



# PANORAMA

  
**mobiletime**

opinion  box

---

## Comércio móvel no Brasil

ABRIL | 2018

ABRIL, 2018

**PESQUISA PANORAMA**  
*Mobile Time/Opinion Box*

ESTA PESQUISA É UM OFERECIMENTO DE



**COMÉRCIO**  
**MÓVEL NO BRASIL**

## SOBRE ESTA PESQUISA

### **Panorama Mobile Time/Opinion Box – Comércio móvel 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 1.953 brasileiros 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 ao longo de março de 2018. Esta pesquisa tem validade estatística, com margem de erro de 2,2 pontos percentuais e grau de confiança de 95%.

### **AS PRINCIPAIS DESCOBERTAS:**



As análises contidas neste relatório são de autoria de **Fernando Paiva**, editor do Mobile Time e jornalista com 18 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, MobiShop, MobiFashion e Fórum de Operadoras Alternativas**.



**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 – Comércio móvel no Brasil – abril de 2018*.



## Mobile, o queridinho do consumidor

74% dos brasileiros com smartphone já experimentaram comprar produtos físicos através do aparelho (gráfico 1). E 83% deles se dizem satisfeitos ou muito satisfeitos com a experiência (Gráfico 3). Desta forma, pouco a pouco, o comércio através de smartphones vai ganhando força no País: 75% dos consumidores móveis brasileiros afirmam que fazem compras pelo smartphone com mais frequência hoje do que faziam seis meses atrás. E 63% dizem que realizam mais compras pelo smartphone do que pelo desktop.

Nesta edição da pesquisa, procurou-se compreender quais funcionalidades o consumidor brasileiro mais valoriza em apps de m-commerce. Quatro aparecem tecnicamente empatadas: navegação gratuita; recomendações personalizadas; atendimento online; e compra online com retirada na loja física (gráfico 4). Curiosamente, a captura de dados do cartão de crédito pela câmera do celular, que em tese facilita bastante o processo de cadastro, foi a menos citada.

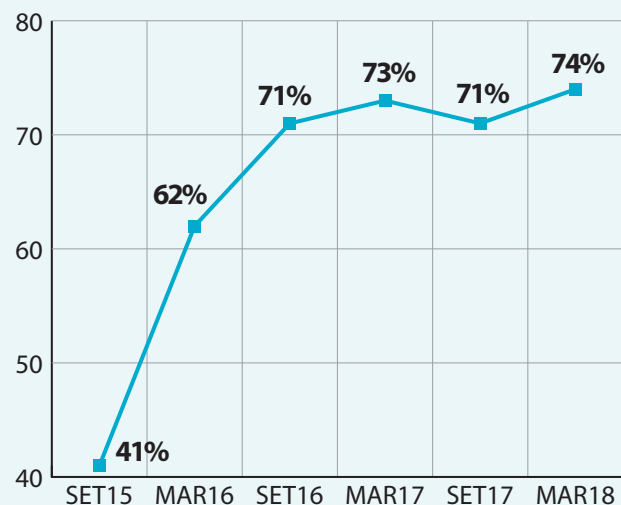
Uma análise mais aprofundada dos dados revela algumas peculiaridades. O consumidor móvel da região Norte é aquele que mais dá importância para a navegação gratuita dentro de

[GRÁFICO 1]

### EVOLUÇÃO DA PROPORÇÃO DE CONSUMIDORES MÓVEIS NO BRASIL

**Pergunta: Você alguma vez já encomendou alguma mercadoria através de um aplicativo ou site no smartphone?**

*Atenção: marque "sim" apenas se tiver comprado produtos físicos, por exemplo: roupas, comida, cosméticos etc. Bens virtuais não contam.*



**Base:** 1.953 internautas com smartphone

apps de m-commerce (55%). E o atendimento online é mais valorizado por aqueles que moram no Nordeste (51%) e pelos jovens entre 16 e 29 anos (48%). Entre pessoas com mais de 50 anos, apenas 37% citou o atendimento digital como uma funcionalidade importante. Por outro lado, os consumidores móveis mais velhos são os que mais valorizam o pagamento simplificado com digital ou com um clique (49%), enquanto na faixa mais jovem isso é menos importante (33%).

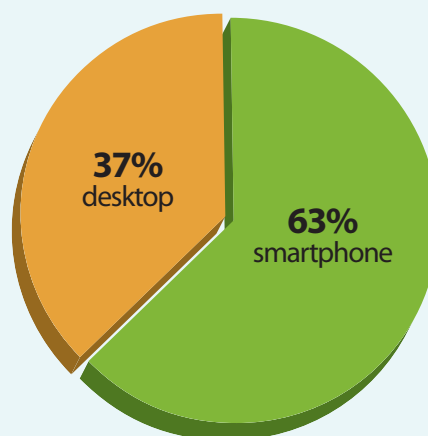
Àqueles que deram notas de 1 a 3 para sua satisfação com a experiência de compra pelo smartphone, foi perguntado quais aspectos deveriam ser melhorados. O serviço de atendimento ao consumidor foi o campeão, citado por 49% dos entrevistados (gráfico 5). O aspecto preocupa particularmente os consumidores móveis com mais de 50 anos: 68% disseram que isso precisa ser aperfeiçoado. Em segundo lugar, reclama-se do processo de busca dentro dos apps de m-commerce. 44% entendem que é necessário melhorá-lo. Neste caso, a análise por faixa etária se inverte: o tema incomoda mais os jovens entre 16 e 29 anos (45%) do que aqueles acima de 50 anos (22%). Apenas 27% entendem que os apps de m-commerce deveriam melhorar o processo de cadastro de dados pessoais. O tema aflige mais as mulheres (30%) do que os homens (24%). Nos demais itens a diferença entre os gêneros não foi tão significativa.

A forma de pagamento preferida pelo brasileiro dentro de apps e sites móveis é o cartão de crédito, de acordo com 59% dos consumidores móveis, seguido pelo boleto bancário (31%). Apenas 8% apontaram as carteiras digitais. Como nem todos os apps oferecem pagamento por boleto, esse resultado serve de alerta.

**[GRÁFICO 2]**

**SMARTPHONE X DESKTOP: ONDE O CONSUMIDOR MÓVEL BRASILEIRO PREFERE COMPRAR?**

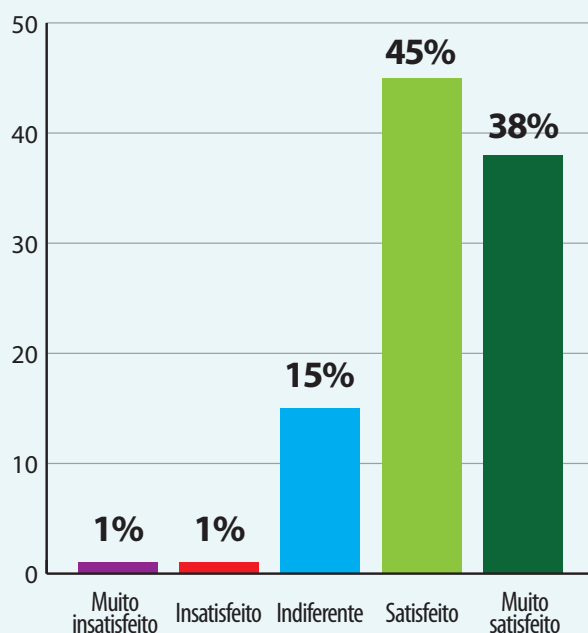
**Pergunta: Você diria que realiza mais compras pelo smartphone ou pelo computador?**



Base: 1.438 consumidores móveis

**[GRÁFICO 3]**

**GRAU DE SATISFAÇÃO DO BRASILEIRO COM COMÉRCIO MÓVEL**

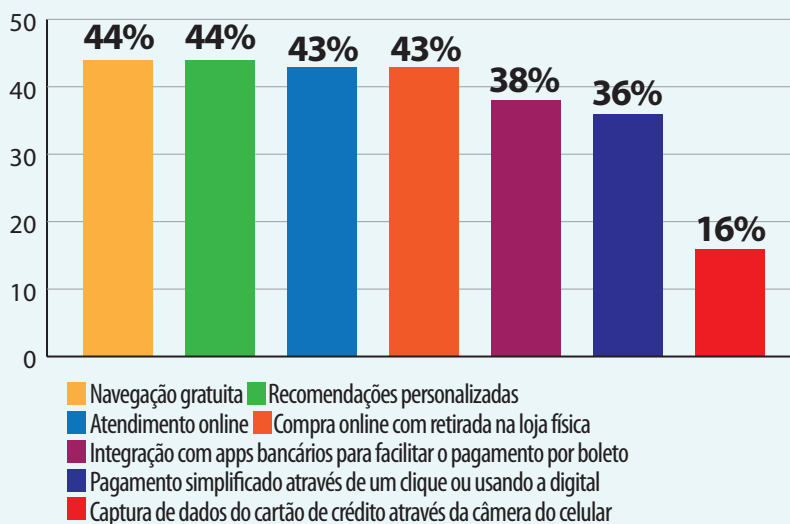


Base: 1.438 consumidores móveis

**[GRÁFICO 4]**  
**QUAIS FUNCIONALIDADES SÃO MAIS IMPORTANTES EM UM APP DE COMÉRCIO MÓVEL?**

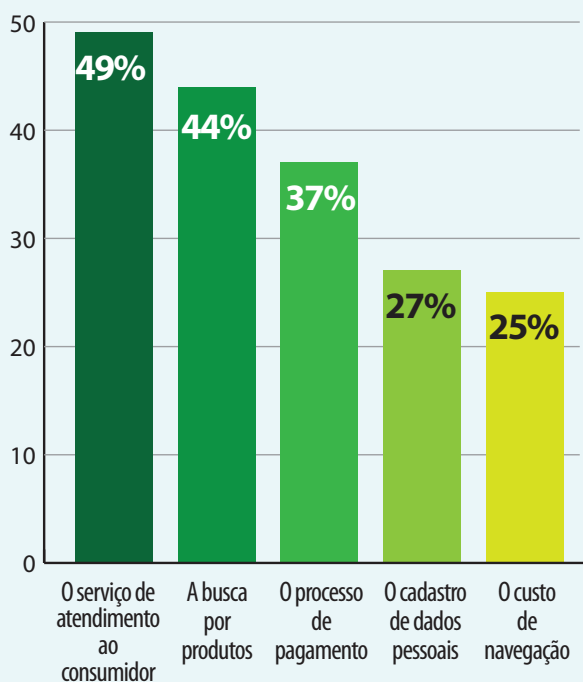
**Pergunta:** Leia a lista abaixo de funcionalidades presentes em apps de comércio móvel e marque as três que você considera as mais importantes

**Base:** 1.438 consumidores móveis



**[GRÁFICO 5]**  
**O QUE PRECISA SER MELHORADO NOS APPS DE M-COMMERCE?**

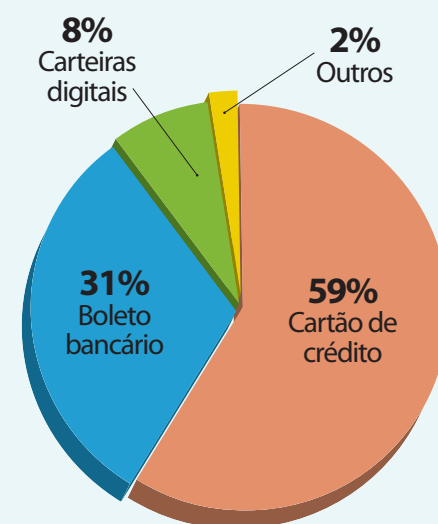
**Pergunta:** Marque quais aspectos deveriam ser melhorados na experiência de compra pelo celular para aumentar a sua satisfação com esse serviço.



**Base:** 429 consumidores móveis que deram notas de 1 a 3 para sua satisfação com a experiência de compra pelo smartphone

**[GRÁFICO 6]**  
**COMO VOCÊ PREFERE PAGAR NAS COMPRAS PELO SMARTPHONE?**

**Pergunta:** Qual é o seu meio de pagamento preferido para as compras de produtos físicos pelo celular?



**Base:** 1.438 consumidores móveis

## Facebook e WhatsApp entram no ranking

Pela primeira vez em dois anos em que essa pesquisa é realizada, WhatsApp e Facebook entraram no ranking dos apps mais usados para compras de bens físicos pelos consumidores móveis brasileiros, citados por 8% e 5% deles, respectivamente (tabela 1). Isso é reflexo do esforço do Facebook, dono de ambos os apps, em atrair marcas para dentro de das duas plataformas, assim como seu estímulo ao chamado “comércio conversacional”, com uma API para bots no Messenger, seguindo tendência vinda da Ásia. Além disso, inúmeros estabelecimentos comerciais de pequeno porte, assim como profissionais



liberais, já usavam as duas plataformas de mensageria para a oferta de seus produtos e serviços antes mesmo da disponibilização de ferramentas oficiais para tanto. Em uma pergunta separada, dedicada ao uso dessas duas ferramentas de mensageria, constatamos que 57% dos internautas brasileiros afirmam que já encomendaram produtos físicos ou serviços através do WhatsApp e 42% já o fizeram pelo Facebook Messenger.

No ranking geral dos apps mais usados para m-commerce no Brasil, o Mercado Livre manteve a liderança, citado como um dos três apps preferidos por 31% dos consumidores móveis

**[TABELA 1]**

**RANKING DOS APPS DE COMÉRCIO USADOS COM MAIS FREQUÊNCIA PELO BRASILEIRO**

**Pergunta: Cite até três nomes de apps ou sites que você usou para fazer encomendas pelo celular**

**Obs.: Foram incluídos apenas os apps citados por 5% ou mais dos entrevistados.**

	App ou site	Setembro de 2016	Março de 2017	Setembro de 2017	Março de 2018
1	Mercado Livre	32%	28%	33%	31%
2	Americanas.com	30%	31%	33%	21%
3	iFood	15%	16%	18%	14%
4	AliExpress	17%	16%	17%	12%
5	Submarino	15%	16%	14%	8%
6	WhatsApp	—	—	—	8%
7	Wish	6%	4%	8%	8%
8	Magazine Luiza	9%	12%	13%	7%
9	OLX	12%	8%	6%	7%
10	Netshoes	10%	10%	9%	5%
11	Facebook	—	—	—	5%

**Base:** 1.438 entrevistados que disseram já ter comprado um produto físico através de app ou site móvel

nacionais. Notou-se nesta edição uma queda de praticamente todos os apps que apareciam entre os mais citados seis meses atrás. As exceções foram Wish, que manteve 8%, e OLX, que cresceu um ponto percentual, passando para 7% (variação dentro da margem de erro, cabe ressaltar). Enquanto WhatsApp e Facebook entraram no ranking pela primeira vez, Casas Bahia, Dafiti e Shoptime saíram, porque dessa vez foram citados por menos de 5% dos entrevistados. Mercado Livre, Americanas.com, iFood, AliExpress, Submarino, Magazine Luiza e Netshoes registraram reduções.

As categorias de produtos mais comprados pelo celular são roupas e eletroeletrônicos. Merece destaque o crescimento significativo de nove pontos percentuais em seis meses na proporção de consumidores móveis brasileiros que já compraram roupas pelo smartphone. Outra categoria com forte crescimento nesse intervalo de tempo é a de refeições, com aumento de dez pontos percentuais.



[TABELA 2]

**CATEGORIAS DE PRODUTOS MAIS POPULARES NO COMÉRCIO MÓVEL**

**Pergunta: Marque quais categorias de produtos você já encomendou através de app ou site em seu smartphone**

Categoria	Setembro de 2017	Março de 2018
Roupas	42%	51%
Eletroeletrônicos	50%	47%
Refeições	27%	37%
Cosméticos ou itens de higiene pessoal	29%	33%
Acessórios de moda	42%	32%
Livros	32%	32%
Eletrodomésticos	32%	32%
Alimentos	31%	27%
Utensílios domésticos	24%	25%
Brinquedos	20%	21%
Artigos esportivos	23%	20%
Remédios	17%	20%
Móveis	16%	18%
CDs ou DVDs	15%	14%
Bebidas	14%	14%
Artesanato	7%	9%
Outros	6%	6%

Base: 1.438 consumidores móveis



## Corridas de carros particulares avança nas classes C, D e E

O transporte privado em táxis e carros particulares continua sendo o serviço O2O (online to offline) mais popular do Brasil e não para de crescer. Em 12 meses, passou de 50% para 64% a proporção de internautas brasileiros com smartphone que já experimentaram pedir uma corrida através de um app (gráfico 7). Se considerados os últimos seis meses, houve um aumento de seis pontos percentuais, de 58% para 64%.

O aumento da penetração desse serviço acontece graças ao avanço nas camadas da população de renda mais baixa. Em apenas seis meses saltou de 52% para 61% a proporção de internautas das classes C, D e E que já utilizaram esse serviço, enquanto nas classes A e B aumentou somente 1 ponto percentual, passando de 74% para 75%. A popularização se reflete também no tipo de corrida solicitada. A preferência por corridas com carona compartilhada (exemplo: Uber Pool) subiu de 12% para 22% em seis meses. A proporção de usuários

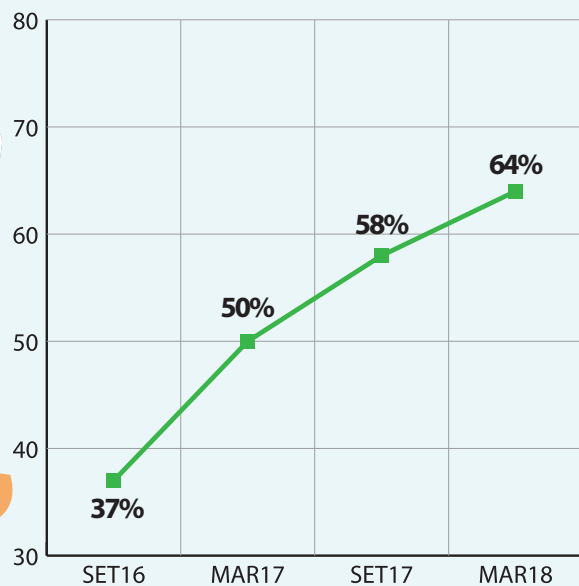


### [GRÁFICO 7]

#### EVOLUÇÃO DA PROPORÇÃO DE BRASILEIROS QUE USAM APP DE CORRIDA DE AUTOMÓVEL

**Pergunta: Você já solicitou uma corrida de automóvel através de um aplicativo no smartphone?**

**Atenção: pode ser de táxi comum, táxi de luxo ou carro particular.**



**Base (em março/17): 1.953 internautas com smartphone.**



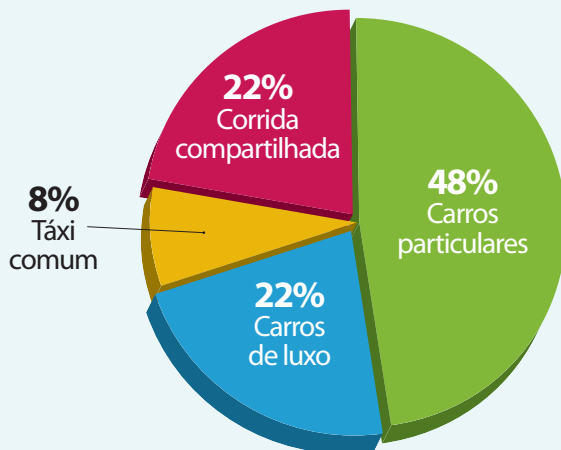
que preferem uma corrida individual (sem carona) em carro particular caiu de 55% para 48%. E o percentual que prefere táxis comuns diminuiu de 11% para 8%.

O Uber mantém a liderança isolada desse mercado, sendo o app mais usado de acordo com 87% dos usuários desse serviço. Merece destaque o crescimento do 99 em seis meses. A empresa vinha perdendo share continuamente há um ano e meio e agora voltou a ganhar, passando de 6% para 10% na preferência dos brasileiros (gráfico 9).

**[GRÁFICO 8]**

**TIPO DE SERVIÇO DE CORRIDA USADO COM MAIS FREQUÊNCIA**

**Pergunta: Que tipo de serviço de corrida de automóvel você pede com frequência?**

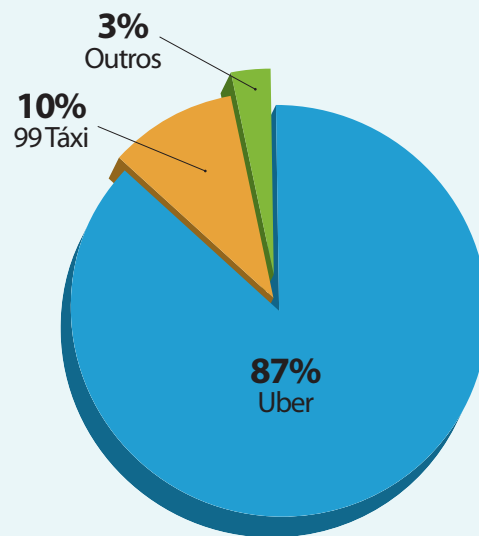


**Base:** 1.246 internautas com smartphone que declaram já ter solicitado corrida de automóvel por app.

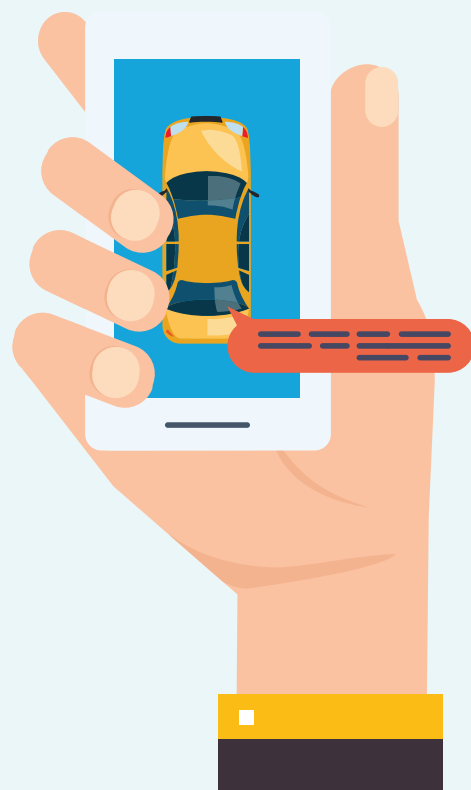
**[GRÁFICO 9]**

**APPS DE TÁXI/CARRO PARTICULAR USADOS COM MAIS FREQUÊNCIA PELO BRASILEIRO**

**Pergunta: Qual app você usa com mais frequência para pedir corridas?**



**Base:** 1.246 internautas com smartphone que declaram já ter solicitado corrida de automóvel por app.



## Beleza móvel no WhatsApp

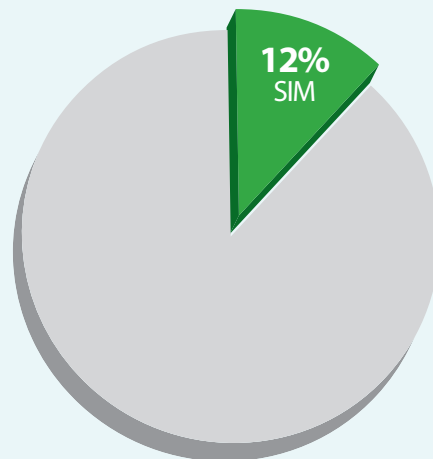
Pela primeira vez, esta pesquisa mediu separadamente o uso de aplicativos para a solicitação de serviços de beleza, como manicure, maquiador, cabeleireiro etc. 12% dos internautas brasileiros com smartphone já utilizaram apps para solicitar esse tipo de serviço. O hábito é mais comum entre mulheres (17%) do que homens (7%), e nas classes C, D e E (13%) do que nas classes A e B (9%). Também há uma diferença de acordo com idade: 16% dos jovens entre 16 e 29 anos já usaram esse serviço, ante 10% daqueles de 30 a 49 anos e 7% entre aqueles com 50 ou mais anos de idade.

O WhatsApp é o aplicativo preferido das pessoas que pedem serviços de beleza pelo smartphone, apontado por 51% delas.

### [GRÁFICO 10]

#### VOCÊ JÁ SOLICITOU SERVIÇOS DE BELEZA ATRAVÉS DE APP NO SMARTPHONE?

**Pergunta: Você já solicitou um serviço de beleza (manicure, cabeleireiro, maquiador etc) a domicílio através de um aplicativo no smartphone?**



**Base:** 1.953 internautas com smartphone

Facebook e Facebook Messenger somam 8% das citações. Em terceiro lugar aparece o Peixe Urbano, com 6%. O restante está fragmentado entre diversos outros aplicativos, nenhum deles obtendo mais de 2%. Isso revela um enorme potencial de crescimento para apps que funcionam como marketplace para profissionais de estética, como o Singu.



## Delivery, hospedagem e ingressos

Os demais serviços O2O monitorados tiveram pequenas oscilações de queda em sua penetração em seis meses (gráficos 11, 12 e 13).

Em delivery de comida, a liderança isolada permanece com o iFood (63%), enquanto o WhatsApp ganhou ainda mais espaço, citado como app preferido de 12% dos entrevistados, o que talvez seja um reflexo do lançamento da versão do mensageiro para micro e pequenas empresas, que agora podem usá-lo tendo um telefone fixo como identificador. Pedidos Já e Uber Eats que apareciam no ranking seis meses atrás desta vez registraram menos de 2% das citações e ficaram de fora.

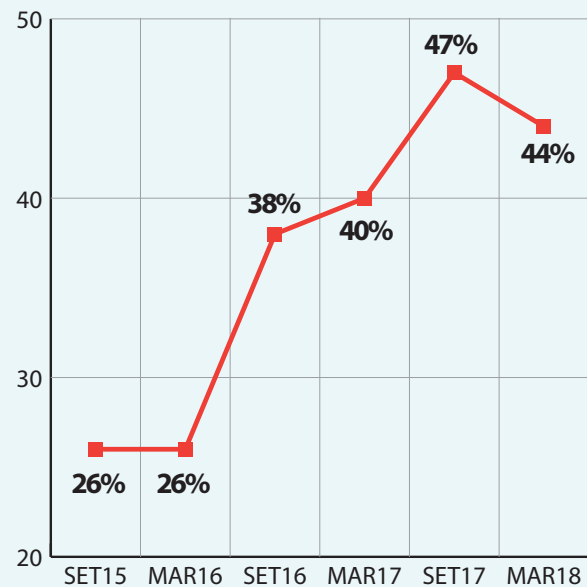
Em venda de ingressos, notou-se um crescimento do Cinemark, se consolidando na segunda posição como o app preferido de 12% dos entrevistados para essa finalidade. A liderança, porém, segue incontestemente com o Ingresso.com (43%).

Em hospedagem, houve mudanças no ranking. O favorito sendo o Booking, seguido pelo (24%) – embora metabuscador, ele pelo público agência digital hospedagem.

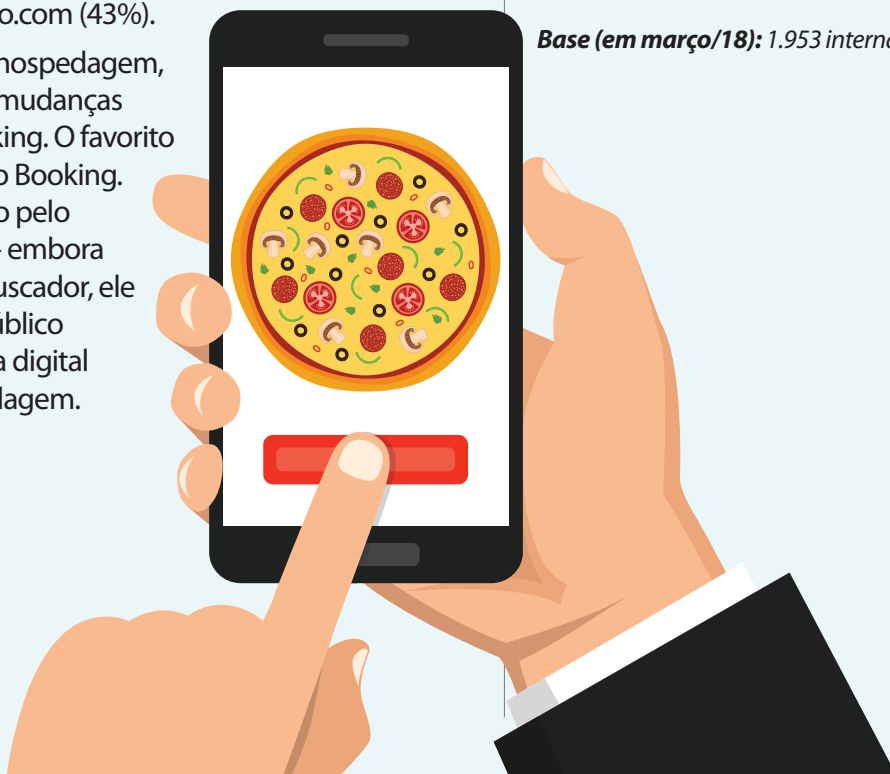
[GRÁFICO 11]

### EVOLUÇÃO DA PROPORÇÃO DE BRASILEIROS QUE JÁ PEDIRAM REFEIÇÃO ATRAVÉS DE APP

Pergunta: *Você já pediu uma refeição através de um aplicativo no smartphone?*



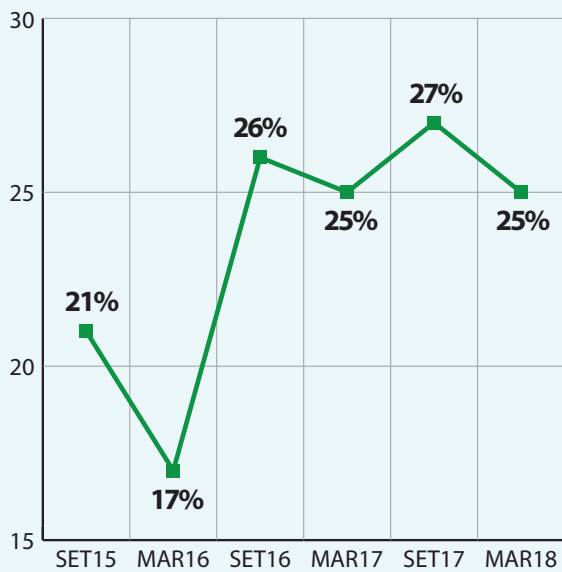
Base (em março/18): 1.953 internautas com smartphone.



[GRÁFICO 12]

**EVOLUÇÃO DA PROPORÇÃO DE BRASILEIROS QUE JÁ COMPRARAM INGRESSO ATRAVÉS DE APP**

**Pergunta: Você já comprou ingresso de cinema, teatro ou qualquer evento através de app no smartphone?**

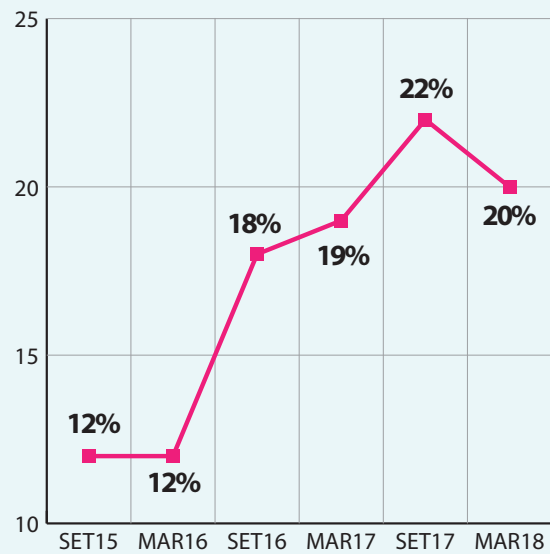


**Base (em março/18):** 1.953 internautas com smartphone.

[GRÁFICO 13]

**EVOLUÇÃO DA PROPORÇÃO DE BRASILEIROS QUE JÁ RESERVARAM HOSPEDAGEM ATRAVÉS APP**

**Pergunta: Você já reservou hospedagem através de app no smartphone?**



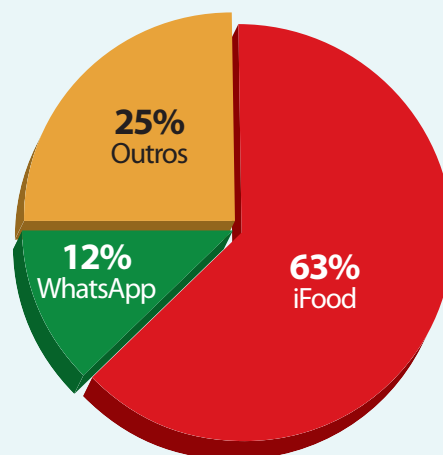
**Base (em março/18):** 1.953 internautas com smartphone.

[GRÁFICO 14]

**APPS DE DELIVERY DE COMIDA MAIS USADOS PELOS BRASILEIROS**

**Pergunta: Qual app você usa com mais frequência para pedir refeição?**

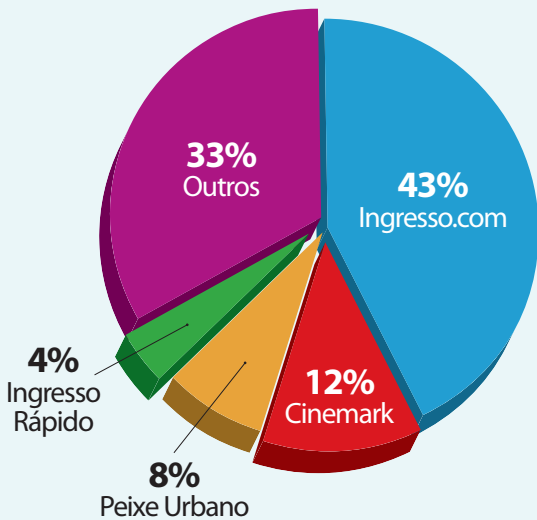
**Base:** 867 internautas com smartphone que declaram já ter pedido refeição através de app.



[GRÁFICO 15]

**APPS DE COMPRA E INGRESSOS MAIS USADOS NO BRASIL**

Pergunta: Qual app de compra de ingresso você usa com mais frequência?

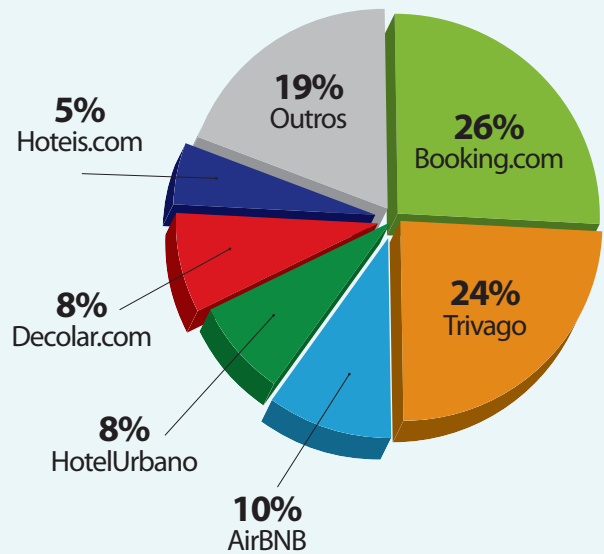


Base: 480 internautas com smartphone que declaram já ter comprado ingresso através de app.

[GRÁFICO 16]

**APPS DE RESERVA DE HOSPEDAGEM MAIS USADOS PELOS BRASILEIROS**

Pergunta: Qual app para reserva de hospedagem você usa com mais frequência?



Base: 398 internautas com smartphone que declaram já ter reservado hospedagem através de app.

[TABELA 3]

**PROPORÇÃO DE BRASILEIROS QUE USAM OUTROS SERVIÇOS O2O ATRAVÉS DE APPS NO SMARTPHONE**

Pergunta: outros serviços você já encomendou através de app ou site móvel?

Serviço	Março de 2018
Serviços de logística	15%
Serviços automotivos	12%
Serviços de consertos ou reformas residenciais	12%
Nenhum outro	67%

Base: 1.953 internautas com smartphone.



## Conclusão: WhatsApp acordou

O WhatsApp acordou. Ele vinha sendo usado por empresas de todos os portes, tanto para atendimento quanto para entrega de notificações e vendas, mas sem o apoio oficial do aplicativo. Agora as coisas mudaram. O WhatsApp lançou neste primeiro semestre uma versão para micro e pequenas empresas, ao mesmo tempo em que vem testando uma versão corporativa, para companhias de grande porte. Os efeitos começam a ser percebidos no comércio móvel do Brasil, mercado em que o WhatsApp é o serviço

mais popular de mensageria móvel, instalado em mais de 90% dos smartphones. Por enquanto sua utilização para m-commerce ainda é feita de maneira um tanto amadora, especialmente por empresas pequenas que basicamente anotam os pedidos recebidos pelo WhatsApp e realizam as entregas. Resta ver se o app oferecerá algum mecanismo para que pagamentos aconteçam dentro do seu ambiente. Se isso acontecer, o potencial é enorme, devido à popularidade do app no País.

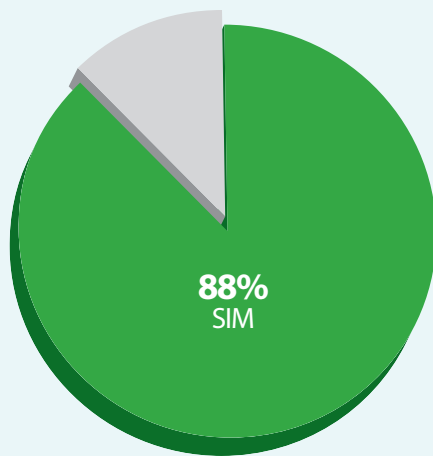


## Dados extras: mobile banking

[GRÁFICO 17]

**PROPORÇÃO DE INTERNAUTAS BRASILEIROS COM SMARTPHONE QUE TÊM CONTA BANCÁRIA**

Pergunta: Você tem conta em algum banco?

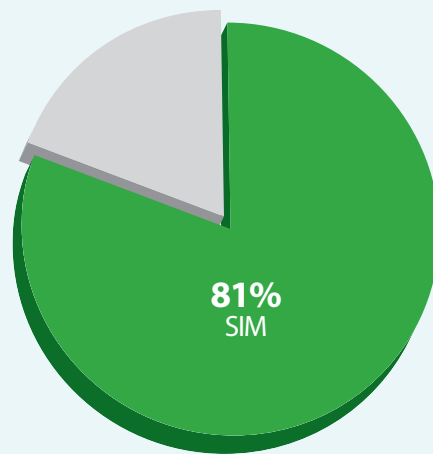


Base: 1.953 internautas com smartphone

[GRÁFICO 18]

**PROPORÇÃO DE INTERNAUTAS BRASILEIROS COM SMARTPHONE E CONTA BANCÁRIA QUE USAM MOBILE BANKING**

Pergunta: Você acessa a sua conta bancária através do app do seu banco no smartphone?



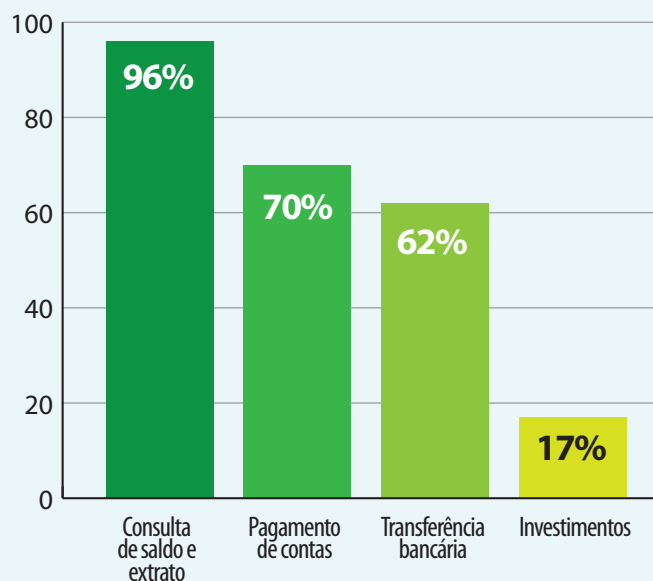
Base: 1.726 internautas com smartphone que possuem conta bancária

[GRÁFICO 19]

**SERVIÇOS BANCÁRIOS MAIS USADOS VIA APP**

Pergunta: Marque quais operações bancárias você costuma fazer pelo app do seu banco no smartphone

Base: 1.397 internautas que usam mobile banking



ABRIL, 2018

**PESQUISA PANORAMA**  
*Mobile Time/Opinion Box*

ESTA PESQUISA É UM OFERECIMENTO DE



**COMÉRCIO**  
**MÓVEL 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](http://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](http://blog.opinionbox.com).

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

## **Conheça os eventos organizados por Mobile Time**

4<sup>a</sup>  
EDIÇÃO



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

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

17<sup>a</sup>  
EDIÇÃO



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

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

1<sup>a</sup>  
EDIÇÃO



PRIMEIRO SEMINÁRIO NO BRASIL VOLTADO EXCLUSIVAMENTE PARA O SEGMENTO DE COMÉRCIO MÓVEL, TENDO O CELULAR OU SMARTPHONE COMO INTERFACE PARA A COMPRA.

1<sup>a</sup>  
EDIÇÃO



UM SEMINÁRIO PARA TRATAR DO CASAMENTO ENTRE MODA E TECNOLOGIA MÓVEL E COMO A INDÚSTRIA FASHION ESTÁ INCORPORANDO RECURSOS TECNOLÓGICOS EM SEUS PRODUTOS.

**Mais informações:** [mobiletime@mobiletime.com.br](mailto:mobiletime@mobiletime.com.br)



ABRIL, 2018

**PESQUISA PANORAMA**  
*Mobile Time/Opinion Box*

ESTA PESQUISA É UM OFERECIMENTO DE



**COMÉRCIO**  
**MÓVEL NO BRASIL**

## Conheça as outras pesquisas *Panorama Mobile Time/Opinion Box*



**USO DE APPS  
NO BRASIL**



**MENSAGERIA  
NO BRASIL**



**ROUBO DE  
CELULARES NO  
BRASIL**



**CRIANÇAS E  
SMARTPHONES  
NO BRASIL**



**MAPA DO  
ECOSSISTEMA  
BRASILEIRO DE BOTS**

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