

# PANORAMA

SET  
2018



**mobiletime**

opinion  box



## Comércio móvel no Brasil

SETEMBRO, 2018

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

ESTA PESQUISA É UM OFERECIMENTO DE



opinion box

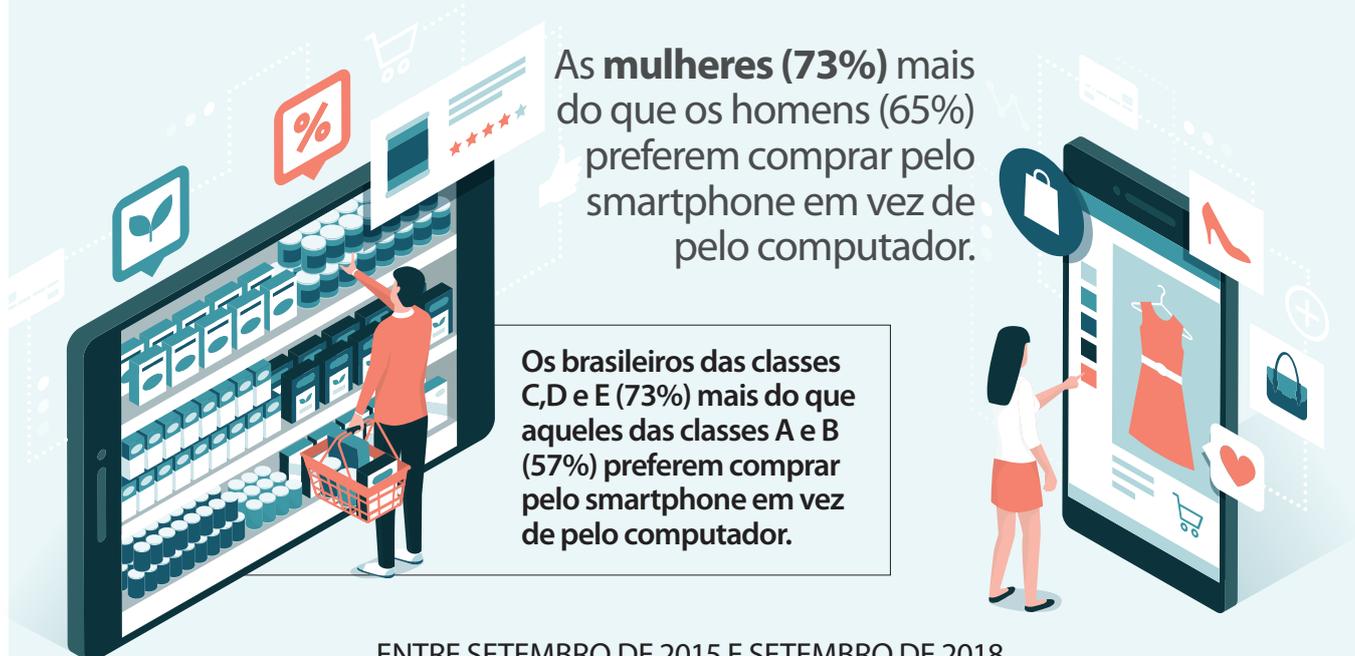
**COMÉRCIO**  
**MÓVEL NO BRASIL**

## 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 2.069 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 agosto 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:



ENTRE SETEMBRO DE 2015 E SETEMBRO DE 2018,  
**PRATICAMENTE DOBROU A PROPORÇÃO DE INTERNAUTAS BRASILEIROS COM SMARTPHONE QUE JÁ EXPERIMENTARAM COMPRAR BENS FÍSICOS ATRAVÉS DE APPS OU SITES MÓVEIS, PASSANDO DE 41% PARA 80%.**



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, Mobi-ID 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 – setembro de 2018.*



## Em três anos, o dobro de consumidores móveis

Uma das vantagens de se realizar uma pesquisa independente e recorrente é construir uma base histórica de dados que permita uma visão mais clara da evolução do objeto pesquisado. Panorama Mobile Time/Opinion Box acompanha desde setembro de 2015 o comércio móvel no Brasil. Passados três anos da primeira edição, constata-se que a proporção de internautas brasileiros com smartphone que já experimentaram comprar bens físicos através de apps ou sites móveis praticamente dobrou neste período, passando de 41% para 80% (Gráfico 1). Atualmente 71% dos consumidores móveis brasileiros são usuários ativos mensais (MAUs) de m-commerce, ou seja, realizaram pelo menos uma compra pelo smartphone nos últimos 30 dias (Gráfico 2). Além disso, 78% afirmam que hoje realizam mais compras pelo smartphone do que seis meses atrás.

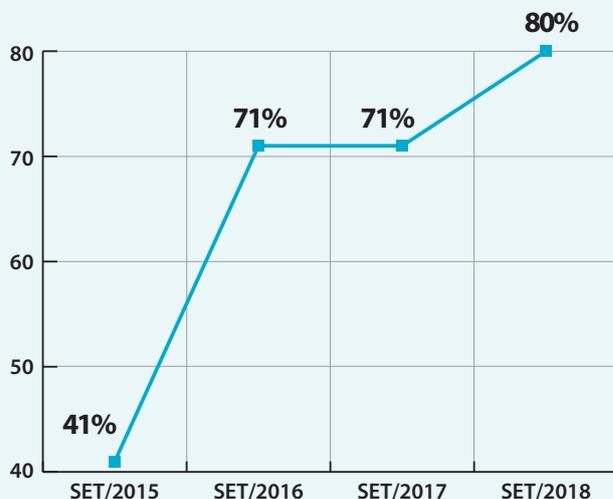
O avanço nesses três anos está diretamente relacionado à popularização dos smartphones no País, junto com a evolução dos apps de m-commerce, tanto aqueles de grandes varejistas quanto aqueles de novos serviços online to offline. A simplificação do

### [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:** 2.069 internautas com smartphone

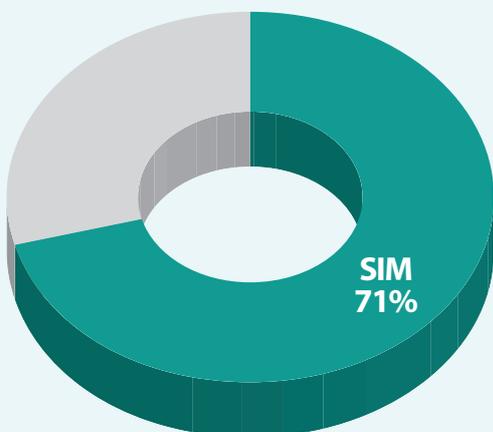
cadastro de cartões de crédito com a câmera do celular; a personalização da experiência com base no histórico de compras do usuário; a otimização do checkout em apenas um clique; a adição de novos meios de pagamento, como carteiras digitais; a oferta de condições especiais para o m-commerce, como promoções, navegação gratuita e frete grátis: estas são algumas das ações tomadas por varejistas que contribuíram para melhorar a experiência do brasileiro com comércio móvel.

Por conta disso tudo, 69% dos consumidores móveis afirmam que preferem comprar pelo smartphone do que pelo computador (Gráfico 3). Na edição anterior, em abril deste ano, eram 63%. Além disso, cresce a satisfação dos brasileiros em relação à experiência com m-commerce. Em seis meses, subiu de 83% para 88% a proporção

**[GRÁFICO 2]**

**PROPORÇÃO DE USUÁRIOS ATIVOS MENSAIS (MAUs) ENTRE CONSUMIDORES MÓVEIS NO BRASIL**

**Pergunta: Nos últimos 30 dias, você realizou alguma compra de mercadoria através de app ou site no smartphone?**

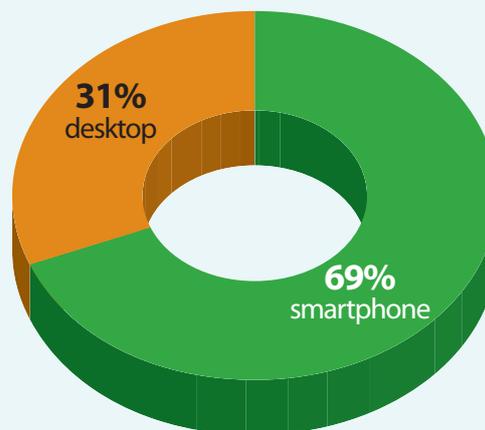


Base: 1.647 consumidores móveis

**[GRÁFICO 3]**

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

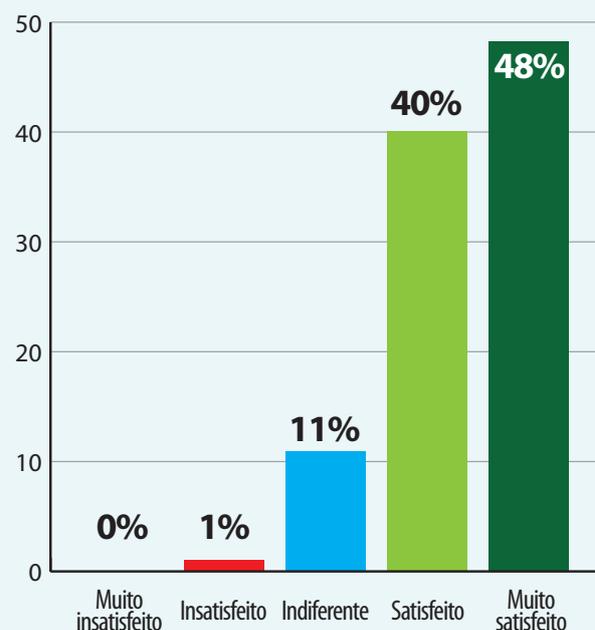
**Pergunta: Você diria que realiza mais compras pelo smartphone ou pelo computador?**



Base: 1.647 consumidores móveis

**[GRÁFICO 4]**

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

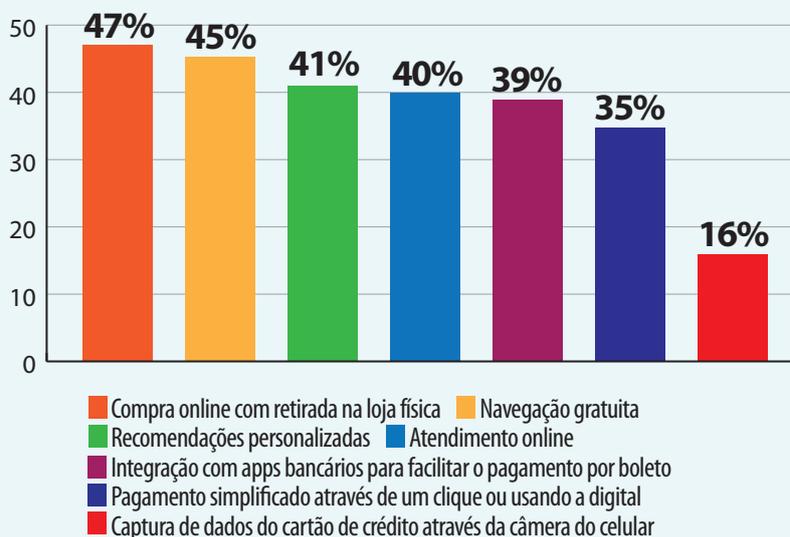


Base: 1.647 consumidores móveis

**[GRÁFICO 5]**  
**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: 1.647 consumidores móveis



que se declara satisfeita ou muito satisfeita com esses serviços (Gráfico 4).

Ao se analisar os dados demográficos, percebe-se que o comércio móvel foi mais experimentado pelos brasileiros das classes A e B (86%), do que entre aqueles das classes C, D e E (78%). A proporção de MAUs é maior também entre os primeiros (75%) que entre os últimos (70%). Porém, na pergunta sobre a preferência entre comprar pelo celular ou pelo computador nota-se que o dispositivo móvel tem uma importância maior nas classes menos favorecidas, o que decorre, provavelmente, do menor acesso a computadores nessa camada da população. Enquanto 57% dos consumidores móveis das classes A e B declaram preferir comprar pelo celular, a proporção sobe para 73% nas classes C, D e E. Neste aspecto percebe-se também uma diferença significativa de gênero: mulheres (73%) gostam mais de comprar pelo celular em vez do computador do que homens (65%).

A funcionalidade mais apreciada pelos brasileiros em um app de comércio



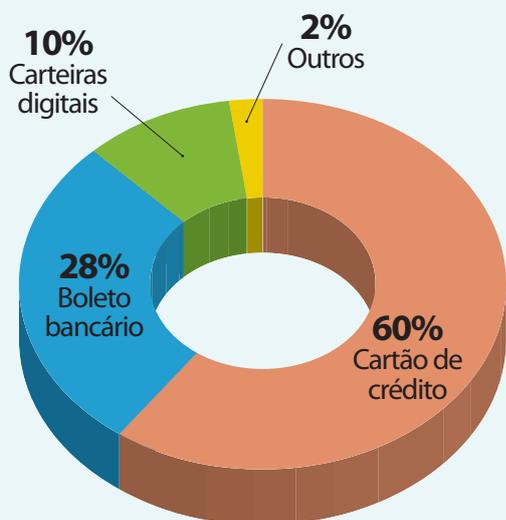
móvel é a possibilidade de retirada do produto em loja física (47%), à frente da navegação gratuita (45%), que liderava seis meses atrás (Gráfico 5). E o meio de pagamento favorito nas compras móveis é o cartão de crédito (60%), seguido pelo boleto bancário (28%). Neste ponto não houve mudança significativa em relação à pesquisa anterior, seis meses atrás (Gráfico 6).

A percepção de segurança e de confiabilidade é o que mais precisa melhorar para conquistar os brasileiros que ainda não experimentaram comprar pelo celular. Neste grupo, 37% dizem que nunca fizeram compras pelo smartphone porque “não confiam” nesse canal. A segunda razão mais apontada é o desejo de ver e tocar no produto antes de comprar (25%).

**[GRÁFICO 6]**

**COMO VOCÊ PREFERE PAGAR NAS COMPRAS PELO SMARTPHONE?**

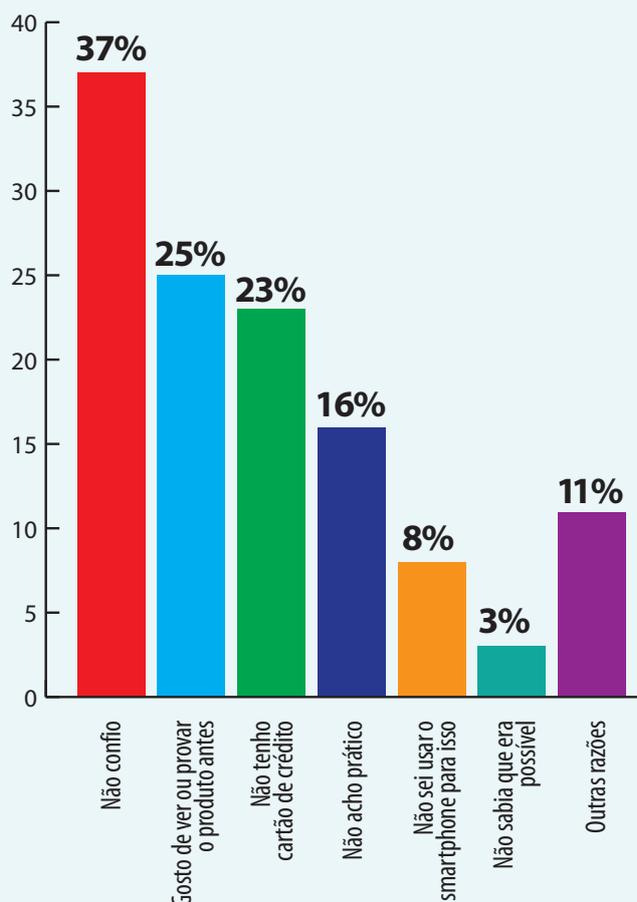
**Pergunta: Qual é o seu meio de pagamento preferido para as compras de produtos físicos pelo celular?**



**Base:** 1.647 consumidores móveis

**[GRÁFICO 7]**

**RAZÕES PARA NUNCA HAVER COMPRADO PELO CELULAR**



**Base:** 422 internautas com smartphone que nunca fizeram compras pelo celular

## Comércio conversacional em alta

Na edição anterior, seis meses atrás, pela primeira vez o WhatsApp e o Facebook apareceram no ranking dos apps mais usados para m-commerce no Brasil, citados como os favoritos por 8% e 5% dos consumidores móveis brasileiros, respectivamente. Em agosto deste ano, o WhatsApp abriu sua API para a utilização por empresas de grande porte. Embora o foco seja o atendimento ao consumidor, é natural que o canal seja cada vez mais utilizado para gerar vendas. Trata-se do chamado comércio conversacional, em que o consumidor escreve (ou fala) o que deseja com um vendedor através de um app de bate-papo ou assistente pessoal virtual, sendo respondido por um ser humano ou um chatbot.

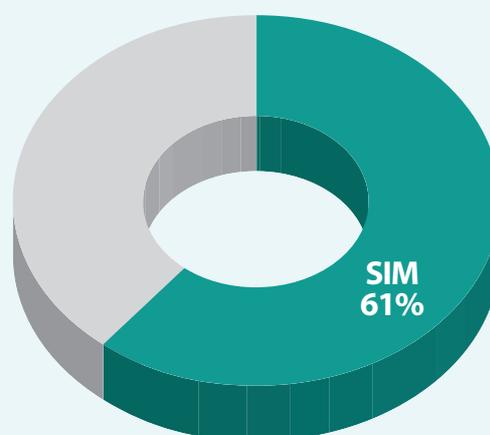
Agora, constatou-se que o WhatsApp e o Facebook Messenger já foram experimentados para compras por boa parte dos consumidores móveis brasileiros. No caso do WhatsApp, 61% declaram já tê-lo usado para compras. No Facebook Messenger o percentual é de 45%. Provavelmente a maioria se refere a compras feitas em pequenos estabelecimentos comerciais, como restaurantes e padarias de bairro. Cabe lembrar que o pagamento efetivamente ainda não pode ser feito dentro do WhatsApp, mas isso talvez mude a médio prazo, pois o app vem testando uma solução de pagamento na Índia e o Banco Central brasileiro estudou a regulamentação do que chama de pagamentos instantâneos.

O ranking de aplicativos mais usados pelos brasileiros para compras continua sendo liderado pelo Mercado Livre, que ganhou quatro pontos percentuais em 12 meses e se distanciou da segunda colocada, a Americanas.com. Merece destaque também o crescimento de seis pontos percentuais em um ano do

### [GRÁFICO 8]

#### USO DO WHATSAPP PARA COMPRAS

**Pergunta: Você já realizou encomendas de produtos ou serviços pelo WhatsApp?**

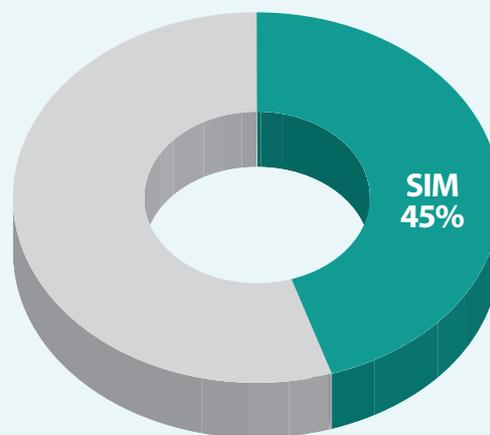


**Base:** 1.647 consumidores móveis

### [GRÁFICO 9]

#### USO DO FACEBOOK MESSENGER PARA COMPRAS

**Pergunta: Você já realizou encomendas de produtos ou serviços pelo Facebook Messenger?**



**Base:** 1.647 consumidores móveis

Wish, que agora está tecnicamente empatado com o terceiro colocado, o iFood. Por fim, chama atenção a ascensão do WhatsApp, que um ano atrás sequer aparecia no ranking, e agora foi citado por 12% dos consumidores móveis brasileiros (Tabela 1).

Na comparação por categoria de produtos (Tabela 2), nota-se um crescimento significativo em 12 meses na proporção de brasileiros que declaram já ter comprado refeições (+14 pps), roupas (+12 pps), remédios (+9 pps) e cosméticos (+7 pps) através de apps ou sites de m-commerce.

**[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	SET 2016	SET 2017	SET 2018
1	Mercado Livre	32%	33%	37%
2	Americanas.com	30%	33%	32%
3	iFood	15%	18%	15%
4	AliExpress	17%	17%	15%
5	Wish	6%	8%	14%
6	Submarino	15%	14%	13%
7	WhatsApp	—	—	12%
8	Magazine Luiza	9%	13%	12%
9	OLX	12%	6%	10%
10	Casas Bahia	9%	8%	7%
11	Netshoes	10%	9%	7%
12	Facebook	—	—	6%
13	Shoptime	2%	6%	5%

**Base:** 1.647 entrevistados que disseram já ter comprado um produto físico através de app ou site móvel

**[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	SET 2017	SET 2018
Roupas	42%	54%
Eletrônicos	50%	47%
Refeições	27%	41%
Cosméticos ou itens de higiene pessoal	29%	36%
Acessórios de moda	42%	34%
Livros	32%	34%
Eletrrodomésticos	32%	33%
Alimentos	31%	32%
Utensílios domésticos	24%	27%
Remédios	17%	26%
Móveis	16%	21%
Artigos esportivos	23%	20%
Brinquedos	20%	19%
Bebidas	14%	14%
CDs ou DVDs	15%	13%
Artesanato	7%	10%
Outros	6%	5%

**Base:** 1.647 consumidores móveis

# A desigualdade social no uso de apps O2O

Existe uma diferença significativa no uso de apps de serviços O2O quando se analisa o recorte por renda mensal dos usuários. Nas classes A e B é maior a proporção de usuários que já experimentaram serviços como corrida de carro particular ou de táxi, delivery de refeição, reserva de hospedagem e compra de ingresso para eventos, quando comparado com o grupo das classes C, D e E. A única exceção está em serviços de beleza, como manicure e cabeleireiro (Tabela 3).

Mas essa diferença está diminuindo rapidamente. Um ano atrás, na pesquisa publicada em setembro de 2017, apenas 52% dos internautas brasileiros das classes C, D e E com smartphone haviam experimentado pedir uma corrida de carro via app. Ou seja, houve um salto de 11 pontos percentuais. No mesmo intervalo de tempo, considerando as mesmas classes sociais, o segmento de delivery de comida registrou crescimento também de 11 pontos percentuais, passando de 40% para 51%. Em reserva de hospedagem, o aumento foi de 6 pontos percentuais e em venda de ingressos, 3 pontos percentuais.

A tendência, portanto, é que essa diferença diminua e que os referidos serviços O2O continuem expandindo a sua base de usuários. Aliás, isso fica claro quando analisada a evolução da proporção de internautas brasileiros com smartphone que já os experimentaram. Os percentuais estão sendo puxados justamente pelo aumento da penetração nas classes C, D e E. No segmento de corrida de carro particular ou táxi, a proporção passou de 58% para 66% em um ano (Gráfico 10). Em delivery de comida, de 38% para 54% (Gráfico 11). Em reserva de hospedagem, de 22% para 25% (Gráfico 13).

[TABELA 3]

## PROPORÇÃO DE USUÁRIOS DE SERVIÇOS O2O VIA APP/SITE MÓVEL POR CLASSE SOCIAL

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

Serviço	Classes A e B	Classes C, D e E
Corrida de carro particular ou táxi	78%	63%
Delivery de refeição	68%	51%
Reserva de hospedagem	37%	22%
Ingresso de eventos	33%	27%
Serviços de beleza	14%	17%

[GRÁFICO 10]

## 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.**

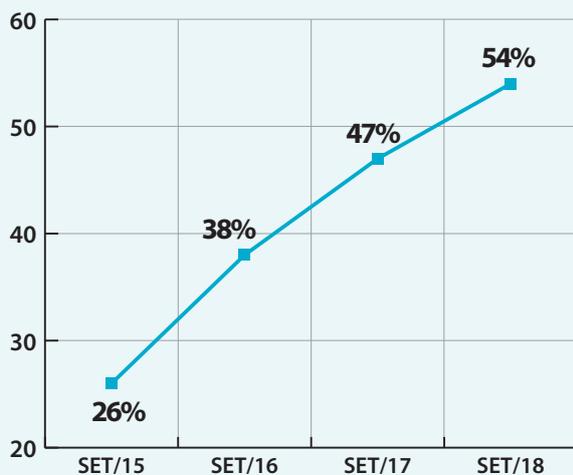


**Base:** 2.069 internautas com smartphone

[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?

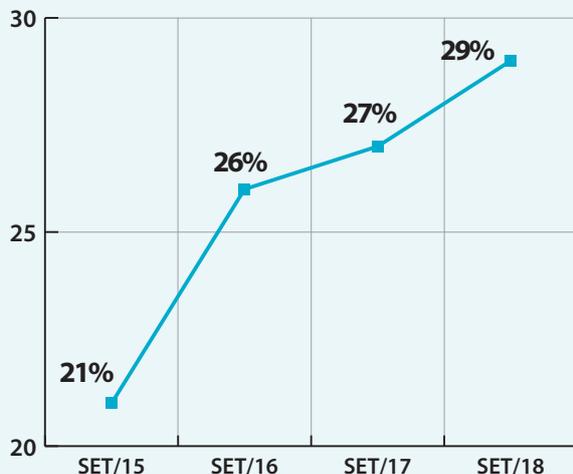


Base: 2.069 internautas com smartphone

[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: 2.069 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?

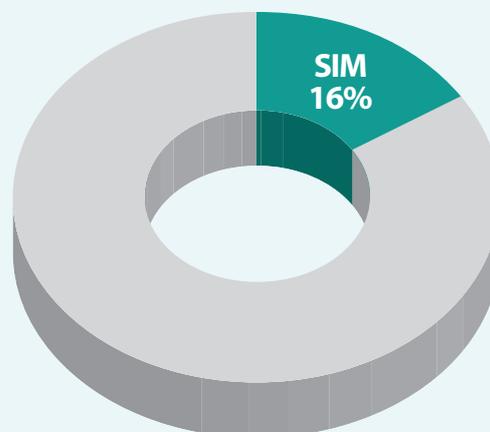


Base: 2.069 internautas com smartphone

[GRÁFICO 14]

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

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



Base: 2.069 internautas com smartphone

## 99, AirBNB e WhatsApp crescem

Quando analisados os apps preferidos dos brasileiros em cada segmento, merecem destaque positivo os crescimentos de 99, AirBNB e WhatsApp. Em corridas de carro, o 99 conseguiu reverter uma tendência que era de queda, voltando a crescer e tirando, pela primeira vez, um pouco do share do Uber (Gráfico 15).

O AirBNB, por sua vez, vem em uma ascensão contínua e agora é apontado como o preferido por 14% dos internautas brasileiros que já reservaram hospedagem via app, se aproximando dos líderes Booking.com e Trivago – este, embora seja um metabuscador, é tido pelos consumidores como um concorrente dos demais citados.

Por fim, o WhatsApp está desempenhando um papel importante no segmento

de delivery de comida, no qual dobrou em um ano o percentual de usuários que o apontam como app favorito para essa finalidade, subindo de 6% para 12%. No mesmo intervalo, o iFood caiu seis pontos percentuais, de 61% para 55%.

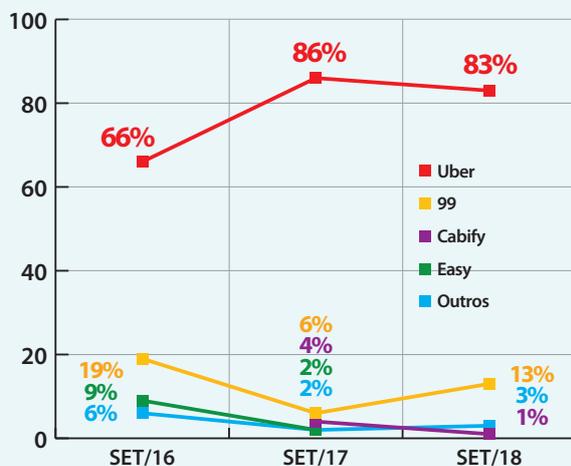
O WhatsApp reina absoluto no segmento de serviços de beleza, indicado por 51% dos usuários desses serviços via app como o canal preferido para a sua contratação pelo smartphone.

O crescimento do WhatsApp pode ser explicado, em parte, pelo aumento de uso do comércio móvel pelas classes C, D e E. Muitos dos serviços de delivery de comida e de estética vendidos pelo WhatsApp partem de pequenos restaurantes de bairro e profissionais liberais que atendem a esse grupo.

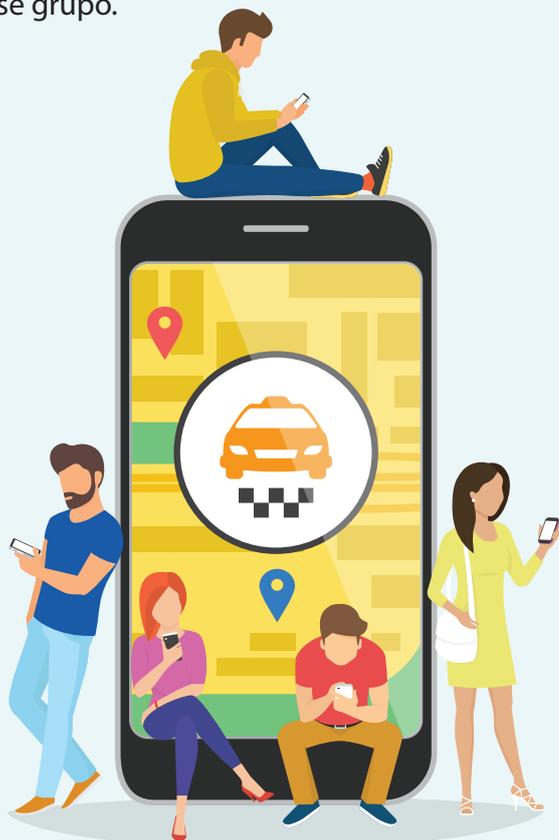
### [GRÁFICO 15]

#### EVOLUÇÃO DO RANKING DOS APPS DE CORRIDA DE AUTOMÓVEL PREFERIDOS DOS BRASILEIROS

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



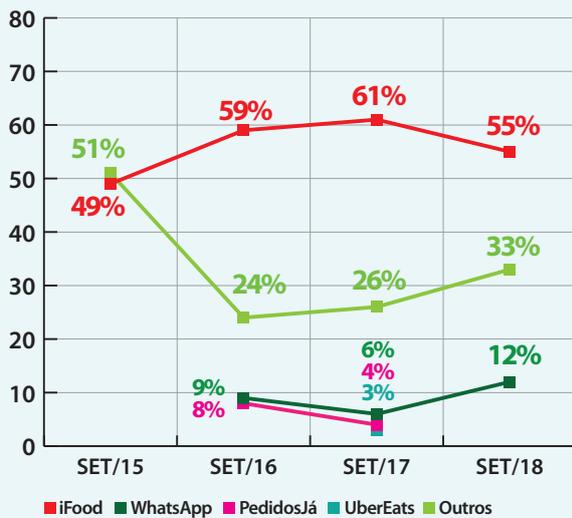
**Base:** 1.361 internautas com smartphone que declaram já ter solicitado corrida de automóvel por app



[GRÁFICO 16]

**EVOLUÇÃO DO RANKING DOS APPS DE DELIVERY DE COMIDA MAIS USADOS PELOS BRASILEIROS**

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

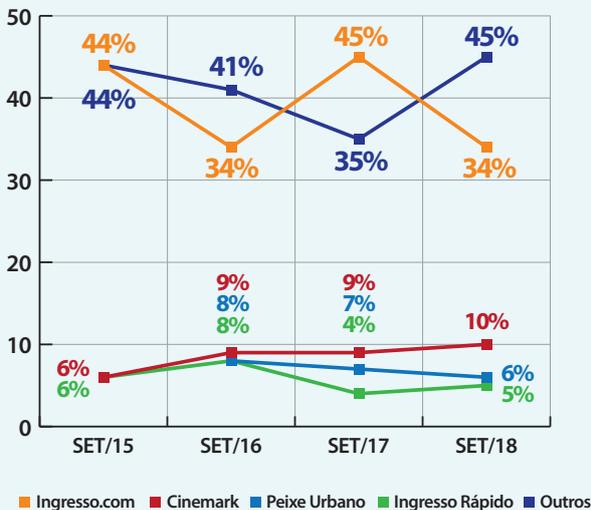


Base: 1.125 internautas com smartphone que declaram já ter pedido refeição através de app

[GRÁFICO 17]

**EVOLUÇÃO DO RANKING DOS APPS DE VENDA DE INGRESSO MAIS USADOS NO BRASIL**

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

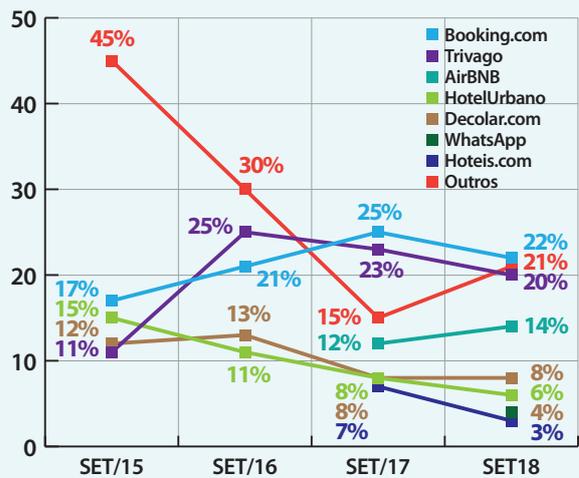


Base: 589 internautas com smartphone que declaram já ter comprado ingresso através de app

[GRÁFICO 18]

**EVOLUÇÃO DO RANKING DOS APPS DE HOSPEDAGEM**

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

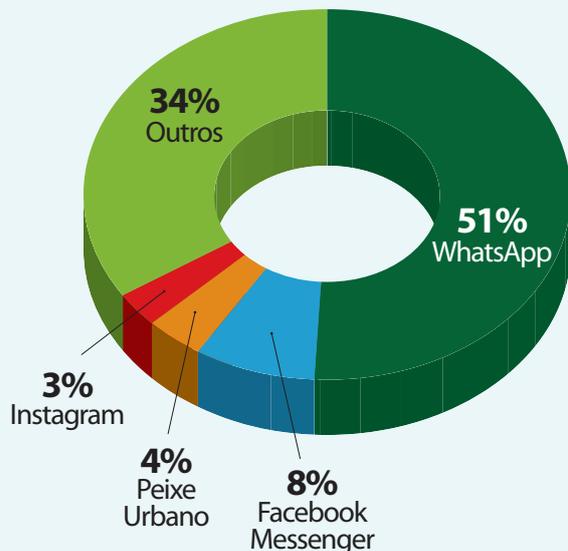


Base: 510 internautas com smartphone que declaram já ter reservado hospedagem através de app

[GRÁFICO 19]

**APPS DE SERVIÇOS DE BELEZA PREFERIDOS DOS BRASILEIROS**

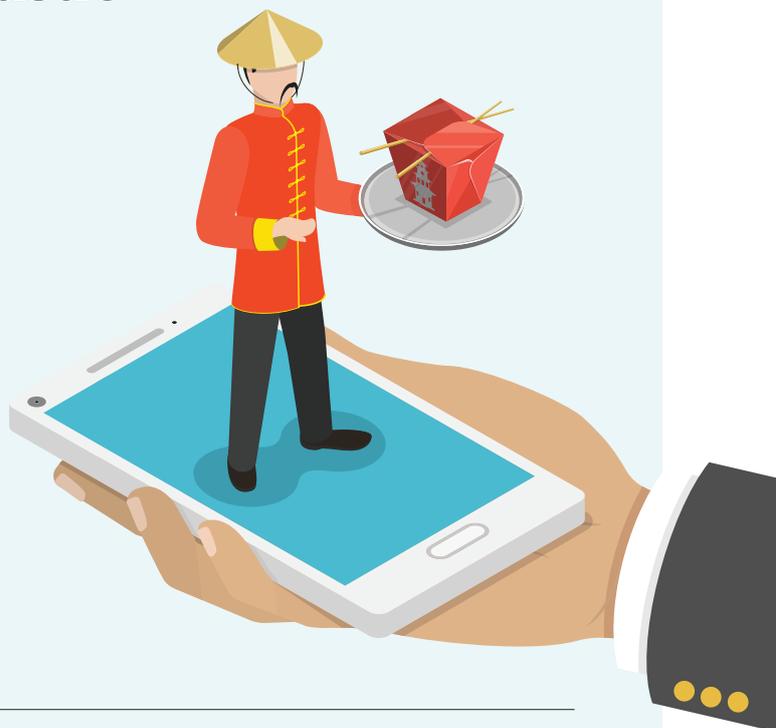
Pergunta: Qual app de serviços de beleza você usa com mais frequência?



Base: 340 internautas com smartphone que declaram já ter contratado um serviço de beleza através de app

## Conclusão

O comércio móvel avança rapidamente nas classes C, D e E, diminuindo a desigualdade social que existia no uso dessa tecnologia. Em um primeiro momento, o WhatsApp é o que mais ganha participação com isso, principalmente nos segmentos de delivery de comida e serviços de estética. Mas aos poucos os apps especializados nessas áreas devem ficar conhecidos também desse público. Por outro lado, a recente abertura do WhatsApp para grandes empresas pode atrair esses mesmos apps especializados para dentro dele, na forma de chatbots, estimulando o chamado comércio conversacional.



### **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 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 os eventos organizados por Mobile Time



1ª  
EDIÇÃO

SEMINÁRIO DEDICADO EXCLUSIVAMENTE AO UNIVERSO DA IDENTIFICAÇÃO E DA AUTENTICAÇÃO DIGITAIS. BIOMETRIA DIGITAL, RECONHECIMENTO FACIAL, AUTENTICAÇÃO COMPORTAMENTAL, IDENTIDADE AUTOSSOBERANA, ENTRE OUTROS TEMAS.

[www.mobi-id.com.br](http://www.mobi-id.com.br)



2ª  
EDIÇÃO

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](http://www.operadorasalternativas.com.br)



18ª  
EDIÇÃO

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

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



5ª  
EDIÇÃO

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

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



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

2ª  
EDIÇÃO



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

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



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

SETEMBRO, 2018

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

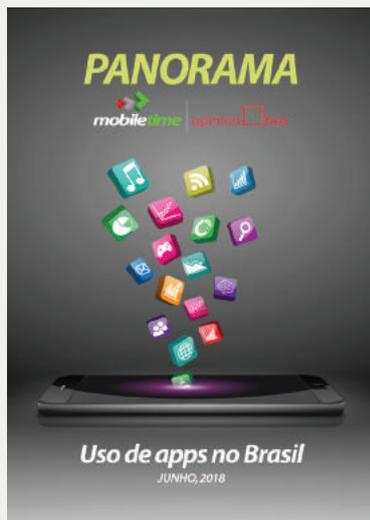
ESTA PESQUISA É UM OFERECIMENTO DE



opinion  box

**COMÉRCIO**  
**MÓVEL NO BRASIL**

## Conheça as 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 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 hábito de uso de smartphones por crianças de 0 a 12 anos



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

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