

# PANORAMA

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

AGO  
2021

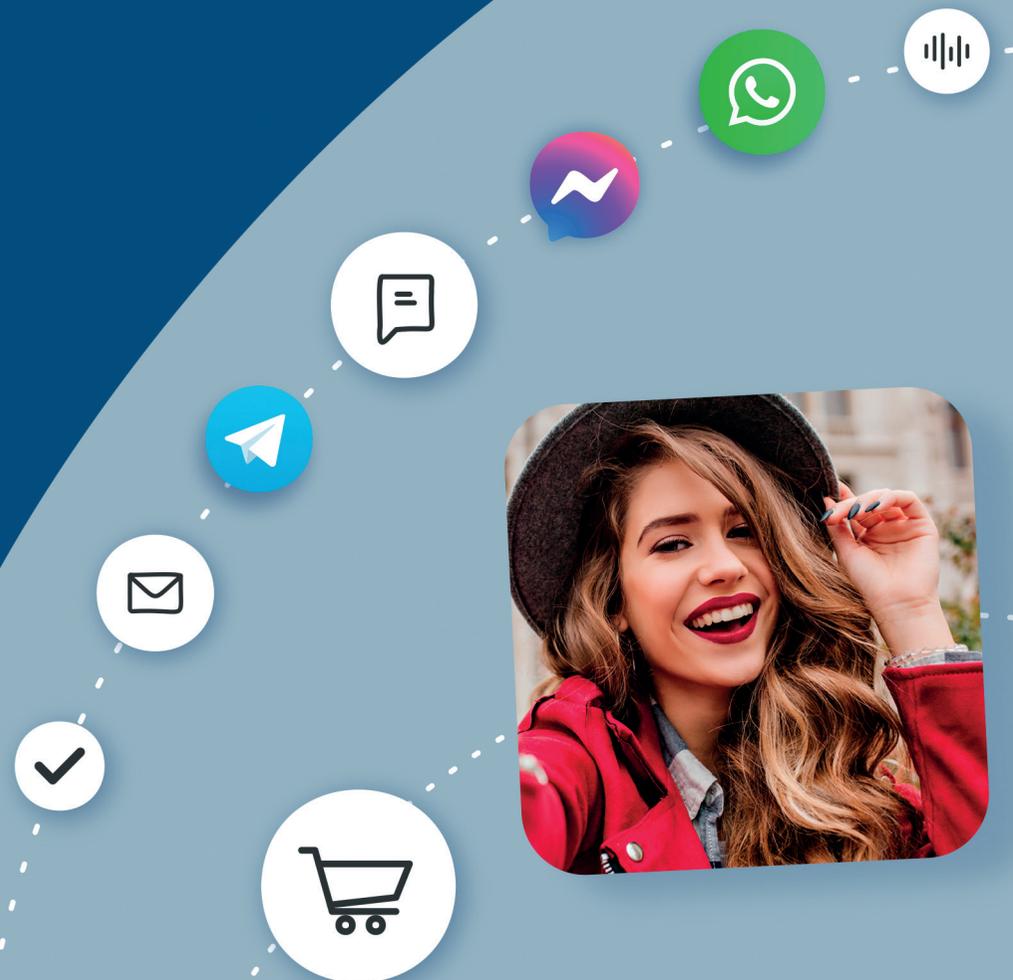
## MENSAGERIA NO BRASIL



OFERECIMENTO



# Reinvente interações e crie um mundo de conexões com a Infobip



AGO  
2021

# PANORAMA

Mobile Time/Opinion Box

## MENSAGERIA NO BRASIL



ESTA PESQUISA É UM OFERECIMENTO DE



### 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 2.038 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 14 e 23 de julho de 2021.

Esta pesquisa tem validade estatística, com margem de erro de 2,2 pontos percentuais e grau de confiança de 95%.



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**, **MobiFinance** 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 - Agosto de 2021**.

### AS PRINCIPAIS DESCOBERTAS NESTA EDIÇÃO:



EM SEIS MESES, PROPORÇÃO DE USUÁRIOS DO INSTAGRAM QUE ENVIAM MENSAGENS PRIVADAS SUBIU DE **66% PARA 72%**

EM SEIS MESES, SUBIU DE **44% PARA 48%** A PROPORÇÃO DE BRASILEIROS QUE RECEBEM SMS TODO DIA OU QUASE TODO DIA

Telegram pela primeira vez está instalada em mais da metade dos smartphones brasileiros

PROPORÇÃO DE USUÁRIOS DO SIGNAL QUE ABREM O APP TODO DIA OU QUASE TODO DIA SUBIU DE **29% PARA 39%** EM SEIS MESES

EM SEIS MESES, SUBIU DE **76% PARA 80%** A BASE DE USUÁRIOS DO WHATSAPP QUE SE COMUNICAM COM MARCAS PELO APP



AGO  
2021

# PANORAMA

Mobile Time/Opinion Box

MENSAGERIA  
NO BRASIL



O WhatsApp está  
instalado em 99%  
dos smartphones  
brasileiros

## Panorama geral

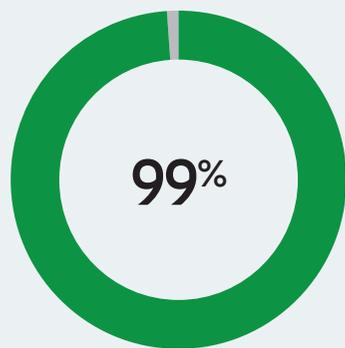
GRÁFICO 1

### A POPULARIDADE DOS PRINCIPAIS MENSAGEIROS

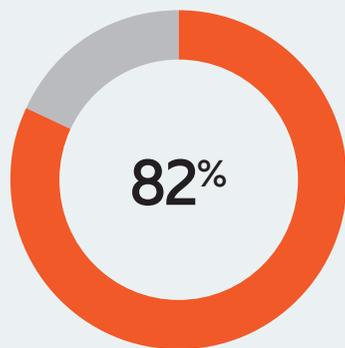
(% DA BASE DE SMARTPHONES QUE TEM CADA APP INSTALADO)

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

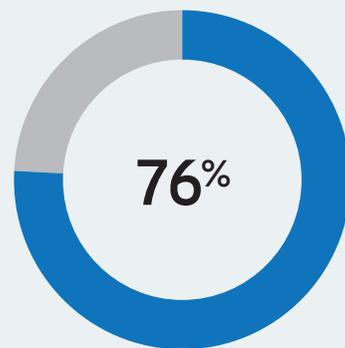
Base: 2.038 internautas que possuem smartphone



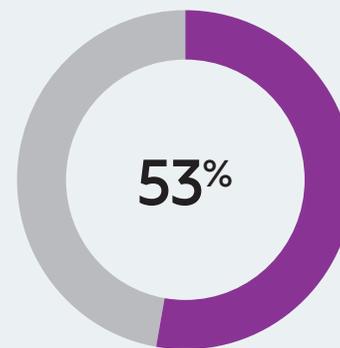
WhatsApp



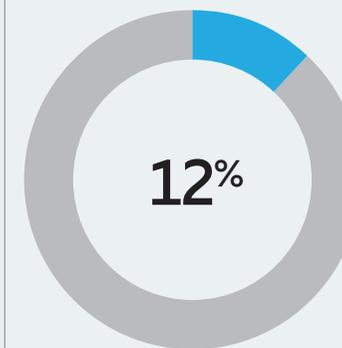
Instagram



Facebook Messenger



Telegram



Signal

OFERECIMENTO



AGO  
2021

# PANORAMA

Mobile Time/Opinion Box

## MENSAGERIA NO BRASIL



Em três anos, penetração do Telegram saltou de 15% para 53%

GRÁFICO 2

### EVOLUÇÃO DA POPULARIDADE DE SERVIÇOS DE MENSAGERIA MÓVEL NO BRASIL (% DA BASE DE SMARTPHONES COM O APP INSTALADO)

Bases: Ago/2018 (1.781); Ago/2019 (1.915); Ago/2020 (1.983) e Ago/2021 (2.038) internautas que possuem smartphone.

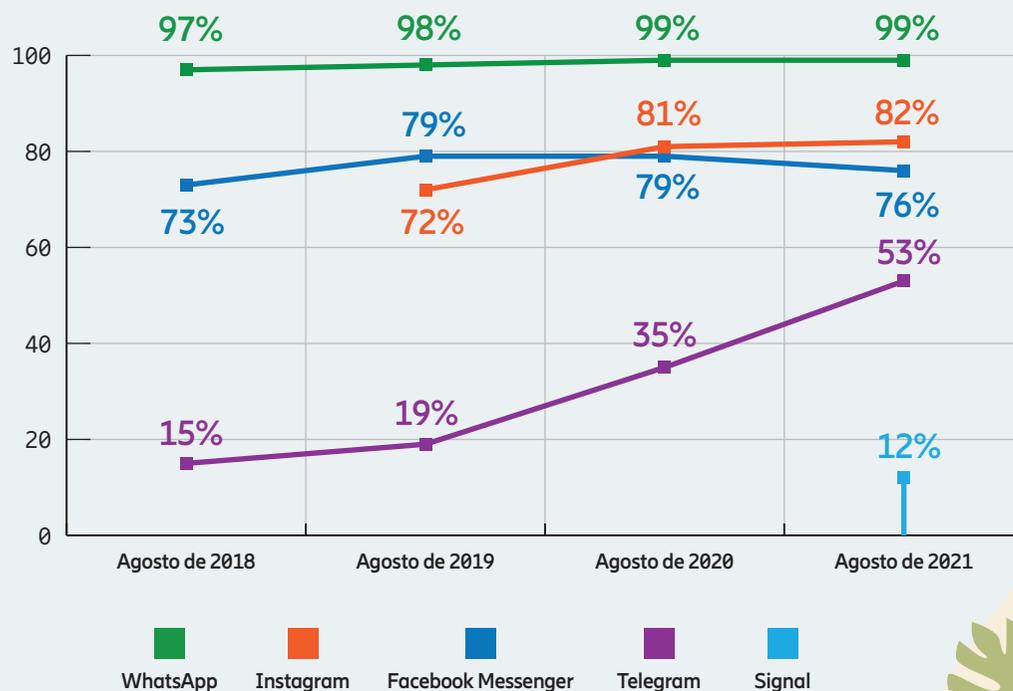


TABELA 1

### 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: 2.010 internautas que têm o WhatsApp instalado; 1.548 internautas que têm o Facebook Messenger instalado; 1.661 internautas que têm o Instagram instalado; 1.088 internautas que têm o Telegram instalado; e 237 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	21%	19%	18%	16%	23%	3%
Instagram	63%	18%	10%	5%	4%	0%
Telegram	25%	20%	21%	15%	17%	2%
Signal	18%	21%	18%	13%	17%	13%



AGO  
2021

# PANORAMA

Mobile Time/Opinion Box

## MENSAGERIA NO BRASIL



81% dos usuários do Instagram abrem o app todo dia ou quase todo dia

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: 1.989 MAUs de WhatsApp; 1.148 MAUs de Facebook Messenger; 883 MAUs de Telegram; 165 MAUs do Signal. N.D. = Não disponível. N.V. = Não Verificado nesta pesquisa

	WhatsApp	Facebook Messenger	Telegram	Signal
Troca de mensagens de texto	91%	77%	77%	62%
Troca de imagens	82%	50%	48%	49%
Troca de mensagens de áudio	83%	38%	47%	52%
Troca de vídeos	69%	31%	37%	40%
Chamadas de voz	76%	25%	21%	40%
Desenhos (emojis)	71%	34%	29%	41%
Videochamadas	69%	22%	N.V.	39%
Stories	53%	44%	N.D.	N.D.
Envio de mensagens em canais	N.D.	N.D.	50%	N.D.

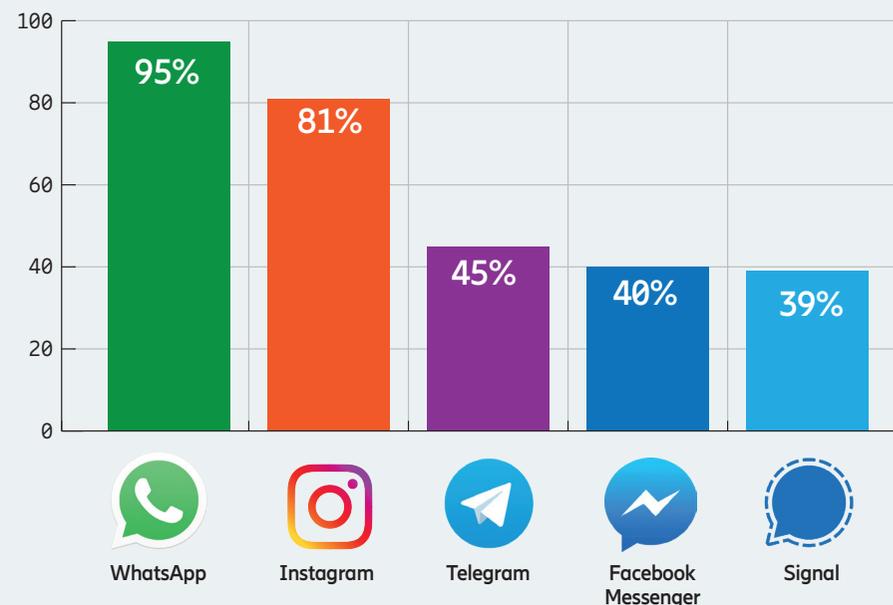
GRÁFICO 3

### 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: 2.010 internautas que têm o WhatsApp instalado; 1.548 internautas que têm o Facebook Messenger instalado; 1.661 internautas que têm o Instagram instalado; 1.088 internautas que têm o Telegram instalado; e 237 internautas que têm o Signal instalado



OFERECIMENTO





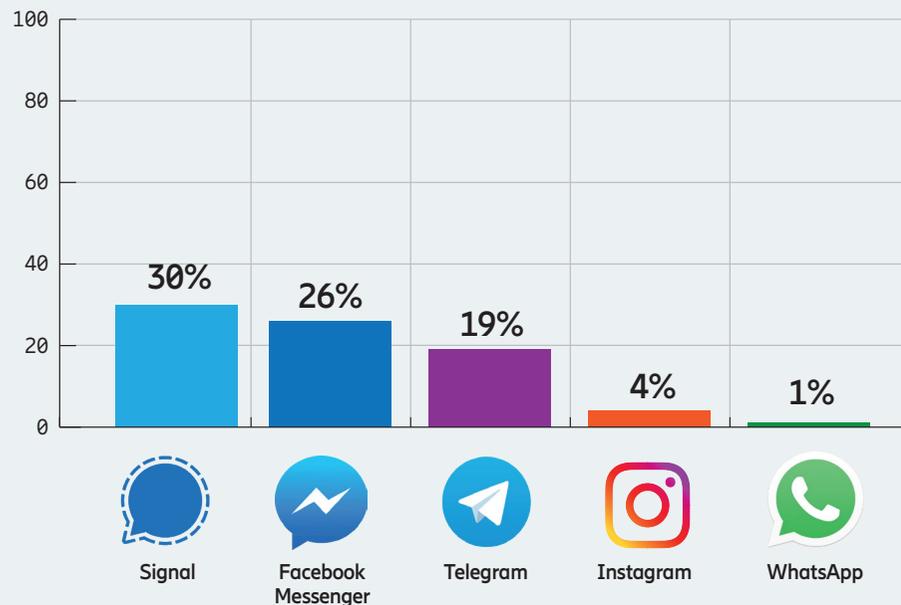
**GRÁFICO 4**

**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 para ler ou enviar mensagens?

Bases: 2.010 internautas que têm o WhatsApp instalado; 1.548 internautas que têm o Facebook Messenger instalado; 1.661 internautas que têm o Instagram instalado; 1.088 internautas que têm o Telegram instalado; e 237 internautas que têm o Signal instalado

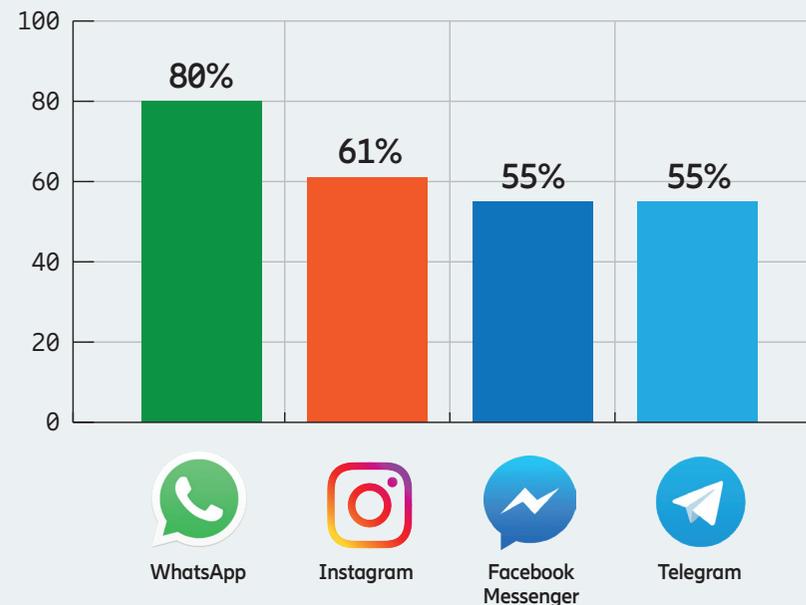


**GRÁFICO 5**

**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: 2.010 internautas que têm o WhatsApp instalado; 1.548 internautas que têm o Facebook Messenger instalado; 1.661 internautas que têm o Instagram instalado e 1.088 internautas que têm o Telegram instalado



AGO  
2021

# PANORAMA

Mobile Time/Opinion Box

## MENSAGERIA NO BRASIL



85% dos usuários de WhatsApp das classes A e B se comunicam com marcas pelo app

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:** 2.010 internautas que têm o WhatsApp instalado; 1.548 internautas que têm o Facebook Messenger instalado; 1.661 internautas que têm o Instagram instalado e 1.088 internautas que têm o Telegram instalado

	WhatsApp	Facebook Messenger	Instagram	Telegram
Tirar dúvidas/pedir informações	82%	59%	82%	64%
Receber suporte técnico	68%	42%	53%	52%
Receber promoções	54%	47%	66%	58%
Comprar produtos e serviços	57%	43%	69%	45%
Cancelar serviços	46%	29%	38%	33%
Não acho adequado se comunicar com marca ou empresa através do app	4%	17%	0%	9%



OFERECIMENTO





## WhatsApp: pagamento ainda não decolou, mas engajamento aumenta

A tão esperada funcionalidade de pagamento por WhatsApp foi finalmente lançada no Brasil em maio deste ano, mas por enquanto ainda está restrita a transferências entre pessoas que tenham cartão de débito de alguns emissores parceiros. A possibilidade de usar cartão de crédito para compras ainda aguarda liberação do Banco Central. Em razão dessas limitações, a adesão ainda é baixa. Somente 7% dos brasileiros com WhatsApp instalado cadastraram um cartão de débito até o momento no aplicativo de mensageria (Gráfico 6). A proporção é um pouco maior entre homens (10%) que entre mulheres (5%). A faixa etária também faz diferença: 9% dos usuários do WhatsApp entre 16 e 29 anos já cadastraram um cartão de débito, ante 7% daqueles com 30 a 49 anos, e 5%, no grupo com 50 anos ou mais.

A grande maioria (70%) declararam saber da possibilidade de pagar com WhatsApp, mas ainda não cadastraram um cartão. E 23% desconheciam a funcionalidade quando foram entrevistados para a pesquisa. O grupo que ignora a novidade deve estar diminuindo rapidamente, haja vista

que o WhatsApp vem fazendo intensa campanha de mídia para promovê-la, incluindo anúncio na beira do campo nos jogos do campeonato brasileiro.

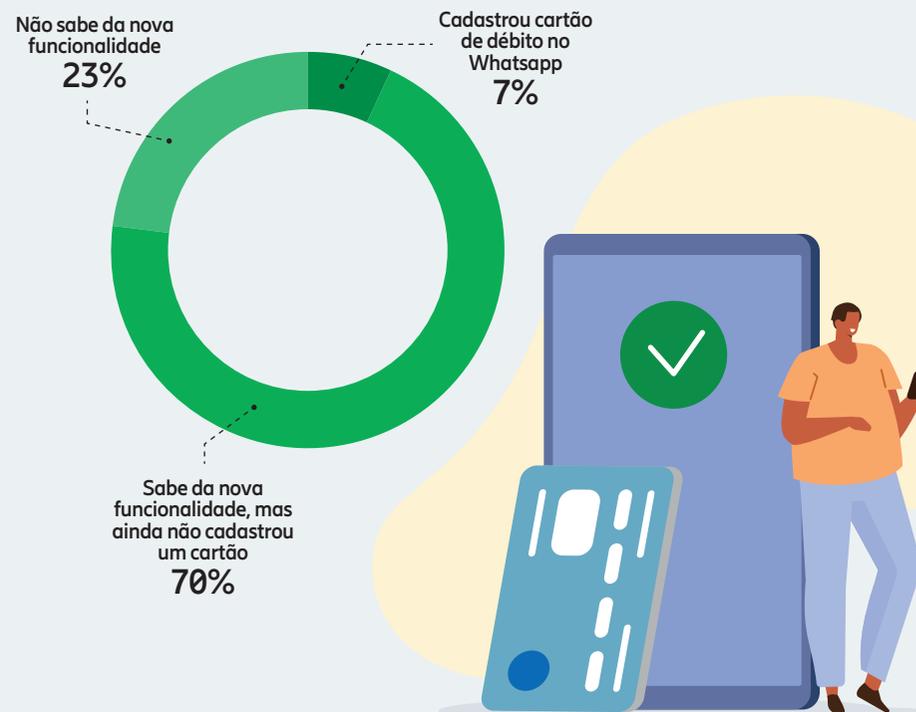
Entre aqueles cientes da nova funcionalidade mas que não adicionaram um cartão ao WhatsApp, 50% afirmam que não o fizeram por não terem interesse nesse serviço — algo que pode mudar depois que a opção de fazer compras com cartão de crédito for incluída (Gráfico 7). Porém, 33% responderam que não cadastraram um cartão porque não confiam no WhatsApp. O medo é maior entre mulheres (37%) que entre homens (30%). Isso mostra que o app precisa trabalhar melhor a comunicação sobre a sua segurança. Apenas 6% explicaram que não têm nenhum cartão de débito e 5% não têm cartão dos bancos parceiros do WhatsApp.

GRÁFICO 6

### A PENETRAÇÃO DO WHATSAPP PAY

**Pergunta:** Agora é possível cadastrar um cartão de débito no WhatsApp para poder enviar e receber dinheiro diretamente pelo aplicativo de mensagens. Você: Sabia disso e cadastrou um cartão de débito; Sabia disso, mas não cadastrou ainda; ou Não sabia disso?

Base: 2.010 internautas que têm WhatsApp instalado



AGO  
2021

# PANORAMA

Mobile Time/Opinion Box

## MENSAGERIA NO BRASIL



Apenas 7% dos usuários do WhatsApp cadastraram um cartão de débito para pagar pelo aplicativo

GRÁFICO 7

### AS RAZÕES PARA NÃO USAR WHATSAPP PAY

**Pergunta:** Por que você não cadastrou ainda um cartão de débito para fazer e receber pagamentos pelo WhatsApp?

**Base:** 1.409 internautas brasileiros que têm WhatsApp instalado mas ainda não cadastraram nele um cartão de débito

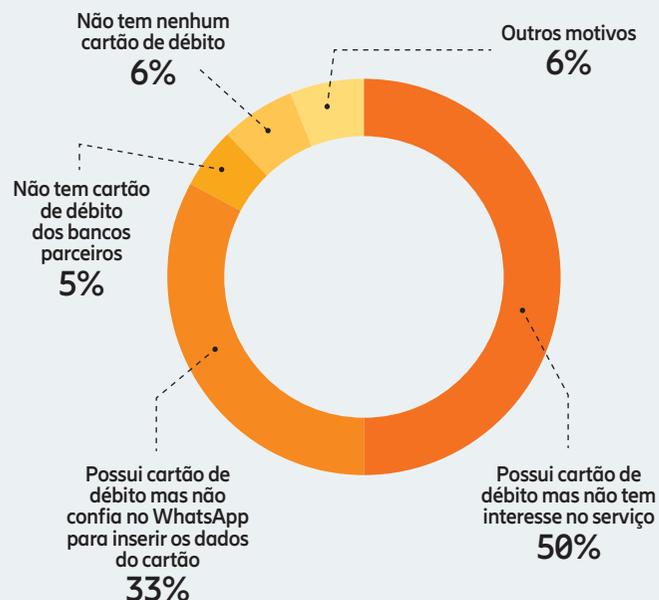
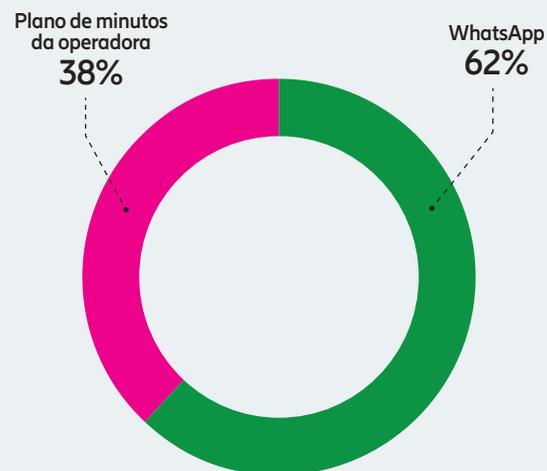


GRÁFICO 8

### VOZ: WHATSAPP X REDE DA OPERADORA

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

**Base:** 1.504 MAUs de WhatsApp que realizam chamadas de voz pelo app



Por outro lado, o WhatsApp conseguiu, ao longo dos últimos seis meses, aumentar ainda mais o engajamento dos seus usuários no Brasil. A proporção que declara se comunicar com marcas pelo app de mensageria subiu de 76% para 80% (Gráfico 5). O percentual é maior entre aqueles das classes A e B (85%) que nas classes C, D e E (79%). No grupo que conversa com marcas pelo WhatsApp, aumentou de 76% para 82% aqueles que tiram dúvidas e pedem informações sobre produtos e serviços de empresas no app de mensageria (Tabela 3). A proporção que recebe suporte técnico pelo WhatsApp cresceu de 63% para 68%. E a que compra produtos e serviços pelo app passou de 52% para 57%. Esses aumentos podem ser explicados pelo crescente uso do WhatsApp como canal de relacionamento por parte de empresas de todos os portes, especialmente em razão da transformação digital acelerada pela pandemia.

OFERECIMENTO

AGO  
2021

## PANORAMA Mobile Time/Opinion Box

### MENSAGERIA NO BRASIL



58% das mulheres  
e 47% dos homens  
que usam WhatsApp  
publicam conteúdo  
no status

Paralelamente, em seis meses, subiu de 71% para 76% a proporção de usuários do WhatsApp que realizam chamadas de voz pelo aplicativo (Tabela 2). Neste grupo, 46% afirmam que fazem ligações pelo WhatsApp todo dia ou quase todo dia. E 62% deles dizem que fazem mais chamadas pelo WhatsApp que pelo plano de dados de suas operadoras móveis (Gráfico 8). A maioria está satisfeita com a qualidade desse serviço: 79% dão notas 5 ou 4, em uma escala de 1 a 5, para medir isso.

Outras duas funcionalidades do WhatsApp registraram aumento de uso em comparação com a pesquisa anterior: videochamadas e stories (conhecidas como status, no WhatsApp). A proporção de usuários do app que fazem videochamadas por ele passou de 63% para 69% em seis meses. E o percentual que publica status subiu de 46% para 53%, com destaque neste caso para as mulheres (58%), enquanto os homens (47%) parecem menos interessados.

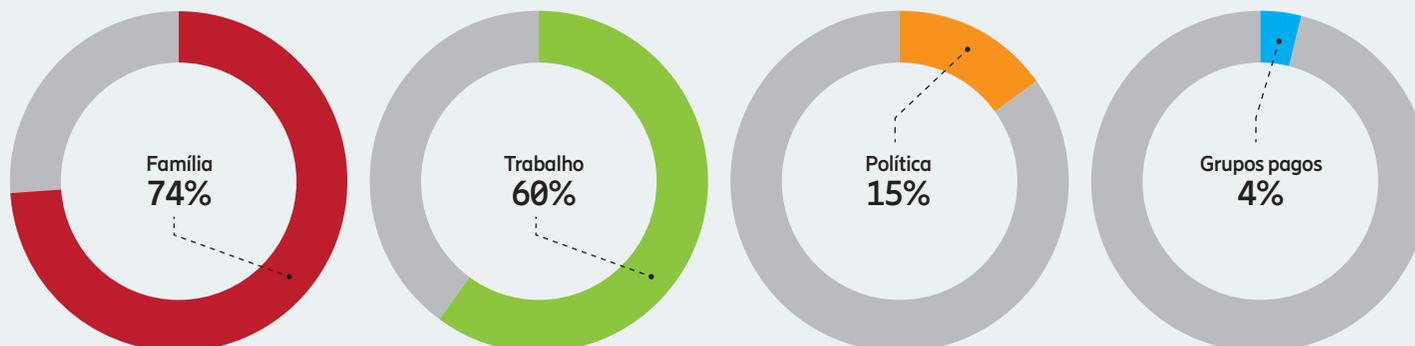
Não houve alteração significativa na participação em grupos da família, de política ou pagos no WhatsApp nos últimos seis meses, enquanto em grupos de trabalho subiu de 57% para 60% (Gráfico 9).

GRÁFICO 9

#### 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: 2.010 internautas que têm o WhatsApp instalado



AGO  
2021

**PANORAMA**  
Mobile Time/Opinion Box

MENSAGERIA  
NO BRASIL



64% das pessoas  
nas classes A e B  
têm o Telegram  
instalado

## Telegram está em mais da metade dos smartphones brasileiros

O Telegram está instalado em mais da metade dos smartphones brasileiros: 53% (Gráfico 1). É a primeira vez que esse aplicativo supera a marca de 50%. A ascensão do Telegram está acontecendo a uma velocidade impressionante. Um ano atrás estava em 35% dos smartphones, ou seja, ganhou 18 pontos percentuais em 12 meses. E seis meses atrás estava presente em 45% dos aparelhos.

Analisando mais a fundo os dados demográficos da base de usuários do Telegram nota-se que o seu crescimento está sendo puxado por homens jovens das classes A e B. O Telegram está instalado no smartphone de 58% dos homens, e em 50% dos aparelhos das mulheres. Entre brasileiros com idade de 16 a 29 anos, 58% têm o aplicativo em seu smartphone, percentual que cai para 53% no grupo de 30 a 49 anos, e baixa para 42% entre aqueles com 50 anos ou mais. A diferença por classe social é ainda mais marcante: 64% das pessoas nas classes A e B têm o Telegram, ante 51% das classes C, D e E.

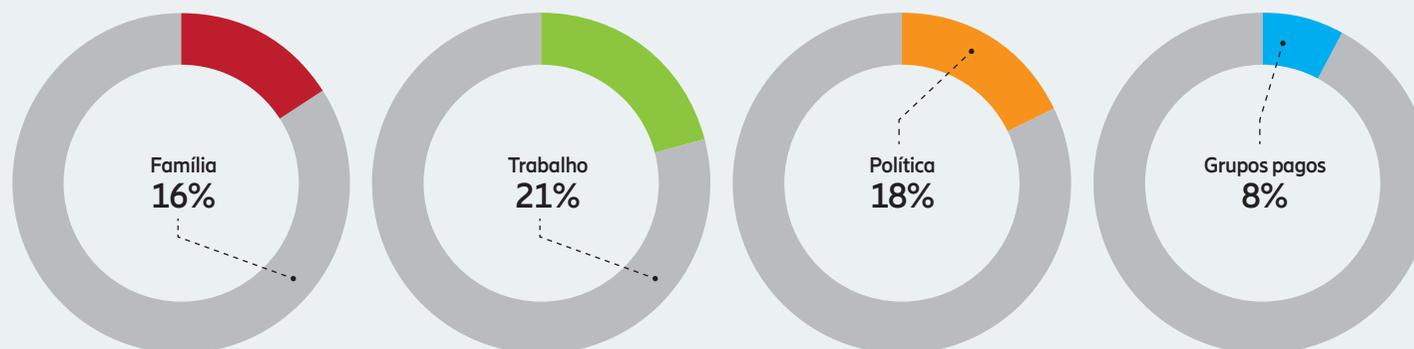
Merece destaque o aumento, em seis meses, de 47% para 55% da base

GRÁFICO 10

### 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: 1.088 internautas que têm o Telegram instalado



de usuários do Telegram que se comunicam com marcas através do aplicativo.

Por fim, entre os grupos temáticos no Telegram, o único que registrou aumento em seis meses foi o de política. Passou de 15% para 18% a base de usuários do Telegram que participam de um grupo de política no app (Gráfico 10).



OFERECIMENTO

 **infobip**

AGO  
2021

## PANORAMA Mobile Time/Opinion Box

### MENSAGERIA NO BRASIL



O Signal está  
instalado em 12%  
dos smartphones  
brasileiros

## Signal aumenta o engajamento

O aplicativo alternativo de mensageria Signal, que começou a ser monitorado na edição anterior desta pesquisa, não registrou crescimento proporcional sobre a base brasileira de smartphones: segue instalado em 12% dos aparelhos (Gráfico 1). Contudo, está conseguindo melhorar o engajamento dos seus usuários. A proporção deles que abrem o app todo dia ou quase todo dia aumentou 10 pontos percentuais em seis meses, passando de 29% para 39% (Gráfico 3). E a proporção que declara nunca ou quase nunca abri-lo caiu de 38% para 30%, no mesmo intervalo.

Entre os usuários ativos mensais (MAUs) do Signal, subiu de 41% para 52% a proporção que troca mensagens de áudio pelo app (Tabela 2). Ao mesmo tempo, passou de 29% para 40% a proporção que realiza chamada de áudio pelo Signal e de 28% para 39% a que faz videochamadas.



AGO  
2021

**PANORAMA**  
Mobile Time/Opinion Box

MENSAGERIA  
NO BRASIL



86% das mulheres  
e 77% dos homens  
têm o Instagram  
instalado

## Instagram e Messenger em alta com público feminino

O Instagram manteve seu alto nível de popularidade no País, sem alteração significativa em sua base instalada (82% dos smartphones), nem no seu engajamento (81% dos usuários abrem todo dia ou quase todo dia). Ele está mais presente nos smartphones de mulheres (86%) que nos de homens (77%). E também é mais usado pelos brasileiros jovens, instalado em 89% dos smartphones do grupo de 16 a 29 anos, ante 81% naqueles de 30 a 49 anos, e 69%, naqueles com 50 anos ou mais.

De seis meses para cá, a principal alteração no uso do Instagram foi o aumento da utilização do seu sistema de mensagens privadas, o Direct. A proporção de MAUs do Instagram que enviam mensagens privadas no app subiu de 66% para 72% (Tabela 4). Trata-se de uma boa notícia para as marcas presentes nessa rede social, já que o Instagram recentemente liberou sua

API de mensageria para a comunicação automatizada dentro do aplicativo.

O Messenger, por sua vez, também não registrou alteração relevante em sua base instalada ou engajamento (Gráfico 1 e Tabela 2). Tal como o Instagram, embora com uma diferença menor, nota-se que é mais popular entre mulheres (78% têm o Messenger instalado) que entre homens (74%). Na análise por faixa etária, o grupo com maior penetração do Messenger é aquele de 30 a 49 anos: 79% têm o Messenger no smartphone, contra 73% entre os mais jovens e 74% entre os mais velhos.



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)

Base: 1.588 MAUs do Instagram

Funcionalidade	% de MAUs
Publicação de fotos	81%
Publicação de stories	76%
Publicação de vídeos	51%
Troca de mensagens privadas (Direct)	72%
Publicação de vídeos no IGTV	26%
Transmissão de vídeos ao vivo (lives)	24%
Videochamadas	17%

AGO  
2021



48% dos brasileiros  
recebem SMS todo dia  
ou quase todo dia

## SMS: cresce frequência de recebimento

Apesar do sucesso de diversos aplicativos de mensageria móvel, o SMS continua sendo usado no País principalmente por grandes empresas que precisam enviar notificações para os consumidores, como bancos emissores de cartão de crédito, ou serviços que demandam o encaminhamento de um token como fator de autenticação. Por sinal, a proporção de brasileiros que afirmam receber SMS todo dia ou quase todo dia subiu de 44% para 48% em seis meses, o que demonstra que esse tipo de serviço continua sendo importante (Gráfico 12).

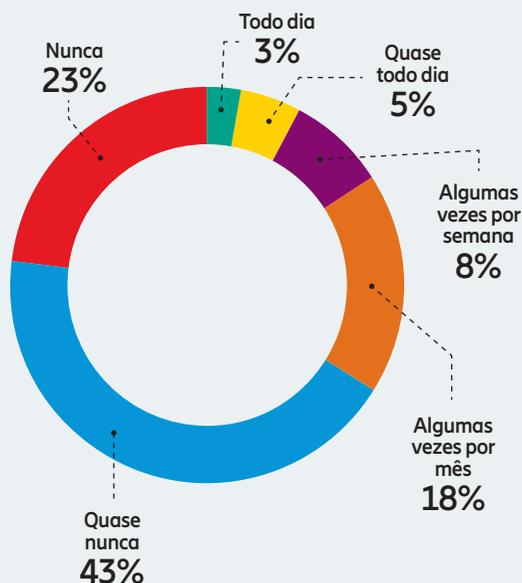
O envio de mensagens de texto pelos brasileiros, por outro lado, é muito pouco usado e não registrou alteração relevante em relação à pesquisa anterior (Gráfico 11). Talvez isso mude, em alguma medida, se as operadoras incentivarem o uso do RCS, tido como a evolução do SMS, o que ainda não aconteceu.

**GRÁFICO 11**

### 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: 2.038 internautas que possuem smartphone

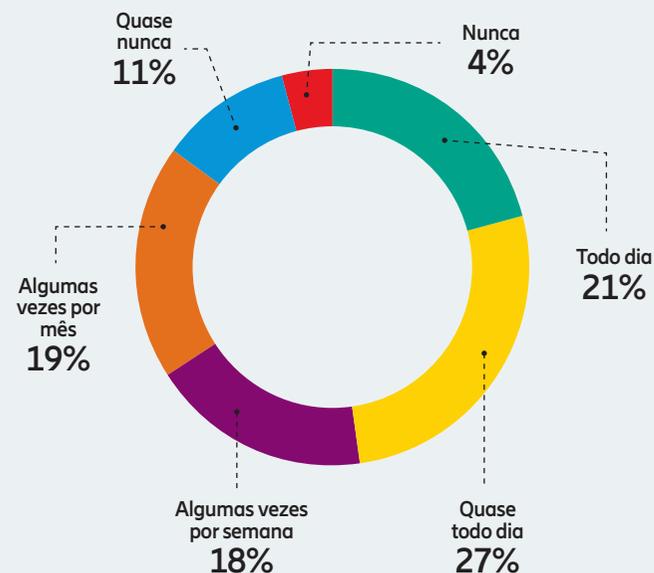


**GRÁFICO 12**

### 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: 2.038 internautas que possuem celular



AGO  
2021

**PANORAMA**  
Mobile Time/Opinion Box

**MENSAGERIA  
NO BRASIL**



## Conclusões

Na pesquisa anterior, havia sido notada, pela primeira vez, uma queda no engajamento do WhatsApp, com uma redução significativa dos usuários que abrem o app todo dia, o que havia sido atribuído à repercussão negativa dos seus novos termos de serviço. Nesta nova edição essa queda não se aprofundou: a proporção que abre o app diariamente se manteve estável (86%). E como boa notícia para o WhatsApp houve o aumento da base que se comunica com marcas, que realiza chamadas de voz, que faz videochamadas e que publica conteúdo em seu status. Ou seja, o app conseguiu reagir e manter em alta sua popularidade. Porém, seu principal concorrente, o Telegram, segue crescendo rapidamente em base instalada, movimento que deve preceder um aumento de engajamento nos próximos meses.

A baixa utilização do pagamento pelo WhatsApp surpreende, mas precisa ser lida considerando as restrições da funcionalidade impostas pelo Banco Central e o sucesso do Pix, rival no que tange as transferências entre consumidores finais (P2P). Ainda há chance de ganhar tração quando for liberado o pagamento com cartão de crédito, mas o WhatsApp precisa vencer a resistência de quem teme pela segurança de seus dados financeiros.

Correndo por fora, o Signal está tendo sucesso em gerar engajamento entre seus usuários, ainda que a base tenha ficado estagnada. Ainda é um app alternativo, mas que merece continuar sendo monitorado.

O Instagram deve ganhar nos próximos meses mais utilização por parte de marcas, especialmente para vendas de produtos e serviços pelo seu canal de mensageria.

Por fim, o Messenger precisa encontrar algum novo caminho para evitar uma perda de base ou queda no engajamento. Ele deixou de ser o canal favorito das marcas, e tampouco é o preferido dos usuários para comunicação P2P. Mas ainda tem uma proporção relevante de usuários, que não pode ser ignorada.



**QUEM SOMOS**



### **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](http://www.mobiletime.com.br)



### **SOBRE OPINION BOX**

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 150 mil consumidores em todo o país. Confira outros ebooks, pesquisas, cases, dicas e tutoriais no [blog.opinionbox.com](http://blog.opinionbox.com).

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

## Conheça outras pesquisas Panorama Mobile Time/Opinion Box



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 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



Pesquisa que identifica o perfil do parque brasileiro de smartphones em atividade e as preferências dos consumidores nacionais na hora de escolher um novo celular.



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

AS PESQUISAS ESTÃO DISPONÍVEIS PARA DOWNLOAD EM [WWW.PANORAMAMOBILETIME.COM.BR](http://WWW.PANORAMAMOBILETIME.COM.BR)

**(Mobilidade.)**  
Esse é o **nosso** mundo.

Assine a newsletter que traz a cobertura diária do mercado móvel em todas as suas verticais. **Gratuitamente.**

  
**mobiletime**

[www.mobiletime.com.br](http://www.mobiletime.com.br)

