



# Comportamentos do consumidor no setor Residencial e Digital potencializados pela pandemia

Para entender as últimas mudanças em expectativas de vida doméstica e remota, atitudes e comportamentos, a Allianz Partners realizou pesquisa com mais de 25.000 consumidores em 10 países em fevereiro de 2022.



## TENDÊNCIA #1

### A casa multiuso

Durante o confinamento, a maioria dos consumidores passou mais tempo em casa, transformando-a no principal, e para muitos o único, local para as várias atividades: trabalho, aprendizado, tempo de inatividade, compras, fitness, jantar, descanso, cuidado com os filhos, socialização, criatividade, romance, cultura, alimentação e muito mais.



Para todas as gerações, as principais dificuldades durante este período foram a **falta de atividade física e exercício**, mas não apenas....



A maioria dos entrevistados fez **algumas reformas em sua casa durante a pandemia**: criou uma área fitness, área de relaxamento, um espaço de escritório...

A geração Z abraça a autonomia do trabalho remoto e o estilo de vida de trabalhar em qualquer lugar



As soluções de seguro residencial precisarão atender à casa multiuso. Com diferentes consumidores redesenhando suas casas para acomodar novas formas de atividades (por exemplo, academia em casa), o trabalho remoto provavelmente manterá o apelo e exigirá proteção de seguro adequado.



## TENDÊNCIA #2

### Vida on-line

A pandemia do COVID-19 acelerou rapidamente a adoção da vida remota. Um número crescente de varejistas experimentou atingir o público on-line vendendo produtos que só podem ser comprados ou usados em espaços digitais, como jogos, mídias sociais e o metaverso.

Há um número crescente de consumidores que agora reclamam de utilizar frequentemente os serviços bancários online.



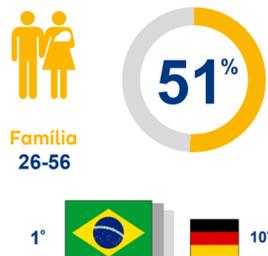
#### Proteção bancária online



→ Curiosamente, enquanto as faixas etárias mais jovens estão liderando o caminho para os canais virtuais, são as **famílias e os idosos ativos** que demonstram maior interesse em **compras on-line e proteção bancária**. Claramente, os pais estão mais preocupados com a proteção de pagamentos online de seus filhos.

O cibercrime é uma preocupação que cresce rapidamente. À medida que mais atividades diárias migram para o espaço digital/virtual.

Se sentem vulneráveis a crimes cibernéticos: roubo de identidade, uso indevido de dados pessoais, bloqueio do computador.



#### Proteção de identidade



## TENDÊNCIA #3

### Casa Inteligente Ecológica & Vida Saudável

Com o rápido desenvolvimento da Internet das Coisas, e uma tendência crescente de consumidores de conveniência e tranquilidade, as pessoas ganharão mais controle sobre suas casas e suas vidas com dispositivos conectados.



→ A **sustentabilidade** é um aspecto que pode ser potencializado com a Internet das Coisas, com a capacidade de evitar o desperdício de energia e monitorar o uso de vários aparelhos, o que torna as casas mais eficientes.



## TENDÊNCIA #4

### Cultura de conveniência

Os consumidores querem resultados máximos com tempo mínimo e esforço – o que significa que eles estão dispostos a pagar por um serviço rápido. Mesmo para o consumidor comum, a ineficiência e os atrasos tornaram-se mais do que incômodos

Os consumidores esperam **serviços on-demand e interações sem atrito, especialmente em seguros, onde a cobertura é muitas vezes uma necessidade e não um luxo.**

