

## **A GUERRA DAS ASSINATURAS: O Super Bundling Desperta**



### **América Latina**

**Pesquisa realizada com mais de 6.000 assinantes em toda a América Latina revela potencial de crescimento exponencial**

# Introdução

O mercado de assinaturas na América Latina está estimado em US\$ 20 bilhões, um valor que deve quase dobrar até 2026.

Este aumento é impulsionado por uma base de consumidores predominantemente móvel que prioriza a conveniência e o acesso instantâneo aos serviços. À medida que esses consumidores recorrem cada vez mais a modelos de assinatura para tudo, desde streaming de entretenimento a serviços de varejo, abrem-se oportunidades lucrativas tanto para plataformas de assinatura como para qualquer empresa que possa fornecer acesso a esses serviços.

Sendo o mais recente da nossa série internacional “A guerra das Assinaturas”, este relatório destaca demandas, tendências e desafios únicos enfrentados pelo mercado de assinaturas da América Latina. Utilizando dados de 6.400 assinantes em seis países latino-americanos, mergulhamos em todos os aspectos da economia de assinaturas, desde mudanças nas taxas de adoção até

níveis de anúncios, cobrança pós-paga, até a ascensão do Super Bundling.

Mais importante ainda, tanto as empresas de telecomunicações como os fornecedores de assinaturas podem se beneficiar deste mercado em expansão, descobrindo novos públicos, impulsionando a retenção e abrindo novos caminhos para o crescimento.

## METODOLOGIA

Este relatório inclui dados de 6.400 assinantes no México, Brasil, Peru, Colômbia, Chile e Argentina, analisando diversos aspectos de sua experiência com serviços de assinatura.

Encomendada pela Bango e conduzida pela agência de pesquisa independente 3Gem, a pesquisa Guerra de Assinaturas: o Super Bundling Desperta, da América Latina, foi realizada de abril a maio de 2024 e publicada em junho de 2024.

# Neste relatório, você descobrirá

- 1 A diferença entre os planos móveis pré-pago e o pós-pago na América Latina e porque está diminuindo
- 2 A situação das assinaturas na região
- 3 O impacto dos aumentos de preços nos assinantes sensíveis aos custos na América Latina
- 4 As principais fontes de sobrecarga e frustração dos assinantes
- 5 A ascensão dos hubs de conteúdo e o poder do Super Bundling



# 1

## Pré-pago vs pós-pago: a mudança nas assinaturas

Durante anos, os planos pré-pagos dominaram o mercado móvel em toda a América Latina. Tradicionalmente, as opções pré-pagas proporcionavam aos clientes maior flexibilidade, ao mesmo tempo que proporcionavam uma rede de segurança durante tempos econômicos turbulentos.

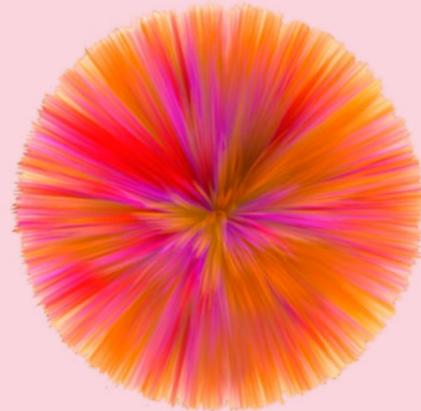
É claro que os clientes pré-pagos também apresentam desafios. Sem contratos de longo prazo e taxas mensais fixas, a oportunidade de assinaturas e combos permaneceu limitada.

Hoje, tudo isso está mudando. As opções pós-pagas estão abrindo caminho no mercado, com um terço dos entrevistados (30%) agora em um plano pós-pago.

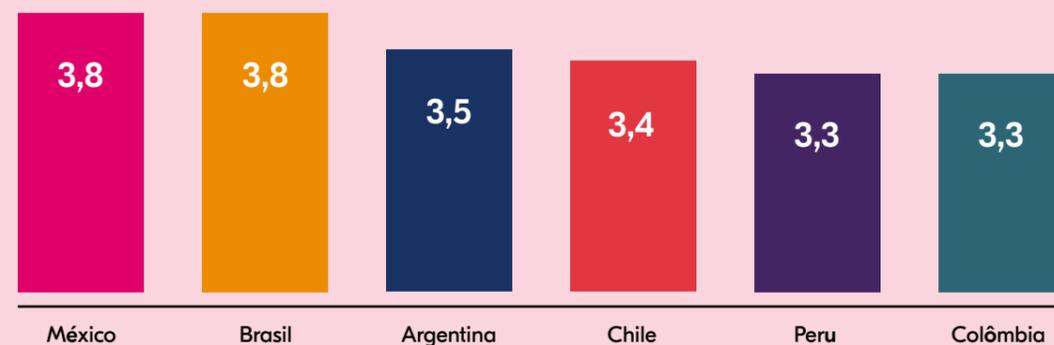
Ao mesmo tempo, conforme mais serviços ao consumidor adotam um modelo de assinatura, os clientes pré-pagos habituaram-se a assinar serviços. À medida que a concorrência no mercado aquece, as empresas de telecomunicações também estão incentivando os clientes a mudarem para faturas recorrentes através de incentivos, como bônus e descontos de dados, diminuindo ainda mais a lacuna entre o pré-pago e o pós-pago.

Neste novo cenário, os clientes pré-pagos agem cada vez mais como os seus homólogos pós-pagos. Mais de metade das pessoas com um plano pré-pago (55%) agora carregam repetidamente o mesmo valor, no mesmo período, todos os meses. Ambos os grupos também pagam por um número semelhante de assinaturas, cobradas de forma semelhante, durante um período de tempo semelhante.

À medida que a lacuna entre o pré-pago e o pós-pago diminui, o mercado de assinaturas cresce. Os assinantes da América Latina já pagam uma média de 3,5 assinaturas por pessoa, subindo para 3,8 nos maiores mercados do México e do Brasil - chegando a até 4,5 nos EUA.



Média de assinaturas por usuário



# 2

## O cenário das assinaturas

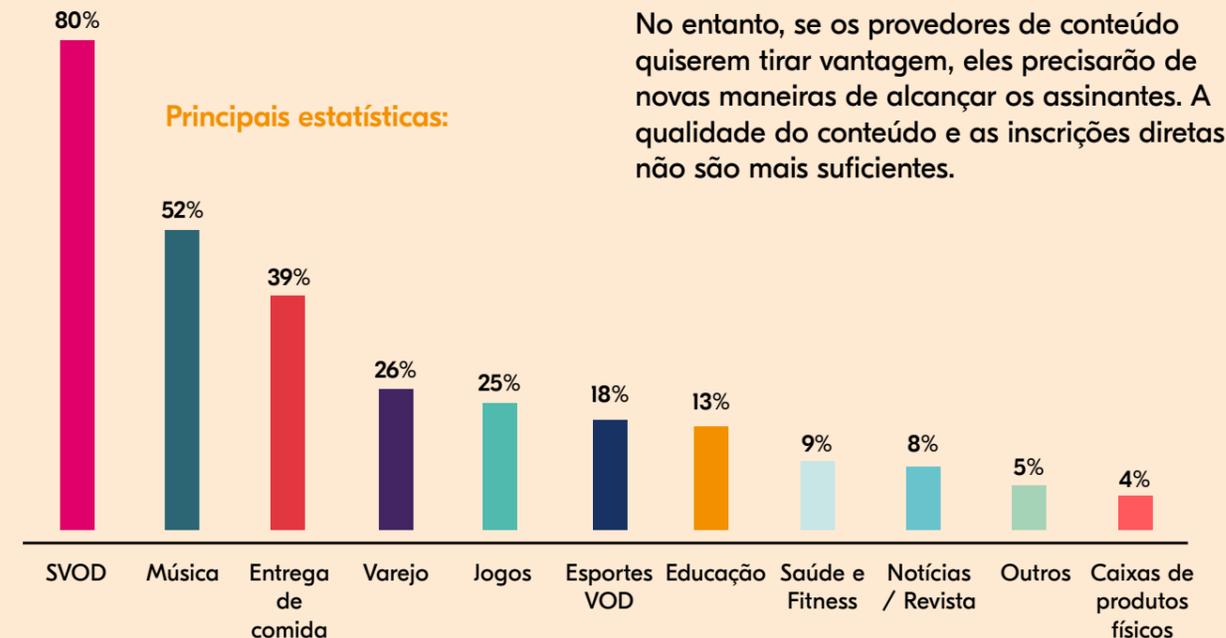
Os assinantes em toda a América Latina desfrutam de uma variedade de assinaturas que abrangem diferentes tipos de conteúdo - e estão ansiosos para adotar mais. Mas é o Vídeo sob Demanda por Assinatura (SVOD) que ancora a demanda, com a [previsão de ter](#) na América Latina 165 milhões de assinaturas de SVOD até 2029 - um

aumento de 50% em relação aos 110 milhões no final de 2023.

Dado que os combos de assinaturas de SVOD em telecomunicações representavam um terço do mercado [da América Latina e do Caribe em 2023](#), e com este número previsto para aumentar para 50% até 2028, são as empresas de telecomunicações que poderão colher os maiores frutos.

No entanto, se os provedores de conteúdo quiserem tirar vantagem, eles precisarão de novas maneiras de alcançar os assinantes. A qualidade do conteúdo e as inscrições diretas não são mais suficientes.

Principais estatísticas:



### Esportes impulsionam assinaturas

Os Esportes VOD oferecem uma oportunidade crescente na América Latina, com as empresas de telecomunicações entre as maiores beneficiárias.

1 em cada 5 assinantes da América Latina tem uma assinatura de Esportes VOD

Quase 1 em cada 3 assinantes da América Latina (30%) assinará um novo serviço para assistir à Copa América



### América Latina lidera na música

As assinaturas de música são especialmente populares na América Latina quando comparadas com outras regiões.

Mais da metade dos assinantes da América Latina (52%) têm assinatura de música

Em comparação com 44% nos EUA e apenas um terço (34%) na Europa



# 3

## Aumento de preços, celulares e monetização

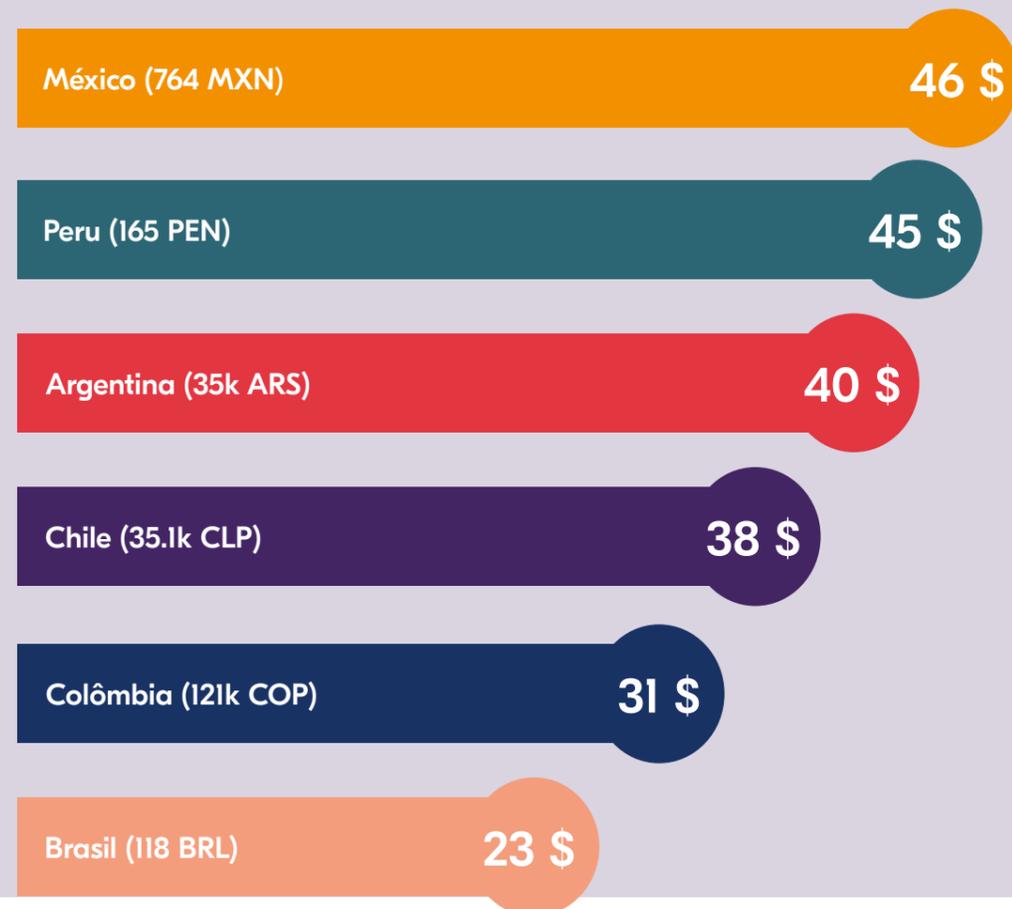
O mercado da América Latina foi o primeiro a experimentar aumentos significativos nos preços de assinaturas e serviços de streaming - agravados pela alta inflação nos últimos anos. Esse aumento atingiu duramente os assinantes, com 40% tendo que pagar agora por um serviço que costumavam acessar gratuitamente e 37% pausando e reiniciando frequentemente suas assinaturas.

Diante do aumento das tarifas, mais de dois terços dos assinantes (68%) dizem que não podem pagar todas as assinaturas que gostariam, chegando a 73% no Brasil. Mais da metade (56%) teve que cancelar uma assinatura devido aos aumentos de preços, subindo para 63% na Argentina.

Atualmente, os assinantes da América Latina gastam em média (totalizando US\$ 444 por ano)

37 \$

### Gastos com assinaturas por mês por região:



Os repetidos aumentos de preços só irão até certo ponto. Mais cedo ou mais tarde, mesmo os assinantes mais fiéis serão forçados a escolher entre os serviços. O resultado para os provedores? Aumento da rotatividade, percepção negativa do cliente e menor aquisição de clientes no longo prazo.

A divisão de anúncios também está ajudando a dar às pessoas mais opções e flexibilidade. Além de seu nível de assinatura somente móvel, a Netflix lançou um plano com suporte de anúncios com preço 28% mais barato que seu plano Básico.

Para mitigar este risco, os serviços de assinatura estão oferecendo modelos de preços híbridos para permanecerem acessíveis. As “camadas móveis” são uma estratégia pioneira das empresas da América Latina para atender aos hábitos móveis da região. Por meio de opções como ‘Paramount+ Basic’, os assinantes podem acessar conteúdo somente móvel a um preço mais acessível, acomodando 50% dos assinantes que [assistem ao Paramount+ em seus celulares](#).

Quando se trata de anúncios, entretanto, os provedores de serviços de assinatura devem agir com cuidado. Quase metade (44%) dos assinantes da América Latina cancelaram um serviço devido à introdução de anúncios. Embora mais de um terço (34%) tenha feito downgrade desde o lançamento de um nível mais barato com suporte de anúncios, a mesma porcentagem fez upgrade para evitar completamente os anúncios.



### Assinaturas para Sempre

Apesar de muitas alternâncias entre serviços, os assinantes da América Latina são extremamente leais aos seus provedores favoritos. A esmagadora maioria tem uma Assinatura para Sempre que nunca terminará.

# 4

## Gerenciando a sobrecarga de assinaturas

Embora exista uma procura crescente por assinaturas, a natureza desarticulada e inflexível da atual economia de assinaturas na América Latina poderá retardar o seu progresso, restringindo a satisfação dos consumidores com as suas assinaturas.

Os assinantes sentem que agora existem muitos serviços de assinatura e estão cada vez mais sobrecarregados. Contratos rígidos agravam a sua desilusão. Além disso, há o encargo financeiro, agravado pela complexidade do gerenciamento do faturamento entre vários provedores de serviços.

### Frustrações do assinante

Sobrecarga	80%	dizem que agora há muitos serviços de assinatura para escolher (88% no Brasil)
	60%	dizem que estão irritados por não conseguirem gerenciar todas suas assinaturas em um só lugar
Inflexibilidade	37%	estão frustrados por não poderem pausar suas assinaturas sempre que quiserem (41% na Colômbia)
	27%	dizem que se sentem presos às suas assinaturas atuais
Custo	27%	não sabem quanto gastam mensalmente em assinaturas (34% na Argentina)
	59%	desejam cancelar renovações automáticas em suas assinaturas (62% no Peru e na Colômbia)

Os assinantes estão se limitando a apenas uma ou duas assinaturas simplesmente para evitar a confusão de gerenciá-las. Outros abandonam completamente o mercado e recorrem à pirataria online.

Nenhum dos cenários traz boas notícias para a economia de assinaturas e seu potencial futuro.

### Uma vida de pirata para mim

1 em cada 5 assinantes da América Latina (19%) começou a usar serviços de streaming pirata como única forma de acessar conteúdo em um só lugar



# 5

## O auge dos hubs de conteúdo

### Então, o que as organizações estão fazendo para resolver alguns desses desafios?

O combo de assinaturas é uma resposta, oferecendo aos assinantes mais opções, gerenciamento mais simples e negócios mais econômicos. Um em cada cinco (21%) assinantes da América Latina agora recorre exclusivamente de forma indireta às suas assinaturas, assinando combos e ofertas de serviços de terceiros. A gigante latino-americana de telecomunicações Claro oferece [Prime Video com Claro TV](#) por meio de seus planos de combo residencial e móvel pós-pago. A [Movistar TV](#) do Peru tem planos que incluem internet com Disney+ e Star+ sem custo adicional.

Embora os combos resolvam alguns problemas dos assinantes, não é o salvador da pátria. Os combos ainda estão sujeitos à mesma falta de flexibilidade quando se trata de gerenciamento de assinaturas. Muitas vezes, eles se concentram em oferecer os maiores nomes do streaming, ignorando o fato de que os assinantes também assinam jogos, plataformas de bem-estar e outros serviços que também precisam ser gerenciados.

### Os assinantes querem mais

Nos EUA e na Austrália, surgiram “hubs de conteúdo” com uma gama completa de serviços, como Verizon +play e Optus SubHub, revolucionando o cenário de assinaturas e dando aos assinantes mais opções e controle. Agora, os consumidores estão clamando por esses tipos de plataformas tudo-em-um para que entrem no mercado da América Latina.

Mais de três quartos (79%) dos assinantes da América Latina desejam um aplicativo para gerenciar todas as suas assinaturas e contas, aumentando para 82% no Peru. Mais de dois terços (68%) também passariam mais tempo usando seus serviços de assinatura se uma plataforma para gerenciar todas as assinaturas estivesse disponível. E mais de metade (58%) assinaria mais serviços por assinatura se uma plataforma para gerenciar todas as assinaturas estivesse disponível.

79%

Mais de três quartos dos assinantes da América Latina desejam um aplicativo para gerenciar todas as suas assinaturas e contas

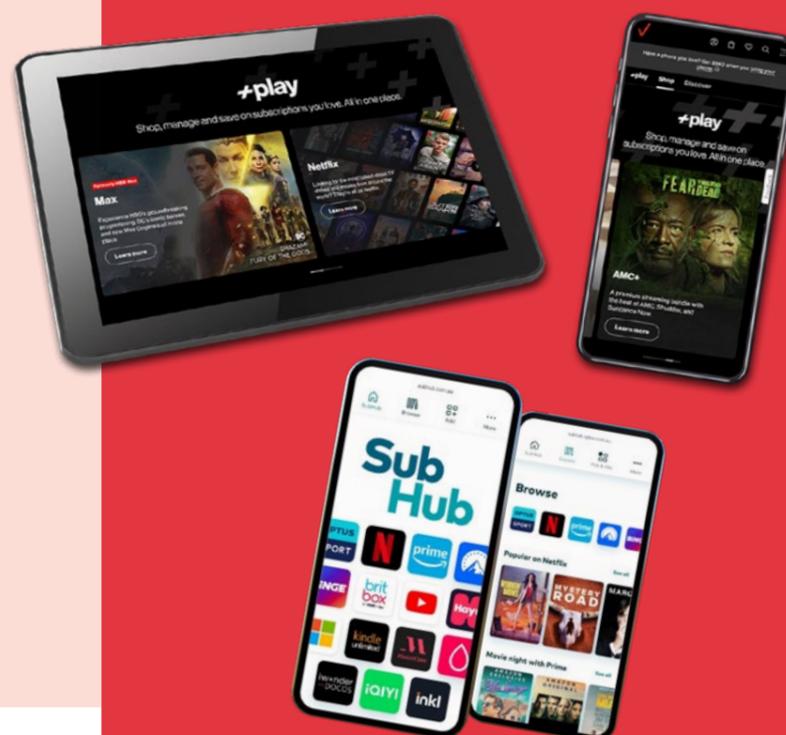


Uma fatura centralizada é um recurso mais solicitado para hubs de conteúdo.

Uma melhor gestão financeira é o benefício de destaque para os assinantes da América Latina graças a uma fatura centralizada. Quatro em cada cinco (81%) dos assinantes consideram que geririam melhor as suas despesas domésticas se esse serviço fosse disponibilizado em outro local.

## Recursos que os assinantes da América Latina desejam em plataformas de assinatura tudo-em-um:

69%	Capacidade de pagar várias assinaturas por meio de uma fatura mensal
46%	Capacidade de pausar temporariamente assinaturas
41%	Capacidade de calcular as melhores ofertas e preços em todas as plataformas
41%	Descontos em serviços de assinatura pagos
40%	Capacidade de atualizar centralmente detalhes de pagamento
39%	Capacidade de alterar a duração da assinatura (semanalmente, mensalmente ou anualmente)

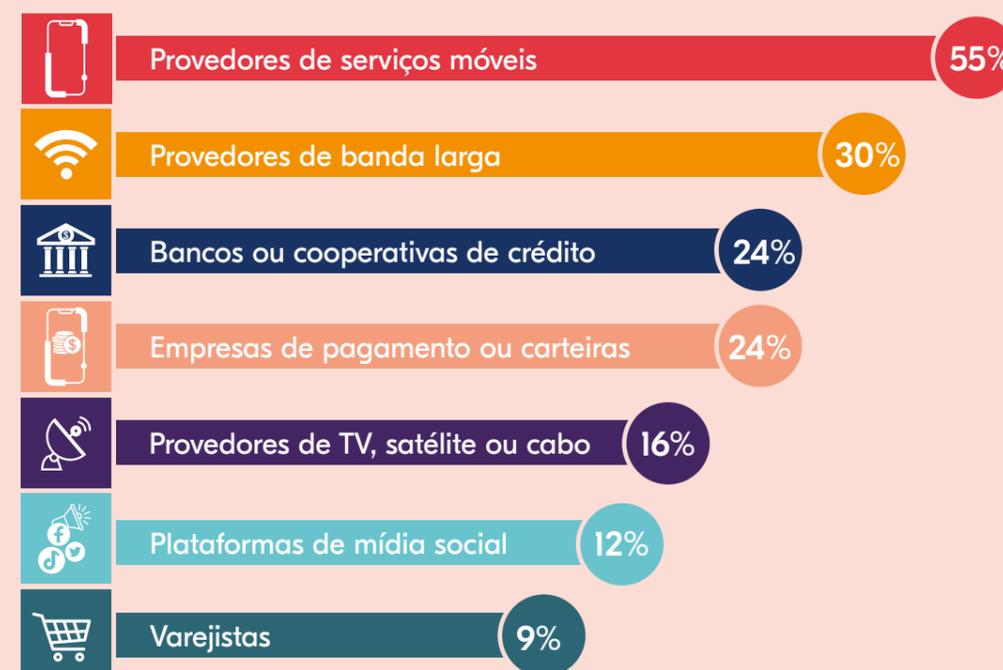


## Super Bundling: as empresas de telecomunicações assumem o controle

Os assinantes não estão apenas solicitando um hub de conteúdo; eles também esperam que as empresas de telecomunicações forneçam esses serviços. Em um mercado no qual os dispositivos móveis são a plataforma dominante para o consumo de conteúdos, não é surpresa que a maioria (55%) dos assinantes pretenda que os fornecedores de dispositivos móveis liderem a criação de hub

de conteúdos centralizados. Este foco em telecomunicações ultrapassa os EUA (50%) e a Europa (46%). Fora das empresas de telecomunicações, 1 em cada 4 pediria aos bancos e às empresas de pagamento que intensificassem e prestassem também esse serviço.

### Quem os assinantes da América Latina desejam que forneça um serviço de assinatura tudo-em-um?



Os assinantes estão dispostos a pagar pelo privilégio. Mais da metade (56%) pagaria uma conta mais alta se um pacote de assinaturas populares fosse incluído automaticamente. No México, esse número foi de 62%. Quando questionado sobre o valor a mais, o assinante médio disse que estaria disposto a pagar 21% a mais em sua conta de celular se as assinaturas estivessem incluídas no preço.

Uma maior fidelidade à marca seria incluída no acordo, com quase três quartos dizendo que seriam mais leais a uma marca que oferecesse um serviço de assinatura centralizado. No outro lado dessa moeda, mais da metade abandonaria o seu fornecedor atual se o serviço fosse disponibilizado em outro local.

# Aumento dos gastos e da fidelidade do cliente

78%

dos assinantes da América Latina estariam mais propensos a recomendar um provedor que ofereça este serviço - Subindo para 81% na Colômbia

73%

dos assinantes da América Latina seriam mais leais a uma marca que oferecesse um serviço de assinatura centralizado

56%

pagariam uma conta mais alta se um pacote de assinaturas populares fosse incluído automaticamente - Subindo para 62% no México

55%

abandonariam o seu fornecedor atual se o serviço fosse disponibilizado em outro local

21%

O assinante médio da América Latina pagaria 21% a mais em sua conta de celular se as assinaturas fossem incluídas no preço

max



prime video

NETFLIX



VIX

As plataformas de streaming Max, Disney+, Amazon Prime Video, Netflix, Vix+ e Paramount+ já estabeleceram diversas alianças estratégicas com empresas de telecomunicações, financeiras e comerciais na América Latina, para atrair e reter assinantes. Embora o combo de assinaturas dentro das empresas de telecomunicações já seja um mercado avançado na região, poucas empresas de telecomunicações oferecem assinaturas fora do SVOD - por enquanto.

O Super Bundling será a tecnologia chave que permitirá que essa expansão aconteça.

## Seção 2: Estado da nação





## México

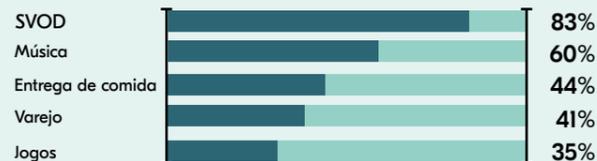
A popularidade das assinaturas está aumentando no México, impulsionada pela crescente adoção de serviços digitais, pela expansão da classe média e pela mudança no comportamento do consumidor. Embora o México seja um dos maiores mercados do Spotify, as assinaturas SVOD são as mais populares. A cultura gamer também está se espalhando, aumentando a popularidade das assinaturas de jogos na região.

O assinante médio tem **3,8** assinaturas que custam **9.168** pesos mexicanos por ano. A falta de acessibilidade significa que quase dois terços (**62%**) dos assinantes lutam para

pagar todas as assinaturas que desejam e mais da metade (**54%**) cancelaram assinaturas devido a aumentos de preços.

O gerenciamento de assinaturas é uma grande preocupação para os assinantes no México. Mais de um terço (**39%**) paga por uma assinatura que não utiliza - mais do que qualquer outro país da América Latina. O resultado? Eles estariam dispostos a pagar uma conta mais alta a qualquer empresa de telecomunicações que fornecesse um serviço no qual pudessem gerenciar todas as suas assinaturas em um só lugar.

### Assinaturas mais populares no México



Número médio de assinaturas



O assinante médio paga



Custo médio anual

## Fatos rápidos:

- 62%** não podem pagar todos os serviços de assinatura que desejam
- 54%** cancelaram uma assinatura devido a um aumento de preço
- 57%** dizem que estão irritados por não conseguirem gerenciar todas suas assinaturas em um só lugar
- 29%** perderam o controle de seus gastos com assinaturas
- 39%** estão pagando por uma assinatura que não usam - mais do que qualquer outro país da América Latina em nossa pesquisa
- 78%** desejam que um aplicativo gerencie todos os seus serviços de assinatura em um só lugar

Esperam que as empresas de telecomunicações proporcionem este serviço

- 47%** prefeririam que a sua operadora móvel oferecesse esse serviço, enquanto 40% disseram que deveria ser o seu provedor de internet
- 80%** pagariam mais à empresa que fornecesse o serviço de gerenciamento de assinatura em um só lugar - mais que qualquer outro país em nossa pesquisa



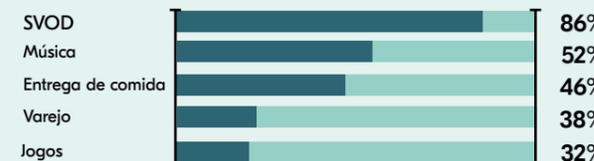
## Brasil

Maior mercado conectado da América Latina e o **quinto maior mercado on-line do mundo**, o Brasil apresenta uma enorme oportunidade de crescimento para os serviços de assinatura. SVOD é altamente popular, superando significativamente assinaturas de música, entrega de comida, varejo e jogos.

Tal como no México, os assinantes no Brasil têm diversas assinaturas, e a acessibilidade

é uma preocupação, com quase três quartos (**73%**) alegando que não podem pagar todos os serviços que gostariam. A sensibilidade ao preço fez com que mais da metade (**51%**) cancelasse uma assinatura após aumentos. Uma proporção significativa (mais do que qualquer outro país da América Latina) está frustrada por não conseguir gerenciar todas as suas assinaturas em um só lugar.

### Assinaturas mais populares no Brasil



Número médio de assinaturas



O assinante médio paga



Custo médio anual

## Fatos rápidos:

- 73%** não podem pagar todos os serviços de assinatura que desejam
- 51%** cancelaram uma assinatura devido a um aumento de preço
- 63%** estão incomodados por não conseguirem gerenciar todas as suas assinaturas em um só lugar - mais do que qualquer outro país da América Latina em nossa pesquisa
- 21%** perderam o controle de seus gastos com assinaturas
- 32%** estão pagando por uma assinatura que não usam
- 79%** desejam que um aplicativo gerencie todos os seus serviços de assinatura em um só lugar

Esperam que as empresas de telecomunicações proporcionem este serviço

- 51%** prefeririam que a sua operadora móvel oferecesse esse serviço, enquanto 28% disseram que deveria ser o seu provedor de internet
- 72%** pagariam mais à empresa que fornecesse o serviço de gerenciamento de assinatura em um só lugar

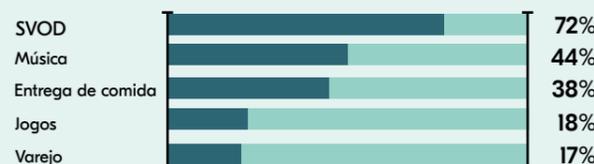


## Peru

A crescente penetração da Internet, especialmente nas áreas rurais, sinaliza um forte potencial de crescimento para o mercado de assinaturas peruano. Mas as flutuações cambiais e as disparidades de rendimento significam que a acessibilidade é uma consideração vital para os consumidores. Mais de dois terços (67%) não conseguem pagar por todos os serviços que desejam e mais de metade (52%) cancelaram uma assinatura devido a aumentos de preços.

Em média, eles têm um pouco menos assinaturas do que os demais países da América Latina pesquisados. No entanto, os assinantes dessa região estão mais ansiosos por um aplicativo para gerenciar todos os seus serviços de assinatura em um só lugar. Na verdade, apesar dos desafios financeiros, mais de três quartos (76%) pagariam mais a qualquer empresa de telecomunicações que oferecesse um centro centralizado de gestão de assinaturas.

### Assinaturas mais populares no Peru



## Fatos rápidos:

- 67% não podem pagar todos os serviços de assinatura que desejam
- 52% cancelaram uma assinatura devido a um aumento de preço
- 59% dizem que estão irritados por não conseguirem gerenciar todas suas assinaturas em um só lugar
- 27% perderam o controle de seus gastos com assinaturas
- 33% estão pagando por uma assinatura que não usam
- 82% desejam que um aplicativo gerencie todos os seus serviços de assinatura em um só lugar - o mais alto entre qualquer dos países da América Latina pesquisados

Esperam que as empresas de telecomunicações proporcionem este serviço

- 59% prefeririam que a sua operadora móvel oferecesse esse serviço, enquanto 21% disseram que deveria ser o seu provedor de internet
- 76% pagariam mais à empresa que fornecesse o serviço de gerenciamento de assinatura em um só lugar



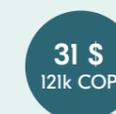
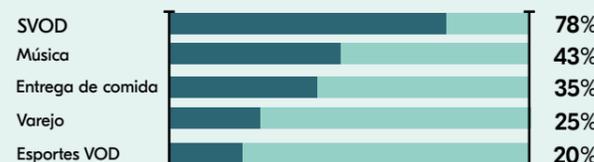
## Colômbia

A crescente demanda por assinaturas na Colômbia é caracterizada pela enorme popularidade do SVOD em relação a outros tipos. No entanto, outras categorias, como a música e a entrega de comida, estão a ganhar terreno.

barreiras à adoção dos assinantes, com dois terços (67%) incapazes de pagar todas as assinaturas que desejam. A dificuldade em acompanhar as assinaturas agrava esse problema, com um terço (33%) pagando por uma assinatura que não utiliza e mais de um quarto (27%) desconhecendo os seus gastos.

Assim como em outros países da América Latina, os altos custos e o gerenciamento complexo constituem as principais

### Assinaturas mais populares na Colômbia



## Fatos rápidos:

- 67% não podem pagar todos os serviços de assinatura que desejam
- 56% cancelaram uma assinatura devido a um aumento de preço
- 61% dizem que estão irritados por não conseguirem gerenciar todas suas assinaturas em um só lugar
- 27% perderam o controle de seus gastos com assinaturas
- 33% Um terço (33%) estão pagando por uma assinatura que não usa
- 81% desejam que um aplicativo gerencie todos os seus serviços de assinatura em um só lugar

Esperam que as empresas de telecomunicações proporcionem este serviço

- 59% prefeririam que a sua operadora móvel oferecesse esse serviço, enquanto 29% disseram que deveria ser o seu provedor de internet
- 75% pagariam mais à empresa que fornecesse o serviço de gerenciamento de assinatura em um só lugar



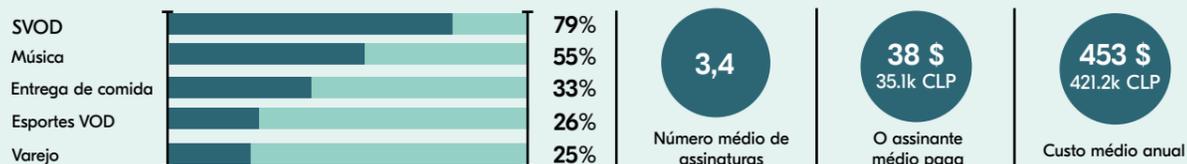
## Chile

O crescimento dos serviços de pagamento digital, como Webpay e Mercado Pago, está acelerando uma cultura sem dinheiro, resultando em menos atrito entre os consumidores e os pagamentos on-line.

Vemos padrões semelhantes aos de outros países da América Latina no que diz respeito

à dificuldade em acompanhar as assinaturas e gerir as implicações financeiras disto, juntamente com o aumento dos custos. Mais da metade (59%) cancelaram uma assinatura devido a aumentos de preços, mas mesmo assim pagariam uma conta mais alta por um único aplicativo de gerenciamento de assinaturas.

### Assinaturas mais populares no Chile



## Fatos rápidos:

- 68%** não podem pagar todos os serviços de assinatura que desejam
- 59%** cancelaram uma assinatura devido a um aumento de preço
- 60%** dizem que estão irritados por não conseguirem gerenciar todas suas assinaturas em um só lugar
- 26%** perderam o controle de seus gastos com assinaturas
- 38%** Mais de um terço (38%) está pagando por uma assinatura que não usa
- 78%** desejam que um aplicativo gerencie todos os seus serviços de assinatura em um só lugar

Esperam que as empresas de telecomunicações proporcionem este serviço

- 64%** 64% prefeririam que a sua operadora móvel oferecesse esse serviço, enquanto 26% disseram que deveria ser o seu provedor de internet
- 69%** pagariam mais à empresa que fornecesse o serviço de gerenciamento de assinatura em um só lugar



## Argentina

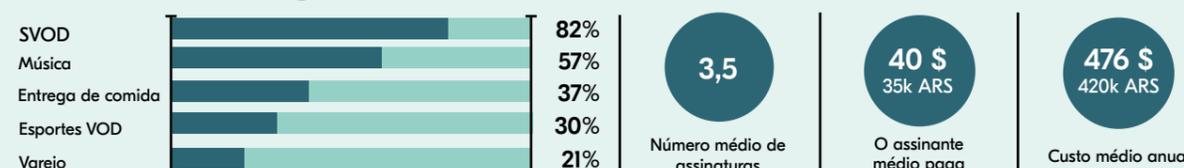
Embora SVOD continue sendo a categoria de assinatura número um, os argentinos têm a segunda maior porcentagem de assinaturas de música na América Latina, depois do México. Eles também são os maiores fãs de esportes, pelo menos em termos de assinantes, com quase um terço (30%) pagando por uma assinatura de Esportes VOD - a maior porcentagem de todos os países da América Latina pesquisados.

Os assinantes na Argentina parecem estar com maiores dificuldades financeiras na

região, com quase três quartos (74%) incapazes de pagar todos os serviços de assinatura e quase dois terços (63%) tendo interrompido uma assinatura após o aumento dos custos.

Embora o apetite por conteúdos exista, as barreiras econômicas podem afetar a capacidade dos consumidores de pagarem assinaturas. Os fornecedores devem procurar preços flexíveis, funcionalidades de valor agregado e outras soluções inovadoras como parte dos combos para atrair assinantes sensíveis ao preço.

### Assinaturas mais populares na Argentina



## Fatos rápidos:

- 74%** não podem pagar todos os serviços de assinatura que desejam - mais do que qualquer outro país da América Latina em nossa pesquisa
- 63%** cancelaram uma assinatura devido a um aumento de preço - mais do que qualquer outro país da América Latina em nossa pesquisa
- 58%** dizem que estão irritados por não conseguirem gerenciar todas suas assinaturas em um só lugar
- 34%** perderam o controle de seus gastos com assinaturas
- 32%** Mais de um terço (32%) está pagando por uma assinatura que não usa
- 76%** desejam que um aplicativo gerencie todos os seus serviços de assinatura em um só lugar

Esperam que as empresas de telecomunicações proporcionem este serviço

- 51%** prefeririam que a sua operadora móvel oferecesse esse serviço, enquanto 32% disseram que deveria ser o seu provedor de internet
- 66%** pagariam mais à empresa que fornecesse o serviço de gerenciamento de assinatura em um só lugar



# Super Bundling: por onde eu começo?

## Provedores de conteúdo

O Super Bundling dá aos provedores de conteúdo acesso instantâneo a uma rede pronta de distribuição, marketing e cobrança oferecida por empresas de telecomunicações e outros canais em todo o mundo. Reunindo empresas de telecomunicações e provedores de conteúdo em um só lugar, a Digital Vending Machine® da Bango é um produto SaaS que permite o Super Bundling de assinaturas de conteúdo.

Várias empresas de telecomunicações globais já criaram os seus próprios hubs de conteúdo vibrantes, reunindo dezenas de fornecedores, incluindo Netflix, ESPN, Amazon Prime, Duolingo, YouTube, Peloton, Audible e muito mais em uma solução perfeitamente integrada.

A Digital Vending Machine® da Bango não é apenas para empresas já estabelecidas. A baixa barreira de entrada a torna ideal para provedores de conteúdo e serviços que buscam se destacar. Além disso, abre portas para algumas das maiores redes de revendedores, incluindo empresas de telecomunicações, bancos e varejistas. Com um suporte para uma variedade de modelos comerciais, a Digital Vending Machine® da Bango garante que você chegue ao mercado com rapidez e com o mínimo de dificuldade de integração.

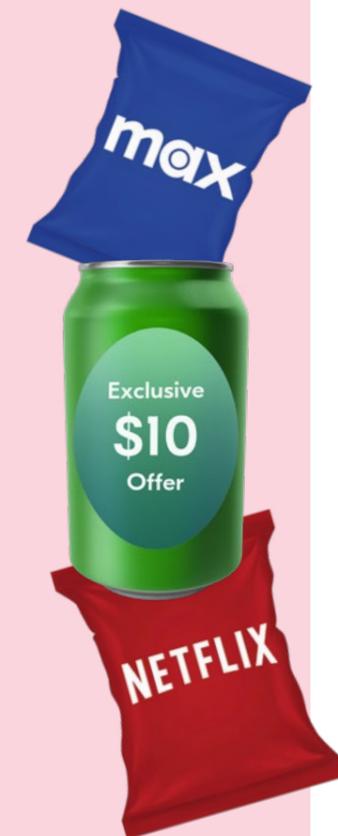
**A Digital Vending Machine® da Bango reúne revendedores e provedores de conteúdo para permitir o Super Bundling de assinaturas em velocidade e escala**

## Telcos

A Digital Vending Machine® da Bango é repleta de integrações pré-construídas para centenas de produtos de assinatura, aplicativos e serviços de streaming. Fornecemos todos os requisitos básicos por meio de tecnologia padronizada, permitindo que as empresas de telecomunicações forneçam o Super Bundling em meses, em vez de anos.

A Digital Vending Machine® da Bango está disponível como um produto SaaS, o que significa que as empresas de telecomunicações podem escalar de forma rápida e fácil, obtendo acesso a um ecossistema em constante evolução e crescimento de provedores globais de assinaturas e conteúdo.

Isso acontece por meio de uma integração única 'um-para-muitos', evitando arranjos demorados do tipo 'um-para-um'. Ao permitir esse tempo de lançamento super rápido no mercado, as empresas de telecomunicações podem se concentrar nas coisas que mais importam para elas: aquisição de clientes, retenção e engajamento. Desenvolvendo centros de assinatura com a Verizon e a Optus, ajudamos a criar negócios que abrangem Netflix, ESPN, Amazon Prime, Duolingo, YouTube, Peloton, Audible e muito mais.



Para mais informações  
acesse [www.bango.com](http://www.bango.com)  
ou entre em contato  
pelo [sales@bango.com](mailto:sales@bango.com)

# bango®



[www.bango.com](http://www.bango.com)

Bango PLC  
326 Cambridge Science Park, Cambridge, CB4 0WG  
Registered in England No. 05386079

© Bango 2024