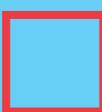


PANORAMA


mobiletime

opinion  box



Mensageria no Brasil

AGOSTO | 2017

OFERECIMENTO

infobip

PANORAMA

mobiletime | **opinion**  **box**

Mensageria no Brasil

AGOSTO | 2017

ESTA PESQUISA É UM OFERECIMENTO DE

infobip

www.infobip.com

AGOSTO, 2017

PESQUISA PANORAMA
Mobile Time/Opinion Box

ESTA PESQUISA É UM OFERECIMENTO DE

infobip

**MENSAGERIA
NO BRASIL**



SOBRE ESTA PESQUISA

Panorama Mobile Time/Opinion Box - Mensageria no Brasil é uma pesquisa independente produzida por uma parceria entre o site de notícias Mobile Time e a empresa de soluções de pesquisas Opinion Box.

Nesta edição foram entrevistados 1.868 brasileiros que acessam a Internet e possuem telefone celular, respeitando as proporções de gênero, idade, renda mensal e distribuição geográfica desse grupo. As entrevistas foram feitas on-line ao longo de julho de 2017. Esta pesquisa tem validade estatística, com margem de erro de 2,2 pontos percentuais e grau de confiança de 95%.

AS PRINCIPAIS DESCOBERTAS DESTA EDIÇÃO:



As análises contidas neste relatório são de autoria de **Fernando Paiva**, editor do Mobile Time, jornalista com 17 anos de experiência na cobertura do setor de telecomunicações. Paiva é especializado no mercado de conteúdo móvel e é o organizador de três eventos que são referência nesse setor: **Tela Viva Móvel**, **Forum Mobile** e **Bots Experience Day**.



Aviso legal: é permitido o compartilhamento dos resultados desta pesquisa em apresentações públicas ou privadas desde que sejam dados os devidos créditos à fonte: *Panorama Mobile Time/Opinion Box - Mensageria no Brasil - Agosto de 2017*.



Panorama Geral

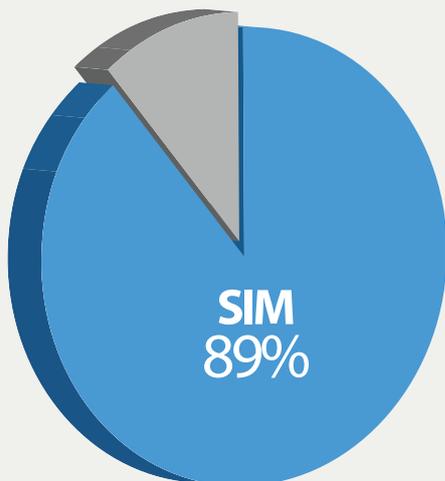


GRÁFICO 1 - PROPORÇÃO DE INTERNAUTAS BRASILEIROS QUE POSSUEM SMARTPHONE

Pergunta: Considerando a definição de smartphone como um celular que possui tela sensível ao toque e que permite ao usuário instalar e desinstalar aplicativos livremente: você possui um smartphone?

Base: 1.868 internautas

GRÁFICO 2 - A POPULARIDADE DOS PRINCIPAIS MENSAGEIROS (% da base de smartphones que tem cada app instalado)

Base: 1.655 internautas que possuem smartphone

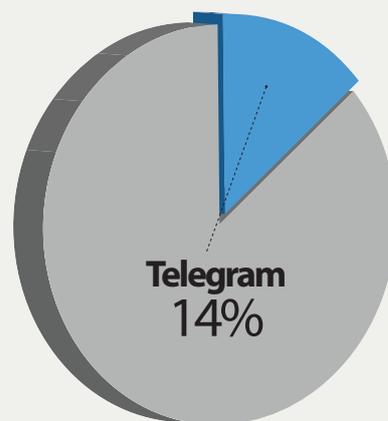
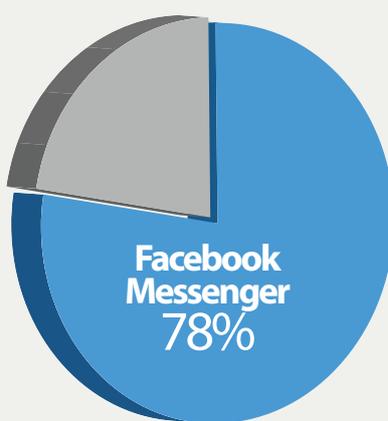
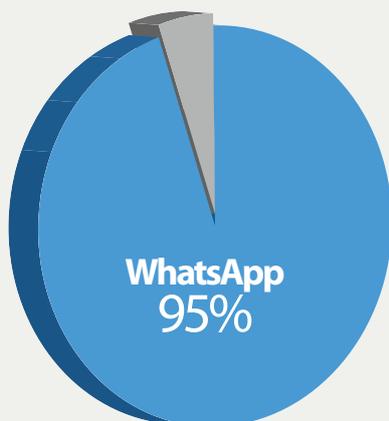
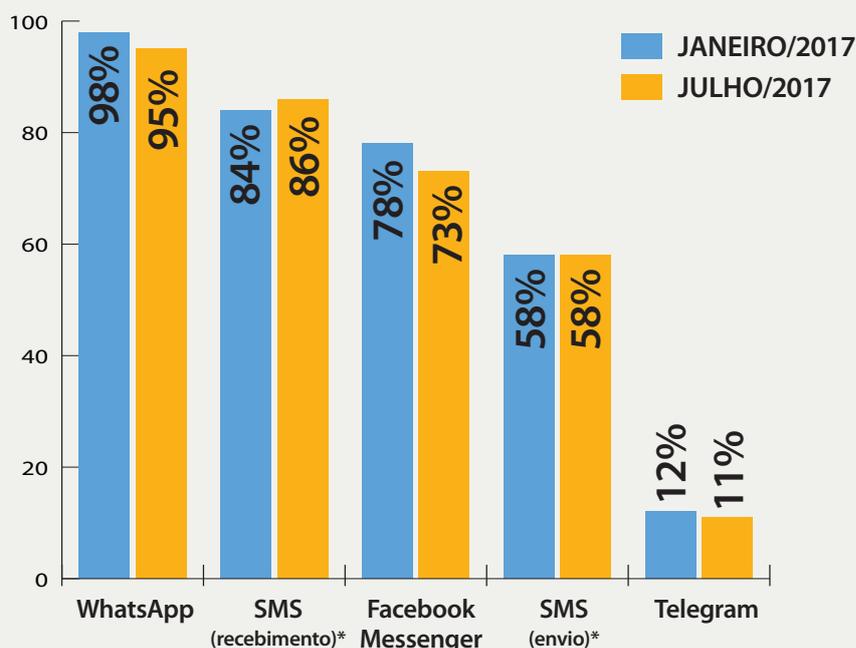




GRÁFICO 3 - EVOLUÇÃO DA POPULARIDADE DE SERVIÇOS DE MENSAGERIA MÓVEL NO BRASIL

(% de MAUs sobre base de usuários de smartphones)

Base: 1.655 internautas com smartphone



*Em SMS optou-se por dividir o serviço em dois, mostrando separadamente os percentuais de quem declara receber e quem declara enviar pelo menos uma mensagem por mês. Essa decisão se deve ao desequilíbrio entre recebimento e envio de SMS, como exposto pelos números.

TABELA 1 - A FREQUÊNCIA DE USO DE CADA MENSAGEIRO

Pergunta: Pensando nos últimos meses, com que frequência você abre o WhatsApp/Facebook Messenger/Telegram para ler ou enviar mensagens?

Bases: 1.574 internautas que têm o WhatsApp instalado; 1.293 internautas que têm o Facebook Messenger instalado; e 230 internautas que têm o Telegram instalado

	Todo dia	Quase todo dia	Algumas vezes por semana	Algumas vezes por mês	Quase nunca	Nunca
WhatsApp	92%	5%	2%	1%	0%	0%
Facebook Messenger	44%	21%	21%	7%	6%	1%
Telegram	32%	19%	19%	7%	19%	4%

AGOSTO, 2017

PESQUISA PANORAMA
Mobile Time/Opinion Box

ESTA PESQUISA É UM OFERECIMENTO DE

infobip

MENSAGERIA
NO BRASIL

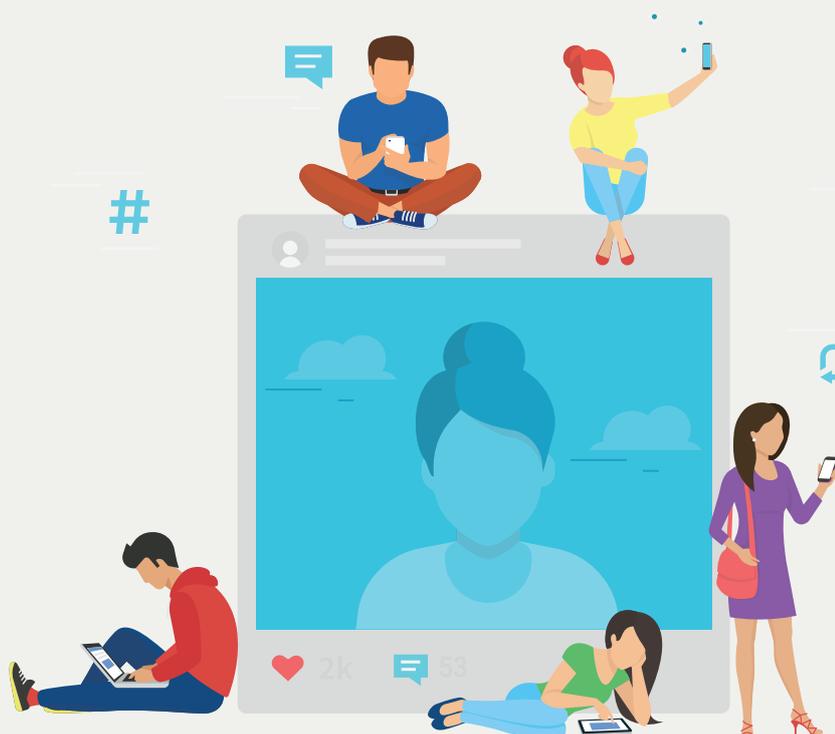


TABELA 2 - PROPORÇÃO DE USO POR TIPO DE CONTEÚDO TRAFEGADO EM CADA MENSAGEIRO (% SOBRE MAUS)

Pergunta: Marque as formas de comunicação que você utiliza no WhatsApp/Facebook Messenger/Telegram - Pode marcar mais de uma

Bases: 1.567 MAUs de WhatsApp; 1.211 MAUs de Facebook Messenger; e 177 MAUs de Telegram. ND = Não disponível

	WhatsApp	Facebook Messenger	Telegram
Troca de mensagens de texto	98%	95%	86%
Troca de imagens	85%	59%	55%
Troca de mensagens de áudio	76%	22%	35%
Troca de vídeos	74%	33%	38%
Chamadas de voz	56%	16%	22%
Desenhos (emojis)	55%	34%	28%
Videochamadas	47%	14%	N.D.
Publicações efêmeras	25%	7%	N.D.
Troca de mensagens de vídeo gravadas dentro do app	N.D.	N.D.	17%





Operadoras contra-atacam e WhatsApp perde espaço em voz

Menos gente está usando o WhatsApp para chamadas de voz no Brasil de seis meses para cá. Essa foi uma das constatações que mais chamaram a atenção nesta edição da pesquisa, quando comparados os dados da edição anterior. Entre janeiro e julho deste ano, caiu de 65% para 56% a proporção de usuários ativos mensais (MAUs, na sigla em inglês) do WhatsApp que declaram utilizar a funcionalidade de chamada de voz dentro do aplicativo.

A redução pode estar relacionada ao contra-ataque realizado pelas operadoras móveis nos últimos tempos. Primeiro veio a oferta no segmento pré-pago de planos com tarifa única para chamadas para quaisquer operadoras (conhecido como “all-net”), o que simplifica a precificação do serviço. Tal estratégia foi adotada por Oi, TIM e Claro há quase dois anos e vem ganhando cada vez mais força. Depois, e talvez esta sim a iniciativa mais impactante contra o WhatsApp, as teles começaram a oferecer voz ilimitada dentro de planos pós-pagos. O movimento parte das mesmas três teles citadas, além de Nextel e Porto Seguro Conecta, e começou justamente no período entre as duas edições da pesquisa. Quando foi realizada esta pesquisa, em julho, seu impacto, contudo, se limitava ao universo pós-pago, que representa aproximadamente um terço da base de usuários móveis do Brasil.

Em agosto, ou seja, depois da realização das entrevistas desta pesquisa, a TIM expandiu a oferta de voz ilimitada para um dos seus planos controle e a Claro fez o mesmo para o pré-pago.



Se o movimento for seguido pelas demais operadoras e o WhatsApp tiver nova queda no uso de chamadas de voz na próxima edição da pesquisa, a relação de causa e efeito ficará mais evidente.

Outra iniciativa das operadoras que pode afetar o uso de ligações pelo WhatsApp no futuro é a oferta de voz sobre a rede 4G, serviço conhecido pelo termo técnico de VoLTE, na sigla em inglês.

Trata-se ainda de algo incipiente, lançado por enquanto apenas por TIM e Vivo em poucas cidades e sem interoperabilidade, mas que tende a se popularizar gradativamente. O VoLTE garante chamadas com alta qualidade de áudio e completadas quase que instantaneamente, o que proporciona uma experiência muito melhor que aquela das chamadas de voz sobre redes 2G ou 3G. O problema é que no momento somente os modelos mais caros de smartphones são compatíveis com essa tecnologia e as chamadas VoLTE funcionam apenas entre assinantes da mesma operadora.

Por outro lado, quem continua usando chamadas de voz dentro do WhatsApp está ainda mais satisfeito. 61% deles dão nota 4 ou 5 para a qualidade do serviço, em uma escala de 1 a 5, onde 1 é péssimo e 5, excelente (gráfico 5). Seis meses atrás eram 56%. E quem liga pelo WhatsApp o faz recorrentemente: 57% dos que utilizam a funcionalidade o fazem todo dia ou quase todo dia (gráfico 4). E 52% afirmam que fazem mais ligações pelo WhatsApp que pelo plano de minutos da sua operadora – seis meses atrás eram 48% (gráfico 6).

No Facebook Messenger, a realização de



GRÁFICO 4 - FREQUÊNCIA DE USO DE CHAMADAS DE VOZ PELO WHATSAPP

Base: 869 MAUs do WhatsApp que usam chamadas de voz pelo aplicativo

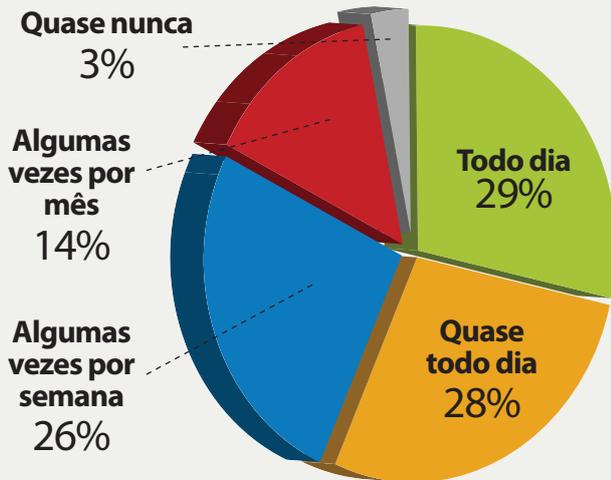
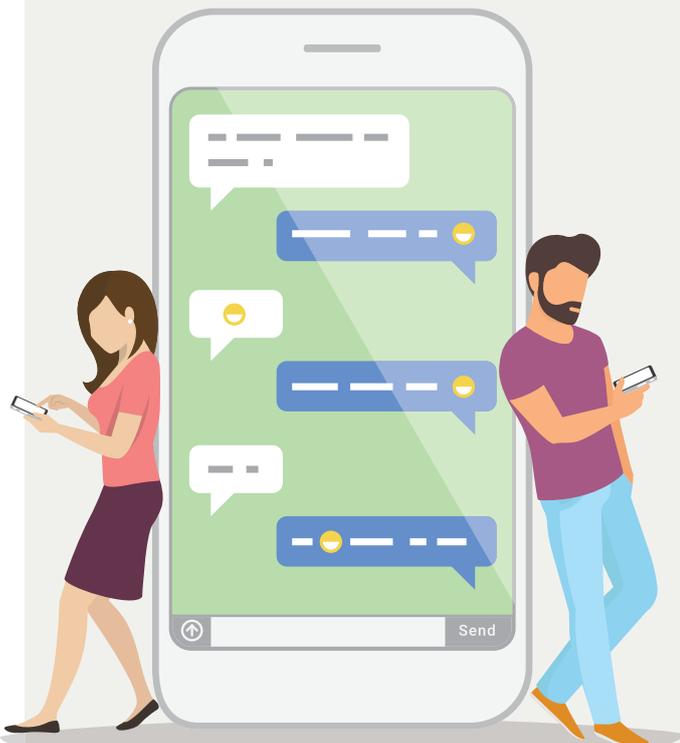
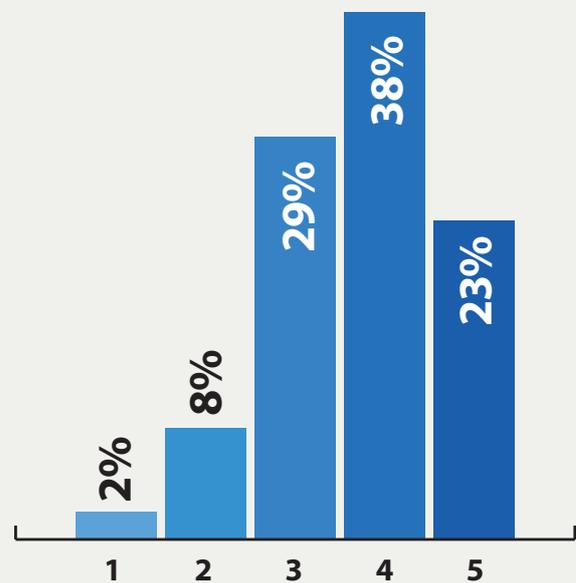


GRÁFICO 5 - PERCEPÇÃO DE QUALIDADE DA CHAMADA DE VOZ PELO WHATSAPP

Pergunta: Em uma escala de 1 a 5, onde 1 é péssimo e 5 é excelente, que nota você daria para a qualidade da chamada telefônica dentro do WhatsApp?

Base: 869 MAUs do WhatsApp que usam chamadas de voz pelo aplicativo



chamadas de voz é muito mais rara: apenas 16% dos MAUs do app utilizam essa funcionalidade. Proporcionalmente, o Telegram está à frente do rival nesse aspecto: o serviço de chamada de voz dentro do app, lançado em março, é utilizado por 22% dos seus MAUs.

Em contrapartida, o WhatsApp viu crescer a proporção de usuários que realizam videochamadas, que passou de 39% para 47%. No Facebook Messenger o percentual é baixo: 14%. O Telegram não oferece videochamadas, mas tem uma recém-lançada funcionalidade de gravação de mensagem de vídeo, disponível desde maio, que é utilizada por 17% dos seus MAUs no Brasil.



GRÁFICO 6 - WHATSAPP X PLANO DE MINUTOS DA OPERADORA

Pergunta: Você realiza mais ligações pelo WhatsApp ou pelo plano de minutos da sua operadora móvel?

Base: 869 MAUs do WhatsApp que usam chamadas de voz pelo aplicativo

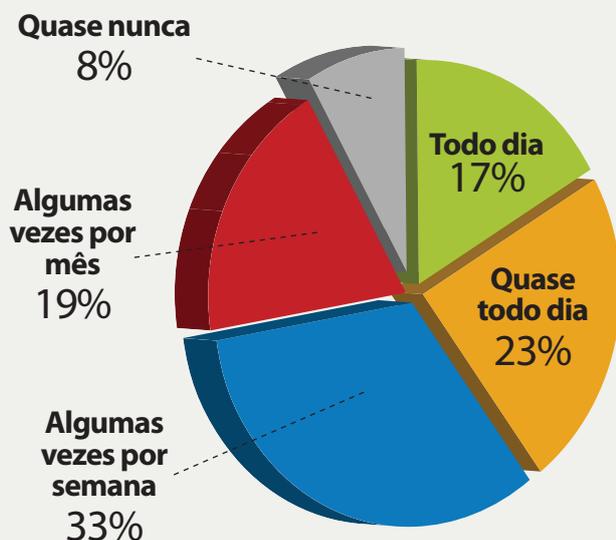


Apesar do revés em voz, o WhatsApp continua reinando absoluto como o principal app de comunicação instantânea do Brasil. Está instalado em 95% dos smartphones de internautas brasileiros, bem à frente do Facebook Messenger (78%) e do Telegram (14%). Além disso, entre aqueles que têm o WhatsApp instalado, 97% o utilizam todo dia ou quase todo dia. Facebook e Telegram apresentam percentuais menores nesse aspecto: 65% e 51%, respectivamente.

Mais uma vez, a pesquisa confirmou que os usuários do WhatsApp passam mais tempo do seu dia com o app do que com meios tradicionais de comunicação offline, tais como TV, rádio, jornais e revistas. É o que afirmam 67% dos MAUs do WhatsApp. Ou seja, há um enorme potencial a ser eventualmente explorado com publicidade dentro do mensageiro no futuro, mas é preciso tomar cuidado para não prejudicar a experiência do usuário. Talvez seja exatamente esse temor que esteja atrasando a abertura do app para bots e/ou para publicidade. Por enquanto, o WhatsApp segue sem fonte direta de monetização. Sua sorte é ser controlado por uma das empresas mais lucrativas da Internet mundial, o Facebook.

GRÁFICO 7 - FREQUÊNCIA DE USO DE VIDEOCHAMADAS PELO WHATSAPP

Base: 740 MAUs do WhatsApp que usam chamadas de voz pelo aplicativo





Publicações efêmeras não deslançaram ainda

De um ano para cá, quase todos os aplicativos de comunicação instantânea e redes sociais resolveram copiar o Snapchat e oferecer uma funcionalidade de publicações efêmeras, que ficam visíveis para os contatos por 24 horas. Funcionam meio como um diário visual cujas páginas desaparecem com o passar do tempo. O nome varia em cada app: no WhatsApp se chama "Status"; no Facebook Messenger é "Meu Dia"; no Instagram, são as "Histórias". No Telegram, ainda não está disponível.

Pela primeira vez, esta pesquisa mediu o uso dessa funcionalidade. Foi constatado que sua popularidade ainda é baixa. No WhatsApp, somente 25% utilizam tal ferramenta. No Facebook Messenger, apenas

7%. Por ser algo novo, talvez ainda leve um tempo para se popularizar, o que poderá ser acompanhado nas próximas edições da pesquisa. Não foi medida a popularidade no Instagram, mas provavelmente deve ser mais alta, haja vista a natureza visual dessa rede social.

Cabe destacar que o WhatsApp divulgou oficialmente em meados de agosto que sua ferramenta de publicações efêmeras, a "status", possui 250 milhões de usuários no mundo. Isso representa 19% da sua base global de 1,3 bilhão de MAUs. Portanto, a utilização no Brasil (25%) está acima da média, o que é natural, já que o País é um dos mercados de maior popularidade do WhatsApp no mundo.





O salto do Instagram

O Instagram não nasceu como um aplicativo de comunicação instantânea, mas como uma espécie de rede social de fotografias dentro do smartphone. Mais recentemente ganhou a funcionalidade de troca de mensagens privadas. Faz parte de uma tendência mundial de convergência entre apps de mensageria e apps de redes sociais. Há uma crescente interseção de funcionalidades, tornando mais difícil enxergar a fronteira entre as duas categorias.

Por não ser originalmente um app de mensageria, o Instagram nunca esteve no foco desta pesquisa, tampouco apps de chamadas de voz sobre IP, como Skype e Viber. Mas como todos estes possuem a funcionalidade de troca de mensagens, eles acabam sendo citados quando se faz a seguinte pergunta para o entrevistado: "Se você tem outros aplicativos de mensagens instantâneas sem ser WhatsApp, Facebook Messenger e Telegram, escreva os nomes deles (liste até três aplicativos)". 62% dos entrevistados com smartphone afirmam não ter nenhum outro app de mensagens instantâneas fora os três citados, o que revela de fato uma concentração do mercado. Porém, notou-se em seis meses um crescimento significativo do Instagram. Em janeiro passado, ele havia sido citado como um app de troca de mensagens por 8% dos internautas brasileiros que têm smartphone. Agora praticamente dobrou sua penetração, chegando a 15%.

Como a pergunta se referia especificamente a apps de mensagens, e nem todo mundo enxerga o Instagram como tal, sua popularidade no Brasil com certeza é maior que 15% da base de internautas

com smartphones. Não há dúvidas de que essa rede social está em rápida expansão de sua base no País, o que gera como reflexo um aumento de sua citação até dentro de uma pesquisa sobre apps de mensageria. O crescimento do Instagram está relacionado a diversos fatores, dentre os quais a associação com o Facebook (que pertence ao mesmo grupo) e as sugestões de amigos para serem seguidos, assim como a adição de novas funcionalidades, como as publicações efêmeras, que, ao contrário de WhatsApp e Facebook Messenger, parecem estar dando mais certo no Instagram.

TABELA 3 - RANKING DE OUTROS APPS USADOS PARA MENSAGENS INSTANTÂNEAS NO BRASIL

Pergunta: Se você tem outros aplicativos de mensagens instantâneas sem ser WhatsApp, Facebook Messenger e Telegram, escreva os nomes deles (liste até três aplicativos)

Base: 1.655 internautas brasileiros com smartphone

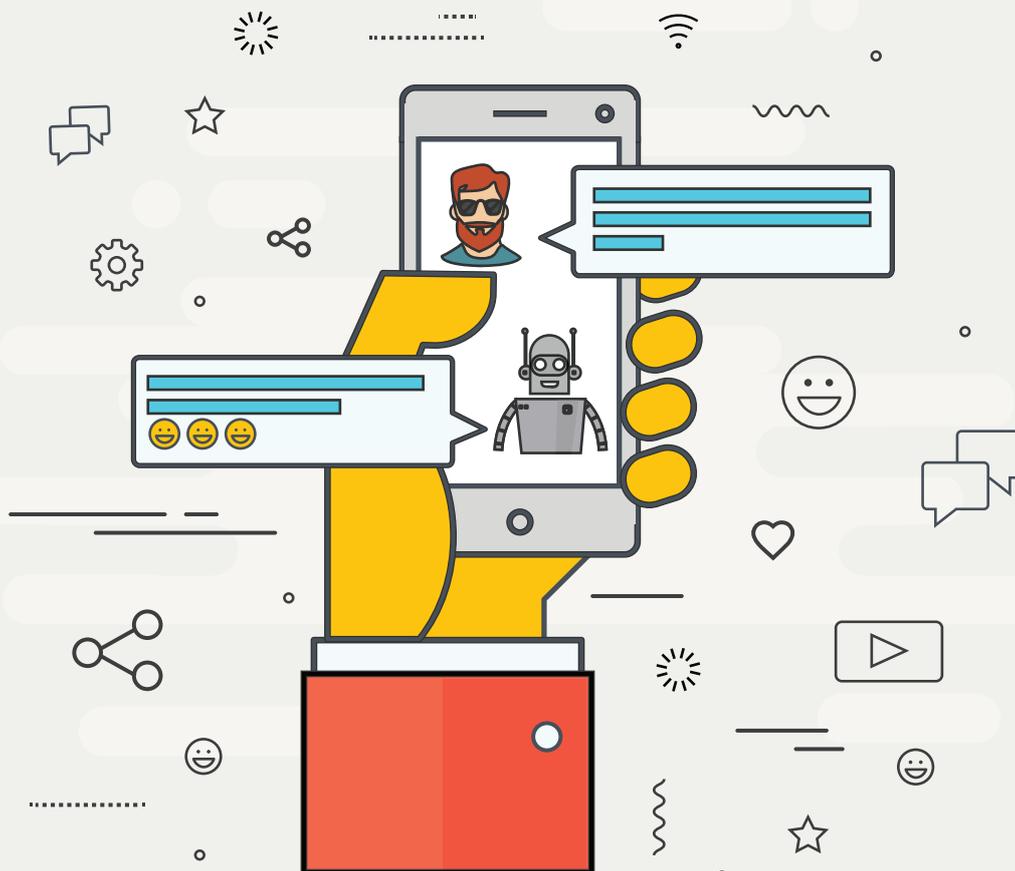
App	% sobre a base de internautas com smartphone
Instagram	15%
Snapchat	4%
Skype	4%
Twitter	4%
Viber	3%
Hangouts	3%
Allo	1%
Imo	2%



Bots

No WhatsApp, 75% dos MAUs declaram que gostariam de se comunicar com marcas e empresas através do app. No Telegram, são 73%. No Facebook Messenger, 63%. O percentual menor do Facebook Messenger chama a atenção porque é justamente aquele dentre os três serviços pesquisados que mais tem se esforçado em estimular a comunicação entre marcas e consumidores dentro da sua plataforma, incluindo a disponibilização de uma API para a criação de chatbots. O WhatsApp ainda não está aberto para robôs. E o Telegram, embora permita, ainda não foi muito povoado com bots nacionais – a pequena base de usuários desestimula o investimento das marcas.

Esta pesquisa deixa um ponto bem claro: o objetivo principal do brasileiro em conversar com marcas dentro dos apps de mensagens é tirar dúvidas/receber suporte técnico. Essa finalidade é a mais citada por aqueles que querem conversar com marcas nos três apps: WhatsApp (76%), Facebook Messenger (73%) e Telegram (66%). Compra de produtos/serviços e recebimento de promoções e anúncios foram finalidades citadas por entre 60% e 65% dos MAUs dos três apps que declaram querer se comunicar com marcas dentro deles.





SMS

Não foi verificada nenhuma alteração significativa no uso do SMS no Brasil nos últimos meses. O serviço de mensagem de texto através da rede das operadoras celulares continua sendo usado predominantemente para o recebimento de mensagens do que para o envio das mesmas. 28% dos internautas brasileiros declaram que costumam enviar SMS todo dia ou quase todo dia. E 55% costumam receber SMS todo dia ou quase todo dia. Os percentuais sobem para 66% (envio) e 83% (recebimento), quando considerado o uso mensal.

58% dos internautas brasileiros declaram que recebem mais SMS de empresas do que de pessoas. E 17% dizem que recebem em igual quantidade. Além disso, 21% assinam algum serviço de recebimento automático de conteúdo por SMS, pago ou gratuito. O mais comum são alertas financeiros de bancos ou cartões de crédito (68%), seguido por notícias (36%) e bem-estar/saúde (20%). O SMS é um canal universal para empresas se comunicarem com consumidores, pois funciona em qualquer celular, independentemente da marca, do sistema



GRÁFICO 8 - FREQUÊNCIA DE ENVIO DE SMS

Pergunta: Pensando nos últimos meses, com que frequência você costuma enviar um SMS (mensagem de texto pela rede da operadora móvel)?

Base: 1.868 internautas

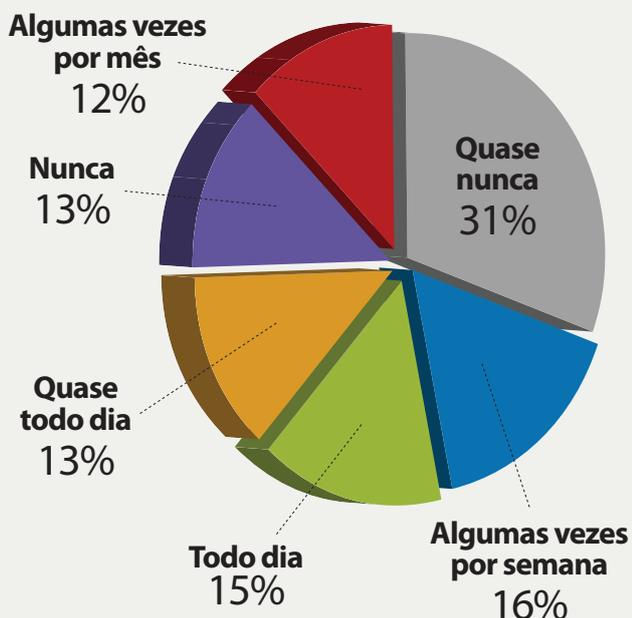


GRÁFICO 9 - FREQUÊNCIA DE RECEBIMENTO DE SMS

Pergunta: Pensando nos últimos meses, com que frequência você costuma receber um SMS (mensagem de texto pela rede da operadora)?

Base: 1.868 internautas

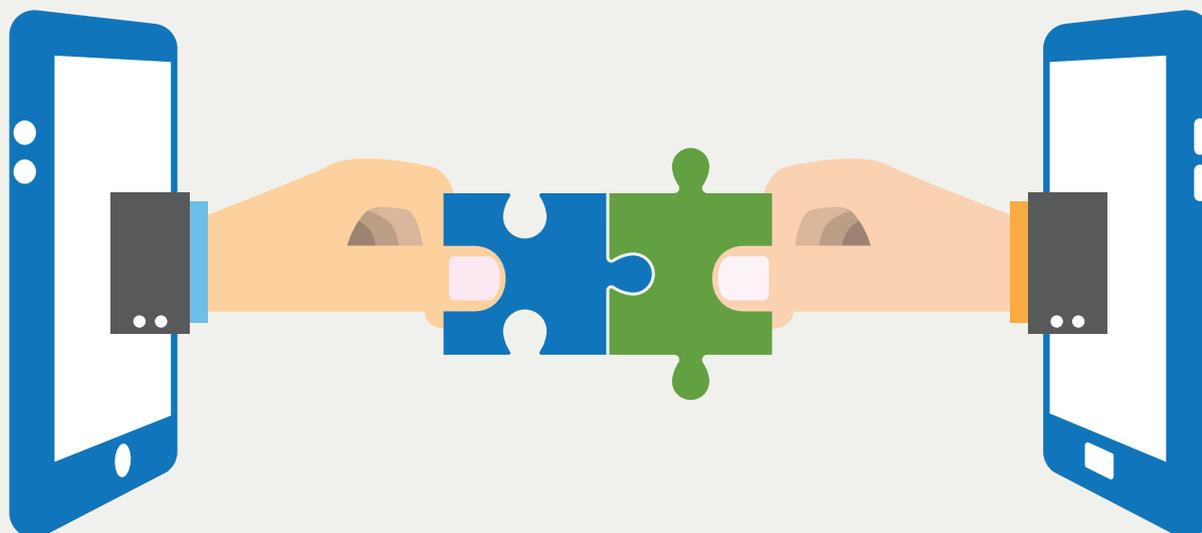


operacional ou da presença de qualquer aplicativo.

A comunicação direta entre usuários, por sua vez, é menos comum neste canal, pois as pessoas estão preferindo os apps over the top (OTT) para essa finalidade, como WhatsApp, Facebook Messenger e Telegram.

Analisando-se mais detalhadamente o perfil dos usuários que enviam mensagens de texto todo dia ou quase todo dia, percebe-se, surpreendentemente, que a proporção é maior entre aqueles com smartphone (29%) do que entre aqueles com celulares básicos (19%). O uso diário do SMS cresce conforme

a idade. 26% dos internautas até 25 anos enviam SMS todo dia ou quase todo dia. O percentual sobe gradativamente: 27% entre 26 e 35 anos; 28%, de 36 a 55 anos; e 31%, 56 anos ou mais. O envio diário de SMS é mais comum no Norte (31%) e no Nordeste (30%), do que no Sul (25%), Sudeste (28%) e Centro-Oeste (24%).



Conclusões

A relação entre operadoras móveis e WhatsApp é complexa. Inicialmente, o app era visto simplesmente como um inimigo, porque tirava a receita do SMS. Porém, logo se percebeu que seria impossível lutar contra a inexorável migração dos consumidores para os apps de mensageria instantânea, cujo layout e usabilidade são muito mais atraentes que o SMS. Algumas teles optaram por seguir o conselho popular: “Se não pode vencê-los, junte-se a eles”. Logo, o tráfego gratuito pelo WhatsApp virou parte de alguns planos de operadoras diversas no Brasil, mas com um detalhe importante: não vale para chamadas de voz no app. Afinal, a receita de voz continua sendo relevante para as teles. Embora saibam que a tendência natural

é que seu faturamento migre de voz para dados, elas resistem em abrir mão da receita com minutos (ainda que vendidos de forma ilimitada), cuja margem de lucro é alta, pois o investimento nas redes já se pagou.

De todo modo, mais cedo ou mais tarde, o tráfego nas redes móveis será todo de dados, incluindo as chamadas de voz, com a chegada do VoLTE. Não fará mais sentido cobrar por minutos – e a oferta de planos com voz ilimitada é o primeiro passo nessa direção. Nesse cenário, a briga das teles com WhatsApp será menos pela receita em si (já que esta virá de qualquer maneira com planos de banda larga móvel) e mais pelo relacionamento/contato com o cliente.

AGOSTO, 2017

PESQUISA PANORAMA
Mobile Time/Opinion Box

ESTA PESQUISA É UM OFERECIMENTO DE

infobip

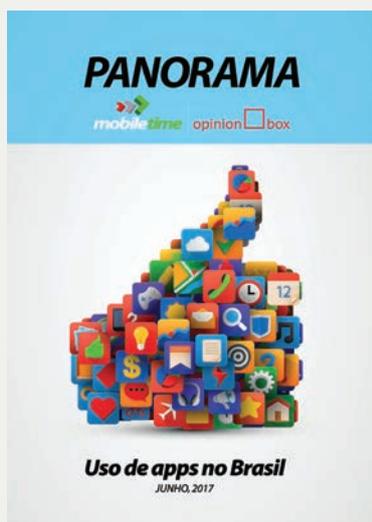
MENSAGERIA
NO BRASIL




mobiletime

opinion  box

Conheça as outras pesquisas Panorama Mobile Time/Opinion Box



USO DE APPS NO BRASIL

Pesquisa semestral que verifica quais os aplicativos mais presentes na homescreen do smartphone brasileiro



COMÉRCIO MÓVEL NO BRASIL

Pesquisa semestral que monitora quais os aplicativos mais usados pelos brasileiros



ROUBO DE CELULARES NO BRASIL

Pesquisa sobre o percentual de celulares roubados no Brasil, perfil demográfico das vítimas, bloqueio de IMEI etc.

AS PESQUISAS ESTÃO DISPONÍVEIS PARA VENDA EM
WWW.PANORAMAMOBILETIME.COM.BR

AGOSTO, 2017

PESQUISA PANORAMA
Mobile Time/Opinion Box

ESTA PESQUISA É UM OFERECIMENTO DE

infobip

**MENSAGERIA
NO BRASIL**



SOBRE MOBILE TIME

Mobile Time é um site jornalístico de notícias diárias sobre a indústria móvel, com foco no segmento de conteúdo e serviços para smartphones.

www.mobiletime.com.br



SOBRE OPINION BOX

O Opinion Box desenvolve soluções digitais inovadoras para pesquisas de mercado. Atende a milhares de clientes em diversos segmentos, desde pequenas e médias empresas até multinacionais, realizando diferentes tipos de estudos com sua plataforma online e seu painel com mais de 100 mil consumidores em todo o país. Confira outros ebooks, pesquisas, cases, dicas e tutoriais no blog.opinionbox.com.

www.opinionbox.com

Conheça os eventos organizados por Mobile Time



**10ª
EDIÇÃO**

mobile+
MOBILIDADE + NEGÓCIOS

CONGRESSO E PALESTRAS QUE DEBATEM E APRESENTAM AS TENDÊNCIAS MAIS RELEVANTES DO USO DE SOLUÇÕES MÓVEIS PARA O MERCADO CORPORATIVO.

www.forummobile.com.br

**3ª
EDIÇÃO**

BOTS
EXPERIENCE DAY

SEMINÁRIO SOBRE O NASCENTE MERCADO DE CHATBOTS, ASSISTENTES VIRTUAIS E INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL.

www.botsexperience.com.br

tela viva
móvel 2017
by mobiletime >>>

**16ª
EDIÇÃO**

DESDE 2004, O EVENTO REFERÊNCIA DO MERCADO BRASILEIRO DE CONTEÚDO MÓVEL.

www.telavivamovel.com.br

Mais informações: mobiletime@mobiletime.com.br