



2026

**CONSUMIDOR
CONECTADO
GLOBAL**

Relatório de Tendências



Uma mensagem de Biju Nair

EVP e Presidente, Global Connected Living & Assurant International

A tecnologia conectada não apenas coexiste com nossas vidas: ela se tornou essencial para a forma como vivemos, trabalhamos e navegamos pelo dia a dia. À medida que seu papel cresce, especialmente com a proliferação da IA, entender como os consumidores se sentem em relação à tecnologia da qual dependem nunca foi tão importante.

Em 2025, a Assurant lançou o Índice de Sentimento Tecnológico nos Estados Unidos para entender melhor as atitudes dos consumidores em relação à tecnologia. Neste ano, expandimos essa pesquisa globalmente, oferecendo uma visão mais ampla e completa do consumidor conectado em diversos mercados.

O que essa perspectiva global revela é um quadro mais sutil. Os consumidores estão adotando a tecnologia, mas com mais intenção. Suas expectativas são moldadas não só pelo que a tecnologia pode fazer, mas também pela consistência de seu desempenho e pela facilidade com que se encaixa em suas vidas. Essas expectativas variam por mercado, mentalidade e níveis de confiança e receio, especialmente à medida que a IA se torna mais presente no cotidiano.

À medida que as expectativas crescem, o papel da proteção, do serviço e do suporte ganha mais destaque.

Atender a essas expectativas exige mais do que mudanças incrementais. Exige um novo modelo, que una proteção confiável e suporte contínuo em uma experiência fluida que reflita a forma como os consumidores realmente usam a tecnologia.

Esse modelo se baseia em quatro capacidades essenciais: oferecer cuidado contínuo, criar experiências personalizadas, usar dados e IA para antecipar necessidades e oferecer suporte a todo o ecossistema de dispositivos conectados.

Juntas, essas capacidades possibilitam uma experiência de propriedade mais fluida, relevante e conectada.

Nas páginas a seguir, exploramos como o sentimento do consumidor está evoluindo nos mercados globais; as forças que moldam as expectativas em torno de tecnologia, proteção e suporte; e como utilizar com segurança a IA e outras capacidades para atender a essas expectativas em um mundo cada vez mais conectado e complexo.

01	A Realidade do Consumidor Conectado	04
02	Forças que Moldam o Sentimento Tecnológico	06
03	Repensando seu Modelo de Suporte	14
04	Panorama do Mercado Global	18
05	Conclusão e Metodologia	40

Sumário

SEÇÃO 1

A Realidade do Consumidor Conectado



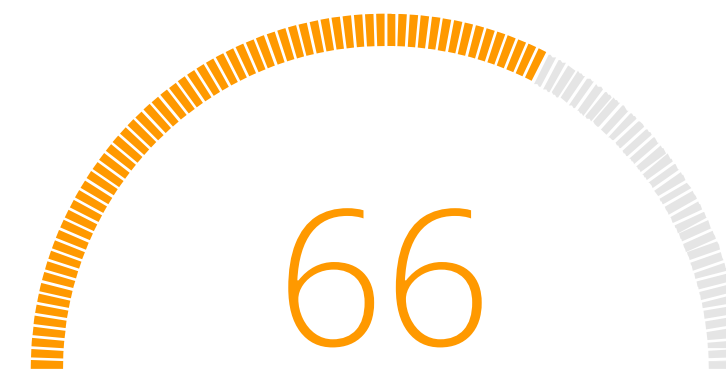
A tecnologia está mais integrada ao cotidiano do que nunca. Mas só a adoção não conta toda a história. A verdadeira questão é: como os consumidores se sentem em relação à sua tecnologia?

Para responder a essa pergunta, a Assurant desenvolveu o **Índice de Sentimento Tecnológico**, uma medida global das atitudes dos consumidores em relação à tecnologia, em uma escala de 0 a 100.

ENTENDENDO O SENTIMENTO TECNOLÓGICO GLOBAL

Hoje, a **pontuação global** do TSI é **66**. Esse número conta uma história cheia de nuances.

Os consumidores são, em geral, positivos, mas não estão isentos de hesitação. A tecnologia traz benefícios claros, mas também novas preocupações em torno de **custo, complexidade e confiança**. Como resultado, as expectativas dos consumidores aumentam, não só em relação à tecnologia em si, mas também à experiência ao seu redor.



Os consumidores acreditam na tecnologia.

Mas esperam mais sobre como **ela funciona, como é suportada e em quem confiar**.

SEÇÃO 2

SEIS FORÇAS QUE REMODELAM O CENÁRIO DO CONSUMIDOR CONECTADO

A forma como os consumidores pensam sobre tecnologia está mudando e já está remodelando o mercado. Seis mudanças estão redefinindo o que os consumidores esperam e o que as marcas devem entregar.

Vencer globalmente exige relevância local.

1

A tecnologia tornou-se uma infraestrutura essencial.

2

O valor da proteção está no custo total de propriedade.

3

A proteção padrão para todos já não é viável.

4

A IA aumenta tanto a capacidade quanto a complexidade.

5

O suporte é o principal diferencial.

6

Juntas, essas tendências refletem uma transformação mais ampla: os consumidores estão redefinindo o que é valor.

Hoje, valor não se resume mais a preço. É uma combinação de eficiência de custo, confiabilidade, tempo economizado e qualidade da experiência.

As marcas vencedoras serão aquelas que entregam nas quatro dimensões.

Vencer globalmente exige relevância local.

Em nível global, a crença na tecnologia é forte. Mas essa crença não se traduz em uma mentalidade única e uniforme do consumidor.

Em vez disso, o cenário atual do consumidor conectado é definido por três formas distintas de avaliar a tecnologia.

Essas mentalidades aparecem de formas diferentes em cada mercado, moldando como os consumidores avaliam tanto a tecnologia quanto as marcas por trás dela, e criando um desafio fundamental para os profissionais de marketing.

Como manter uma estratégia global consistente atendendo a expectativas tão diferentes?

A resposta não é mudar o valor entregue, mas adaptar como esse valor se apresenta.

Não existe um manual global único.

Vencer exige tornar o valor relevante para expectativas diferentes.



USUÁRIOS OTIMISTAS

Buscam inovação e acesso antecipado. É novidade?



O MEIO PRAGMÁTICO

Focam em confiabilidade, conveniência e valor geral. Vale a pena?



CONSUMIDORES CAUTELOSOS

Priorizam confiança, previsibilidade e controle. Posso confiar nisso?

2 A tecnologia tornou-se infraestrutura essencial.

Hoje, 80% dos consumidores dizem **que a tecnologia conectada torna a vida melhor — um aumento de 19 pontos desde 2021.**

Isso não é mais adoção incremental. É dependência.

Os dispositivos se tornaram a principal porta de entrada para aspectos críticos da vida diária, da comunicação e do trabalho às finanças e à identidade.



Os consumidores dizem que a tecnologia melhora mais do que piora

**Trabalho
7x mais**

Lazer e interesses pessoais

5x mais

O TEMPO DE INATIVIDADE É A NOVA INTERRUPÇÃO

À medida que a dependência da tecnologia aumenta, cresce também o impacto das falhas.

Quando um dispositivo para de funcionar, o impacto vai muito além do incômodo. Ele interrompe o acesso a sistemas essenciais, pagamentos, comunicação, trabalho e transporte.

Um dispositivo já não é apenas hardware. É a porta de entrada para um ecossistema inteiro. Reduzir o tempo de inatividade é parte central da equação de valor.



Marcas que minimizam as interrupções vão definir a experiência de propriedade.

As falhas de dispositivos hoje são interrupções da vida



O valor da proteção está no custo total de propriedade.

Como os dispositivos se tornam mais essenciais (e mais caros), os consumidores se concentram em obter o máximo valor pelo seu dinheiro.

Na compra de proteção, essa mentalidade se mostra de forma prática. As decisões são fortemente influenciadas pelo custo do dispositivo e pelo custo do plano.

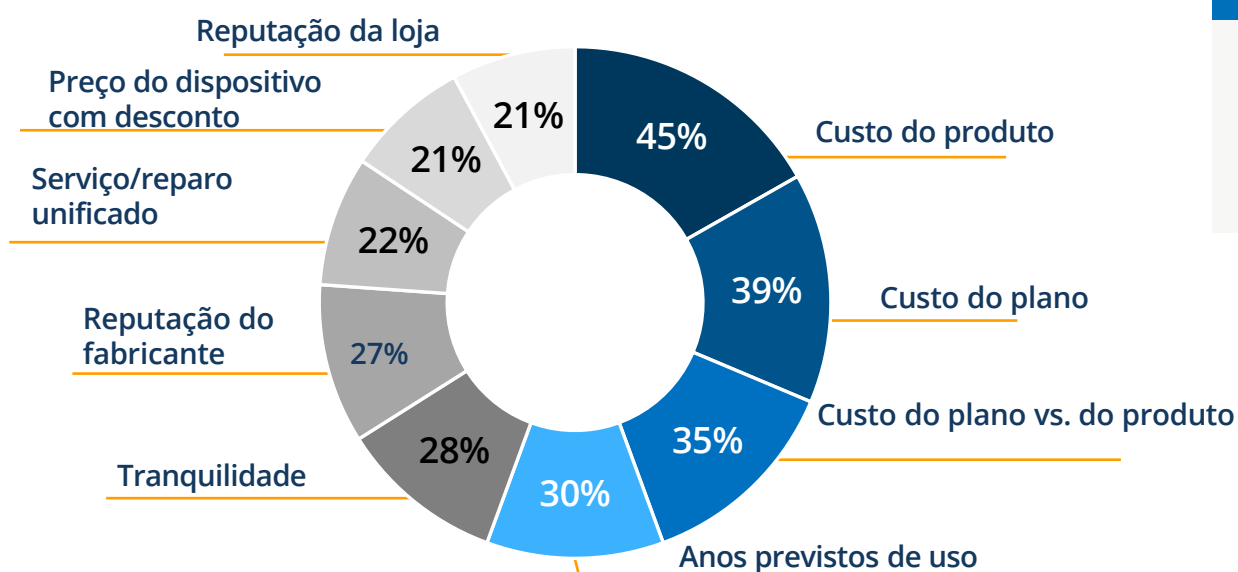
Mas esses custos visíveis são apenas parte da equação.

Posicionar a proteção como parte do custo total de propriedade ajuda a evidenciar todo o seu valor. Ao considerar o risco de reparo, o tempo de inatividade e o uso a longo prazo, a proteção deixa de ser um custo extra. Ela passa a ser uma forma de gerenciar o custo real de possuir um dispositivo.

A proteção é mais atraente quando posicionada não como tranquilidade, mas como uma decisão financeira inteligente.



Principais fatores de decisão na compra de proteção



4 A proteção padrão para todos já não é viável.

Os consumidores esperam, cada vez mais, flexibilidade e controle.

Ofertas padronizadas estão perdendo relevância, substituídas por soluções que refletem necessidades, preferências e padrões de uso individuais.

Esse nível de personalização é um poderoso motor de comportamento. Aumenta tanto a conversão quanto a retenção, transformando a proteção de um complemento passivo em parte ativa da decisão de compra.

Consumidores globais dizem:

85%

planos personalizáveis aumentariam a probabilidade de comprar o dispositivo

85%

oferecer planos personalizáveis melhoraria a opinião sobre a marca que os vende

87%

a personalização aumentaria a probabilidade de manter o plano

A pergunta mudou.

Não é mais: "Quero proteção?" É:

"Quero este plano?"

Quanto mais personalizada a experiência, mais valiosa ela se torna.

5 A IA está aumentando a capacidade e a complexidade.

A IA está transformando a experiência de propriedade.

Os dispositivos estão se tornando mais capazes, mas também mais complexos, menos transparentes e mais difíceis de diagnosticar.

Os consumidores agora usam uma tecnologia que não entendem totalmente. Ela é mais poderosa. Menos previsível.

Isso gera uma tensão crítica: a adoção acelera enquanto a compreensão diminui.

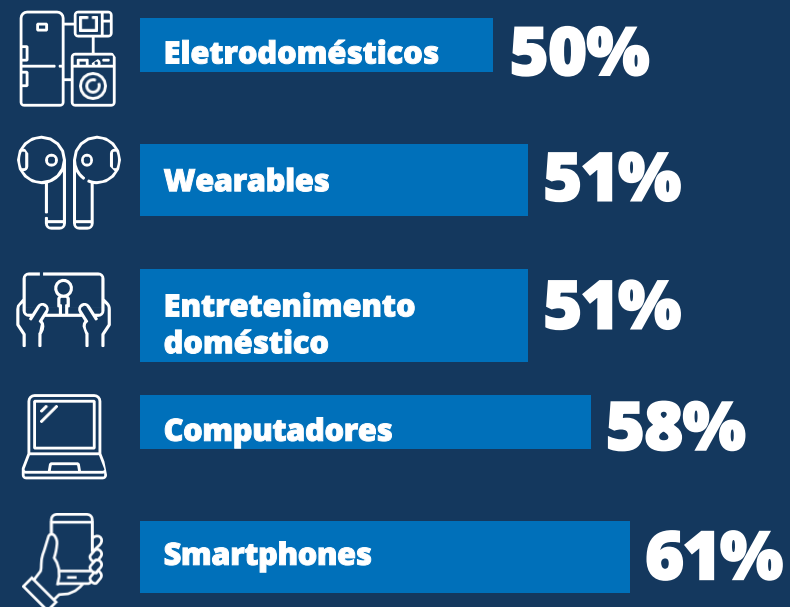
Ao mesmo tempo, a confiança na IA permanece moderada. Os consumidores estão abertos aos benefícios, mas cautelosos quanto às implicações.

A IA aumenta o valor percebido, mas também o risco percebido.

A propriedade está passando do uso simples para o gerenciamento contínuo, tornando o suporte mais importante do que nunca.

+5%
confiança na IA

Consumidores têm maior probabilidade de adquirir proteção para dispositivos com IA



6 O suporte é o principal diferencial.

A natureza dos problemas dos consumidores está mudando.

Os problemas de hoje são menos sobre falhas catastróficas e mais sobre frustrações cotidianas — conectividade, armazenamento e desafios de configuração — que atrapalham a experiência de formas menores, porém mais frequentes.

Ao mesmo tempo, os consumidores estão mudando a forma como buscam ajuda, recorrendo a ferramentas de autoatendimento, plataformas de vídeo e soluções de IA para resolver problemas sem os canais tradicionais de suporte.

Isso revela uma lacuna entre o que os consumidores precisam e como o suporte é entregue.

As marcas que integrem o suporte à experiência de propriedade se diferenciarão em um mercado em que os produtos sozinhos já não conseguem.

6 principais categorias de dispositivos que geram frustração tecnológica



42%

Smartphone

36%

Computador

29%

Entretenimento doméstico

27%

Eletrodomésticos

27%

Dispositivos de casa inteligente

25%

Wearables

Os problemas mais comuns são operações básicas — não o que a cobertura tradicional protege.

28% Conexão com Wi-Fi/smartphone

35% Problemas de conectividade/velocidade

30% Armazenamento insuficiente

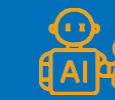
4 comportamentos mais usados para resolver problemas



YouTube
35%



Resolver sozinho
31%



Ferramenta de IA
23%



Amigos/família
23%

SEÇÃO 3

REPENSANDO SEU MODELO DE SUPORTE



Os consumidores não estão apenas adotando a tecnologia de outra forma. Eles esperam mais dela.

Dependem mais dela. Avaliam-na de forma mais crítica. E esperam que funcione perfeitamente em todos os momentos da vida.

Mas, enquanto as expectativas dos consumidores evoluíram, o modelo criado para atendê-los não evoluiu.

Essa lacuna entre como os consumidores vivenciam a tecnologia e como ela é suportada é onde está sua próxima oportunidade.

Do reativo ao contínuo: uma mudança necessária




Os consumidores vivem em um mundo contínuo e conectado, mas são atendidos por um modelo feito para eventos isolados.

O modelo antigo reage à falha. O consumidor de hoje precisa de um modelo feito para desempenho contínuo.



47%

dizem depender fortemente da tecnologia todos os dias

ANTES Modelo reativo	AGORA Realidade do consumidor conectado
 <p>Quebrou. Consertou. Pronto.</p>	 <p>Experiência sempre ativa</p>
 <p>Focado em dispositivo</p>	 <p>Dependente do ecossistema</p>
 <p>Problemas pouco frequentes</p>	 <p>Problemas frequentes e sutis</p>
 <p>Planos padronizados</p>	 <p>Comportamento de autoatendimento</p>

Um novo modelo para um mundo mais complexo

O consumidor conectado ainda valoriza a proteção. Mas, hoje, só a proteção não basta.

O que se precisa é de um modelo que combine proteção com suporte contínuo, refletindo como a tecnologia realmente funciona e como os consumidores a vivenciam todos os dias.

O novo modelo

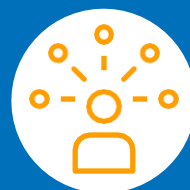


Cuidado contínuo

Suporte sempre ativo, não apenas após a falha

O suporte deixa de ser algo que os consumidores acessam apenas quando algo quebra. Ele passa a fazer parte da experiência, ajudando a manter o desempenho e a tratar problemas antes que se agravem.

Em um mundo de tecnologia sempre ativa, o cuidado precisa acompanhar o ritmo.

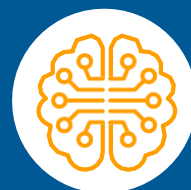


Personalização

Planos e experiências que se adaptam às necessidades individuais ao longo do tempo

Os consumidores esperam soluções que reflitam como usam sua tecnologia. Planos e experiências personalizados permitem que eles escolham e mudem a cobertura, o suporte e os benefícios que atendem às suas necessidades.

Quanto mais personalizada a experiência, mais valiosa ela se torna.



Inteligência proativa

A IA antecipa problemas antes que aconteçam

Dados e IA tornam possível antecipar problemas antes que eles afetem a experiência. Da previsão de problemas de desempenho dos dispositivos à identificação de momentos de upgrade, a inteligência proativa reduz o atrito e melhora os resultados.

O objetivo não é só responder mais rápido, mas evitar problemas por completo.



Suporte ao ecossistema

O suporte se estende por dispositivos e serviços

Os consumidores não dependem de um único dispositivo. Eles dependem de toda uma rede de tecnologias conectadas que precisa funcionar em conjunto de forma fluida.

O suporte deve abranger esse ecossistema, garantindo continuidade entre dispositivos, plataformas e serviços.

O novo modelo transforma a proteção de um produto reativo em uma experiência contínua.

Vai além de consertar problemas: passa a preveni-los. Vai além de planos padronizados: chega a soluções personalizadas.

Vai além de dispositivos isolados: alcança ecossistemas conectados.

É uma reformulação completa de como o valor é entregue.

Projetado para a forma como os consumidores vivem hoje

Quando proteção, serviço e suporte se tornam uma experiência contínua, isso muda como os consumidores escolhem, permanecem e se engajam.

No cenário atual do consumidor conectado, vencer não é mais vender proteção em um único momento.

É entregar confiança, continuidade e controle ao longo de todo o ciclo de vida.

Por que funciona



Reduz o atrito

Os consumidores enfrentam menos interrupções no uso diário da tecnologia. O suporte contínuo ajuda a resolver problemas cedo, antes que se agravem.



Constrói confiança

À medida que os dispositivos ficam mais complexos, um suporte consistente torna-os mais fáceis de entender e de se confiar, aumentando o conforto com recursos avançados como a IA.



Fortalece a fidelidade

O engajamento contínuo mantém os clientes conectados à marca para além da compra inicial, criando relacionamentos mais profundos e duradouros.



Melhora a eficiência

O cuidado proativo reduz eventos de atendimento desnecessários e simplifica as operações de suporte, melhorando os resultados para o cliente e para o negócio.

A CHAVE DO MERCADO



Viabilize a adoção

Reduzir a complexidade e gerar confiança em tecnologias avançadas para que os consumidores se sintam à vontade para adotá-las e usá-las.



Personalize a experiência

Oferecer soluções flexíveis e personalizadas que reflitam como cada cliente usa sua tecnologia e evoluam com suas necessidades.



Entregue cuidado contínuo

Oferecer suporte sempre ativo e proativo que mantenha o desempenho e resolva problemas antes que afetem a experiência.



Pense além do dispositivo

Dar suporte a todo o ecossistema de tecnologias conectadas para criar uma experiência de propriedade fluida e integrada.

SEÇÃO 4

PANORAMAS DOS MERCADOS GLOBAIS

Em todos os mercados globais, os consumidores acreditam no valor da tecnologia conectada, mas a forma como a avaliam, confiam e a vivenciam varia de maneiras significativas.

Uma expectativa é universal: a tecnologia deve simplesmente funcionar. Como você entrega essa expectativa precisa variar conforme o mercado.

USUÁRIOS OTIMISTAS	MEIO PRAGMÁTICO	CONSUMIDORES CAUTELOSOS
Movidos pelo que vem a seguir:	Focados no valor cotidiano	A confiança molda a adoção
Veem a tecnologia como progresso e adotam novos recursos rapidamente, especialmente experiências com IA que aprimoram o dia a dia Expectativa principal: inovação fluida com suporte flexível	Adotam a tecnologia quando ela prova seu valor, equilibrando desempenho, confiabilidade e valor de longo prazo Expectativa principal: valor claro e experiências confiáveis	Adotam uma abordagem mais ponderada, priorizando transparência, consistência e confiança em como a tecnologia funciona Expectativa principal: confiabilidade, controle e suporte de confiança
Mercados: Brasil • Índia • México	Mercados: Austrália • Canadá • Reino Unido • EUA	Mercados: Alemanha • Japão • Coreia do Sul



<https://www.youtube.com/watch?v=FxStTOSCVJM>

Os panoramas nas páginas a seguir mostram como essas mentalidades moldam a adoção, as decisões de proteção e as expectativas de suporte em 10 países. Eles ajudam a transformar insights em ação, destacando o que orienta decisões, onde existem atritos e como as marcas podem responder com mais eficácia.

PANORAMA DE MERCADO GLOBAL BRASIL

Jovens, urbanos e mobile-first;
prontos para escala e adoção rápida

QUEM SÃO

47% homens **53%** mulheres

44% 29 a 44 anos

75% vivem em áreas urbanas

75% têm imóvel próprio

65% domicílios com 3 a 5 pessoas

82% Android **18%** Apple



ÍNDICE DE SENTIMENTO TECNOLÓGICO

é uma medida global das atitudes dos consumidores em relação à tecnologia, em uma escala de 0 a 100.



A inovação é bem recebida e a tecnologia conectada é vista como um claro upgrade de vida.

93% dizem que a tecnologia conectada tornou suas vidas melhores **81%** confiam na IA

74% veem positivamente o ritmo da mudança tecnológica

A personalização desbloqueia demanda em escala

Muito interessados em planos de proteção personalizáveis
82% smartphones
69% eletrônicos
54% eletrodomésticos

A IA aumenta ainda mais o interesse pela proteção
82% têm maior probabilidade de considerar proteção para smartphones com IA
79% computadores
70% entretenimento doméstico
67% dispositivos de casa inteligente

96% dizem que a proteção personalizável aumenta a probabilidade de comprar o produto

94% dizem que aumenta a probabilidade de manter o plano de proteção

93% dizem que melhora a percepção da marca

Independentes por padrão, mas abertos a um suporte mais inteligente

Principais dispositivos que causam frustração (últimos 12 meses)
36% smartphones
32% computadores
31% entretenimento doméstico
27% eletrodomésticos

Problemas mais comuns
37% armazenamento insuficiente
30% conectividade/velocidade de internet
21% dispositivo quebrou ou precisou de reparo

Como resolvem problemas
32% YouTube
25% ferramentas de IA, como ChatGPT ou Gemini
21% resolvem sozinhos
21% técnico/serviço local
20% suporte do fabricante na loja

A CHAVE DO MERCADO ESTRATÉGIA

- Lidere com experiências mobile-first e baseadas em IA.
- Personalize a proteção para refletir a diversidade de dispositivos e as necessidades da casa.

- **Cure ofertas de suporte digital e presencial** por dispositivo para simplificar a complexidade e aumentar a adoção.
- Reforce o valor por meio de acessibilidade, relevância e facilidade de uso.

PANORAMA DE MERCADO GLOBAL ÍNDIA

Um público mobile-first, fluente em digital e com influência que vai além do indivíduo

QUEM SÃO

56% homens **44%** mulheres

88% abaixo de 45 anos **29%** 45 a 60 anos

39% vivem em residências com 5+ pessoas

44% ensino superior

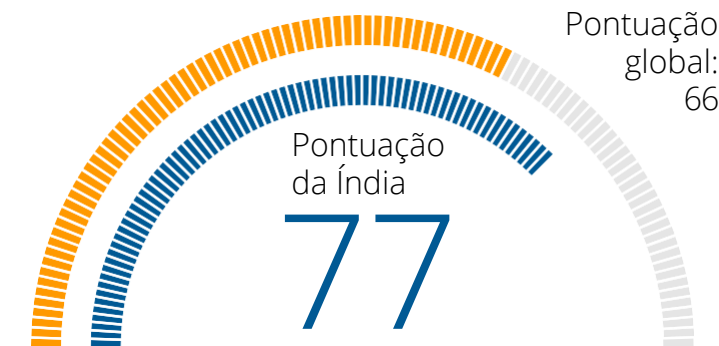
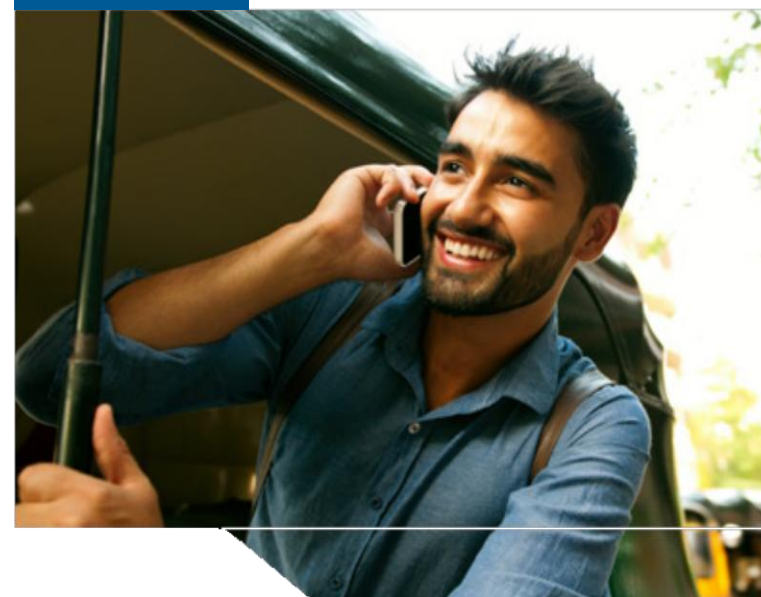
40% pós-graduação

88% Android **12%** Apple



ÍNDICE DE SENTIMENTO TECNOLÓGICO

é uma medida global das atitudes dos consumidores em relação à tecnologia, em uma escala de 0 a 100.



Estão entre os consumidores mais positivos em relação à tecnologia no mundo.

94% dizem que a tecnologia conectada tornou suas vidas melhores **85%** confiam na IA

85% veem positivamente o ritmo da mudança tecnológica

Proteção não é um adicional — é parte do custo total de propriedade



Muito interessados em planos de proteção personalizáveis

80% smartphones
73% eletrônicos de consumo
63% eletrodomésticos



A IA aumenta ainda mais o interesse pela proteção

83% têm maior probabilidade de considerar proteção para smartphones e computadores com IA
77% entretenimento doméstico
75% dispositivos de casa inteligente

97% dizem que a proteção personalizável aumenta a probabilidade de comprar o produto e contratar a proteção

95% dizem que melhora a percepção da marca e parece mais valiosa do que outras alternativas de proteção

Usuários engenhosos que esperam opções de suporte flexíveis



Principais dispositivos que causam frustração (últimos 12 meses)

55% smartphones
48% computadores
46% eletrodomésticos e entretenimento doméstico



Problemas mais comuns

44% conectividade/velocidade de internet
33% problemas de conexão Wi-Fi/smartphone
32% armazenamento insuficiente



Como resolvem problemas

47% YouTube
41% ferramentas de IA, como ChatGPT ou Gemini
33% orientação em redes sociais
33% técnico/serviço local
29% suporte por telefone do fabricante

A CHAVE DO MERCADO ESTRATÉGICA

- Lidere com inovação habilitada por IA.
- Personalize a proteção para acompanhar o uso dos dispositivos e as necessidades em evolução.
- Cure o suporte por dispositivo e canal para uma experiência fluida e com foco em autoatendimento.
- Reforce o valor por meio de flexibilidade, relevância e suporte contínuo.

PANORAMA DE MERCADO GLOBAL MÉXICO

Um público mobile-first
com a tecnologia no centro
da vida diária

QUEM SÃO

50% homens 50% mulheres

30% 18 a 28 anos 48% 29 a 44 anos

32% domicílios de 4 pessoas

33% domicílios de 5+

75% proprietários

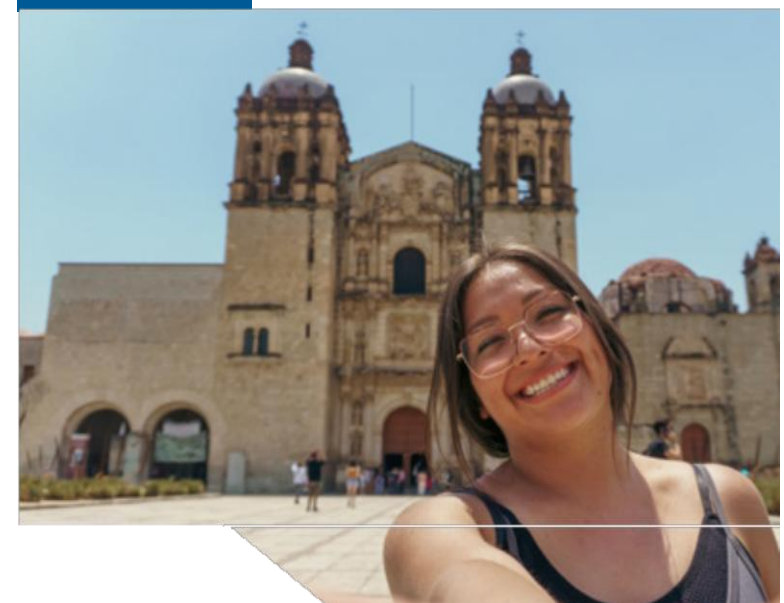
75% áreas urbanas

85% Android 15% Apple



ÍNDICE DE SENTIMENTO TECNOLÓGICO

é uma medida global das atitudes dos consumidores em relação à tecnologia, em uma escala de 0 a 100.



Os consumidores veem a tecnologia conectada como parte da vida diária e um claro motor de melhoria.

80% dizem que a tecnologia conectada tornou suas vidas melhores 69% confiam na IA

73% veem positivamente o ritmo da mudança tecnológica

Resposta forte a uma proteção que parece relevante, flexível e pessoal



Muito interessados em planos de proteção personalizáveis

72% smartphones
61% eletrônicos
46% eletrodomésticos



A IA aumenta ainda mais o interesse pela proteção

76% têm maior probabilidade de considerar proteção para smartphones com IA
74% computadores

94% dizem que a proteção personalizável aumenta a probabilidade de comprar o produto e manter o plano ao longo do tempo

92% dizem que melhora a percepção da marca e parece mais valiosa do que outras alternativas de proteção

O autoatendimento é comum, mas o suporte ainda importa



Principais dispositivos que causam frustração (últimos 12 meses)

41% smartphones
39% entretenimento doméstico
37% computadores



Problemas mais comuns

39% conectividade/velocidade de internet
36% armazenamento insuficiente
32% pareamento de Wi-Fi/dispositivos



Como resolvem problemas

37% YouTube
26% ferramentas de IA, como ChatGPT ou Gemini
23% redes sociais
22% manuais, solução por conta própria ou suporte na loja

A CHAVE DO MERCADO ESTRATÉGIA

Lidere com inovação mobile-first e de fácil adoção.

Personalize a proteção para alinhar-se ao uso cotidiano e às necessidades de acessibilidade financeira.

Cure o suporte por dispositivo para entregar experiências intuitivas e nativas do digital.

Reforce o valor por meio de relevância, simplicidade e transparência de custos.

PANORAMA DE MERCADO GLOBAL

AUSTRÁLIA

Conectados, equilibrados e focados no que funciona

QUEM SÃO

49% homens 51% mulheres

43% 29 a 44 anos 26% 40 a 60 anos

48% não têm filhos menores de 18 anos

57% áreas suburbanas

65% empregados em tempo integral

14% empregados em meio período

52% Android 48% Apple



ÍNDICE DE SENTIMENTO TECNOLÓGICO

é uma medida global das atitudes dos consumidores em relação à tecnologia, em uma escala de 0 a 100.



Os consumidores priorizam transparência, confiabilidade e benefícios cotidianos claros em vez de experimentação.

76% dizem que a tecnologia conectada tornou suas vidas melhores

53% veem positivamente o ritmo da mudança tecnológica

34% consideram a IA parcialmente confiável

29% estão incertos sobre a IA

Consumidores guiados por valor que esperam uma proteção prática e flexível



Muito interessados em planos de proteção personalizáveis

48% smartphones
38% eletrônicos
30% eletrodomésticos



A IA aumenta ainda mais o interesse pela proteção

54% têm maior probabilidade de considerar proteção para smartphones com IA
50% computadores
44% entretenimento doméstico e dispositivos de casa inteligente

83% dizem que a proteção personalizável aumenta a probabilidade de comprar o produto

85% dizem que aumenta a probabilidade de manter o plano de proteção

84% dizem que melhora a percepção da marca

Usuários práticos que esperam um suporte fácil e confiável



Principais dispositivos que causam frustração (últimos 12 meses)

43% smartphones
40% computadores
33% entretenimento doméstico
27% dispositivos de casa inteligente



Problemas mais comuns

35% conectividade/velocidade de internet
30% problemas de conexão Wi-Fi/smartphone
28% armazenamento insuficiente



Como resolvem problemas

34% YouTube
34% resolvem sozinhos
26% amigos/família
21% ferramentas de IA, como ChatGPT e Gemini
20% manual do produto

A CHAVE DO MERCADO ESTRATÉGIA

Lidere com uma tecnologia confiável e fácil de usar.

Personalize a proteção para necessidades individuais e mix de dispositivos.

Cure o suporte por dispositivo com caminhos claros e diretos para a resolução. Reforce o valor por meio refletir confiabilidade, transparência, e utilidade no mundo real.

PANORAMA DE MERCADO GLOBAL CANADÁ

Um mercado equilibrado, guiado por flexibilidade e necessidades reais

QUEM SÃO

52% homens 48% mulheres

36% 29 a 44 anos 27% 45 a 60 anos

59% empregados em tempo integral 9% empregados em meio período

33% solteiros 42% alugam moradia

51% Android 49% Apple

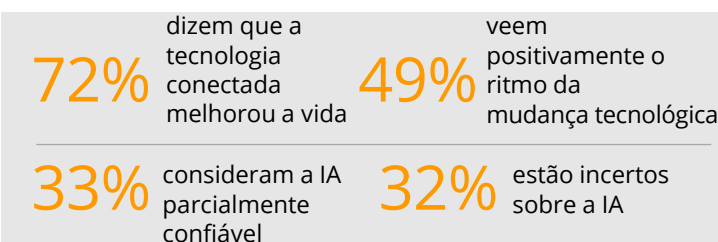


ÍNDICE DE SENTIMENTO TECNOLÓGICO

é uma medida global das atitudes dos consumidores em relação à tecnologia, em uma escala de 0 a 100.



Os consumidores veem benefícios claros na tecnologia, mas esperam segurança, flexibilidade e resultados comprovados.



Reagem a uma proteção que seja flexível, relevante e claramente benéfica

Muito interessados em planos de proteção personalizáveis

- 45% smartphones
- 37% eletrônicos
- 49% eletrodomésticos

A IA aumenta ainda mais o interesse pela proteção

47% têm maior probabilidade de considerar proteção para smartphones e computadores com IA

77% dizem que a proteção personalizável aumenta a probabilidade de comprar o produto

81% dizem que aumenta a probabilidade de manter o plano de proteção

79% dizem que melhora a percepção da marca

80% dizem que parece mais valiosa do que outras alternativas de proteção

Autossuficientes, com expectativa de um suporte simples e eficaz

Principais dispositivos que causam frustração (últimos 12 meses)

- 40% smartphones
- 35% computadores
- 26% entretenimento doméstico

Problemas mais comuns

- 30% armazenamento insuficiente
- 29% conectividade/velocidade de internet
- 24% pareamento de Wi-Fi/dispositivos

Como resolvem problemas

- 37% YouTube
- 34% resolvem sozinhos
- 28% amigos/família

A CHAVE DO MERCADO ESTRATÉGIA

Ofereça soluções flexíveis e multiplataforma que reflitam o uso no mundo real.

Personalize a proteção para alinhar com o mix de dispositivos e necessidades em evolução.

Cure o suporte por dispositivo para caminhos de resolução simples e intuitivos.

Reforce o valor por meio de relevância, clareza e benefício de longo prazo.

PANORAMA DE MERCADO GLOBAL REINO UNIDO

Engajados digitalmente, com
foco em confiança e
praticidade

QUEM SÃO

49% homens **51%** mulheres

37% 29 a 44 anos **38%** 45 a 60 anos

25% pós-graduação
64% empregados em tempo integral

63% proprietários
36% alugam moradia

51% Android **49%** Apple



ÍNDICE DE SENTIMENTO TECNOLÓGICO

é uma medida global das atitudes dos consumidores em relação à tecnologia, em uma escala de 0 a 100.



Os consumidores adotam a tecnologia, mas a avaliam pela transparência, pelo valor e pelo impacto de longo prazo.

78% dizem que a tecnologia conectada tornou suas vidas melhores **56%** confiam na IA

59% veem positivamente o ritmo da mudança tecnológica

A proteção fortalece a fidelidade e o valor de marca



Muito interessados em planos de proteção personalizáveis

- 49% smartphones
- 40% eletrônicos
- 34% eletrodomésticos



A IA aumenta ainda mais o interesse pela proteção

- 57% têm maior probabilidade de considerar proteção para smartphones com IA
- 54% computadores
- 48% entretenimento doméstico
- 47% dispositivos de casa inteligente

81% dizem que a proteção personalizável aumenta a probabilidade de comprar o produto

84% dizem que aumenta a probabilidade de manter o plano

83% dizem que melhora a percepção da marca

Usuários independentes que esperam um suporte rápido e sem atritos



Principais dispositivos que causam frustração (últimos 12 meses)

- 36% smartphones
- 33% computadores



Problemas mais comuns

- 36% conectividade/velocidade de internet
- 28% armazenamento insuficiente
- 27% conexão Wi-Fi/Bluetooth



Como resolvem problemas

- 36% YouTube
- 30% resolvem sozinhos
- 27% amigos/família
- 22% ferramentas de IA, como ChatGPT ou Gemini

A CHAVE DO MERCADO ESTRATÉGIA

Combine inovação com clareza, benefícios mensuráveis.

Personalize a proteção com base no tipo de dispositivo e nos padrões de propriedade.

Cure o suporte por experiências de dispositivo com acesso fluido e de baixo atrito. Reforce o valor por meio de transparência, flexibilidade e utilidade contínua.

PANORAMA DE MERCADO GLOBAL ESTADOS UNIDOS

Um público prático e estabelecido que adota a tecnologia quando ela entrega valor claro

QUEM SÃO

48% homens **52%** mulheres

28% 29 a 44 anos **37%** 45 a 60 anos

59% têm filhos menores de 18 anos

33% solteiros

51% áreas suburbanas

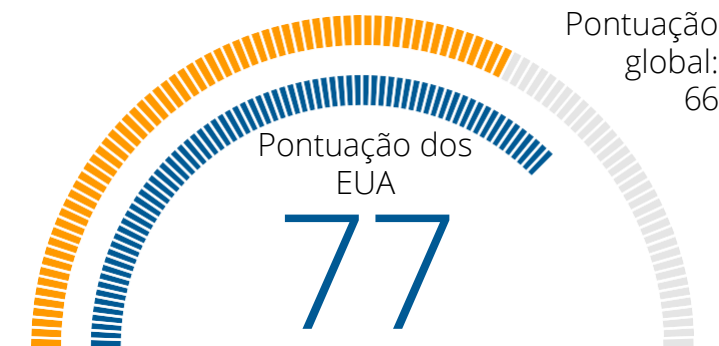
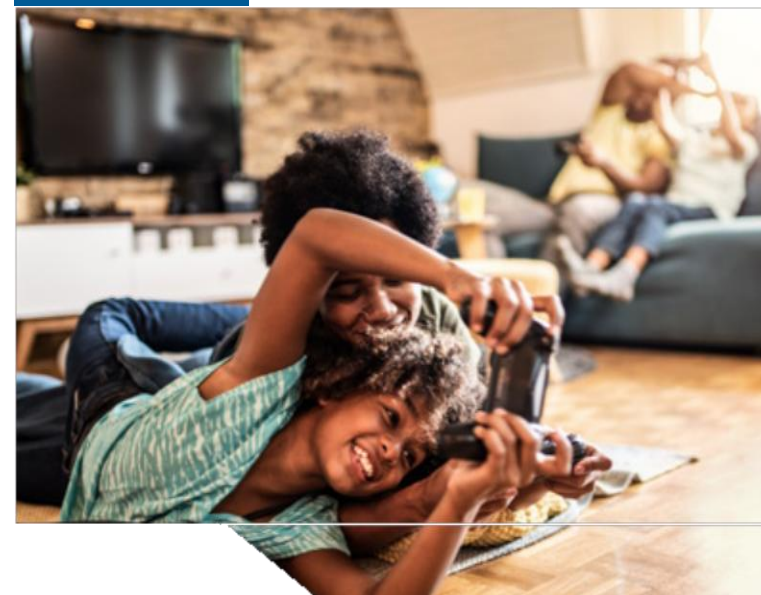
59% têm casa própria

51% Android **49%** Apple



ÍNDICE DE SENTIMENTO TECNOLÓGICO

é uma medida global das atitudes dos consumidores em relação à tecnologia, em uma escala de 0 a 100.



Os consumidores se entusiasmam com a inovação, mas se baseiam em desempenho e ROI.

75% dizem que a tecnologia conectada melhorou suas vidas **34%** consideram a IA parcialmente confiável

56% veem positivamente o ritmo da mudança tecnológica

A flexibilidade é o que transforma consideração em conversão



Muito interessados em planos de proteção personalizáveis

54% smartphones
45% eletrônicos de consumo
33% eletrodomésticos



A IA aumenta ainda mais o interesse pela proteção

51% têm maior probabilidade de considerar proteção para smartphones com IA
48% computadores

42% entretenimento doméstico

41% dispositivos de casa inteligente e eletrodomésticos

81% dizem que a proteção personalizável aumenta a probabilidade de comprar o produto

87% dizem que aumenta a probabilidade de contratar uma proteção

85% dizem que melhora a percepção da marca

Os consumidores esperam suporte rápido e acessível em todos os canais



Principais dispositivos que causam frustração (últimos 12 meses)

42% smartphones
37% computadores



Problemas mais comuns

35% conectividade/velocidade de internet
29% armazenamento insuficiente
33% conexão Wi-Fi/Bluetooth



Como resolvem problemas

43% YouTube
35% resolvem sozinhos
31% amigos/família
22% manuais
19% ferramentas de IA, como ChatGPT ou Gemini

A CHAVE DO MERCADO ESTRATÉGIA

• **Enfatize confiabilidade e desempenho, não apenas inovação.**

• **Personalize a proteção com base no tipo de dispositivo, uso e estágio do ciclo de vida.**

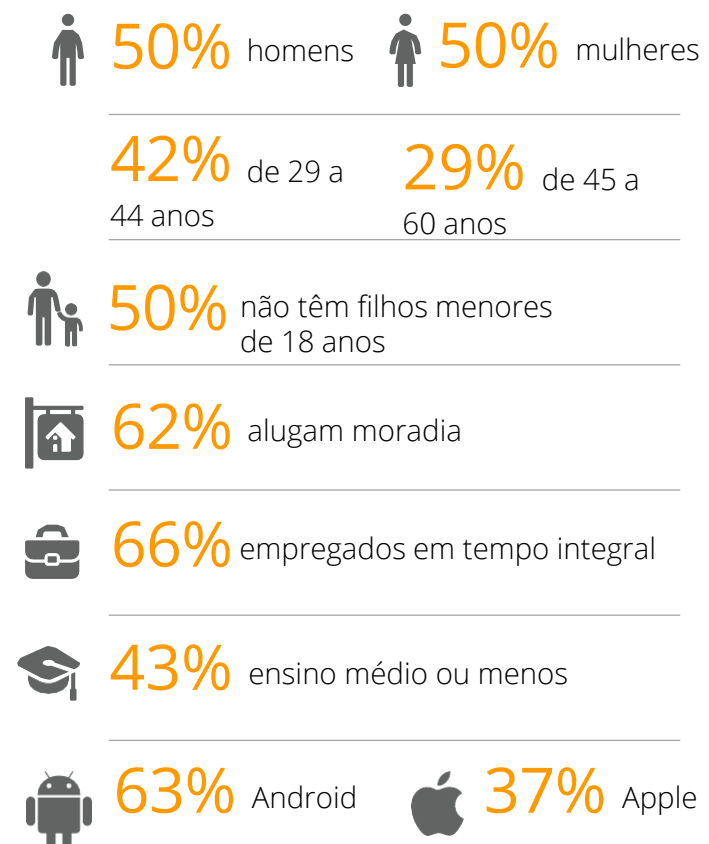
• **Cure experiências de autoatendimento por dispositivo com acesso omnichannel fluido.**

• **Reforce o valor por meio de benefícios claros, preços transparentes e utilidade de longo prazo.**

PANORAMA DE MERCADO GLOBAL ALEMANHA

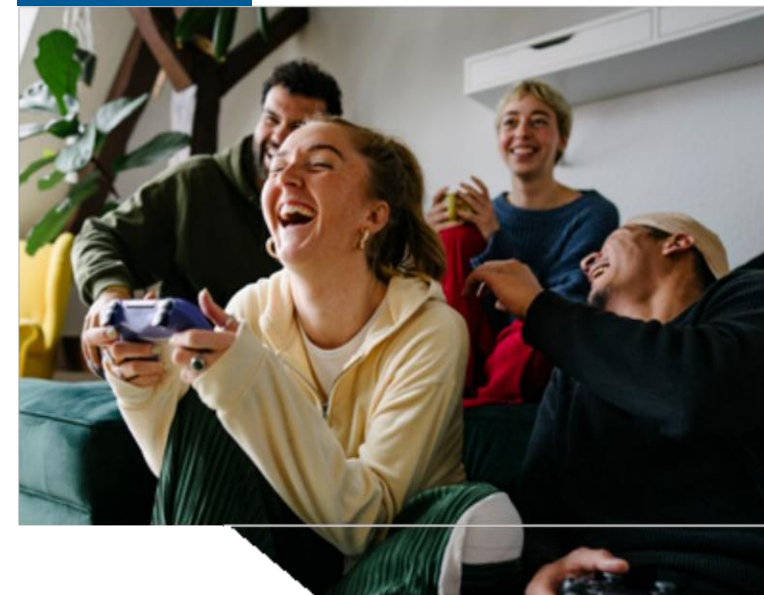
Equilibrados, pragmáticos e firmemente no mainstream

QUEM SÃO

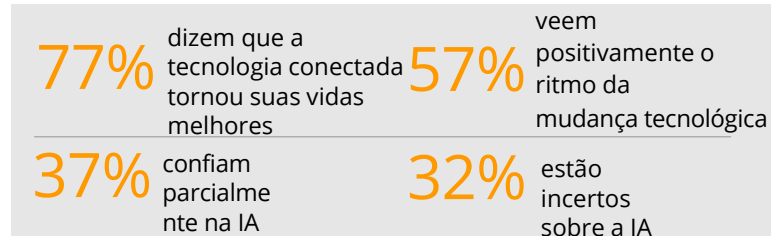


ÍNDICE DE SENTIMENTO TECNOLÓGICO

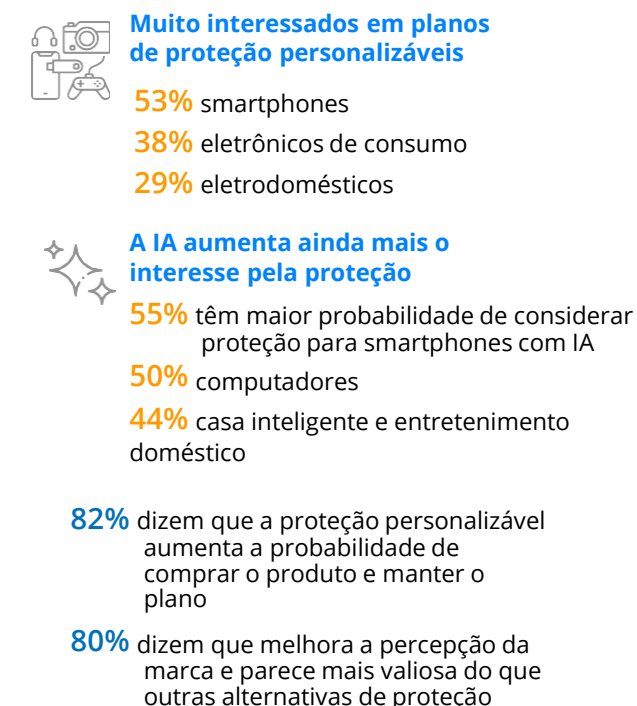
é uma medida global das atitudes dos consumidores em relação à tecnologia, em uma escala de 0 a 100.



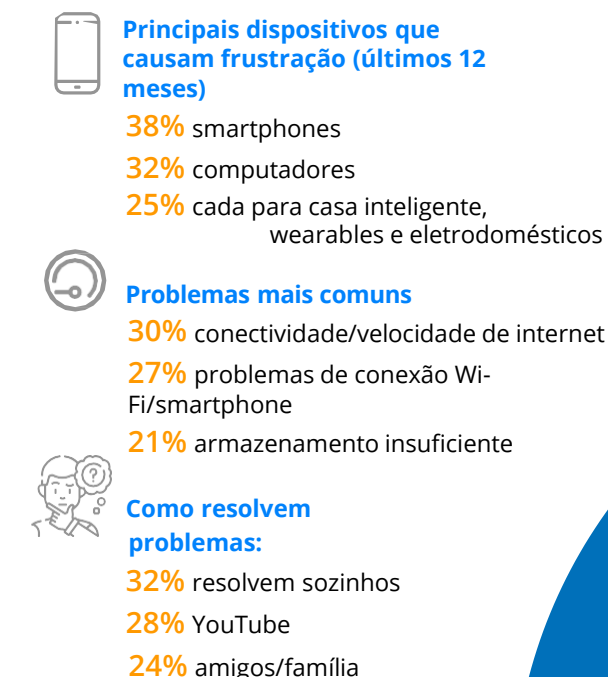
Os consumidores acreditam nos benefícios da tecnologia, mas esperam transparência, controle e valor justo.



A proteção se torna um diferencial quando parece sob medida



Solucionadores de problemas independentes que valorizam um suporte claro e eficaz



A CHAVE DO MERCADO ESTRATÉGICA

- Enfatize transparência em preços, privacidade e desempenho.
- Personalize a proteção para refletir necessidades e preferências individuais.
- Cure o suporte por dispositivo para apoiar a independência e a eficiência.
- Reforce o valor por meio de controle, personalização e benefícios claros.

PANORAMA DE MERCADO GLOBAL JAPÃO

Um mercado maduro e reflexivo, focado em qualidade e confiança

QUEM SÃO

53% homens 47% mulheres

47% 45 a 60 anos 22% 60+ anos

73% não têm filhos menores de 18 anos

56% empregados em tempo integral

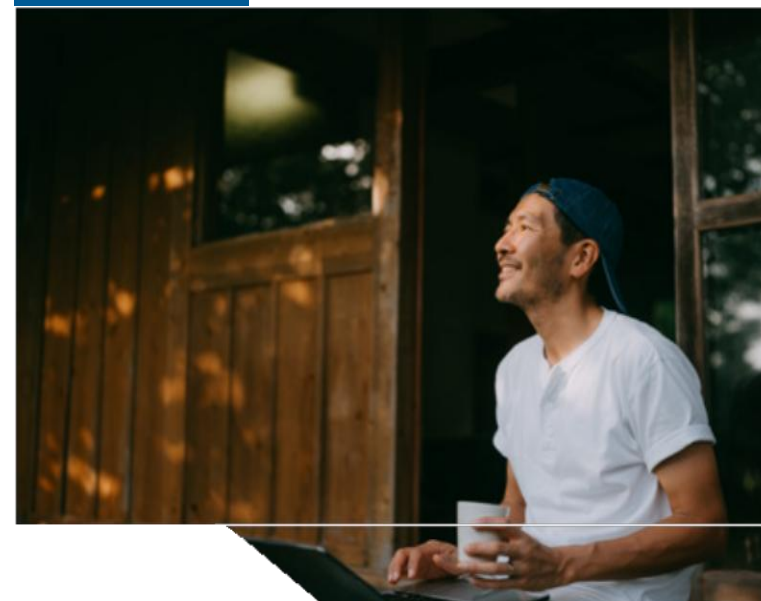
54% ensino superior

47% Android 53% Apple

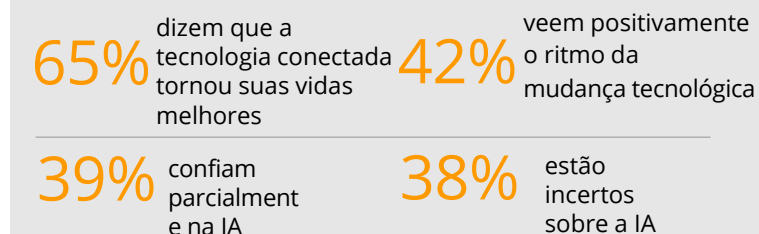


ÍNDICE DE SENTIMENTO TECNOLÓGICO

é uma medida global das atitudes dos consumidores em relação à tecnologia, em uma escala de 0 a 100.



Os consumidores valorizam o avanço tecnológico, mas priorizam segurança, confiabilidade e confiança de longo prazo.



A proteção reforça a confiança na compra



O interesse inicial por proteção personalizada é seletivo

- 28% smartphones
- 21% eletrônicos
- 16% eletrodomésticos



A IA aumenta ainda mais o interesse pela proteção

- 38% têm maior probabilidade de considerar proteção para smartphones com IA
- 37% computadores

75% dizem que a proteção personalizável aumenta a probabilidade de comprar o produto

74% dizem que aumenta a probabilidade de manter o plano de proteção

73% dizem que melhora a percepção da marca e parece mais valiosa do que outras alternativas de proteção

Focados em autoatendimento, com preferência por suporte claro e estruturado



Principais dispositivos que causam frustração (últimos 12 meses)

- 35% smartphones
- 26% computadores



Problemas mais comuns

- 32% conectividade/velocidade de internet
- 29% pareamento de Wi-Fi/dispositivos
- 29% armazenamento insuficiente



Como resolvem problemas:

- 38% resolvem sozinhos
- 25% manuais
- 20% usam fóruns
- 19% YouTube

A CHAVE DO MERCADO ESTRATÉGIA

- Lidere com confiabilidade, segurança e qualidade de produto.
- Personalize a proteção para apoiar a propriedade de longo prazo e a confiança.
- Cure um suporte estruturado, específico por dispositivo, que permita autorresolução.
- Reforce o valor por meio de **consistência, durabilidade** e confiança ao longo do tempo.

PANORAMA DE MERCADO GLOBAL

CORÉIA DO SUL

Altamente conectados, altamente exigentes e movidos por desempenho

QUEM SÃO

54% homens **46%** mulheres

38% de 45 a 60 anos

57% têm filhos menores de 18 anos

75% vivem em áreas urbanas

73% Android **27%** Apple



ÍNDICE DE SENTIMENTO TECNOLÓGICO

é uma medida global das atitudes dos consumidores em relação à tecnologia, em uma escala de 0 a 100.



Os consumidores adotam a inovação, mas a avaliam por custo, privacidade e valor no mundo real.

86% dizem que a tecnologia conectada tornou suas vidas melhores
64% confiam na IA
60% veem positivamente o ritmo da mudança tecnológica

A proteção deve apoiar o valor de propriedade no longo prazo

Estendendo por quanto tempo manterão e usarão um produto é o seu motivo nº 2 para comprar proteção, perdendo apenas para o custo.

Muito interessados em planos de proteção personalizáveis
49% smartphones
33% eletrônicos de consumo
27% eletrodomésticos

A IA aumenta ainda mais o interesse pela proteção
66% têm maior probabilidade de considerar proteção para smartphones com IA

63% wearables
60% casa inteligente e eletrodomésticos

89% dizem que a proteção personalizável aumenta a probabilidade de comprar o produto

90% dizem que aumenta a probabilidade de manter o plano de proteção

88% dizem que melhora a percepção da marca

Solucionadores de problemas independentes que esperam respaldo de especialistas

Principais dispositivos que causam frustração (últimos 12 meses)
41% smartphones
38% computadores
28% eletrodomésticos

Problemas mais comuns
37% conectividade/velocidade de internet
32% armazenamento insuficiente
30% pareamento de Wi-Fi/dispositivos

Como resolvem problemas:
35% resolvem sozinhos / **31%** YouTube
24% manuais
22% ferramentas de IA, como ChatGPT ou Gemini
22% centro de serviço/técnicos

A CHAVE DO MERCADO ESTRATÉGIA

Lidere com experiências de alto desempenho e de ponta.

Personalize a proteção para apoiar a longevidade dos dispositivos e os ciclos de upgrade.

Cure um suporte preciso, específico por dispositivo, com escalonamento fluido.

Reforce o valor por meio de durabilidade, transparência e desempenho consistente.

SEÇÃO 5

CONCLUSÃO E METODOLOGIA

A próxima era da proteção, do serviço e do suporte

A tecnologia está se tornando mais essencial e mais complexa. As expectativas em torno dela evoluem com a mesma velocidade.



O QUE OS DADOS NOS DIZEM

Os consumidores não estão apenas adotando a tecnologia. Eles estão avaliando o quão bem ela se encaixa em suas vidas.

O Índice de Sentimento Tecnológico reflete esse equilíbrio. O otimismo é forte, mas as expectativas estão crescendo, especialmente em torno de desempenho, simplicidade e confiança.

ONDE ESTÁ A OPORTUNIDADE

Proteção, serviço e suporte já não são considerações separadas.

Elas moldam como os consumidores vivenciam a tecnologia ao longo do tempo e influenciam como escolhem, permanecem e se engajam com as marcas que a entregam.

TRANSFORMANDO INSIGHTS EM EXECUÇÃO

A Assurant ajuda os parceiros a redefinir a experiência de propriedade, utilizando insights e tecnologia para transformar conexões com o cliente em momentos de fidelidade.

Da proteção de dispositivos e do suporte proativo às experiências personalizadas e às soluções para todo o ecossistema, a Assurant ajuda a tornar a tecnologia mais fácil de usar, mais fácil de confiar e mais fácil de se apoiar ao longo de todo o ciclo de vida.

O futuro da vida conectada será definido não só pela tecnologia que as pessoas possuem, mas também pela confiança, continuidade e valor que vivenciam por causa dela.

Sobre a pesquisa

Este relatório se baseia no 2026 Global Consumer Technology Pulse da Assurant, um estudo quantitativo personalizado que explora as atitudes dos consumidores em relação à tecnologia e as expectativas em torno de proteção, serviço e suporte.

AMOSTRA E MERCADOS

O estudo inclui

11.398

usuários de smartphones

em

10 países.

Cada mercado inclui **aproximadamente**

1.000+

respondentes,

permitindo comparações confiáveis entre mercados e insights locais.

TRABALHO DE CAMPO E METODOLOGIA

- **Método:** pesquisa quantitativa on-line (mobile e desktop)
- **Datas de campo:** dezembro de 2025 a janeiro de 2026
- **Público:** adultos 18+ que usam smartphones
- **Duração da pesquisa:** aproximadamente 10 minutos
- **Amostragem:** painel global on-line com respondentes remunerados

As amostras por país foram balanceadas por cota para refletir a distribuição populacional nacional nos principais grupos demográficos.

ÍNDICE DE SENTIMENTO TECNOLÓGICO

O Índice de Sentimento Tecnológico é uma pontuação composta que mede as atitudes dos consumidores em relação à tecnologia de 0 a 100, em que pontuações mais altas indicam um sentimento mais positivo.

O índice é construído a partir de 34 perguntas da pesquisa em cinco dimensões.

- **Impacto da tecnologia na vida diária**
- **Resultados sociais e pessoais**
- **Percepções sobre IA e tecnologias emergentes**
- **Atitudes em relação a custo, privacidade e confiabilidade**
- **Respostas emocionais à mudança tecnológica**

Todas as perguntas são padronizadas, têm peso igual e são escalonadas para gerar uma única pontuação global comparável.