos online**



Destes, a maioria tem entre **18 anos e 34 anos de idade**, apontando interesse de boa parte da população em se desenvolver mesmo no momento de crise, trazendo oportunidade para a **indústria de educação**.

## Oportunidade na crise?

Possibilidade de contratação de planos de saúde durante a pandemia:

35%

dos entrevistados afirmam **não ter interesse** no serviço, dentre eles está a **população com renda de até 1,5 salário-mínimo**



24%

são **favoráveis** ao investimento

Por fim,

69%

dos entrevistados acreditam que a chegada do vírus irá mudar seus hábitos em relação à rotina de **trabalho e estudo**.

## A NZN

A NZN é um dos principais players para soluções de publicidade e comunicação online. Com três pilares independentes — NZN Media, NZN Content e NZN Services —, a empresa é a maior criadora de verticais do Brasil e oferece serviços exclusivos para planejamento e execução de campanhas digitais. Proprietária das verticais TecMundo, VOXEL, The BRIEF, Mega Curioso, Minha Série, Marie Curie, Fika Dika, The Hardware Show, Baixaki, Click Jogos e Save Coins, a NZN possui 20 milhões de usuários únicos mensais, alcançando 1 em cada 6 usuários da internet brasileira.

## O NZN Intelligence

O NZN Intelligence é uma ferramenta, dentro do pilar de serviços da empresa, para realização de pesquisas de mercado enriquecidas com dados de interesse dos visitantes das verticais da NZN. O serviço, que traduz o comportamento dos consumidores e as tendências em insights e ações para uma estratégia de comunicação inteligente, já fez levantamento para clientes como Ministério da Saúde, Ministério da Cultura, Caixa Seguradora, Quantum e Wieden&Kennedy.

**NZN** 

nzn.io