

17 de abril de 2021

Pesquisa aponta que 11% dos lares no país terão um assistente de voz até 2025

Pandemia acelera uso de equipamento; empresas com Amazon, Google, Positivo e Intelbras investem nesse mercado no Brasil

Por [Amanda Lemos](#)

A pandemia levou famílias brasileiras a ampliar o uso de uma nova tecnologia bem particular: os alto-falantes inteligentes, ou "smart speakers", como são conhecidos em inglês. As assistentes virtuais acopladas às caixinhas de som passaram a cumprir funções básicas dentro de casa. Entreter com seleções de músicas, ligar e desligar as luzes, trancar portas, explicar como fazer pequenos concertos, além de avisar sobre as condições climáticas, informar as horas e ajudar a fazer a lista de compras.

“O confinamento forçado fez com que as pessoas olhassem mais para casa, o que incentivou a adoção de novas tecnologias que ajudassem no dia a dia”, diz José Muratori, diretor da [Aureside](#) (Associação Brasileira de Automação Residencial e Predial). Segundo Muratori, também pesaram a favor do equipamento os recentes lançamentos. Há novas versões mais eficientes e sofisticadas e também mais baratas. É possível encontrar dispositivos à venda na internet a partir de R\$ 199

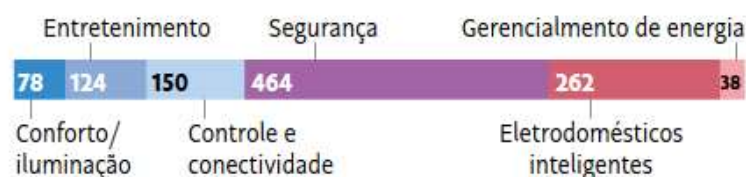
Segundo uma pesquisa da consultoria alemã [Statista](#), o mercado brasileiro de alto-falantes inteligentes e gadgets para automatizar a casa têm potencial para crescer até 23% até 2025.

Em 2020, cerca de 3% dos lares brasileiros contavam com algum dispositivo inteligente. Segundo a consultoria, nos próximos quatro anos, serão 11% das moradias conectadas a um aparelho.

Smart speakers impulsionam mercado brasileiro de dispositivos inteligentes

Projeções para o mercado de casas inteligentes no Brasil entre 2020-2025

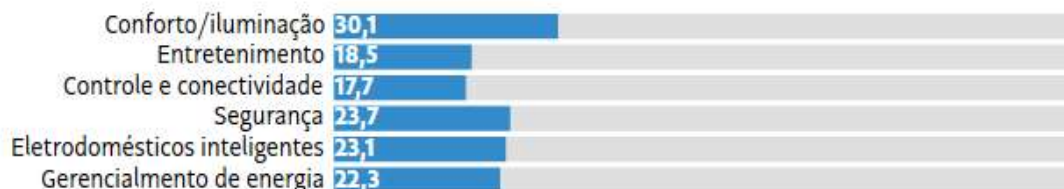
Crescimento de cada categoria em 2020, em US\$ milhões



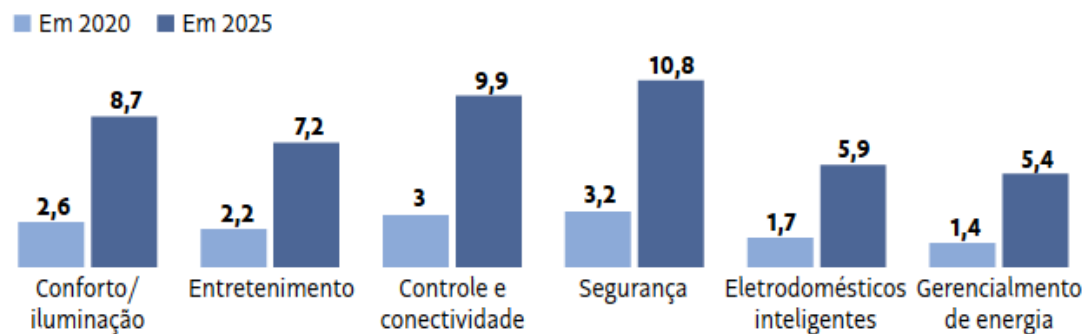
US\$ 1,1 bilhão

Foi a estimativa de crescimento do mercado de dispositivos inteligentes para casa em 2020

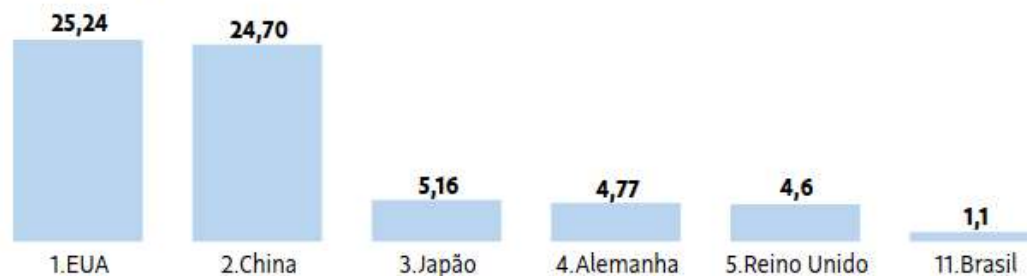
Crescimento entre 2020-2025, em %



Distribuição de categorias de dispositivos nos lares, em %



Ranking mundial em 2020, em US\$ bilhões



Fonte: Estudo da Statista de ago.20, encomendada pela Aureside (Associação brasileira de automação residencial e predial)

A projeção é que o comando de voz, nesses próximos anos, vai ampliar a sua participação especialmente em entretenimento, segurança, operação de eletrodomésticos e gestão de energia. Grandes empresas globais que atuam nesse mercado já captaram a tendência no país.

As estrangeiras Alexa, da Amazon, e Google Nest chegaram ao Brasil falando português em 2019, mas quem despontou na categoria foi a Amazon, com oito modelos. A empresa conta com uma equipe brasileira para ir adaptando o dispositivo ao que chama de "personalidade do brasileiro", como ter humor mais leve e saber quais são os assuntos com mais interesse no país. "A Alexa de 2019 não é a mesma de 2021, ela está em constante evolução", diz Marina Zveibil, gerente de comunicação para dispositivos Amazon & Alexa.

No início de abril, o Google, lançou o Nest Audio, também de olho no interesse local por esse tipo de aparelho. "O nível de engajamento brasileiro é crescente, e percebemos isso pelo uso de assistente de celular", diz Vinicius Dib, líder de parcerias de Devices do Google Brasil.

Empresas brasileiras também se posicionam nesse segmento. A Intelbras, por exemplo, já produz o dispositivo de voz e equipamentos de segurança que podem ser integrados ao speaker. Sua linha inclui fechaduras. A empresa tem a meta de crescer mais ainda nesse segmento. Em fevereiro, fez seu IPO [oferta inicial de ações], movimentando R\$ 1,3 bilhão. Parte dos recursos será destinada para o investimento em equipamentos voltados para a automação de casas. Um deles é um smart speaker integrado à Alexa. "Nosso diferencial é ter uma rede capilarizada: chegamos a atender 98% do território", diz Tiago Ribeiro, gerente de comunicação da Intelbras. "É alto o potencial para ampliar o uso de uma tecnologia que facilita a vida."

A Positivo é outra empresa que entrou nesse mercado. Ela ficou conhecida pela popularização dos PCs e conseguiu bons resultados com computadores na pandemia. A Vaio, linha premium de notebooks da empresa, teve crescimento de 300% nas vendas no ano passado. Mas a Positivo agora quer virar referência em tecnologia doméstica. A empresa entende que existem "avenidas de crescimento", ou seja, novos nichos, além de computadores e smartphones, que vão puxar as vendas nos próximos anos. Uma dessas "avenidas" é o que a empresa chama de casa inteligente. Em 2019, criou até uma área para cuidar de automação doméstica. "Éramos

conhecidos como a “rainha da classe C” ou pela “marca do primeiro PC para os filhos”, lembra Norberto Maraschin Filho, vice-presidente de negócios de consumo da empresa. “Mas agora já somos líderes em iluminação inteligente”, afirma. A Positivo oferece lâmpadas que se conectam aos dispositivos de voz ou aplicativos. Para usar, basta colocá-las no bocal, conectá-las ao wi-fi da casa e falar como prefere a luminosidade do ambiente. É possível ligar, desligar, aumentar a iluminação, deixá-la mais quente ou mais suave.

Marcio Kanamaru, sócio-líder de tecnologia, mídia e telecomunicações da KPMG no Brasil, lembra que o diferencial das assistentes de voz é, justamente, o comando por voz.

Kanamaru lembra que os assistentes estão sendo aperfeiçoados rapidamente para entenderem frases cada vez mais complexas, o que vai ampliar o leque de funções e serviços que podem ser oferecidos —e faz uma comparação. "Quando surgiram os primeiros smartphones com touch screen, todo o mundo achava que essa era uma tecnologia futurista, que ia dar errado e nem todos teriam acesso, mas estamos aqui usando todo dia, e até no notebook tem touch screen hoje."