

PANORAMA

DEZEMBRO
2019


mobiletime

opinion  box



Uso de apps no Brasil



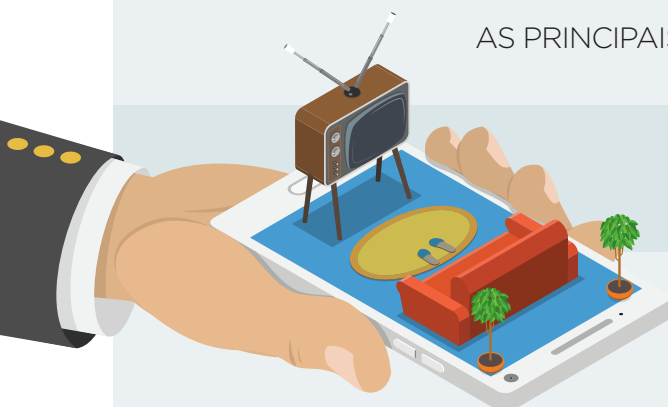
SOBRE ESTA PESQUISA

Panorama Mobile Time/Opinion Box - Uso de apps no Brasil é uma pesquisa independente realizada por uma parceria entre o site de notícias **Mobile Time** e a empresa de soluções em pesquisas **Opinion Box**.

O questionário foi elaborado por Mobile Time e aplicado on-line entre 13 e 24 de novembro por Opinion Box junto a 2.002 brasileiros que acessam a Internet e possuem smartphone, respeitando as proporções de gênero, idade, faixa de renda e distribuição geográfica desse grupo.

A margem de erro é de 2.2 pontos percentuais. O grau de confiança é de 95%.

AS PRINCIPAIS DESCOBERTAS NESTA EDIÇÃO:



EM SEIS MESES, **SUBIU DE 38% PARA 45%** A PROPORÇÃO DE BRASILEIROS COM SMARTPHONE QUE ASSINAM ALGUM SERVIÇO PAGO DE STREAMING DE FILMES E SÉRIES

Entre os apps mais presentes na home screen nacional, **Instagram, Caixa, 99, iFood e Nubank** se destacaram pelo crescimento nos últimos 12 meses

Pela primeira vez, **Netflix perdeu participação** como o serviço pago de streaming de vídeo mais popular, **abrindo espaço** para Amazon Prime Video e GloboPlay

Em seis meses, **subiu de 20% para 26%** a proporção de brasileiros com smartphone que assinam algum serviço pago de streaming de música

82% dos brasileiros com smartphone compraram ou ganharam o aparelho novo. Os outros 18% compraram ou ganharam usado

39% dos brasileiros com smartphone **já baixaram apps fora das lojas oficiais** da Apple e do Google



EM UM ANO **AUMENTOU DE 10% PARA 16%** A PROPORÇÃO DE BRASILEIROS QUE POSSUEM UM RELÓGIO OU PULSEIRA INTELIGENTES QUE SE COMUNICAM COM SEU SMARTPHONE

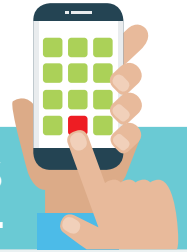


As análises contidas neste relatório são de autoria de Fernando Paiva, editor do Mobile Time, jornalista com 19 anos de experiência na cobertura do setor de telecomunicações. Paiva é especializado no mercado de conteúdo móvel e é o organizador de eventos que são referência nesse setor, como **Tela Viva Móvel, Super Bots Experience, Mobishop, Mobi-ID e Fórum de Operadoras Inovadoras**.



AVISO LEGAL

O compartilhamento em apresentações públicas ou privadas dos dados e das análises contidos neste relatório deve ser sempre acompanhado do devido crédito à fonte: *Panorama Mobile Time/Opinion Box - Uso de Apps no Brasil - Dezembro de 2019*.



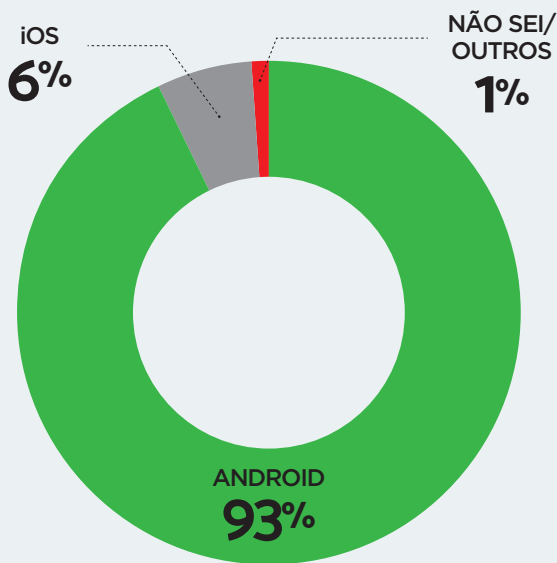
Panorama geral

[GRÁFICO 1]

DIVISÃO DOS ENTREVISTADOS POR SISTEMA OPERACIONAL

Pergunta: Qual é o sistema operacional do seu smartphone?

Base: 2.002 internautas com smartphone

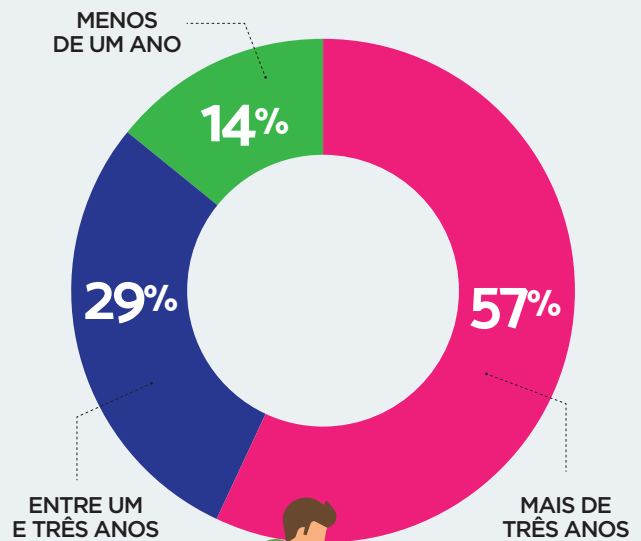


[GRÁFICO 2]

HÁ QUANTO TEMPO O BRASILEIRO USA SMARTPHONE?

Pergunta: Há quanto tempo você utiliza smartphone?

Base: 2.002 internautas com smartphone

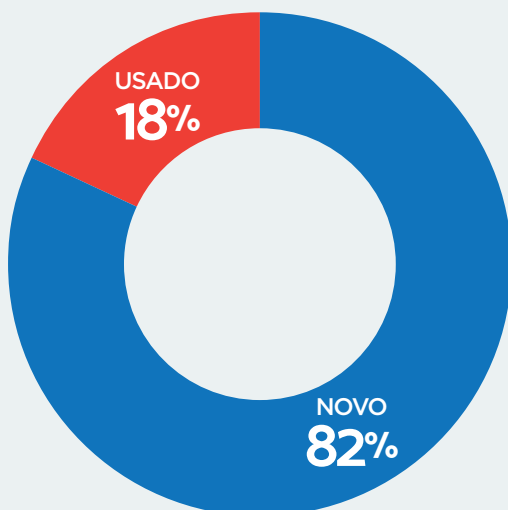


[GRÁFICO 3]

SMARTPHONE NOVO X USADO

Pergunta: Sobre o seu smartphone atual: você comprou/ganhou ele novo ou usado?

Base: 2.002 internautas com smartphone

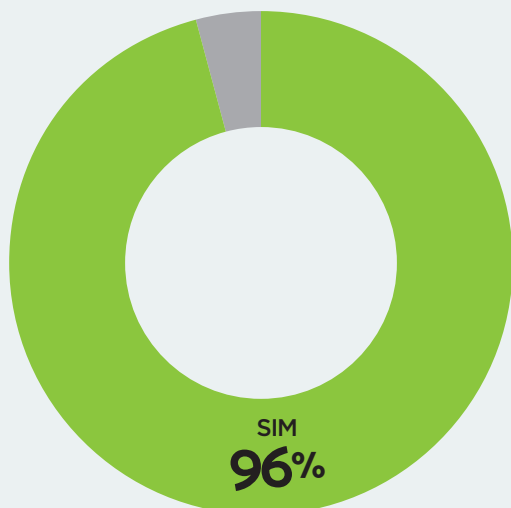




[GRÁFICO 4]

VOCÊ JÁ BAIXOU E INSTALOU ALGUM APLICATIVO NO SEU SMARTPHONE?

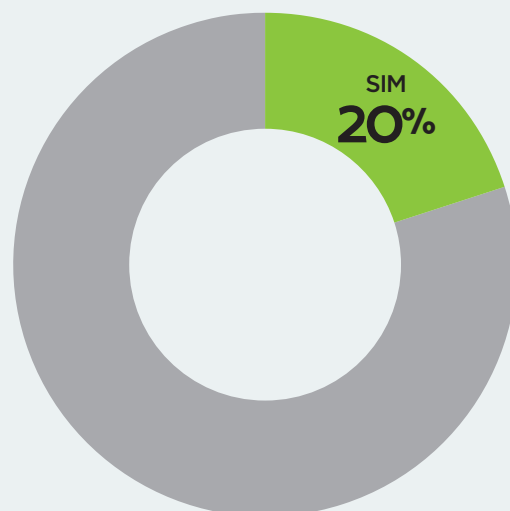
Base: 2.002 internautas com smartphone



[GRÁFICO 5]

VOCÊ JÁ COMPROU ALGUM APLICATIVO PARA O SEU SMARTPHONE?

Base: 2.002 internautas com smartphone

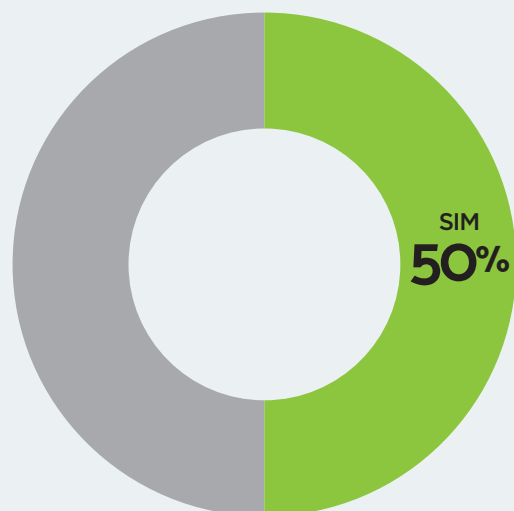


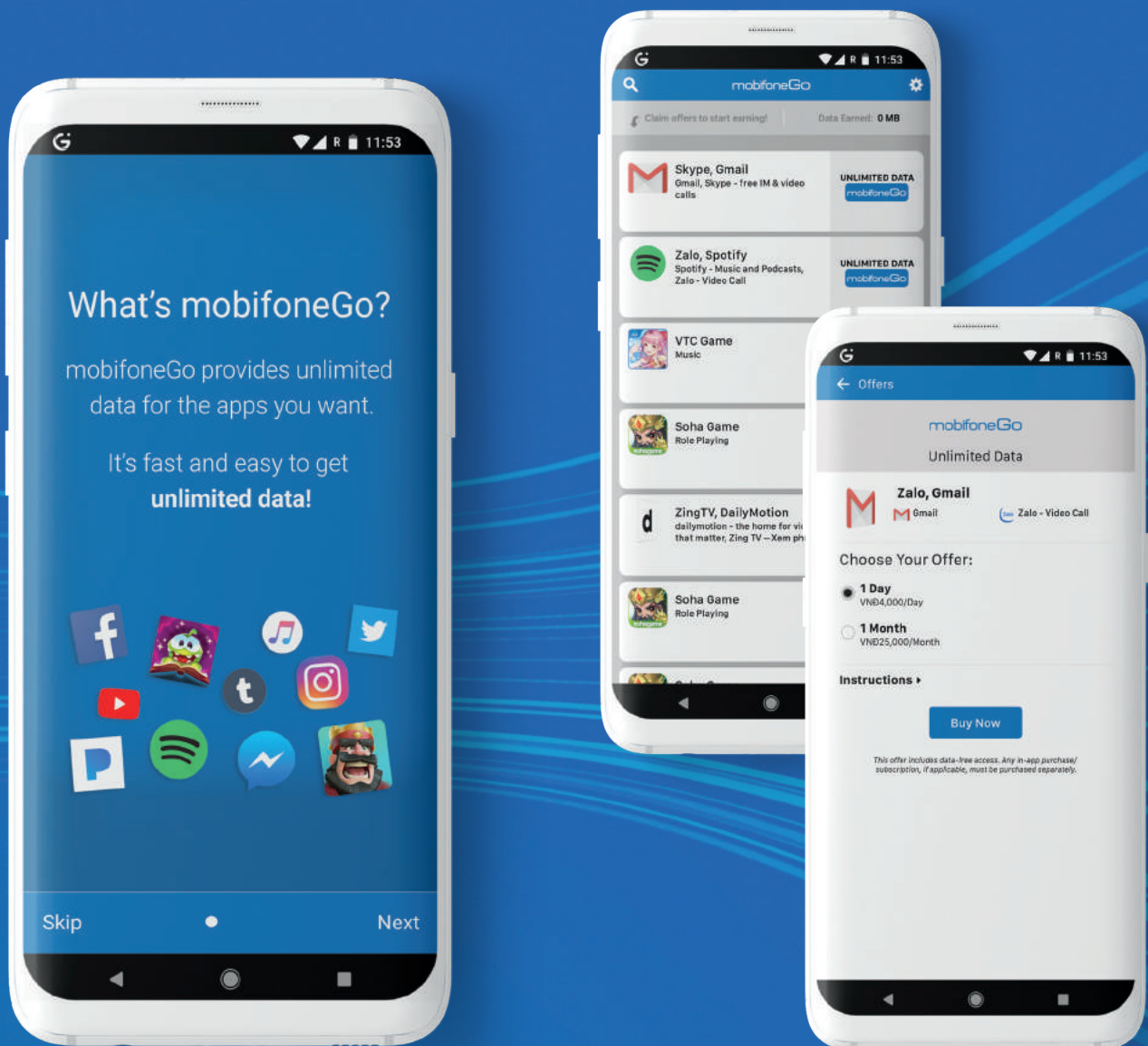
[GRÁFICO 6]

VOCÊ JÁ REALIZOU COMPRAS DENTRO DE UM APLICATIVO?

Pergunta: Você já realizou compras dentro de um aplicativo (podem ser bens virtuais dentro de jogos, acesso a funcionalidades extras dentro de um app, download de conteúdo exclusivo etc)?

Base: 2.002 internautas com smartphone





Já faz parte da App Economy?

Fazemos parcerias com provedores de conteúdo, operadoras, agências e marcas para fornecer materiais, aplicativos e campanhas para os 230 milhões de usuários móveis do Brasil.

Criada a partir do zero, nossa plataforma móvel de ponta a ponta oferece mais formas de gerar novos fluxos de receita a partir de conteúdo, comércio, e publicidade - a app economy.

Não fique para trás.

SYNTONIC

comércio | conteúdo | publicidades

São Paulo | Porto Alegre
www.syntonic.com/brasil
(11) 95300-7166



A vida fora da App Store e da Google Play

A maioria das pesquisas e dos dados existentes sobre uso de aplicativos móveis no mundo provêm das lojas oficiais de apps para Android e iOS, chamadas Google Play e App Store, respectivamente. No entanto, existem diversas lojas alternativas, algumas delas mantidas por fabricantes ou operadoras, e outras tantas menos seguras e que acabam atraindo o público por não exigirem cartão de crédito em seu cadastro ou por oferecem versões piratas gratuitas de apps que são vendidos nas lojas oficiais. Não raro, em razão da falta de fiscalização e/ou de ferramentas de segurança, muitas desses canais alternativos acabam sendo fonte de distribuição de códigos maliciosos travestidos de jogos ou utilitários reais.

No segundo trimestre deste ano, a Axur, empresa de segurança digital especializada em varrer a Internet à caça de versões piratas de aplicativos de marcas conhecidas, encontrou 2,3 mil APKs falsos voltados para o público brasileiro, informa matéria publicada no Mobile Time em julho passado. A maioria eram versões falsificadas de instituições financeiras (53%) e de varejistas (33%). A empresa chega a remover de 300 a 400 APKs falsos de uma única marca por mês.

Diante desse cenário, pela primeira vez esta pesquisa mediu o uso de lojas alternativas para download de aplicativos e o resultado comprova a sua popularidade: 39% dos usuários brasileiros de smartphone confirmam que já baixaram algum aplicativo fora das lojas oficiais (Gráfico 7). O hábito é mais comum entre homens (48%) do que entre mulheres (31%). E é maior entre os brasileiros das classes C, D e E (41%) do que entre aqueles das classes A e B (30%), o que confirma o motivador financeiro na busca por tais canais. Há também diferenças significativas por faixa etária: quanto mais jovem, maior a

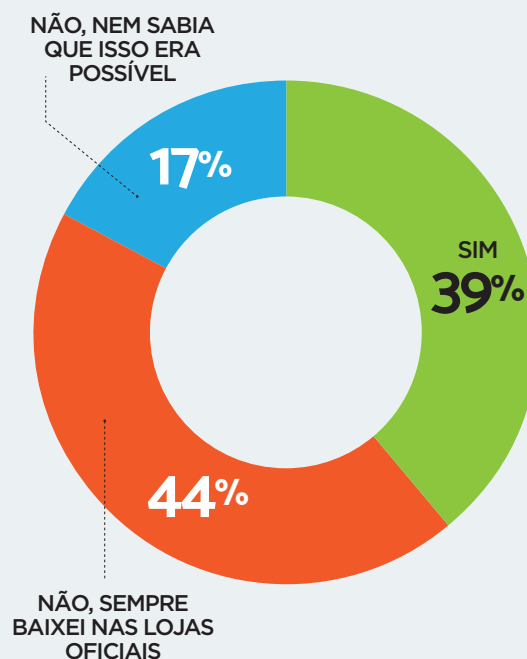
probabilidade de ter já ter baixado um app em lojas alternativas. No grupo entre 16 e 29 anos, 53% experimentaram. A proporção cai para 34% na faixa entre 30 e 39 anos e para 19% no grupo com 50 anos ou mais.

É importante ressaltar que lojas independentes não são necessariamente sinônimo de distribuição de conteúdo pirata ou malicioso. Tudo depende dos processos e critérios de publicação adotados por cada canal. Dito isso, as lojas alternativas mais usadas pelos brasileiros para download de apps são: Aptoide, Baixaki, Galaxy Store (loja oficial da Samsung) e Uptodown. Estas foram as mais citadas pelos entrevistados que declararam já ter baixado apps fora da Google Play ou da App Store.

[GRÁFICO 7]

VOCÊ JÁ BAIXOU ALGUM APLICATIVO FORA DAS LOJAS OFICIAIS DO GOOGLE E DA APPLE?

Base: 2.002 internautas com smartphone





Wearables em alta no Brasil

Em 12 meses aumentou de 10% para 16% a proporção de brasileiros que possuem algum relógio ou pulseira conectados ao seu smartphone (Gráfico 8). O hábito é mais comum entre homens jovens das classes A e B (Gráfico 9).

Os lançamentos de versões mais acessíveis de wearables nos últimos anos com certeza estão contribuindo para a sua popularização. Já é possível encontrar modelos de marcas pouco conhecidas por menos de R\$ 100 em lojas online.

O recebimento de notificações enviadas pelo celular para o pulso do usuário é considerada a funcionalidade mais importante de um wearable por 44% dos seus usuários, seguida pelo monitoramento de exercícios físicos em geral (18%).

Na análise por gênero, idade e renda familiar mensal, algumas variações chamam a atenção. Mulheres (18%) se interessam mais que os homens (10%) pelo monitoramento de passos. Consumidores das classes A e B se importam mais com

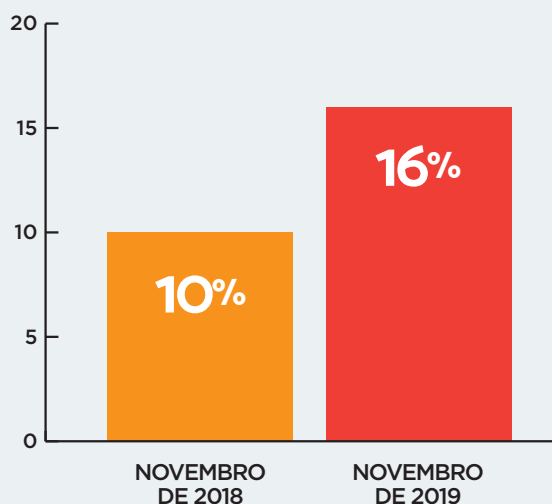
o recebimento de notificações do celular (48%) que aqueles das classes C, D e E (43%). E no caso do acompanhamento do sono e dos batimentos cardíacos, o grupo com 50 anos ou mais é aquele com as maiores proporções de usuários que apontam tais funcionalidades como as mais importantes, 13% e 17%, respectivamente. No caso específico do monitoramento de batimentos cardíacos, ele é mais valorizado pelos homens (12%) que pelas mulheres (8%) e pelos consumidores das classes C, D e E (11%) que por aqueles das classes A e B (7%).

[GRÁFICO 8]

BRASILEIROS COM RELÓGIO OU PULSEIRA CONECTADOS

Pergunta: Você usa alguma pulseira ou relógio que se comunica com o seu smartphone?

Base: 2.002 internautas com smartphone



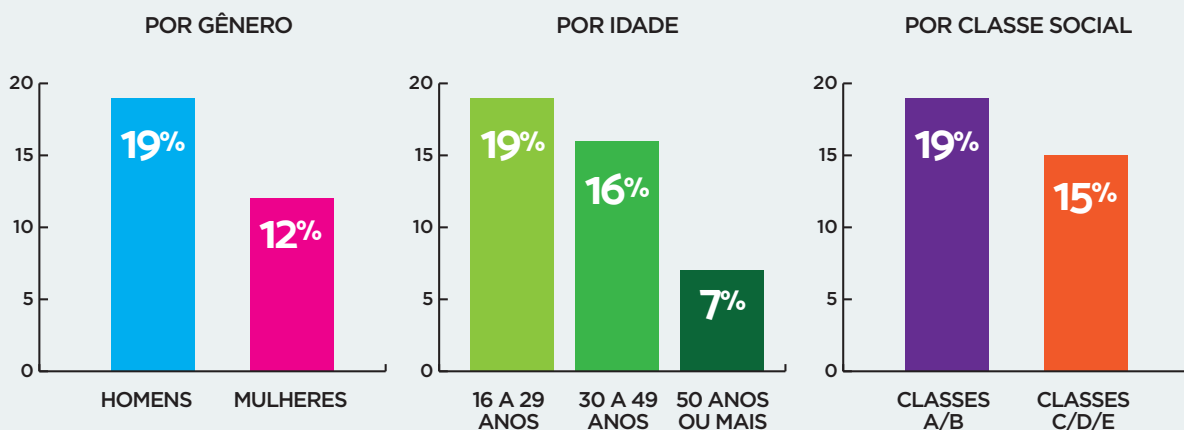


[GRÁFICO 9]

O USO DE WEARABLES POR GÊNERO, IDADE E CLASSE SOCIAL

Pergunta: Você usa alguma pulseira ou relógio que se comunica com o seu smartphone?

Base: 2.002 internautas com smartphone

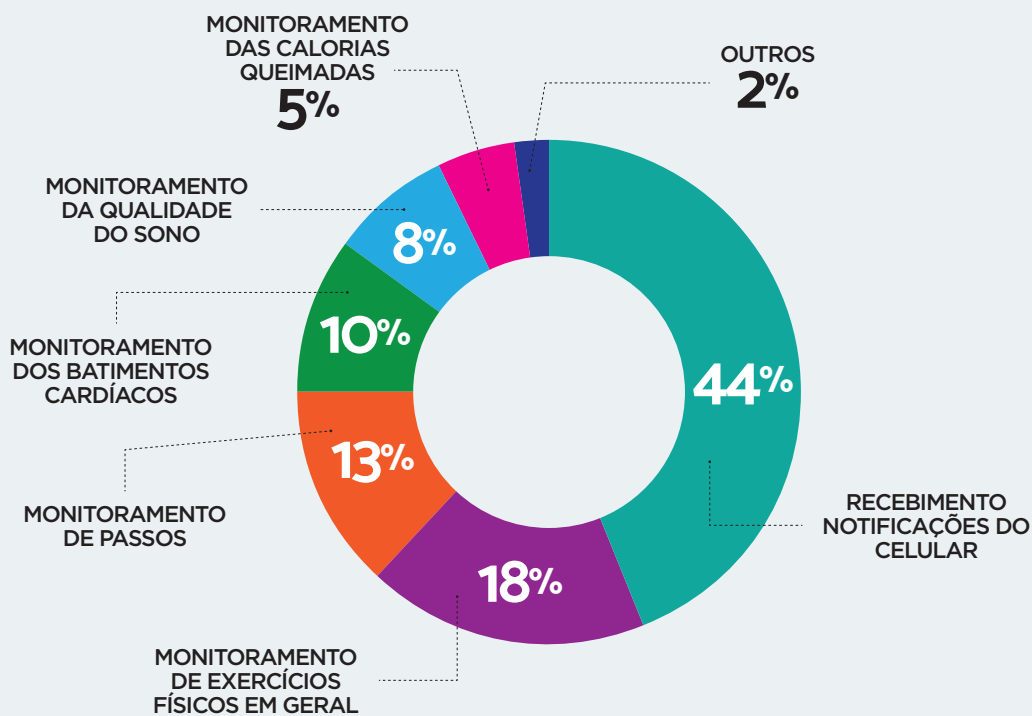


[GRÁFICO 10]

QUAL A FUNCIONALIDADE MAIS IMPORTANTE PARA O BRASILEIRO EM SEU WEARABLE?

Pergunta: Qual funcionalidade do seu relógio ou pulseira é a mais importante para você, no seu dia a dia?

Base: 314 internautas que possuem relógio ou pulseira conectada





Comandos de voz, SMS e chamadas telefônicas

Os sistemas operacionais dos smartphones oferecem a possibilidade de realizar operações por comandos de voz há bastante tempo. No Brasil, a proporção de usuários de smartphone que já experimentaram esse tipo de interface com seu aparelho teve uma pequena alta de três pontos percentuais em um ano e meio, passando de 64% para 67%. Ou seja, não houve um crescimento substancial nesse período. Porém, com a chegada da Alexa ao Brasil e com uma recente campanha de mídia de massa do Google para promover seu assistente, possivelmente haverá um crescimento do uso da interface de voz no País nos próximos meses.

Não há diferenças significativas no uso de comandos de voz entre homens e mulheres, ou por classe social, mas, sim, por faixa etária. A utilização dessa interface é mais comum entre os jovens de 16 a 29 anos (74%) do que no grupo entre 30 e 49 anos (66%). E cai para 53% entre aqueles com 50 anos ou mais.

Para as operadoras móveis, uma notícia boa: a proporção de usuários de smartphone que não têm os ícones de chamada telefônica e de SMS em sua home screen estagnou na comparação com um ano atrás, dentro da margem de erro (Gráficos 12 e 13). E, se comparado com a edição desta pesquisa de seis meses atrás, houve reduções maiores que a margem de erro. Entre abril e novembro, a proporção de usuários sem o ícone de chamadas na homescreen caiu de 13% para 8%. E a proporção que não tem o ícone de SMS na tela inicial diminuiu de 25% para 19%. Isso pode indicar uma retomada do uso dos serviços das operadoras.

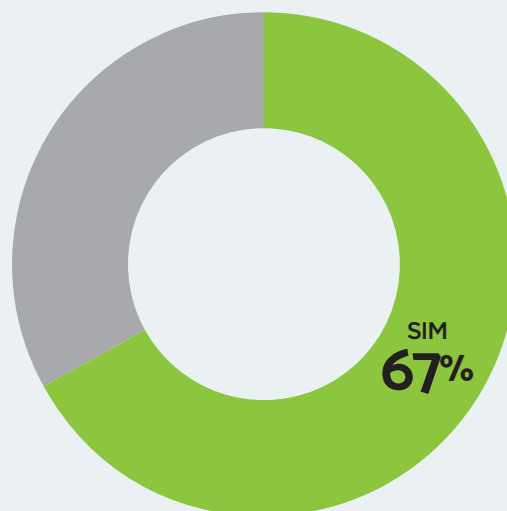


[GRÁFICO 11]

BRASILEIROS QUE JÁ USARAM COMANDOS DE VOZ NO SMARTPHONE

Pergunta: Você já utilizou comandos de voz para realizar ações no seu smartphone, como realizar ligações, tocar músicas, fazer buscas na Internet etc?

Base: 2.002 internautas com smartphone



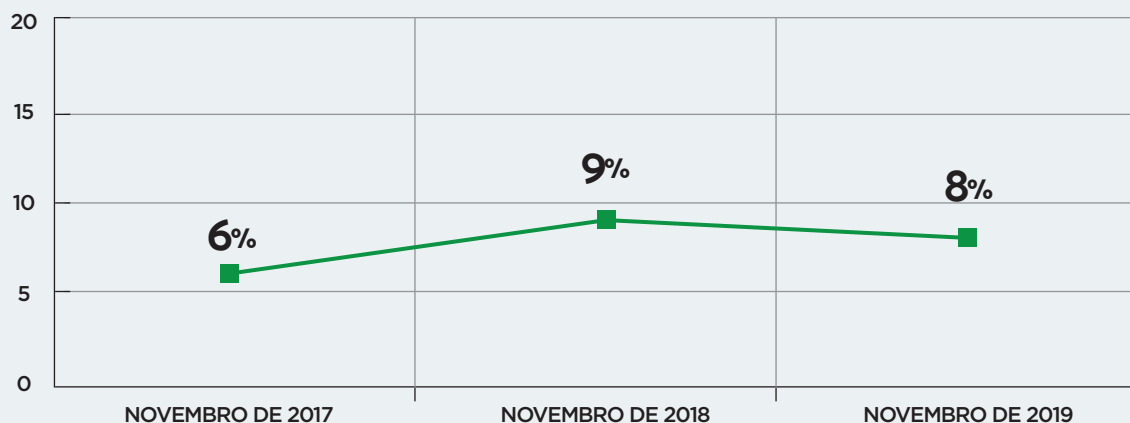


[GRÁFICO 12]

BRASILEIROS SEM O APP DE CHAMADA TELEFÔNICA NA HOMESCREEN

Pergunta: O aplicativo com o símbolo do telefone (aquele para realizar chamadas pela rede celular) está presente na tela principal do seu smartphone?

Base: 2.002 internautas com smartphone

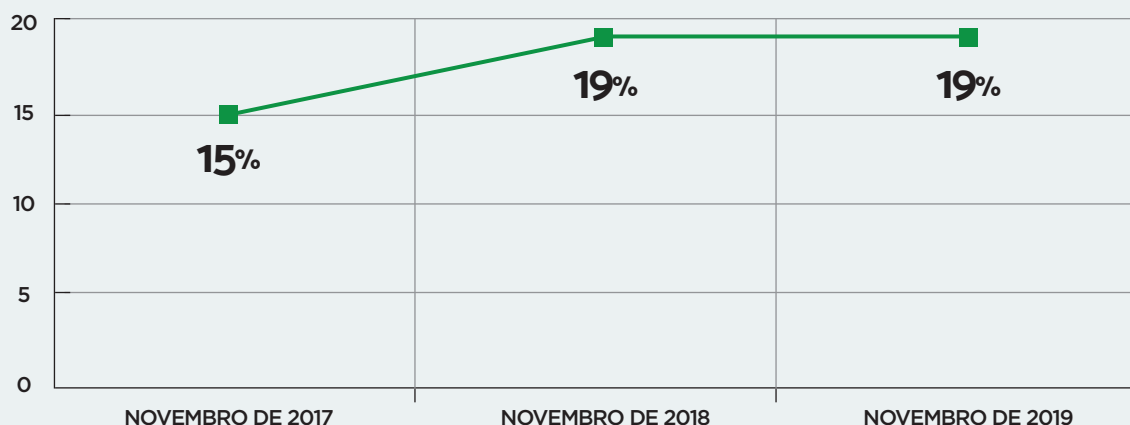


[GRÁFICO 13]

BRASILEIROS SEM O APP DE SMS NA HOMESCREEN

Pergunta: O aplicativo com o símbolo de uma mensagem de texto (aquele para ler e escrever SMS) está presente na tela principal do seu smartphone?

Base: 2.002 internautas com smartphone





Elimine os ataques de bots in-app em tempo real

Unbotify usa características comportamentais e inteligência artificial para diferenciar bots de usuários reais

Aprendizagem de Máquina Personalizada

A Unbotify utiliza modelos de aprendizado de máquina sob medida e personalizada nos fluxos de usuários de um aplicativo.

Informações de padrões comportamentais em sensores de tela

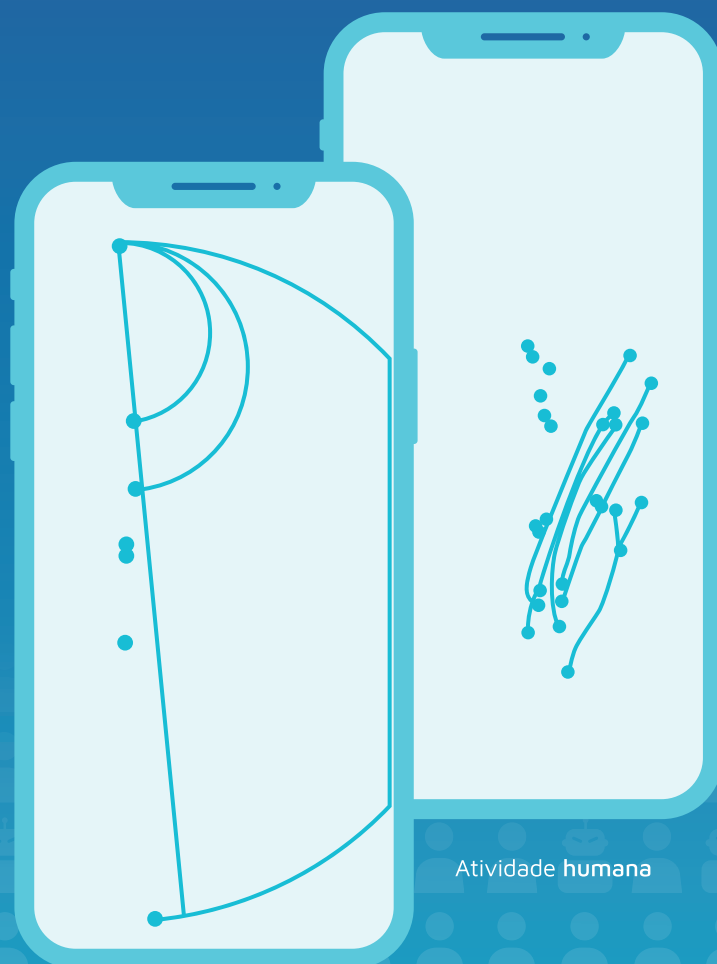
Unbotify utiliza sensores do telefone para captar informações.

🎯 Evento de toque
(duração, área, pressão)

☀️ Sensor de luz

🔋 Status da bateria

➡️ Acelerômetro



Atividade de bot

Atividade humana

Bots podem atacar aplicativos em todos os setores verticais

Se você quer eliminar o abuso de bots in-app, entre em contato conosco.

www.adjust.com/product/unbotify

unbotify

UMA EMPRESA DE ADJUST



Apps nacionais de bancos, m-commerce e pagamentos crescem

A presença na tela inicial do smartphone é o critério adotado nesta pesquisa para medir a popularidade de um aplicativo móvel. Em comparação com a pesquisa anterior, publicada em junho de 2019, o destaque desta vez ficou com alguns apps nacionais de bancos, m-commerce e pagamentos.

A Caixa agora está presente na homescreen de 12% dos smartphones nacionais. Em seis meses passou da sétima para a quinta posição do ranking, a melhor em sua história, superando pela primeira vez Facebook Messenger e YouTube (a diferença a seu favor está dentro da margem de erro da pesquisa, cabe ressaltar).

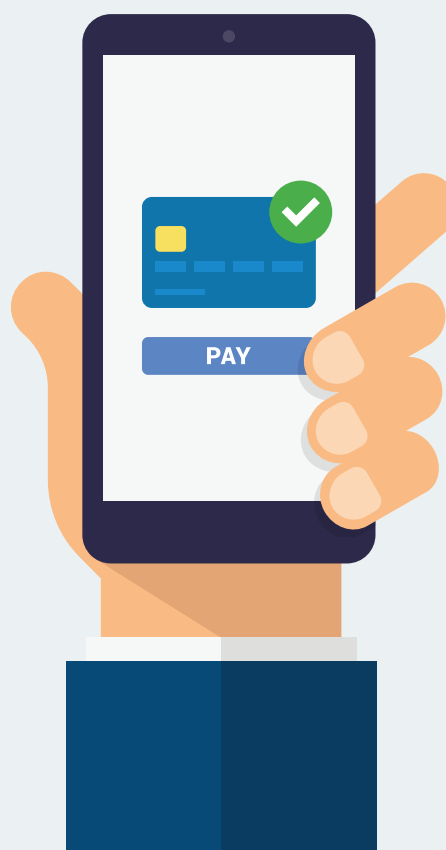
Os dois apps de serviços online to offline que mais cresceram foram iFood e 99, ambos presentes na tela inicial de 8% dos smartphones brasileiros. Eles agora ocupam a 10ª e a 11ª posições no ranking, respectivamente. Seis meses atrás o iFood era o 16º e o 99, 13º.

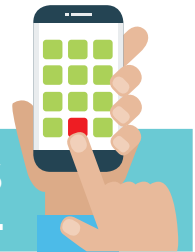
Outro app a subir significativamente de posição na lista em apenas seis meses foi o Nubank, que saltou da 18ª para a 12ª posição, aumentando sua presença na tela inicial de 5% para 8% dos smartphones nacionais. Pela primeira vez o Nubank superou nesse ranking dois gigantes do mercado bancário brasileiro: Bradesco e Itaú.

Entre os apps estrangeiros, o único a ganhar participação foi o Instagram, que subiu de 37% para 39%. Por sua vez, o WhatsApp manteve sua trajetória de pequenas quedas a cada seis meses desde que a pesquisa foi iniciada, cinco anos atrás. Isso não significa que o WhatsApp esteja sendo menos usado, pelo contrário, outra pesquisa realizada por Mobile Time/Opinion Box, sobre mensageria móvel, atesta que

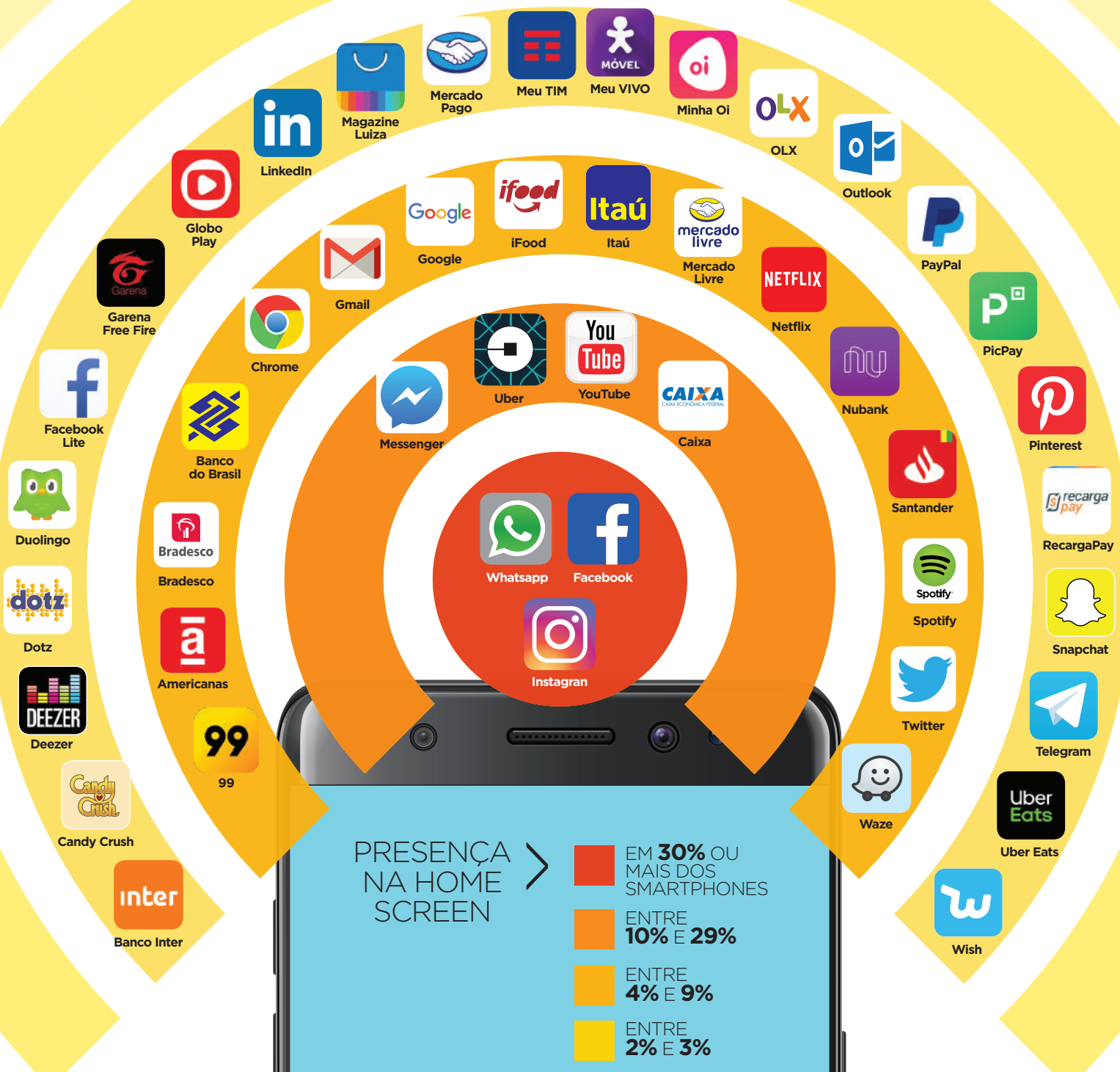
o WhatsApp segue sendo disparado o mensageiro mais popular do País. Por outro lado, o Facebook Messenger, este sim, apresenta sinais de queda de popularidade nas duas pesquisas. Em termos de presença na homescreen, caiu de 15% para 12%, perdendo a quinta posição no ranking para a Caixa.

No gráfico do radar de popularidade de apps, são apresentados todos os apps presentes na tela inicial de pelo menos 2% dos smartphones brasileiros. Nesta edição, entraram para o radar pela primeira vez Mercado Pago e PicPay, dois apps nacionais de pagamentos. Três outras novidades desta vez são Globo Play, LinkedIn e Uber Eats. Por outro lado, AliExpress deixou o radar.





[GRÁFICO 14]
RADAR DE POPULARIDADE DE APPS NO BRASIL





[TABELA 1]

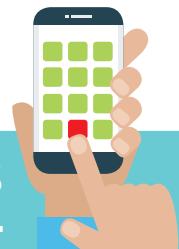
RANKING DOS 20 APPS MAIS POPULARES NA HOME SCREEN DOS BRASILEIROS

Pergunta: Liste quais apps que você baixou aparecem na tela principal do seu smartphone hoje. Considere como tela principal aquela que aparece logo depois de ligar o smartphone. Pode citar até 20 nomes de aplicativos.

Base: 2.002 internautas brasileiros com smartphone e que já instalaram ao menos um app

	Aplicativo	% de smartphones com o app na homescreen	Tendência em 12 meses
1	WhatsApp	58%	↓
2	Facebook	45%	↓
3	Instagram	39%	↑
4	Uber	17%	■
5	Caixa	12%	↑
6	Facebook Messenger	12%	↓
7	YouTube	10%	■
8	Netflix	9%	■
9	Banco do Brasil	9%	■
10	iFood	8%	↑
11	99	8%	↑
12	Nubank	8%	↑
13	Twitter	7%	■
14	Gmail	7%	■
15	Spotify	7%	■
16	Itaú	6%	■
17	Bradesco	6%	■
18	Google	5%	■
19	Google Chrome	5%	■
20	Mercado Livre	5%	■

↑ Alta | ↓ Baixa | ■ Estável



Streaming de filmes e séries cresce

Em apenas seis meses subiu de 38% para 45% a proporção de brasileiros com smartphone que assinam algum serviço pago de streaming de filmes e séries. O resultado decorre do aumento da competição nesse setor, com a chegada de novos players no País e a consequente intensificação da publicidade em torno desses serviços.

A assinatura é mais comum entre consumidores das classes A e B (53%) do que entre aqueles das classes C, D e E (44%). A idade também faz diferença. 54% dos usuários de smartphone com idade entre 16 e 29 anos assinam serviços pagos de streaming de filmes e séries. A proporção cai para 45% no grupo entre 30 e 49 anos, e baixa para 28% entre aqueles com 50 anos ou mais.

Pela primeira vez notou-se uma queda da preferência pelo Netflix. Em junho passado o Netflix era apontado como o principal app de streaming de filmes e séries por 92% dos consumidores que pagam por esse serviço. Agora, o percentual caiu para 85%. Quem ganhou participação foram Amazon Prime Video (4%) e GloboPlay (2%).

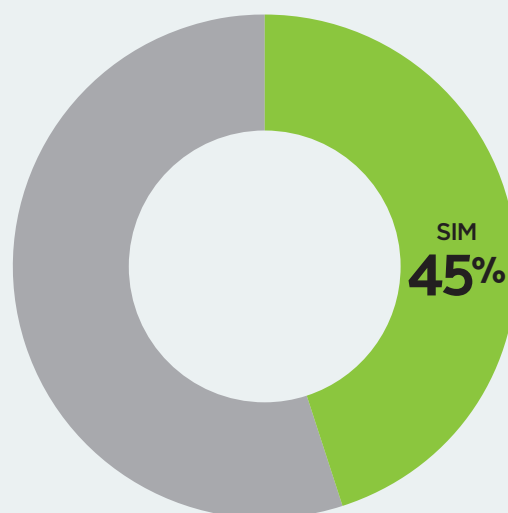


[GRÁFICO 15]

PROPORÇÃO DE ASSINANTES DE SERVIÇOS DE STREAMING DE FILMES E SÉRIES

Pergunta: Você assina algum serviço de filmes e/ou séries, com pagamento de mensalidade, cujo conteúdo é acessado predominantemente através de aplicativo no smartphone?

Base: 2.002 internautas com smartphone



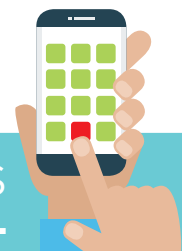
[TABELA 2]

RANKING DOS SERVIÇOS PAGOS DE STREAMING DE FILMES E SÉRIES

Pergunta: Qual serviço de filmes e/ou série você assina para ver no smartphone? Se assinar mais de um, informe aquele que acessa com mais frequência no smartphone.

Base: 909 internautas com smartphone e que assinam um serviço de streaming de filmes ou séries

Netflix	85%
Prime Video	4%
GloboPlay	2%
Outros	9%



Música também cresce

A assinatura de serviços de streaming de música também cresceu. Em seis meses, passou de 20% para 26% a proporção de brasileiros com smartphone que pagam para usar um app de streaming de música.

Nesse serviço, assinatura é mais comum entre homens (30%) do que entre mulheres (22%), diferença que não se verifica no streaming de filmes e séries. A assinatura de streaming de música é mais presente entre consumidores das classes A e B (38%) do que entre aqueles das classes C, D e E (23%). Mais uma vez, nota-se uma diferença significativa por faixa etária: 34% dos jovens entre 16 e 29 anos assinam streaming de música, enquanto o percentual cai para 24% no grupo entre 30 e 49 anos e baixa para 11% na faixa a partir de 50 anos.

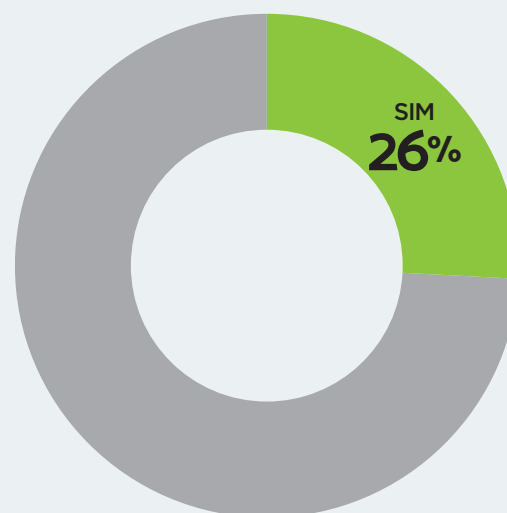
O Spotify não teve seu market share afetado, mantendo-se na liderança com 62%, 1 ponto percentual a mais que seis meses atrás. O segundo colocado, Deezer, por outro lado, perdeu 9 pontos percentuais, sendo citado por 16% do público que assina streaming de música – em junho de 2019 o percentual era de 27%. Aparentemente, o Deezer perdeu espaço para o Amazon Music (5%) e para o Youtube Music (4%).

[GRÁFICO 16]

PROPORÇÃO DE ASSINANTES DE SERVIÇOS DE STREAMING DE MÚSICA

Pergunta: Você assina algum serviço de música, com pagamento de mensalidade, cujo conteúdo é acessado predominantemente através de aplicativo no smartphone?

Base: 2.002 internautas com smartphone



[TABELA 3]

RANKING DOS SERVIÇOS PAGOS DE MÚSICA

Pergunta: Qual serviço de música você assina para ouvir no smartphone?

Se assinar mais de um, informe aquele que acessa com mais frequência no smartphone.

Base: 511 internautas com smartphone e que assinam um serviço de streaming de música

Spotify	62%
Deezer	16%
Amazon Music	5%
YouTube Music	4%
Outros	13%





Sazonalidade em jogos móveis

Ao longo dos últimos três anos com edições semestrais desta pesquisa constatou-se que existe uma sazonalidade no hábito de jogar games no smartphone no Brasil. A proporção de usuários brasileiros que declaram que costumam jogar games no celular cresce na edição de dezembro da pesquisa e cai na edição de maio (gráfico 17). As entrevistas são feitas tradicionalmente em novembro e em abril. Consultamos um especialista no mercado de games móveis, Carlos Estigarribia, que confirmou perceber a mesma tendência nos números dos jogos com os quais trabalha. Segundo ele, o quarto trimestre é o mais forte do ano para jogos móveis por conta do dia das crianças, da Black Friday e do Natal: há mais gente ganhando celulares novos e também gift cards para gastar em jogos nas lojas de aplicativos. No segundo trimestre, por outro lado, costuma haver um esfriamento do mercado, que volta a crescer a partir das férias de julho.

Não há diferença estatisticamente relevante por gênero ou renda mensal entre os jogadores móveis. Mas por idade, sim. 71% dos brasileiros entre 16 e 29 anos declaram jogar em seus smartphones. Esse percentual cai para 62% no grupo de 30 a 49 anos e diminui para 40% entre aqueles a partir de 50 anos.

Garena Free Fire e Candy Crush dividem a liderança citados cada um por 11% dos jogadores como sendo o game que acessam com mais frequência. Não é coincidência, portanto, que estes dois sejam os únicos jogos a figurar no radar de popularidade de apps desta edição.

Merecem destaque ainda a volta do Pokemon Go ao ranking, depois de um ano ausente, e a entrada pela primeira vez de Call of Duty e Pet Rescue.

[TABELA 4]

RANKING DOS GAMES MÓVEIS MAIS POPULARES NO BRASIL

Pergunta: Qual game você tem jogado mais atualmente no seu smartphone?

Base: 1.232 internautas brasileiros com smartphone que declaram usar o aparelho para jogos

Obs.: Foram considerados apenas os títulos com pelo menos 2% de citações

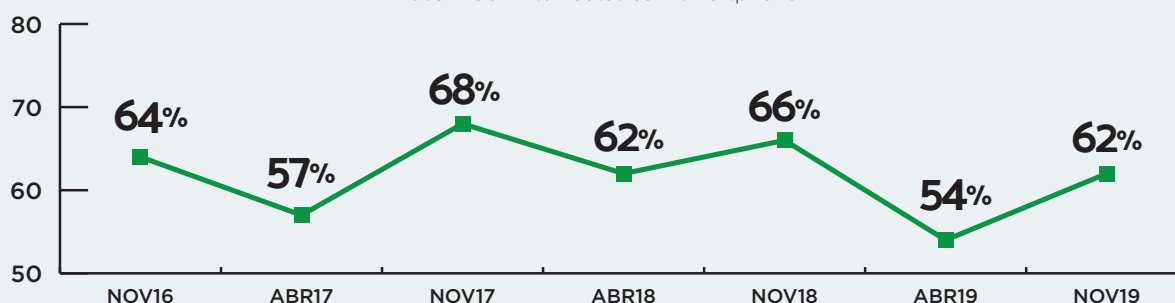
	Jogo	%
1	Free Fire	11%
2	Candy Crush Saga	11%
3	Pokemon Go	3%
4	Call of Duty	2%
5	Farm Heroes	2%
6	Clash Royale	2%
7	Pet Rescue	2%

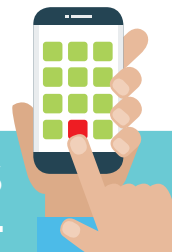
[GRÁFICO 17]

PROPORÇÃO DE JOGADORES MÓVEIS

Pergunta: Você costuma jogar games no seu smartphone?

Base: 2.002 internautas com smartphone





Conclusões

O crescimento da presença de apps de bancos, pagamentos e comércio móvel na tela inicial do brasileiro demonstra como está ganhando força o uso do smartphone como uma carteira para compras. A profusão de fintechs e do uso de QR codes em estabelecimentos comerciais físicos contribuem nesse sentido. E a tendência é aumentar ainda mais com o lançamento no ano que vem da plataforma de pagamentos instantâneos do Banco Central, que permitirá a transferência de valores em tempo real entre contas de instituições bancárias e de pagamentos diferentes, pois a interoperabilidade será obrigatória.

Vale também prestar atenção ao crescimento dos wearables apontado pela pesquisa. Com a maturação do mercado de smartphones, a nova fronteira a ser explorada pelos fabricantes são os vestíveis inteligentes.



QUER PATROCINAR A PRÓXIMA EDIÇÃO DESTA PESQUISA?

Entre em contato com Patrícia Linger: patricia.linger@mobiletime.com.br ou (11) 9 8245-3183

Conheça as outras pesquisas Panorama Mobile Time/Opinion Box



Pesquisa anual que traça um raio-x do mercado brasileiro de chatbots a partir de levantamento de informações junto aos desenvolvedores de robôs de conversação. Inclui guia com os contatos comerciais das empresas



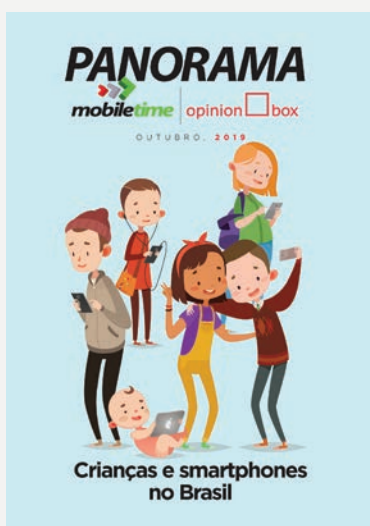
Pesquisa anual sobre o problema de roubo e furto de celulares no Brasil



Pesquisa sobre uso de senhas e biometria digital através de smartphones



Pesquisa semestral que monitora quais os aplicativos mais usados pelos brasileiros



Pesquisa anual sobre o hábito de uso de smartphones por crianças de 0 a 12 anos



Pesquisa semestral que monitora os hábitos de compra de mercadorias físicas e serviços pelos brasileiros através de smartphones

AS PESQUISAS ESTÃO DISPONÍVEIS PARA DOWNLOAD EM
WWW.PANORAMAMOBILETIME.COM.BR/

Conheça os eventos organizados por Mobile Time

3ª EDIÇÃO 30 DE MARÇO/2020

Fórum de **Operadoras Inovadoras**
by mobiletime | teletime

Seminário que discute o uso de novas tecnologias, frequências de espectro e modelos de negócios para a construção de redes sem fio para o provimento de acesso à Internet e aplicações de IoT.
www.operadorasalternativas.com.br

4 DE MAIO/2020 19ª EDIÇÃO

tela viva **móvel 2020**
by mobiletime

Desde 2004, o evento referência do mercado brasileiro de conteúdo móvel.
www.telavivamovel.com.br

6ª EDIÇÃO 5 E 6 DE AGOSTO/2020

by mobiletime
superbots EXPERIENCE

Seminário sobre o nascente mercado de chatbots, assistentes virtuais e inteligência artificial.
www.botsexperience.com.br

6 DE OUTUBRO/2020 3ª EDIÇÃO

mobishop
by mobiletime

Seminário dedicado ao universo de comércio móvel e de pagamentos móveis, reunindo varejistas, bancos, adquirentes, fabricantes de smartphones e operadoras celulares.
www.mobishop.com.br

23 DE NOVEMBRO/2020 3ª EDIÇÃO

mobi-ID
by mobiletime

Seminário dedicado exclusivamente ao universo da identificação e da autenticação digitais. biometria digital, reconhecimento facial, autenticação comportamental, identidade autossobrerana, entre outros temas.
www.mobi-id.com.br



Assine o **Newsletter do Mobile Time** e receba, de segunda a sexta, as últimas novidades do mundo da tecnologia móvel, incluindo matérias e entrevistas exclusivas produzidas por jornalistas especializados!

mobiletime

Mais informações:
mobiletime@mobiletime.com.br