

OS IDOSOS, A PANDEMIA E A INCLUSÃO DIGITAL



ZAHG
HUB DIGITAL & TRADING DESK

SUMÁRIO

Sobre o estudo	3
A quarentena acelera a adesão dos idosos à tecnologia	4
Curva de adoção da inovação	5
E quais foram as inovações e produtos mais adotados?.....	9
Quais foram os comportamentos de busca?	11
E quais foram as principais perguntas?	15
Vovós e Vovôs conectados	19
Compras via APP de supermercados e farmácias e soluções via whatsapp.....	22
Cuidados para se proteger nesse período de pandemia e uso da tecnologia..	26
Considerações Finais.....	28

SOBRE O ESTUDO



ZAHG. Uma Adtech inovadora que alia Inteligência de Dados, Estudo de Mercado, Comportamentos e Tendências para gerar insights assertivos para os nossos clientes.

Alcance e aprofundamento no entendimento do consumidor.



Buscando compreender o comportamento das mais diversas audiências e a forma como se relacionam com marcas, produtos e serviços – coletamos e analisamos dados e desenvolvemos análises que alimentam nossos clientes de informação e trazem insights que vão ajudar nas decisões estratégicas. Com isso, proporcionamos campanhas cada vez mais eficientes e otimizadas. Todos esses levantamentos renderam uma **SÉRIE DE ESTUDOS**. Uma boa maneira de democratizar o conhecimento e gerarmos boas reflexões sobre os mais diversos consumidores e segmentos de mercado. Assim, contribuímos para um mercado publicitário mais assertivo e competente no trato com o cliente. **Boa leitura!**

A QUARENTENA ACELERA A ADESÃO DOS IDOSOS À TECNOLOGIA



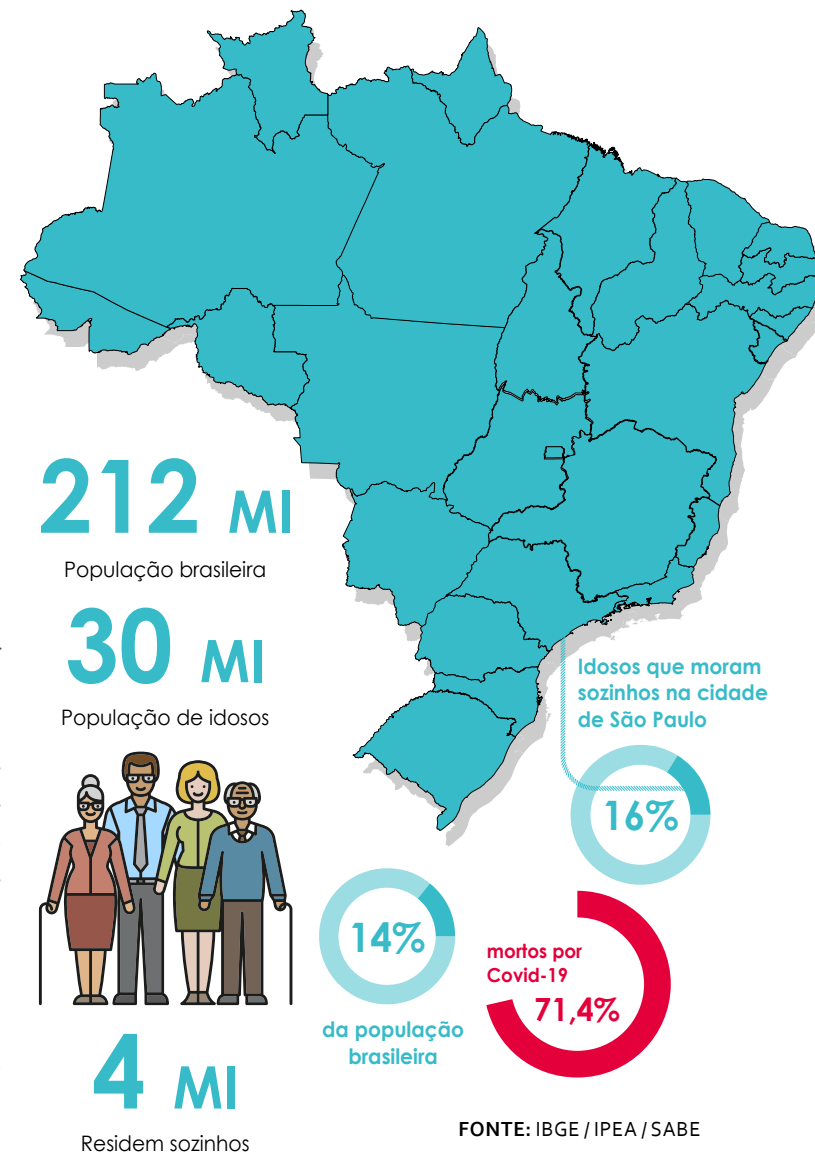
Representando cerca de **14% da população brasileira**, os idosos somavam algo em torno de **30 milhões de pessoas** de acordo com dados do IBGE até o início de 2020. Um levantamento do mesmo constatou também que mais de **4 milhões de idosos vivem sozinhos** no Brasil.

De acordo com a SABE - Saúde, Bem-Estar e Envelhecimento, a cidade de São Paulo tem mais de **1,8 milhão de moradores idosos**, e dentre eles, **290.771 (cerca de 16%)** moram sozinhos. Além disso, segundo a pesquisa do IPEA, **outros 83.870 idosos vivem em asilos**.

A pandemia trouxe muitas baixas à população brasileira nos últimos 5 meses. De um **total de 54.294** mortos, o Ministério da Saúde informou que **71,4% dos mortos por Covid-19** tinha

mais de 60 anos. **Foram 38.766 mortos ao todo dessa faixa etária.**

Diante de todo esse cenário alarmante, criar condições de segurança e isolamento desse grupo foi necessário para evitar maiores perdas. Essa situação inesperada causou, comportamentalmente, uma aceleração nas mais diversas tecnologias além de uma adaptação forçada das empresas para continuar atendendo adequadamente essa nova demanda. Isso fez com que a inclusão digital dos idosos no Brasil disparasse na pandemia, fazendo com que todos os setores especializados tivessem também que se adaptar a essa nova situação e novo comportamento de uso e consumo de produtos e serviços.



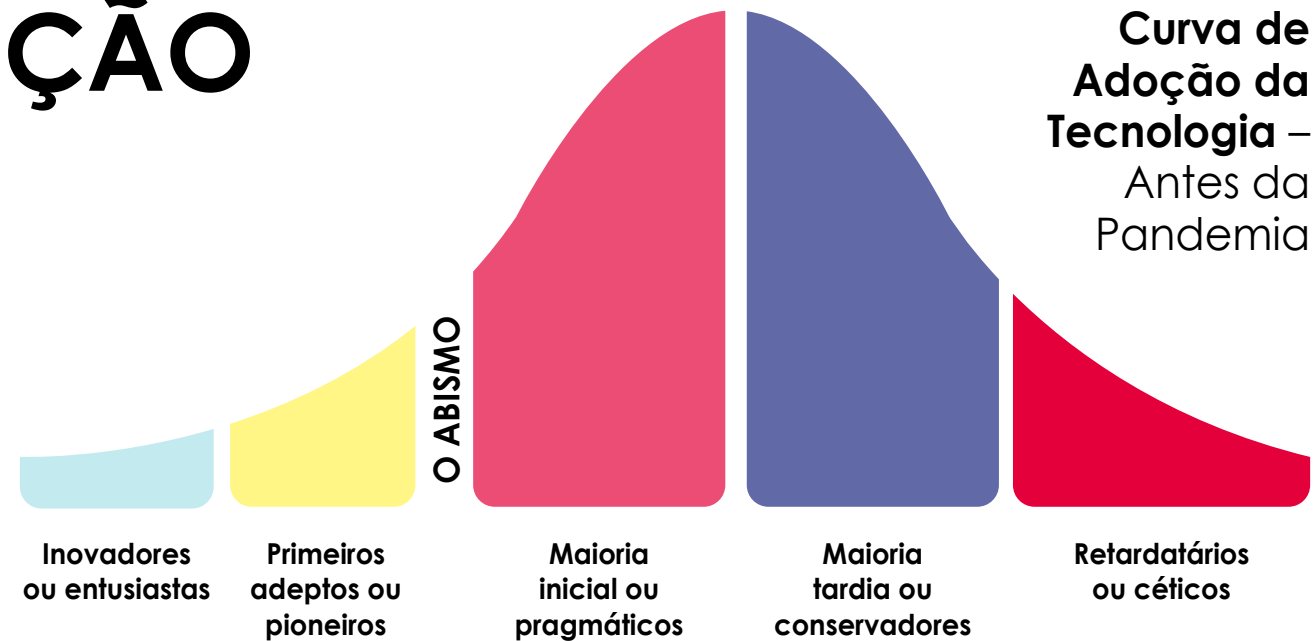
CURVA DE ADOÇÃO DA INOVAÇÃO

.....

Para explicar o motivo pelo qual a quarentena acelerou a inclusão digital também dos idosos, vamos falar de uma teoria muito interessante demonstrada pelo professor de psicologia Everett M. Rogers em 1962: **A Curva de Adoção**. Rogers tentou explicar o motivo pelo qual algumas pessoas estão mais dispostas a adquirir novos produtos, enquanto outros se mostram mais conservadores. São 5 grupos: Inovadores ou Entusiastas (os primeiros que aderem a uma novidade), Visionários ou Adotantes Iniciais (os formadores de opinião que querem diferenciação), Pragmáticos ou Maioria Inicial (esperam o produto ficar mais popular), Conservadores ou Maioria Tardia (cautelosos e sensíveis a pre-

ços) e Céticos ou Retardatários (consomem produtos quando não há outra alternativa). A ideia é bem simples: existem pessoas que são mais adeptas às novidades. Esse grupo de pessoas valida novos produtos para o merca-

do para que, mais tarde, a maioria das pessoas adaptem-se ao novo. Caso contrário, haverá um “abismo” entre as pessoas “Inovadoras” e “Visionárias” entre as pessoas dos grupos “Pragmáticos”, “Conservadores” e “Céticos”.

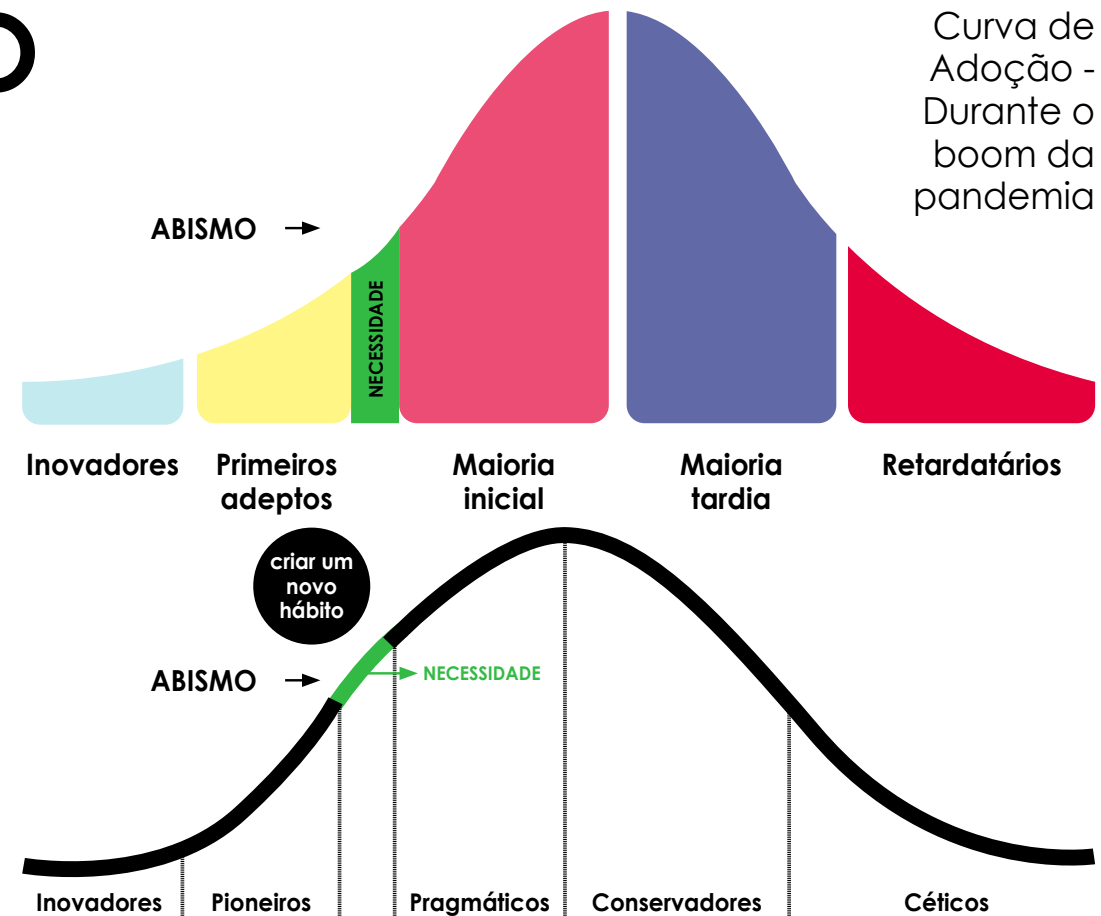


FONTE: GOOGLE ACADEMY 2020 – O NOVO VAREJO E A NOVA JORNADA DE COMPRA

CURVA DE ADOÇÃO DA INOVAÇÃO NA PANDEMIA

.....

Com a pandemia, fomos forçados a assumir novos produtos, tecnologias, metodologias e comportamentos. Não estamos fazendo reuniões virtuais ou compras on-line por uma opção natural. Fomos arremessados em uma nova realidade, não porque somos de vanguarda, mas por imposição da vida. A curva normal de Rogers passou a ser absolutamente anormal, com a chegada abrupta de uma imensidão de usuários/clientes nos estágios que seriam os iniciais. O abismo foi preenchido pela necessidade.



FONTE: GOOGLE ACADEMY 2020 – O NOVO VAREJO E A NOVA JORNADA DE COMPRA

QUAIS AS CONDIÇÕES DOS IDOSOS NO BRASIL?

Conforme o *Estudo Idosos e a Era Digital* e seguindo um movimento de valorização desse grupo, levantamos algumas questões relacionadas ao novo olhar das marcas para esse nicho tão economicamente estável, detentor de alto poder de compra e muitas vezes ainda profissionais em atividade.

Os 60 são os novos 40: os "novos idosos" trabalham, se exercitam, se locomovem e continuam independentes de seus familiares. E já são grandes adeptos dos recursos tecnológicos. O aumento da expectativa de vida e o maior convívio social (presencial ou a distância), estimula a usar cada vez mais tecnologias. Os números do SPC comprovam isso: **61,1% utilizam os smartphones, 53,6% usam os computadores tradicionais de mesa, 37,7% notebooks e 11,4% tablets.**

FONTE: SPC, PROXIMA.



61,1%

utilizam os smartphones



53,6%

usam os computadores tradicionais de mesa



37,7%

usam os notebooks



11,4%

usam os tablets



A PANDEMIA VIROU A MESA?



A partir de uma mudança de cenário, muitos fatores podem fazer com que o público idoso seja o mais afetado não apenas física, mas também psicologicamente durante a pandemia.

O isolamento social e o afastamento familiar no intuito de prevenção de maiores complicações é um deles. Como será que a tecnologia está cumprindo o seu papel perante esses indivíduos?

A tecnologia tem servido para trazer um pouco de companhia e segurança para as pessoas idosas, principalmente para aquelas que se sentem mais sozinhas e limitadas do seu direito de ir e vir.



Ela também tem permitido aproximá-los de suas famílias, conectando-os de várias maneiras. De uma forma interessante a inovação

possibilita o contato humano de que precisamos, sendo um canal de comunicação em todos os momentos.

**E QUAIS FORAM AS
INOVAÇÕES E PRODUTOS
MAIS ADOTADOS PELA
MELHOR IDADE NESSA
PANDEMIA?**

■■■■■■■■■■





Diante do isolamento por conta da pandemia do novo coronavírus, os idosos - principal grupo de risco da doença - tiveram que aprender a lidar com as novas tecnologias. Essa necessidade acelerou o aprendizado desse cluster numa velocidade extraordinária se formos entender que vieram de uma cultura analógica possuindo, por isso, uma certa resistência à mudança de hábitos.

As famílias começaram a encontrar maneiras criativas de manter contato por meio de métodos como comemorações pelo **FaceTime**, grupos de chamadas pelo **whatsapp** e demais ferramentas de comunicação.

Os idosos foram aderindo aos **celulares**, consequentemente cada vez mais à **internet** e se aventurando ainda mais em **redes sociais**, **Apps** de troca de mensagens e **videoconferência** para que o distanciamento não fosse tão sentido por eles.

Além disso também começaram **buscas no Google por tutoriais** e os mais moderninhos arriscaram até alguns **sites de marcas** mais conhecidas de compras (Extra, Polishop, ShopTime, Magazine Luiza) e/ ou **aplicativos** que auxiliassem a resolver seus problemas sem ter que sair de casa.

Famílias muitas vezes andaram até presente-

ando os idosos com **aparelhos celulares, notes e tablets** além de darem um suporte para criar contas no **Facebook** e outras redes para que também pudessem acompanhar o dia a dia de suas famílias.

Empresas e marcas reconhecidas no mercado também investiram em tutoriais para auxiliar esse grupo a lidar com aplicativos e ecommerces. Com o objetivo de ajudar o público da terceira idade, principalmente durante a pandemia, algumas marcas, como **Itaú e Banco do Brasil**, fizeram alguns vídeos tutoriais de como instalar o aplicativo, ensinando este público a utilizar seus canais digitais.

**QUAIS FORAM OS
COMPORTAMENTOS DE
BUSCA RELACIONADOS
A IDOSOS DURANTE A
PANDEMIA?**

■■■■■■■■■■

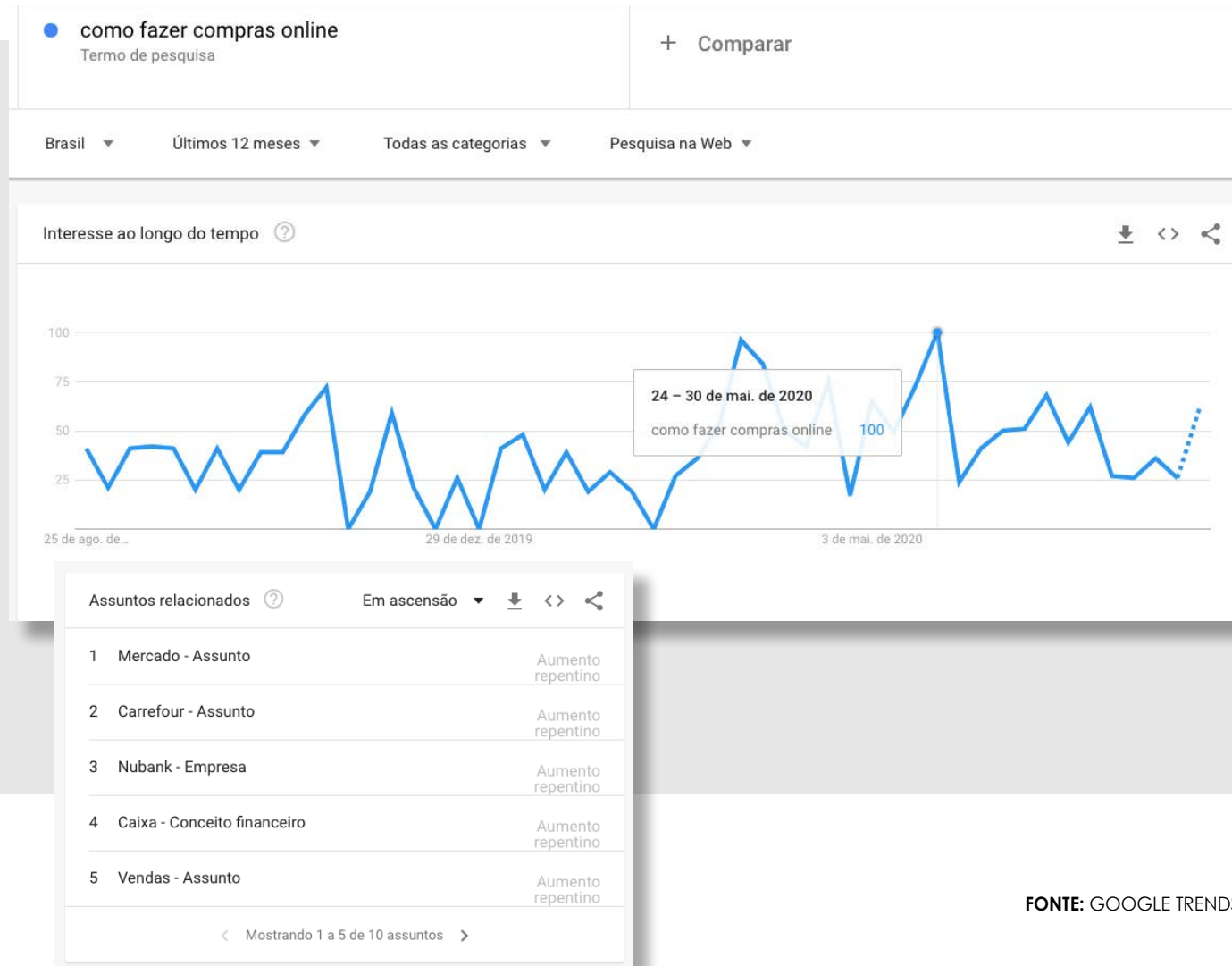




OS TUTORIAIS VIERAM EM ALTA NA PANDEMIA E TIVERAM MUITA RELAÇÃO COM ASSUNTOS TECNOLÓGICOS.










Em março, as buscas por “**como fazer compras on-line**” foram crescentes no Brasil, de acordo com dados internos do Google. Muitas vezes, deixamos de considerar os hábitos dos mais analógicos, mas essa informação deixa claro que nem todo mundo sabe fazer uma compra na internet. **Os assuntos mais pesquisados foram Mercado, Carrefour, Nubank, Caixa e Vendas.**

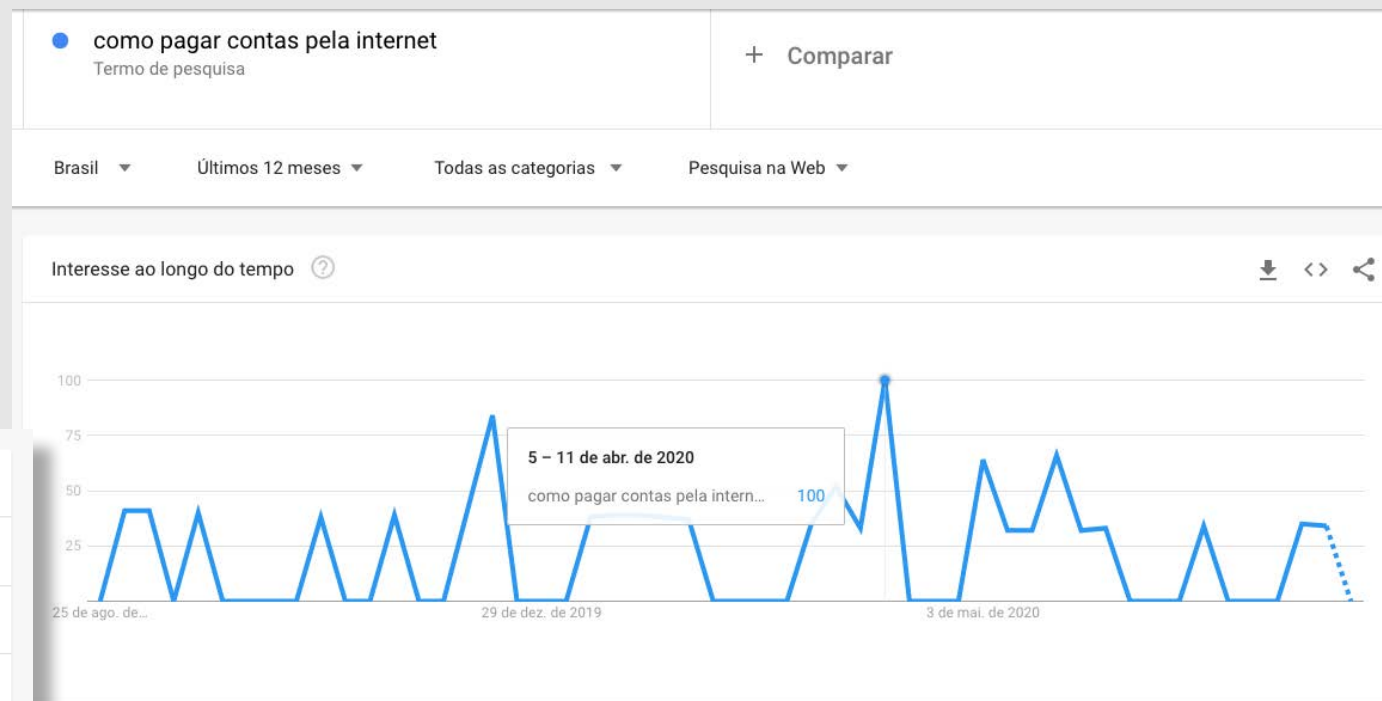


FONTE: GOOGLE TRENDS



Também em março, as buscas com a pergunta “**como pagar conta pela internet**”, teve um aumento expressivo de acordo com dados internos do Google. **Bancos como Caixa, Santander e contas de energia, débito e Magazines como Lojas Renner estão nas top buscas relacionadas ao tema.**

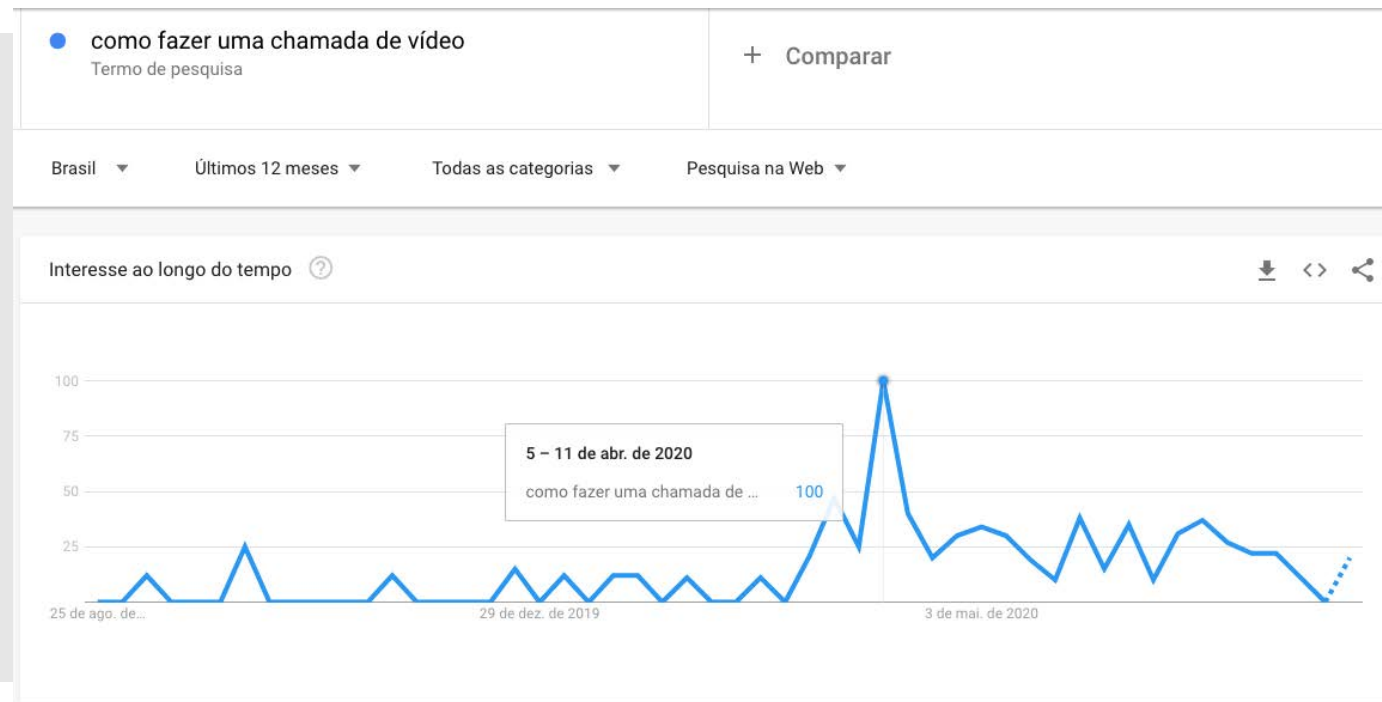
Assuntos relacionados 		Em ascensão 			
1	Caixa - Conceito financeiro	Aumento repentino			
2	Grupo Santander - Banco	Aumento repentino			
3	Energia - Assunto	Mais 200%			
4	Débito - Assunto	Mais 120%			
5	Lojas Renner - Rede de lojas	Mais 60%			
 Mostrando 1 a 5 de 7 assuntos 					



FONTE: GOOGLE TRENDS



“**Como fazer uma chamada de vídeo**” sofreu um boom **no final de fevereiro e início de março** e chegou no máximo valor por diversas vezes. Isso reforça uma busca generalizada por esse serviço e uma adesão cada vez maior na pandemia de interessados em aprender essa tecnologia.



FONTE: GOOGLE TRENDS

E quais foram as principais perguntas que apareceram no Google Complete e que revelam uma necessidade de alfabetização digital?

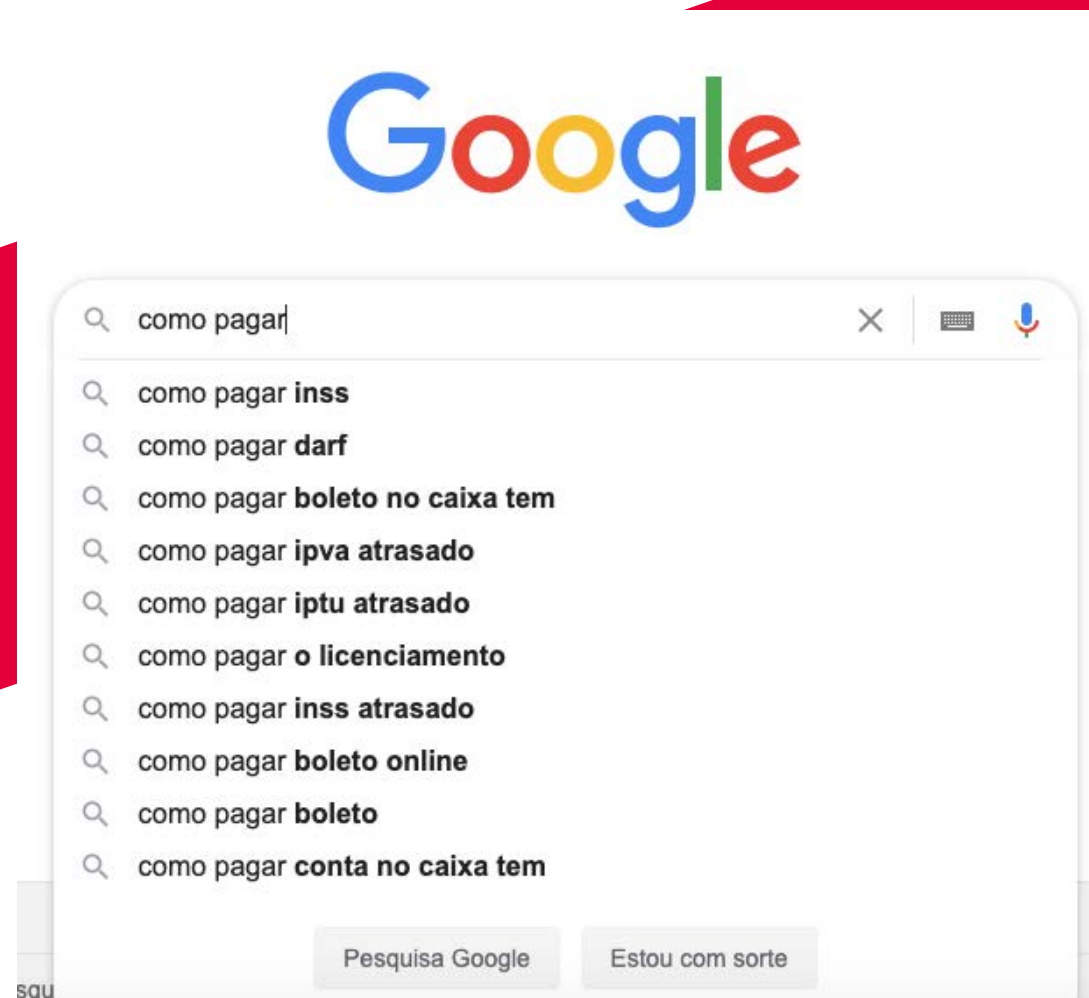
.....



BUSCA:

.....

COMO PAGAR BOLETO
E TAXAS ONLINE



BUSCA:

.....

COMO FAZER
COMPRAS ONLINE



como fazer compras onl

- como fazer compras online
- como fazer compras online no extra
- como fazer compras online no assai
- como fazer compras online com o auxílio emergencial
- como fazer compras online com o caixa tem
- como fazer compras online em supermercados
- como fazer compras online no savegnago
- como fazer compras online com nubank
- como fazer compras online no debito
- como fazer compras online com cartão de crédito

Pesquisa Google

Estou com sorte

BUSCA:

.....

COMO FAZER VIDEOCONFERÊNCIAS POR DIVERSOS APLICATIVOS

Por que saber quais as coisas mais pesquisadas no Google pode ser interessante?

Para saber dialogar com o seu público, falar a mesma língua dele. Para entender o comportamento de consumo do público, o que anda conquistando-o.



VOVÓS E VOVÔS CONECTADOS

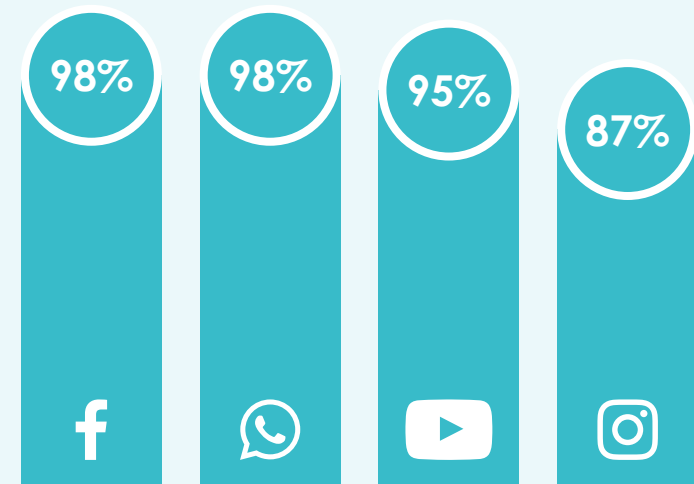
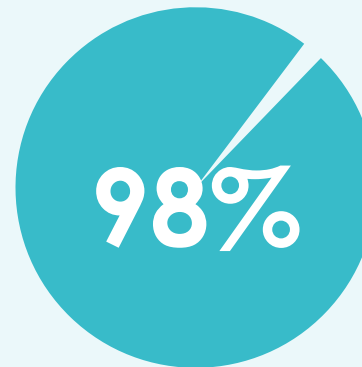


Levantamento realizado pela TIM mostra que **98% dos seus clientes com mais de 60 anos** e que utilizam a rede de dados da operadora estão inscritos nas redes sociais.

O **Facebook** segue na liderança por mais um ano, **98%** de aderência, assim como **WhatsApp**. Outros apps que também aparecem na lista dos queridinhos são o **Youtube (95%)** e o **Instagram (87%)**.



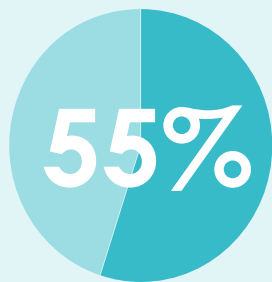
clientes com
mais de 60 anos



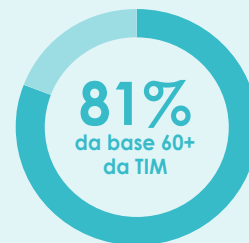
FONTE: ACRÍLICA.COM / OPERADORA TIM



Internet banking foi um dos serviços com maior aumento de popularidade



Quase um milhão de usuários com mais de 60 anos já utiliza o Tik Tok



Mulheres são campeãs no uso da internet

FONTE: ACRÍLICA.COM / OPERADORA TIM

Os aplicativos e sites de banco foram os serviços com maior aumento de popularidade em um ano: **55%** dos idosos da base da operadora já aderiram ao internet banking, aumento de **12 pontos percentuais** em relação ao ano passado. O indicador reforça a conveniência desse tipo de solução, que ganha confiança entre a terceira idade e segue sendo essencial durante o cenário de pandemia e isolamento social.

O consumo de conteúdo no formato audiovisual também virou tendência para o público mais sênior. **Quase um milhão de usuários com mais de 60 anos já utiliza o Tik Tok.** O aplicativo, que ganhou popularidade recentemente, permite capturar, criar e compartilhar vídeos curtos, em sua maioria relacionados à dança, música e entretenimento no geral. A pesquisa ainda mostra onde estão os idosos

mais conectados do País. Os “vovôs” e “vovós” do Rio de Janeiro e da capital paulista são os maiores fãs da internet: **81% da base 60+ da TIM** nessas regiões utiliza o serviço de dados. A análise reforça ainda, em mais um ano, que **as mulheres são as campeãs no uso da internet: 72%** utilizam dados (aumento de sete pontos percentuais), **contra 70% dos homens** (aumento de oito pontos percentuais).

QUAL O CRESCIMENTO QUE ESSA DEMANDA ORIGINOU NOS SERVIÇOS ONLINE?

.....

34%



Ocorreu crescimento de 34% nos serviços de delivery de alimentos durante a pandemia.



10%



Serviços de streaming de vídeo cresceram 10%.



71%



Crescimento da presença em lives de 18% para 71%.



53%

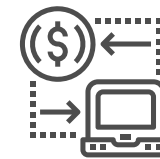


Participação em aulas on-line passou de 22% para 53%.*



*No pós-pandemia, 45% responderam que vão seguir realizando essas atividades de forma digital.

69%



Utilização de internet banking não se alterou durante a pandemia (69%).**

**Porém, 81% responderam que, pós-pandemia, desejam utilizar esses serviços.

FONTE: ACRÍLICA.COM / OPERADORA TIM

COMPRAS VIA APP DE SUPERMERCADOS E FARMÁCIAS E SOLUÇÕES VIA WHATSAPP

.....

FONTE: INTEGRAR GERAÇÕES. ESPAÇO VOLTADO PARA O PÚBLICO 60+. BASE: 459 PESSOAS



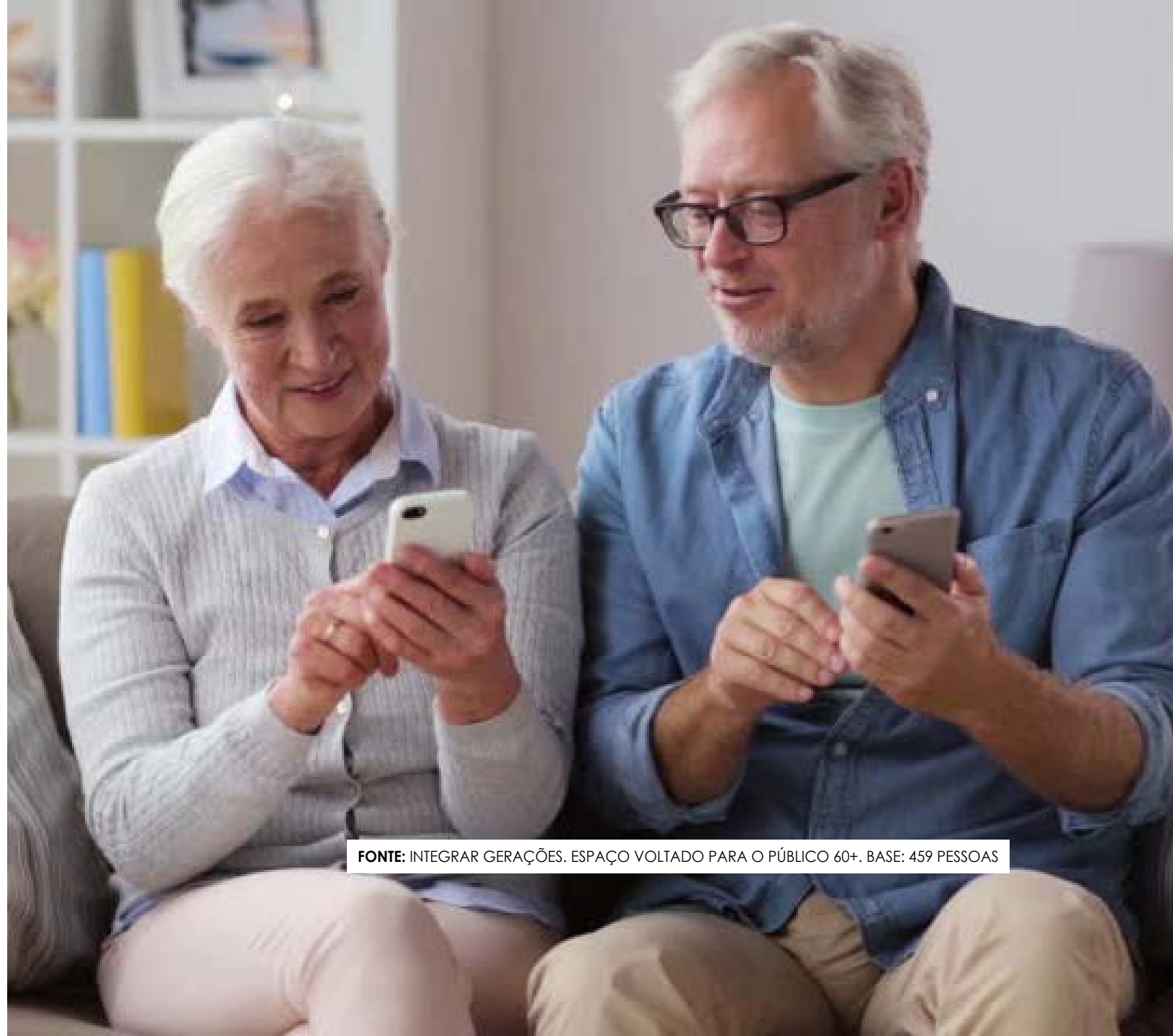
APP PARA IDOSOS



Durante o primeiro mês de isolamento social devido à pandemia de covid-19, as compras feitas por meio de aplicativos **creceram 30%, no Brasil**, de acordo com levantamento do Instituto Locomotiva.

A alta foi significativa em dois grupos populacionais: o de pessoas com mais de 50 anos de idade e o das classes C, D e E, que, somadas, representam mais da metade dos consumidores do país.

O Pão de Açúcar **criou o APP James** para delivery sem cobrança de taxa para os idosos nas compras virtuais. O app já atende 25 cidades e está ativo em 134 lojas do GPA – e conta com mais de **2,5 milhões de downloads**. Registrou **800% de aumento nas vendas**, com aumento também de **130% no ticket médio**.



FONTE: INTEGRAR GERAÇÕES. ESPAÇO VOLTADO PARA O PÚBLICO 60+. BASE: 459 PESSOAS

AÇÃO DE SOLIDARIEDADE DE DELIVERY APROVEITANDO O WHATSAPP

.....

A pandemia do coronavirus fez surgir também uma **corrente de solidariedade nas redes sociais**. Motoristas de APPs de delivery também se ofereceram para **fazer compras para os idosos** uma vez por semana. Após contato via redes sociais eles finalizavam o contato através de grupos de correspondência **via whatsapp**.



COMPRAS ONLINE (ECOMMERCE E GRANDES VAREJOS)

.....

O aumento do volume de **compras online cresceu 130%** no comparativo de maio do ano passado com esse ano de acordo com o site Compre e Confie.

O isolamento social criou um novo público de consumidores on-line.

O ClubeExtra.com.br, e-commerce alimentar da rede Extra, **quintuplicou a quantidade de clientes com mais de 60 anos** durante a pandemia. A demanda geral por compras online



FONTE: SITE COMPRE E CONFIE / SBVC

aumentou 82% em menos de três meses. Segundo a rede, muitos consumidores tiveram sua primeira experiência de compra online nos supermercados devido à procura por alimentos e itens de higiene e limpeza. Desde

março, o Extra implementou entrega prioritária aos idosos e aumentou o número de lojas que oferecem delivery, **de 33 para 140 unidades** – de acordo com a SBVC (Sociedade Brasileira de Varejo e Consumo).

CUIDADOS PARA SE PROTEGER NESSE PERÍODO DE PANDEMIA E USO DA TECNOLOGIA

A pandemia trouxe mais golpes que o normal. Febraban aponta **alta de 44% de links maliciosos** que têm como objetivo roubar dados e dar acesso a contas bancárias ou cartões de crédito do consumidor. E trouxe também mais casos de denúncias nas delegacias. Pedidos de ajuda à polícia **augmentam 80%** de acordo com levantamento da Jusbrasil.



44%

Alta de **44%** de links maliciosos que têm como objetivo roubar dados e dar acesso a contas bancárias ou cartões de crédito do consumidor.

Com o **aumento de mais de 130% nas compras online** durante o período de isolamento social, criminosos aproveitaram para realizar golpes em consumidores. Portanto, existem cuidados que são necessários **para que os novos adeptos da tecnologia fiquem atentos** à dicas para não serem enganados. Existem listas de sites confiáveis ou não no site do Procon SP ou de sua região que mostra quais



80%

Casos de denúncias nas delegacias. Pedidos de ajuda à polícia aumentam **80%** de acordo com levantamento da Jusbrasil.

os sites **não são muito indicados para compra**. Em qualquer tipo de site ou ecommerce que no ato da compra precisa informar - como fazer uma compra e precisar enviar informações do seu cartão de crédito, email, senha ou dados de banco - observar se no pé da página tem aquele cadeado **que indique que o site está sendo criptografado** e que o usuário receberá um cuidado adicional.



130%

Aumento de **130%** nas compras online durante o período de isolamento social, criminosos aproveitaram para realizar golpes em consumidores.

FONTE: FEBRABAN / JUSBRASIL

CHAMADA DE VÍDEO



As plataformas em regra são seguras e utilizam criptografia e permitem criar configurações de segurança em que o anfitrião daquela reunião aceita pessoas mediante ato expresso de quem está organizando o encontro, travar ingressos.

Dicas:

- **Buscar sempre pesquisar** as melhores plataformas nos mecanismos de buscas.
- **Fazer autenticação** em dois fatores: mediante código de confirmação por sms. Só assim o app permite utilizá-lo. Sem isso as pessoas conseguem facilmente roubar o seu acesso.

A autenticação em dois fatores é um segredo adicional que só você tem com esse tipo de autenticação. É como ter uma segunda senha em caso de imprevistos.



FONTE: FEBRABAN / JUSBRASIL

CONSIDERAÇÕES FINAIS

No primeiro Estudo que fizemos sobre os idosos, intitulado ***“Idosos e a Era Digital”*** percebemos que as marcas estavam desperdiçando uma grande oportunidade em **focar suas atenções nesse grupo tão importante e em crescimento no Brasil.**

Descobrimos, através da **“Economia Prateada”** um público com um potencial de compras enorme, cheio de vontades e necessidades e pronto para ser estimulado.

Agora, com esse novo estudo ***“Idosos, a Pandemia e a Inclusão Digital”***, exploramos a

consequência negativa da chegada de uma pandemia na vida e no comportamento de um grupo: o **isolamento, a incerteza, o medo** mas também um **momento positivo** de novos encontros, novos aprendizados e uma preparação para o novo.

Será importante para as marcas **participarem ativamente** dessa inclusão social dos idosos, trazendo esse público para dentro de um ambiente online **pronto para ser explorado** mas criando uma linguagem apropriada, **design e interface intuitiva**, de fácil entendimento


e usando um **tom de comunicação similar** a esse público.

Trazer uma experiência apoiada na tecnologia (como a comunicação através de dispositivos de voz como Alexa da Amazon) e **criar uma experiência do usuário adaptada** às dificuldades expressadas pelos mesmos na utilização da tecnologia **poderá inserir** cada vez mais esse grupo nesse **ambiente digital**: um público que está totalmente disposto a viajar, conhecer, namorar, aprender, fazer compras, consumir apps e viver bem e melhor cada dia mais.


#SOMOS ZAGUERS

.....

Alcance e
aprofundamento no
entendimento do
consumidor.

 Telefone: (11) 2532-9558

 (11) 95001-4592

 Rua Tangará, 138, Vila Mariana
CEP: 04019-030 - São Paulo/SP



HUB DIGITAL &
TRADING DESK

