

Estudo aponta as 10 tendências de tecnologia de consumo para 2019

- Consumidores esperam que alto-falantes inteligentes participem de discussões em família, assim como outros familiares
- Usuários de assistentes virtuais acreditam que dispositivos que entendem nosso humor se tornarão *mainstream* em até três anos
- Usuários de realidade virtual e aumentada querem orientação virtual para tarefas como cozinhar e reparar objetos

A Ericsson (NASDAQ: ERIC) apresenta a oitava edição do Relatório Anual de Tendências desenvolvido por seu ConsumerLab, com resultados que representam previsões de 34 milhões de *early technology adopters* (pessoas que começam a usar uma tecnologia assim que ela se torna disponível). O estudo [10 Hot Consumer Trends 2019](#) avalia os pensamentos e previsões do consumidor sobre tecnologias de futuro próximo, incluindo Inteligência Artificial, Realidade Virtual, 5G e automação. Além disso, revela que a tecnologia autônoma e preditiva do humor pode em breve ter um papel maior na vida cotidiana das pessoas.

“Imagine um smartphone realmente consciente não apenas do que você faz, mas também do que você é”, diz Dr. Micnós hael Björn, líder de pesquisas para o Ericsson Consumer & IndustryLab e principal autor do relatório. “Hoje, a inteligência artificial já pode entender sua personalidade só olhando nos seus olhos. Entrevistamos usuários que adotam rapidamente novas tecnologias e eles enxergam um futuro onde seus dispositivos os conheçam melhor do que eles mesmos”.

Essas são as 10 tendências para 2019:

1. Awareables

Mais de 60% dos usuários de assistentes virtuais acreditam que os dispositivos que entendem o nosso humor serão predominantes em três anos.

2. Discussões inteligentes

Mais de 30% dos usuários de assistentes virtuais acreditam que os palestrantes inteligentes argumentarão como membros da família em três anos.

3. Aplicativos espíões

Mais de 45% dos consumidores acham que os aplicativos coletam dados sobre eles, mesmo quando não usam o aplicativo.

4. Acordos forçados

Ter sempre que aceitar cookies de coleta de dados irrita 51% dos consumidores.

5. Internet of Skills (Internet das habilidades)

Mais de 50% dos usuários de realidade aumentada ou realidade virtual querem aplicativos, óculos e luvas que ofereçam orientação virtual para tarefas práticas e cotidianas, como cozinhar ou executar reparos.

6. Consumo Zero-Touch (sem toque)

Cerca de metade dos usuários de assistentes virtuais querem contas e assinaturas automatizadas, bem como suprimentos domésticos de auto-reabastecimento.

7. Obesidade mental

31% dos consumidores acreditam que logo terão que frequentar 'academias da mente' para praticarem exercícios mentais, conforme as decisões do dia-a-dia se tornam cada vez mais automatizadas.

8. Eco Me

39% dos consumidores desejam um smartwatch ecológico que meça suas pegadas de carbono.

9. Meu gêmeo digital

48% dos usuários de realidade aumentada ou virtual desejam avatares virtuais que os simulem perfeitamente, para que possam estar em mais de um lugar ao mesmo tempo.

10. 5G automatizando a sociedade

Cerca de 20% dos usuários de smartphones acreditam que o 5G melhorará a conexão de dispositivos IoT, como eletrodomésticos e serviços públicos.

PRESS RELEASE
14 de dezembro de 2018



Sobre se deveríamos ver essa tecnologia do futuro próximo como uma ameaça ou uma oportunidade, a Dra. Pernilla Jonsson, Head do Consumer & Industry Lab diz: “Já entramos na era em que humanos e máquinas inteligentes estão interagindo e trabalhando juntos. Até agora, apenas demos pequenos passos para o futuro. A maior parte do futuro sem toque ainda está por ser desenvolvida – e, como criamos esse futuro, é algo que ainda está em nossas mãos”.

As descobertas nesse relatório são baseadas em mais de 23 anos de atividades de pesquisa global do Ericsson ConsumerLab, e utilizam principalmente dados de uma pesquisa online realizada em outubro de 2018 com usuários avançados de internet de 10 cidades influentes no mundo todo.

NOTAS AOS EDITORES

Para kits de imprensa, contexto e fotos em alta resolução, acesse www.ericsson.com/press-center

SIGA-NOS:

www.ericsson.com

www.twitter.com/ericssonbr

www.facebook.com/ericssonbr

www.youtube.com/EricssonBrazil

www.slideshare.net/EricssonLatinAmerica

www.flickr.com/photos/EricssonLatinAmerica/

MAIS INFORMAÇÕES:

Centro de Notícias

Comunicação Corporativa Ericsson, Brz
Luciana Leite – (11) 94380-9382
luciana.leite@ericsson.com

Weber Shandwick
Carol Boccardo / Fernando Borsarini
cboccardo@webershandwick.com
fborsarini@webershandwick.com
(11) 3027-0212

SOBRE A ERICSSON

A Ericsson permite que os provedores de serviços de comunicações obtenham todo o potencial da conectividade. O portfólio da empresa abrange redes, serviços digitais, serviços gerenciados, negócios emergentes e é projetado para ajudar nossos clientes na digitalização, aumentando a eficiência e encontrando novos fluxos de receita. Os investimentos da Ericsson na inovação promovem os benefícios da telefonia e da banda larga móvel para bilhões de pessoas ao redor do mundo. As ações da Ericsson estão listadas nas Bolsas de Valores Nasdaq em Estocolmo e NASDAQ em Nova York. www.ericsson.com.