


PANORAMA


mobiletime

opinion  box



OFERECIMENTO

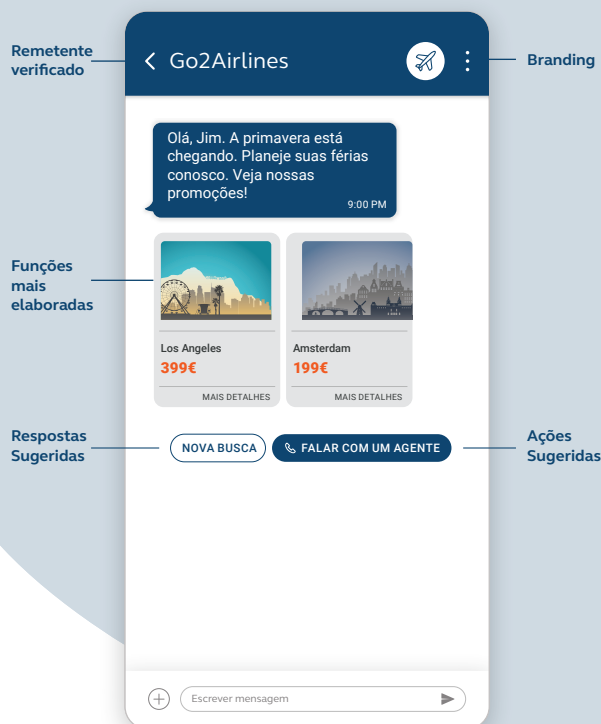


FEVEREIRO
2021

MENSAGERIA NO BRASIL



RCS: A NOVA ERA DA COMUNICAÇÃO MOBILE



Como utilizar o RCS para gerar uma melhor experiência para o seu cliente:



NOTIFICAÇÕES

- Rastreamento e/ou confirmação de compra
- Envio de notificações e atualizações
- Lembrete de vencimento de fatura ou contrato



ENGAJAMENTO

- Ofertas de produtos e/ou serviços
- Envio de voucher de desconto
- Avaliações de produtos e/ou serviços



SUORTE AO CLIENTE

- Atendimento ao cliente em tempo real ou via interação
- Chatbots via RCS, automação de conversas a qualquer hora e em qualquer lugar.



SEGURANÇA

- Solicitação única de PINs para autenticação de usuários
- Processo para redefinição de senha
- Notificação de atividade suspeita em conta

PARA SABER MAIS SOBRE O RCS, VISITE NOSSO SITE
OU PARA COMEÇAR A UTILIZAR O RCS, FALE CONOSCO.

[VISITE NOSSO SITE](#)

[FALE CONOSCO](#)



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 2.026 brasileiros com mais de 16 anos de idade que acessam a Internet e possuem smartphone, respeitando as proporções de gênero, idade, renda mensal e distribuição geográfica desse grupo. As entrevistas foram feitas on-line entre 20 e 27 de janeiro de 2021. Esta pesquisa tem validade estatística, com margem de erro de 2,2 pontos percentuais e grau de confiança de 95%.

AS PRINCIPAIS DESCOBERTAS NESTA EDIÇÃO:

EM SEIS MESES, **CAIU DE 95% PARA 86%** A PROPORÇÃO DE USUÁRIOS DO WHATSAPP QUE ABREM O APP TODO DIA



A PROPORÇÃO DE USUÁRIOS DO **FACEBOOK MESSENGER** QUE DECLARAM ABRI-LO TODO DIA OU QUASE TODO DIA DESPENCOU 20 PONTOS PERCENTUAIS EM SEIS MESES, CAINDO DE **59% PARA 39%**

EM SEIS MESES, **DIMINUIU DE 66% PARA 54%** A PROPORÇÃO DE USUÁRIOS DO WHATSAPP QUE QUEREM USÁ-LO PARA PAGAMENTOS



O TELEGRAM ESTÁ INSTALADO EM **45% DOS SMARTPHONES NACIONAIS**, CRESCIMENTO DE 10 PONTOS PERCENTUAIS EM SEIS MESES



As análises contidas neste relatório são de autoria de Fernando Paiva, editor do **Mobile Time** e jornalista com 21 anos de experiência na cobertura do mercado de conteúdo e serviços móveis. Paiva é também o organizador dos eventos **Tela Viva Móvel**, **Super Bots Experience**, **Fórum de Operadoras Inovadoras**, **Mobishop** e **Mobi-ID**.



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 - Fevereiro de 2021.*



Panorama geral

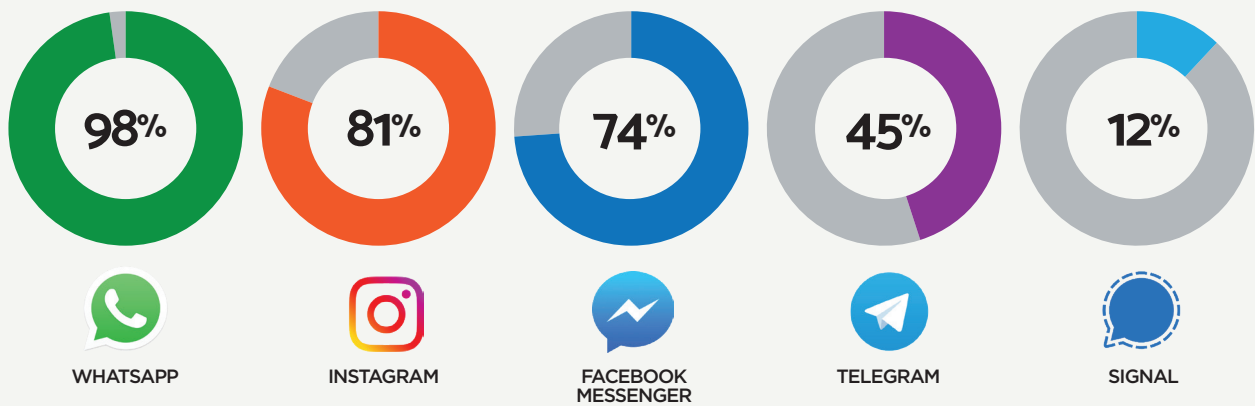
[GRÁFICO 1]

A POPULARIDADE DOS PRINCIPAIS MENSAGEIROS

(% DA BASE DE SMARTPHONES QUE TEM CADA APP INSTALADO)

Pergunta: Você tem o WhatsApp/Instagram/Messenger/Telegram/Signal instalado em seu smartphone?

Base: 2.026 internautas que possuem smartphone

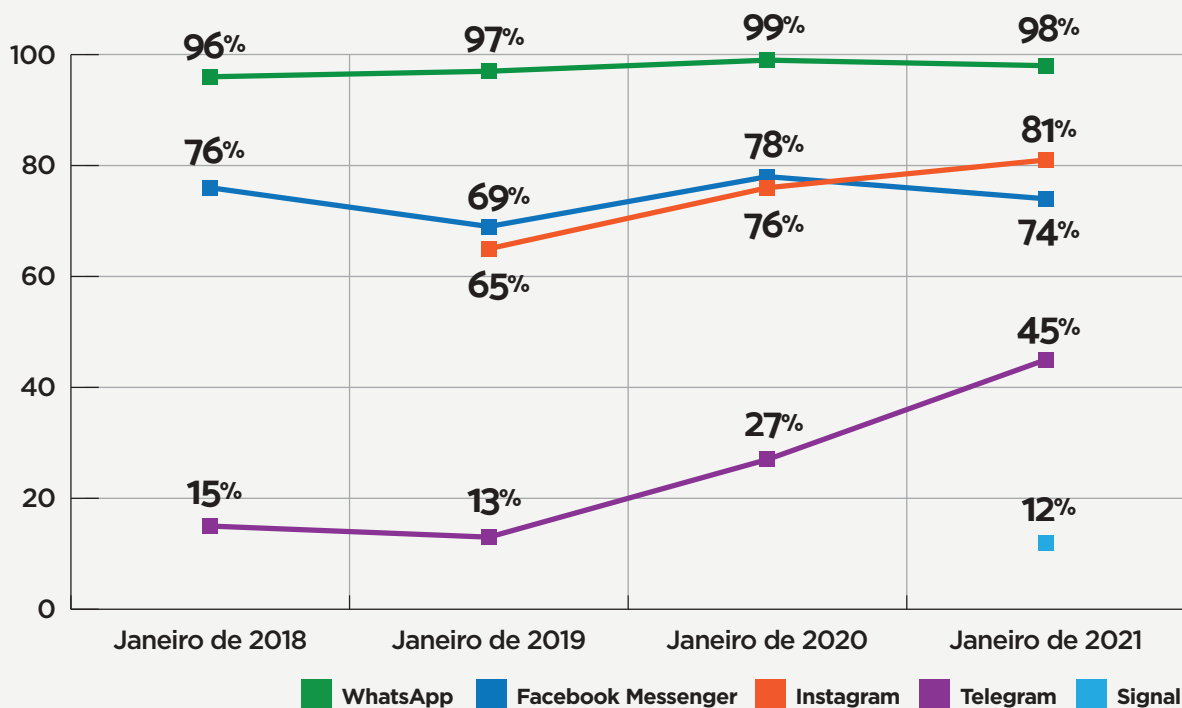


[GRÁFICO 2]

EVOLUÇÃO DA POPULARIDADE DE SERVIÇOS DE MENSAGERIA MÓVEL NO BRASIL

(% DA BASE DE SMARTPHONES COM O APP INSTALADO)

Bases: Jan/18 (1.848); Jan/19 (2.053); Jan/20 (1.987) e Jan/21 2.026 internautas que possuem smartphone





[TABELA 1]

A FREQUÊNCIA DE USO DE CADA MENSAGEIRO

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

Bases: 1.992 internautas que têm o WhatsApp instalado; 1.490 internautas que têm o Facebook Messenger instalado; 1.631 internautas que têm o Instagram instalado; 920 internautas que têm o Telegram instalado; e 233 internautas que têm o Signal instalado

	Todo dia	Quase todo dia	Algumas vezes por semana	Algumas vezes por mês	Quase nunca	Nunca
WhatsApp	86%	9%	2%	2%	1%	0%
Facebook Messenger	22%	17%	19%	16%	22%	4%
Instagram	64%	16%	9%	6%	4%	1%
Telegram	23%	22%	21%	13%	18%	3%
Signal	14%	15%	20%	13%	26%	12%

[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/Signal (Pode marcar mais de uma)

Bases: 1.963 MAUs de WhatsApp; 1.110 MAUs de Facebook Messenger; 732 MAUs de Telegram; 143 MAUs do Signal

	WhatsApp	Facebook Messenger	Telegram	Signal
Troca de mensagens de texto	91%	78%	76%	61%
Troca de imagens	80%	45%	45%	48%
Troca de mensagens de áudio	81%	32%	42%	41%
Troca de vídeos	67%	26%	32%	35%
Chamadas de voz	71%	18%	19%	29%
Desenhos (emojis)	68%	30%	25%	32%
Videochamadas	63%	16%	***	28%
Stories	46%	40%	N.D.	N.D.
Envio de mensagens em canais	N.D.	N.D.	47%	N.D.



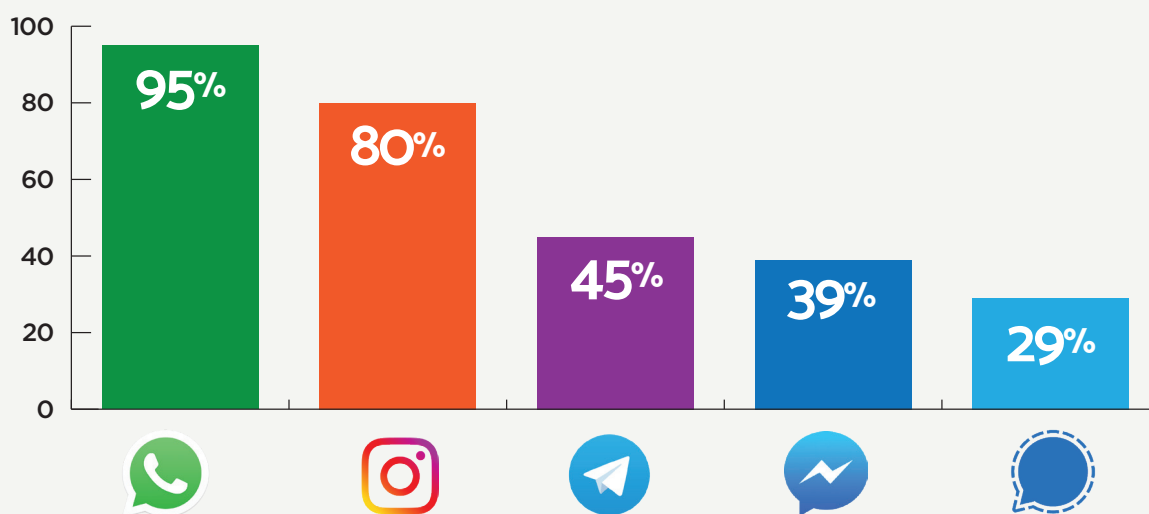
[GRÁFICO 3]

GRAU DE FIDELIDADE

(% DOS USUÁRIOS QUE ACESSAM O APP TODO DIA OU QUASE TODO DIA)

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

Bases: 1.992 internautas que têm o WhatsApp instalado; 1.490 internautas que têm o Facebook Messenger instalado; 1.631 internautas que têm o Instagram instalado; 920 internautas que têm o Telegram instalado; e 233 internautas que têm o Signal instalado



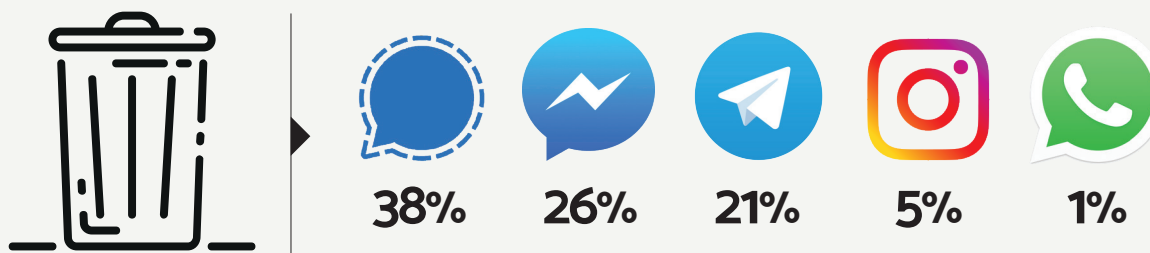
[GRÁFICO 4]

RISCO DE DESINSTALAÇÃO

(% DOS USUÁRIOS QUE ACESSAM O APP NUNCA OU QUASE NUNCA)

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

Bases: 1.992 internautas que têm o WhatsApp instalado; 1.490 internautas que têm o Facebook Messenger instalado; 1.631 internautas que têm o Instagram instalado; 920 internautas que têm o Telegram instalado; e 233 internautas que têm o Signal instalado



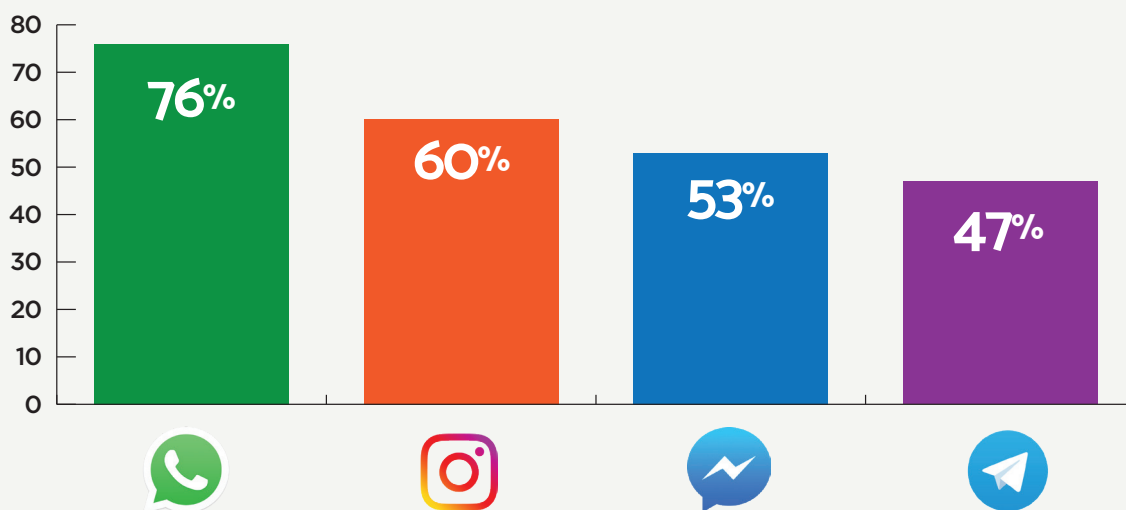


[GRÁFICO 5]

PROPORÇÃO DE USUÁRIOS QUE SE COMUNICAM COM MARCAS PELO APP

Pergunta: Você se comunica com marcas e empresas através do WhatsApp/
Facebook Messenger/Instagram/Telegram?

Bases: 1.963 MAUs de WhatsApp; 1.110 MAUs de Facebook Messenger; 732 MAUs de Telegram; e 1.551 MAUs do Instagram



[TABELA 3]

QUAIS AS FINALIDADES DE SE COMUNICAR COM MARCAS E EMPRESAS ATRAVÉS DE APPS DE MENSAGERIA?

Pergunta: Marque as finalidades que você considera adequadas para se comunicar com marcas ou empresas através do WhatsApp/Facebook Messenger/Telegram/Instagram

Bases: 1.963 MAUs de WhatsApp; 1.110 MAUs de Facebook Messenger; 732 MAUs de Telegram; e 1.551 MAUs do Instagram

	WhatsApp	Facebook Messenger	Instagram	Telegram
Tirar dúvidas/pedir informações	76%	60%	80%	60%
Receber suporte técnico	63%	42%	50%	50%
Receber promoções	53%	46%	66%	53%
Comprar produtos e serviços	52%	40%	68%	41%
Cancelar serviços	42%	27%	33%	31%
Não acho adequado se comunicar com marca ou empresa através do app	6%	18%	1%	14%



WhatsApp em alerta

No começo do ano, o WhatsApp comunicou aos seus usuários sobre uma atualização em seus termos de serviço, incluindo informações sobre o compartilhamento de dados com outras empresas do grupo Facebook. Foi determinado um prazo até 8 de fevereiro para os usuários revisarem o documento. Aqueles que não concordassem não poderiam mais usar a plataforma. O movimento gerou muitas críticas na mídia e nas redes sociais, além de informações desencontradas sobre como o WhatsApp lida com a privacidade dos seus usuários. Houve quem propusesse a migração para outras plataformas de mensageria móvel, como Telegram e Signal, com o argumento de garantir maior proteção à privacidade e à liberdade de expressão. A repercussão negativa foi tão grande que o WhatsApp suspendeu provisoriamente a mudança nos seus termos de serviço, adiando o prazo para 15 de maio e lançando uma intensa campanha de esclarecimento.



[GRÁFICO 6]

O INTERESSE DO BRASILEIRO PELO WHATSAPP PAY COM BANCO DO BRASIL, NUBANK E SICREDI

Pergunta: O WhatsApp planeja lançar um serviço para transferências e pagamentos usando cartões de débito e crédito, inicialmente do Banco do Brasil, Nubank e Sicredi. O usuário não terá custo para transferir dinheiro ou realizar pagamentos através do WhatsApp. Para tanto, precisa apenas cadastrar seu cartão no aplicativo. Você é cliente de um desses bancos e pretende usar esse serviço?

Base: 1.992 internautas que têm o WhatsApp instalado

NÃO É CLIENTE DE NENHUM DESSES BANCOS E NÃO GOSTARIA DE USAR WHATSAPP PAY

18%

É CLIENTE DE UM DESSES BANCOS E PRETENDE USAR WHATSAPP PAY

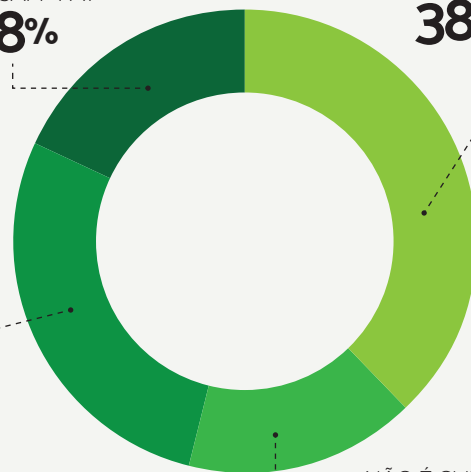
38%

É CLIENTE DE UM DESSES BANCOS MAS NÃO PRETENDE USAR WHATSAPP PAY

28%

NÃO É CLIENTE DE NENHUM DESSES BANCOS, MAS GOSTARIA DE USAR WHATSAPP PAY

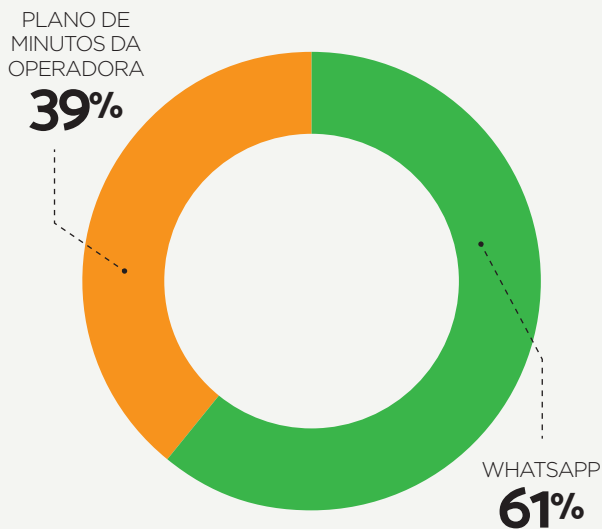
16%




[GRÁFICO 7]
VOZ: WHATSAPP X REDE DA OPERADORA

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

Base: 1.393 MAUs de WhatsApp que realizam chamadas de voz pelo app



Porém, a confusão gerou danos. É o que dão a entender os números desta edição da pesquisa Panorama Mobile Time/Opinion Box sobre mensageria móvel no Brasil. Em apenas seis meses, houve uma queda de nove pontos percentuais de usuários do WhatsApp que declaram acessar o aplicativo todo dia, baixando de 95% para 86%. Nunca houve variação negativa tão forte neste indicador monitorado pela pesquisa. Na verdade, há muito tempo esse parâmetro se mantém estagnado, com variações dentro da margem de erro e desde fevereiro de 2017 esteve sempre acima de 90%.

A queda no uso diário do WhatsApp aconteceu em todas as faixas etárias e classes sociais. E foi um pouco maior entre homens (diminuiu de 93% para 83% a proporção dos usuários masculinos do

WhatsApp declaram abri-lo todo dia) do que entre as mulheres (redução de 96% para 88%).

Houve também uma queda na proporção de usuários do WhatsApp que trocam mensagens de texto, mensagens de áudio, imagens e vídeos, na comparação com seis meses atrás. A maior diminuição foi na troca de vídeos: caiu de 76% para 67% a proporção que costuma enviar esse tipo de conteúdo pelo app de mensageria.

Outro dado preocupante para o WhatsApp foi a redução no interesse de usá-lo para pagamentos. Na edição anterior desta pesquisa, 66% dos usuários do app gostariam de utilizar o WhatsApp Payment, cujo lançamento é esperado para este ano, assim que receber a autorização do Banco Central. Agora, porém, esse percentual caiu para 54%, somando aqueles que têm conta corrente em um dos bancos parceiros da iniciativa (Banco do Brasil, Nubank e Sicredi) e aqueles que não têm mas gostariam de experimentar o serviço.

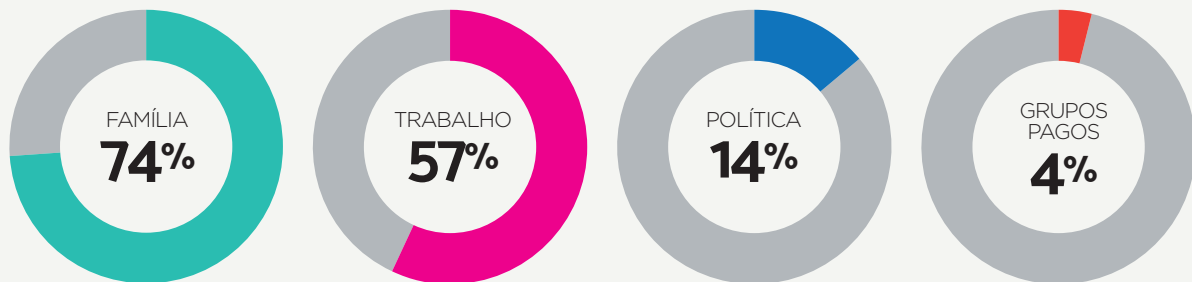
A queda de 12 pontos percentuais no interesse por pagamentos dentro do WhatsApp pode ser explicada não apenas pela crise provocada com a mudança nos termos de serviço, mas também pela chegada do Pix e pelo avanço de diversos bancos digitais durante a pandemia, impulsionados inclusive pelo pagamento do auxílio emergencial, o que ajudou a bancarizar uma parcela significativa da população.

Por outro lado, o uso do WhatsApp para chamadas de voz, videochamadas e comunicação com marcas e empresas permaneceu estável. O aplicativo segue sendo o meio preferido para ligações telefônicas entre seus usuários, mais do que os planos de minutos das operadoras móveis (Gráfico 7). É também o app preferido para conversar com marcas e empresas.


[GRÁFICO 8]
PROPORÇÃO DE USUÁRIOS DO WHATSAPP QUE PARTICIPAM DE GRUPOS DE...

Perguntas: Você faz parte de algum grupo de WhatsApp da sua família?; Você faz parte de algum grupo de WhatsApp do seu trabalho?; Você faz parte de algum grupo de WhatsApp cujo foco principal seja política?; Você paga ou já pagou para participar de algum grupo de WhatsApp?

Base: 1.992 brasileiros que têm o WhatsApp instalado em seu smartphone



Apesar disso tudo, o WhatsApp continua sendo, de longe, o app de mensageria mais popular do País, instalado em 98% dos smartphones nacionais, e o mais frequentemente usado (95% dos seus usuários abrem o app todo dia ou quase todo dia). Seu risco de desinstalação segue baixo: apenas 1% dos seus usuários

declaram abri-lo nunca ou quase nunca (era 0% seis meses atrás).

Um dos motivos que prendem as pessoas ao WhatsApp são os grupos de conversa do qual fazem parte. Alguns, de extrema relevância profissional ou emocional, fazem com que seja praticamente impossível cogitar a desinstalação do aplicativo. Pela primeira vez nesta pesquisa foi medida a participação em grupos temáticos específicos no WhatsApp. Foi constatado que 74% dos usuários do mensageiro participam de um grupo da família; 57%, de um grupo do trabalho; e 14%, de um grupo cujo foco principal é discutir política. Além disso, 4% afirmam que já pagaram para fazer parte de um grupo no WhatsApp, com destaque para temas como futebol e investimentos.





O salto do Telegram

O Telegram é o aplicativo de mensageria de crescimento mais rápido no Brasil nos últimos dois anos. Está presente agora em 45% dos smartphones nacionais. Trata-se de um aumento de 10 pontos percentuais em apenas seis meses e de 18 pontos percentuais em um ano, seu maior salto medido por esta pesquisa até agora. Provavelmente, a aceleração recente pode ser atribuída à crise de comunicação do WhatsApp sobre seus novos termos de serviço em janeiro de 2021.

O Telegram é mais usado pelo público jovem, entre 16 e 29 anos: está instalado em 50% dos smartphones desse grupo etário. É também mais comum entre brasileiros das classes A e B, presente em 58% dos seus smartphones, do que entre aqueles das classes C, D e E (42%). A comparação por gênero dá empate dentro da margem de erro, mostrando uma penetração do Telegram um pouco maior entre homens (47%) do que entre mulheres (44%).

Todavia, o Telegram não conseguiu ainda engajar para valer essa crescente

base de usuários. A proporção dos que declaram abri-lo todo dia ou quase todo dia é de apenas 46%, menos da metade verificada no WhatsApp. E ainda por cima caiu seis pontos percentuais em seis meses. No mesmo intervalo de tempo, a proporção de usuários do Telegram que relatam nunca ou quase nunca abri-lo subiu de 16% para 21%. Ou seja, o mensageiro aumenta sua base instalada, mas os novos usuários não o utilizam com a mesma frequência do WhatsApp.

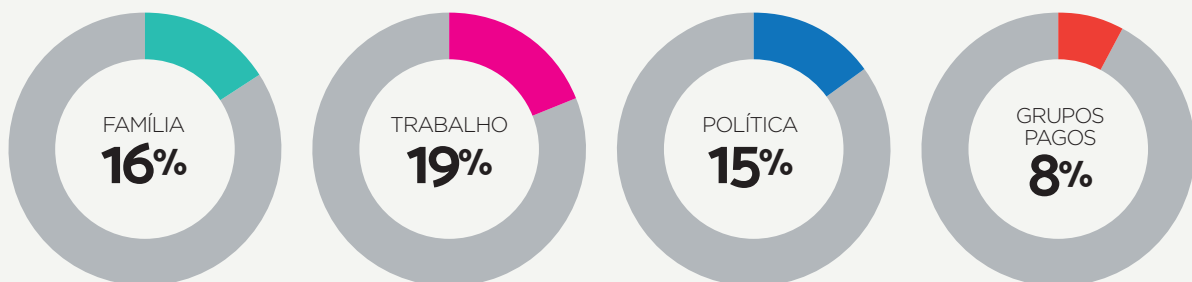
Uma das razões para o baixo engajamento é o usuário não ter no Telegram a mesma rede de amigos, familiares e colegas de trabalho que possui no WhatsApp. Isso se reflete na baixa participação em grupos de família e trabalho no Telegram. Note-se, porém, que a proporção que participa de grupos de política é praticamente a mesma que aquela verificada no WhatsApp. E quando se trata de grupos pagos, o percentual no Telegram é o dobro do encontrado no concorrente (Gráfico 9).

[GRÁFICO 9]

PROPORÇÃO DE USUÁRIOS DO TELEGRAM QUE PARTICIPAM DE GRUPOS DE...

Perguntas: Você faz parte de algum grupo de Telegram da sua família?; Você faz parte de algum grupo de Telegram do seu trabalho?; Você faz parte de algum grupo de Telegram cujo foco principal seja política?; Você paga ou já pagou para participar de algum grupo de Telegram?

Base: 920 brasileiros que têm o Telegram instalado em seu smartphone





A estreia do Signal

O Signal é um aplicativo de mensageria móvel criado por uma fundação homônima sem fins lucrativos. Seu foco principal é a proteção da privacidade na comunicação. Para tanto, usa criptografia de ponta a ponta em todas as trocas de mensagens e arquivos usando um protocolo próprio de criptografia, o Signal Protocol. O app oferece praticamente todas as funcionalidades dos rivais: conversas individuais ou em grupos; troca de mensagens de texto ou de áudio; envio de imagens e vídeos; realização de chamadas de voz ou de vídeo. Só não permite a publicação de stories.

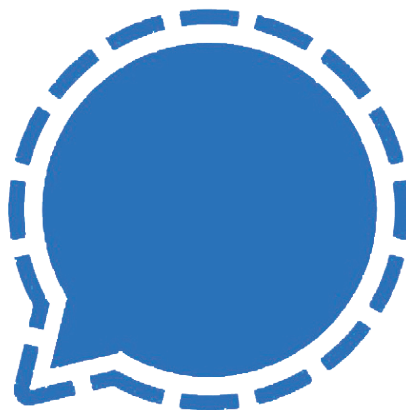
Algumas celebridades têm feito propaganda espontânea do Signal, como Edward Snowden e Elon Musk, o que ajudou a aumentar bastante o volume de downloads do app neste começo de ano, alçando-o como alternativa diante das críticas ao WhatsApp.

Nesta edição, a pesquisa mediu pela primeira vez a popularidade do Signal no Brasil. O app

ainda está muito longe dos rivais em termos de base instalada, presente em 12% dos smartphones nacionais. Porém, trata-se de um percentual relevante quando comparado com apps de outras categorias e se levado em conta que era um total desconhecido até bem pouco tempo atrás.

Chama a atenção o fato de ser mais comum nos smartphones de homens (15%) que de mulheres (9%) e naqueles das classes C, D e E (13%) que das classes A e B (8%). Essa diferença entre classes sociais é o oposto do que ocorre no Telegram.

O Signal, contudo, enfrenta a mesma dificuldade do Telegram ou de qualquer novo player que surja em mensageria: a baixa frequência de utilização. Apenas 29% dos seus usuários declaram abri-lo todo dia ou quase todo dia, a menor proporção entre os quatro apps de mensageria comparados nesta pesquisa. E 38% não abrem nunca ou quase nunca, o maior percentual também entre todos os apps monitorados.





Instagram e Messenger: primos do WhatsApp em rumos opostos

Instagram e Messenger são “primos” do WhatsApp, por pertencerem todos ao mesmo grupo econômico, o Facebook. Suas trajetórias no Brasil seguem rumos opostos. O Instagram vive o auge da sua popularidade, enquanto o Messenger está perdendo importância lentamente, de acordo com os dados das últimas edições desta pesquisa.

O Instagram está instalado em 81% dos smartphones brasileiros, tendo a segunda maior base dentre os quatro apps monitorados neste relatório. Em comparação com um ano atrás, trata-se de um aumento de cinco pontos percentuais. Mas, em relação à edição anterior, de agosto de 2020, o Instagram permaneceu com o mesmo percentual, interrompendo um crescimento contínuo que vinha acontecendo desde janeiro de 2019, quando a pesquisa mediu sua popularidade pela primeira vez. A proporção de usuários do Instagram que abrem o app todo dia ou quase todo dia agora é de 80%, uma queda de três pontos percentuais em comparação com seis meses atrás, o que está dentro da margem de erro, cabe ressaltar.

Por sua vez, o Messenger perdeu cinco pontos percentuais em seis meses: a proporção de smartphones brasileiros com o aplicativo instalado diminuiu de 79% para 74%. Mais preocupante ainda é que, no mesmo intervalo de tempo, o percentual de usuários do Messenger que abrem o app todo dia ou quase todo dia despencou de 59% para 39%. Esse é o indicador que chamamos de “grau de fidelidade”, pois trata-se da porção mais engajada da base de usuários. Para complicar ainda mais as perspectivas do

[TABELA 4]

PROPORÇÃO DE USO DE FUNCIONALIDADES DO INSTAGRAM (% SOBRE MAUS)

Pergunta: Marque as formas de comunicação que você utiliza no Instagram (Pode marcar mais de uma)

Bases: 1.551 MAUs do Instagram

Funcionalidade	% de MAUs
Publicação de fotos	82%
Publicação de stories	73%
Publicação de vídeos	48%
Troca de mensagens privadas (Direct)	66%
Publicação de vídeos no IGTV	20%
Transmissão de vídeos ao vivo (lives)	19%

Messenger, a proporção de seus usuários que declaram abri-lo nunca ou quase nunca dobrou em seis meses, passando de 13% para 26% e superando, pela primeira vez, o rival Telegram nesse aspecto negativo, que consideramos um indicador de risco de desinstalação. Por fim, a proporção de usuários do Messenger que se comunicam com marcas através dele baixou de 58% para 53% no mesmo período de seis meses – vale lembrar que há uma intensa migração das marcas para o WhatsApp, desde a abertura do WhatsApp Business API, o que provoca, em alguma medida, a canibalização do Messenger para essa finalidade de comunicação corporativa.





SMS segue em queda

O uso do SMS para troca de mensagens entre pessoas vem caindo gradativamente no Brasil desde a popularização dos smartphones e de apps de mensageria over the top. O canal mantém-se vivo hoje principalmente para a comunicação de marcas e empresas com seus consumidores, por se tratar de uma ferramenta universal, independentemente do aparelho celular do destinatário – seja um smartphone ou um feature phone. Por isso, esta pesquisa trata o envio e o recebimento de SMS separadamente, pois o segundo é muito mais comum que o primeiro atualmente.

A proporção de brasileiros que enviam SMS todo dia ou quase todo dia sofreu mais uma queda nos últimos seis meses, passando de 17% para 8%. E aqueles que afirmam que

nunca ou quase nunca enviam SMS subiu de 57% para 65%.

No mesmo intervalo de tempo, a proporção dos que recebem SMS todo dia ou quase todo dia caiu de 59% para 44%. E a dos que nunca ou quase nunca recebem passou de 15% para 18%, variação dentro da margem de erro.

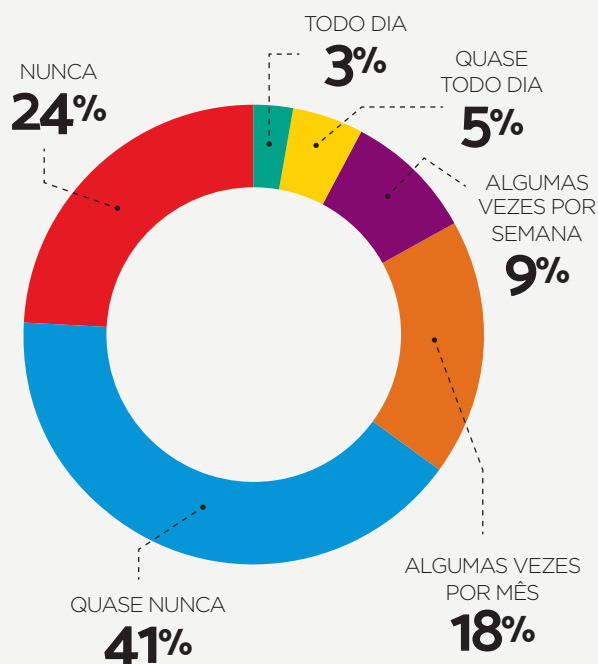
A redução no recebimento de SMS pode ser decorrente da migração de algumas grandes empresas para o WhatsApp como canal de comunicação preferencial com seus consumidores. Paralelamente, a demora na massificação do RCS, tido como a evolução do SMS, também prejudica a mensageria móvel das operadoras celulares.

[GRÁFICO 10]

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: 2.026 internautas que possuem smartphone

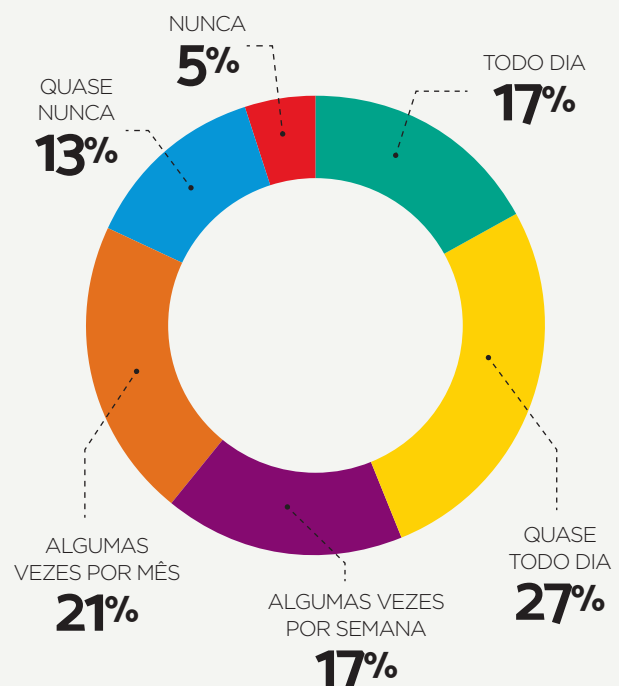


[GRÁFICO 11]

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: 2.026 internautas que possuem celular






Conclusões

Ainda é cedo para afirmar que a queda no uso do WhatsApp significa uma tendência. O mais provável é que se trate de um pequeno obstáculo em seu percurso, a ser rapidamente superado. Isso porque o mensageiro possui como fortaleza justamente sua massa crítica de usuários, o que provoca uma inércia natural. As pessoas podem até testar outros apps de mensageria, mas não abandonam o WhatsApp porque é lá onde acontecem a maioria das conversas com seus contatos, nos grupos que lhe são caros.

O WhatsApp se tornou imprescindível, tanto para o trabalho quanto para a socialização do brasileiro com seus amigos e parentes. Para perder essa condição de dominância, precisaria cometer uma série de erros em sequência, provocando uma migração em massa para outros apps. Enquanto os concorrentes não atingem uma massa crítica, não vão decolar, mantendo-se restritos a nichos específicos da população.



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

Clique aqui e faça seu cadastro!

Conheça outras pesquisas Panorama Mobile Time/Opinion Box



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



Pesquisa semestral que monitora quais os aplicativos mais usados pelos brasileiros



Pesquisa sobre uso de senhas e biometria digital através de smartphones



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



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



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

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