

PANORAMA

ABR
2019



mobiletime

opinion  box

Comércio móvel no Brasil



ABRIL, 2019



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 2.115 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 2019. Esta pesquisa tem validade estatística, com margem de erro de 2,1 pontos percentuais e grau de confiança de 95%.

AS PRINCIPAIS DESCOBERTAS:

Em três anos, aumentou em 20 pontos percentuais a proporção de brasileiros que já fizeram compras de bens físicos ou serviços através de apps em smartphones

Uber cai pela primeira vez na preferência do brasileiro em apps de corrida de carro/táxi, enquanto 99 se recupera

Mercado Livre se distancia na liderança como app de m-commerce mais popular do Brasil

iFood cresce ainda mais como o favorito no segmento de delivery de comida.

7% dos brasileiros que acessam a internet e possuem smartphone já alugaram uma bicicleta via app

2% dos brasileiros que acessam a internet e possuem smartphone já alugaram um patinete via app



As análises contidas neste relatório são de autoria de Fernando Paiva, editor do Mobile Time e jornalista com 19 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 – abril de 2019.*



Bicicletas e patinetes compartilhados pelas ruas das cidades

Há alguns anos, as bicicletas laranjas do Itaú passaram a fazer parte da paisagem urbana do Rio de Janeiro e de São Paulo, dividindo as ruas com ônibus, carros e motos. Ao mesmo tempo, proporcionaram uma mudança de paradigma nas relações de consumo no Brasil, por constituírem um dos primeiros serviços da chamada “sharing economy”, ou economia do compartilhamento, em território nacional. Em vez de comprar uma bicicleta, o brasileiro passou a pedalar em bicicletas compartilhadas, em um modelo que poderia ser chamado de “bike as a service”, ou “bicicleta como serviço”, parafraseando o termo “software as a service” (SaaS), oriundo da indústria de TI.

Depois, um novo serviço de bicicletas compartilhadas trouxe mais uma inovação. Desta vez foram as bikes amarelas da Yellow, que chegaram primeiro a São Paulo e começam a se espalhar por outras capitais. Ao contrário da rival laranja, as amarelinhas não precisam ser retiradas em estações próprias. Elas podem ser estacionadas em qualquer local público, sendo localizadas via GPS em seu app. É mais uma quebra de paradigma e que gera uma mudança de comportamento do consumidor.

Mais recentemente, as bicicletas ganharam a companhia dos patinetes elétricos compartilhados, que começam a ganhar espaço nas ruas das grandes cidades, divididos principalmente entre os amarelos, da Yellow, e os verdes, da Grin.

Pela primeira vez, esta pesquisa mediu a proporção de internautas brasileiros que já experimentaram andar em bicicletas e/ou patinetes compartilhados, alugando a partir de um app em seus smartphones. A penetração ainda é relativamente baixa, com maior





concentração no Sudeste (onde a maioria dos serviços estão disponíveis) e entre os jovens das classes A e B.

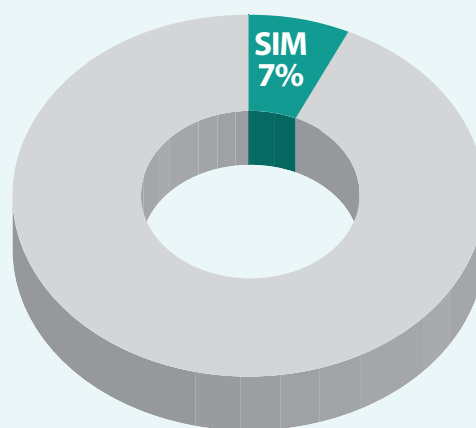
7% dos brasileiros que acessam a Internet e possuem smartphone declaram já ter alugado uma bicicleta compartilhada via app. Nas classes A e B, a proporção chega a 10%, ante 6%, nas classes C, D e E. O índice mais alto é no Sudeste (8%) e o mais baixo, no Centro-Oeste (4%). Entre os jovens de 16 a 29 anos, 8% já alugaram bicicletas via app, enquanto a proporção é mais baixa no grupo de 30 a 49 anos (5%) e entre aqueles com 50 anos ou mais (6%). Como era de se esperar, o serviço de bicicletas do Itaú, por ser o pioneiro e aquele presente em mais cidades, é o líder do mercado: 47% das pessoas que já alugaram bicicletas via app declaram que o Bike Itaú é o serviço que usam com mais frequência nesse segmento. Em segundo lugar vem o Yellow, citado por 22%. O restante está pulverizado entre apps de aluguel de bicicletas em diferentes municípios do Brasil.

O uso de patinetes elétricos compartilhados, por sua vez, ainda está engatinhando. Apenas 2% dos brasileiros que acessam a Internet e possuem smartphone já experimentaram o serviço. Na análise demográfica, como os percentuais são muito baixos, estando todos dentro da margem de erro da pesquisa, não é possível tirar conclusões com segurança. Mas, aparentemente, há uma predominância entre jovens das classes A e B no Sudeste. Faz sentido, levando-se em conta os bairros das cidades onde os serviços foram lançados. Porém, estatisticamente, esse perfil só poderá ser confirmado depois que houver uma base maior de usuários entrevistados. Os apps mais citados foram Yellow e Grin.

[GRÁFICO 1]

PROPORÇÃO DE BRASILEIROS QUE JÁ ALUGARAM BICICLETA VIA APP

Pergunta: Você já alugou uma bicicleta através de um aplicativo no smartphone?

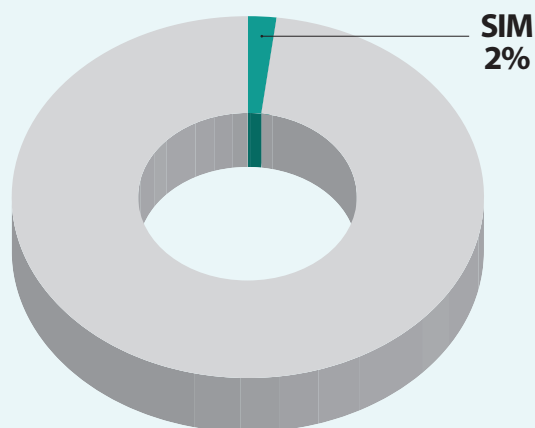


Base: 2.115 internautas com smartphone

[GRÁFICO 2]

PROPORÇÃO DE BRASILEIROS QUE JÁ ALUGARAM PATINETE ELÉTRICO VIA APP

Pergunta: Você já alugou um patinete através de um aplicativo no smartphone?



Base: 2.115 internautas com smartphone



Comércio móvel, uma alternativa para os mais pobres

O uso do celular como ferramenta para compras de mercadorias físicas e serviços continua a avançar no Brasil. Em três anos, a proporção de internautas brasileiros que já experimentaram o chamado comércio móvel cresceu 20 pontos percentuais, saltando de 62%, em março de 2016, para 82% agora, em março de 2019 (gráfico 3).

A penetração é mais alta entre brasileiros com maior renda, chegando a 90% nas classes A e B, enquanto é de 79% nas classes C, D e E. A diferença social também aparece quando se pergunta aos consumidores móveis quem fez compras por app nos últimos 30 dias: 76% nas classes A e B, ante 65%, nas classes C, D e E.

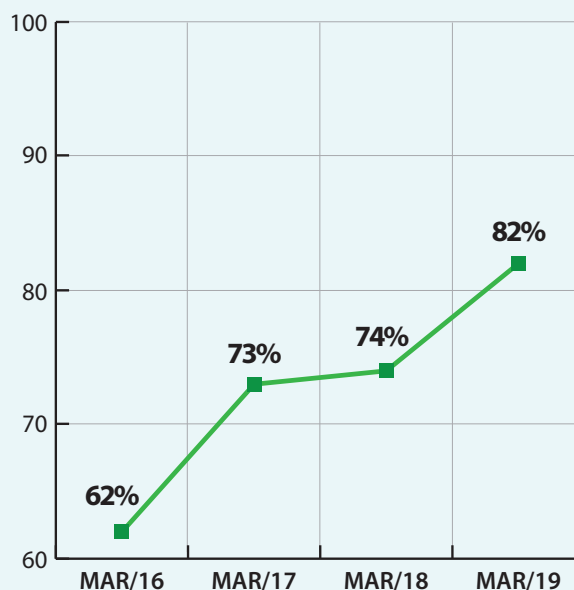


[GRÁFICO 3]

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: 2.115 internautas com smartphone



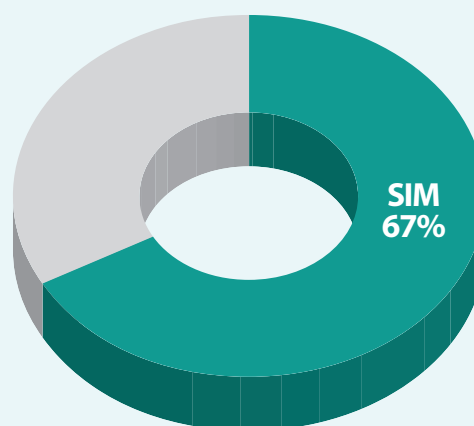
Para muitas pessoas de renda mais baixa, o celular é o único instrumento para a realização de compras on-line. O IBGE informa que a penetração de smartphones é maior que a de computadores nos lares brasileiros. E mesmo quando uma família pobre possui um computador, não necessariamente este está conectado à Internet, em razão da cobertura limitada das redes cabeadas e do alto preço do acesso de banda larga. Isso se reflete quando esta pesquisa pergunta aos consumidores móveis se eles realizam mais compras pelo smartphone ou pelo desktop. Na média nacional, 71% compram mais pelo smartphone. Porém, a proporção é maior entre aqueles das classes C, D e E (74%) do que entre aqueles das classes A e B (62%). Nessa mesma pergunta, se percebe uma diferença regional. A preferência pelo smartphone é menor no Sudeste (67%), onde há maior acesso à banda larga fixa, do que no Centro-Oeste (77%), Nordeste (76%), Norte (73%) e Sul (73%).



[GRÁFICO 4]

PROPORÇÃO DE USUÁRIOS ATIVOS MENSIS (MAUS) ENTRE CONSUMIDORES MÓVEIS NO BRASIL

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

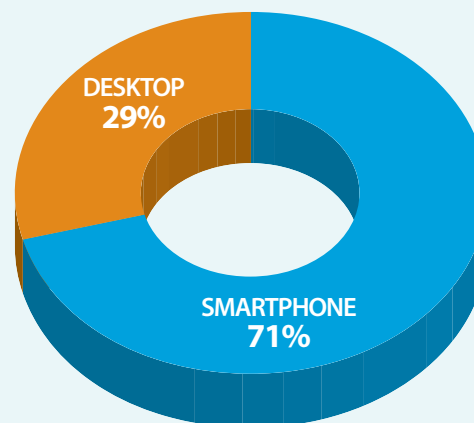


Base: 1.725 consumidores móveis

[GRÁFICO 5]

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

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



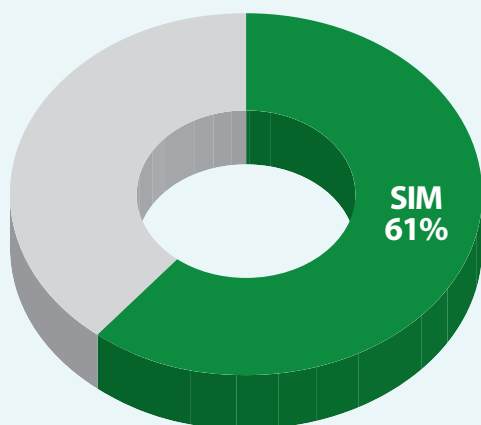
Base: 1.725 consumidores móveis



[GRÁFICO 6]

USO DO WHATSAPP PARA COMPRAS

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

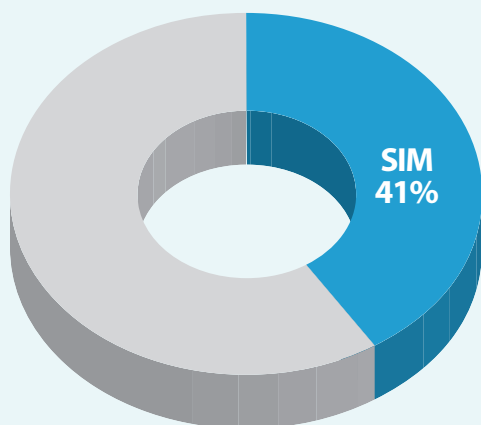


Base: 1.725 consumidores móveis

[GRÁFICO 7]

USO DO FACEBOOK MESSENGER PARA COMPRAS

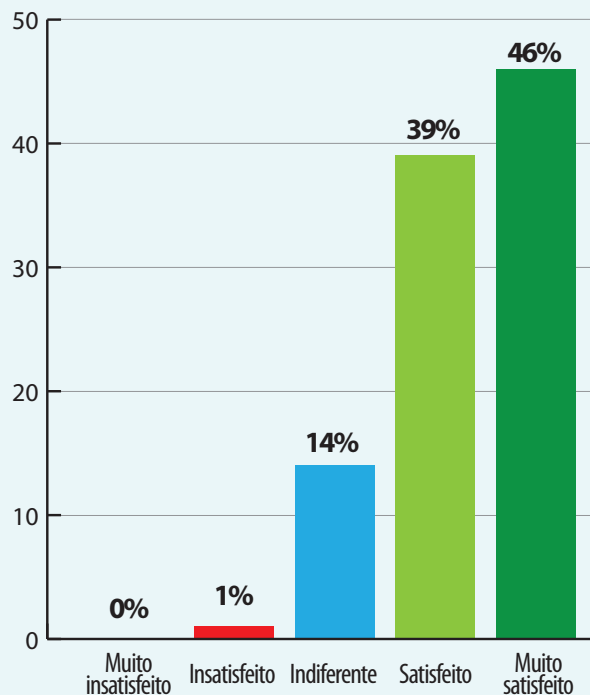
Pergunta: Você já realizou encomendas de produtos ou serviços pelo Facebook Messenger?



Base: 1.725 consumidores móveis

[GRÁFICO 8]

GRAU DE SATISFAÇÃO DO BRASILEIRO COM COMÉRCIO MÓVEL



Base: 1.725 consumidores móveis

Outra característica marcante no mercado brasileiro é o uso do WhatsApp como um aplicativo de comércio móvel, geralmente para a contratação de serviços de profissionais autônomos ou encomendas para pequenos estabelecimentos comerciais de bairro. 61% dos consumidores móveis brasileiros já encomendaram produtos por esse app de mensagens (gráfico 6). Novamente há uma diferença por classe social. O uso do WhatsApp para comércio móvel é maior nas classes C, D e E (62%), do que nas classes A e B (56%). Também há diferença regional neste caso, sendo mais comum no Norte (77%) e menos no Sul (57%) e Sudeste (58%). Além disso, compra via WhatsApp é mais comum entre mulheres (66%) do que entre homens (55%).

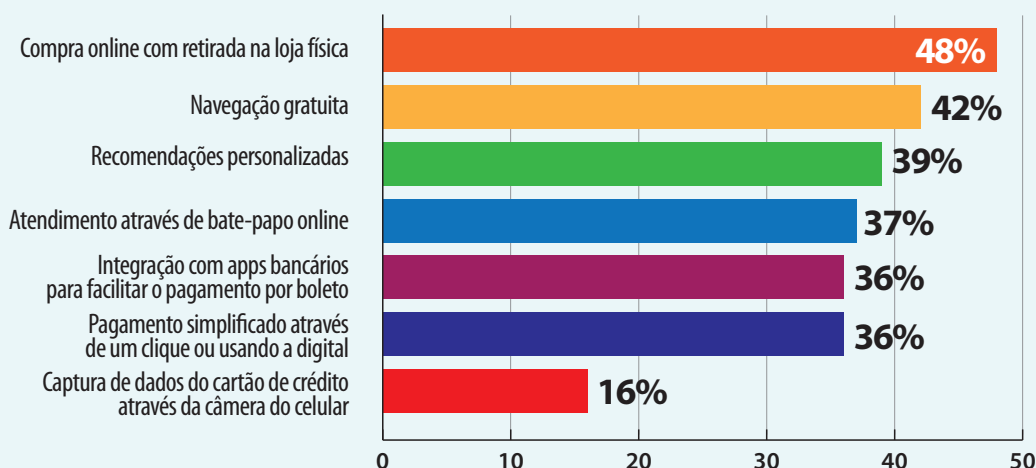


[GRÁFICO 9]

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: 1.725 consumidores móveis



É o que faz o smartphone ser o canal preferido para compras mesmo entre consumidores mais abastados que possuem computador e banda larga em casa? A explicação está na simplicidade e na comodidade de uso. Com o smartphone a pessoa compra sem precisar se levantar da cama ou do sofá. E os aplicativos de comércio móvel aprimoram cada vez mais a sua usabilidade, de forma que se possa comprar com menos cliques. A navegação nos apps costuma ser desenhada de forma a direcionar o usuário para encontrar logo o que deseja comprar, enquanto muitos websites do varejo pecam pelo excesso de menus e de opções para se clicar. Além disso, os apps móveis têm encontrado soluções próprias para facilitar a jornada do cliente, como a oferta de navegação gratuita (ou seja, não desconta da franquia de dados de Internet móvel), captura de dados do cartão com a câmera do celular,





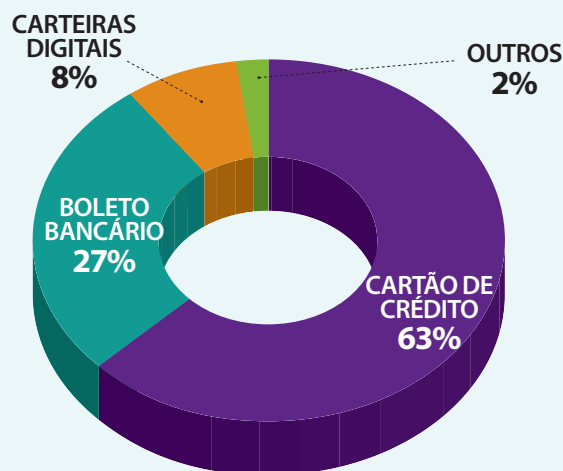
personalização de ofertas, compra pelo app para retirada em loja física etc. Não à toa, o grau de satisfação do brasileiro com a experiência em comércio móvel é alta: 85% se dizem satisfeitos ou muito satisfeitos, concedendo notas 4 e 5, em uma escala de 1 a 5 (gráfico 8).

A maioria dos consumidores móveis preferem pagar com cartão de crédito, até por ser o meio de pagamento mais comumente disponibilizado nos apps de m-commerce. Mas há uma parcela significativa (27%) que gosta mais de boleto bancário, opção ainda pouco disponível no m-commerce nacional. A proliferação de fintechs no Brasil deve contribuir para o gradual crescimento da preferência por carteiras digitais, hoje apontadas como o meio de pagamento preferido de apenas 8% da base nacional de consumidores móveis.

Entre os 18% que nunca realizaram uma compra através de app, o principal motivo é a falta de confiança (31%). Também é grande o percentual dos que não compram pelo celular porque gostariam de ver ou provar o produto antes (30%). E 24% culpam o fato de não terem cartão de crédito.

[GRÁFICO 10]
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?

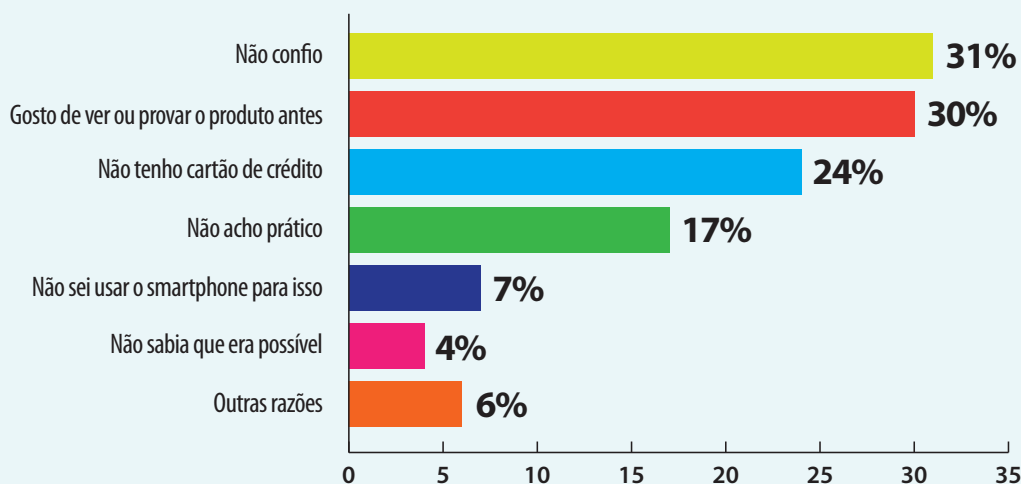


Base: 1.725 consumidores móveis

[GRÁFICO 11]

RAZÕES PARA NUNCA HAVER COMPRADO PELO CELULAR

Base: 466 internautas com smartphone que nunca fizeram compras pelo celular





Mercado Livre se distancia na liderança

O aplicativo mais frequentemente usado para compras pelo smartphone no Brasil é o Mercado Livre. Ele lidera esta pesquisa desde a sua primeira edição, por vezes empatado tecnicamente com a Americanas.com, mas desta vez abriu uma distância considerável. O Mercado Livre cresceu bastante em um ano. Em março de 2018 foi citado por 31% dos consumidores móveis brasileiros como um dos apps que usam com mais frequência para compras. Agora, em



março de 2019, esse percentual é de 41%, o mais alto já registrado por um aplicativo de m-commerce desde a primeira edição desta pesquisa, cinco anos atrás.

Merece destaque também o desempenho de Americanas.com, iFood e Magazine Luiza, que registraram crescimentos expressivos em um ano figuram entre os quatro mais populares (tabela 1)

Roupas, eletroeletrônicos e refeições continuam sendo as categorias de produtos mais comprados via app no Brasil (tabela 2).

[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	Março de 2019
1	Mercado Livre	41%
2	Americanas.com	31%
3	iFood	24%
4	Magazine Luiza	15%
5	Submarino	12%
6	Wish	11%
7	AliExpress	10%
8	WhatsApp	9%
9	OLX	8%
10	Netshoes	7%
11	Casas Bahia	6%
12	Facebook	5%
13	Shoptime	4%

Base: 1.725 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	Março de 2019
Roupas	51%
Eletroeletrônicos	46%
Refeições	41%
Cosméticos ou itens de higiene pessoal	33%
Acessórios de moda	30%
Livros	31%
Eletrodomésticos	34%
Alimentos	30%
Utensílios domésticos	27%
Remédios	24%
Móveis	21%
Artigos esportivos	20%
Brinquedos	21%
Bebidas	15%
CDs ou DVDs	11%
Artesanato	10%
Outros	6%

Base: 1.725 consumidores móveis



A recuperação do 99

Nos últimos cinco anos, esta pesquisa constatou a ascensão meteórica do Uber, se transformando rapidamente no app de corrida de carros/táxis mais popular do Brasil, passando inclusive a figurar entre os cinco apps mais presentes na homescreen do smartphone nacional, segundo o relatório Panorama Mobile Time/Opinion Box sobre uso de apps de dezembro de 2018.

O Uber continua na frente, porém, pela primeira vez, constatou-se uma queda significativa em seu share como o preferido do brasileiro. Ao mesmo tempo em que segue subindo a proporção de internautas com smartphone que já solicitaram corrida

de carro ou táxi via app, passando de 64% em março de 2018 para 71% em março de 2019 (gráfico 12), o percentual do Uber como o favorito dos brasileiros para essa finalidade caiu de 87% para 80%, no mesmo período.

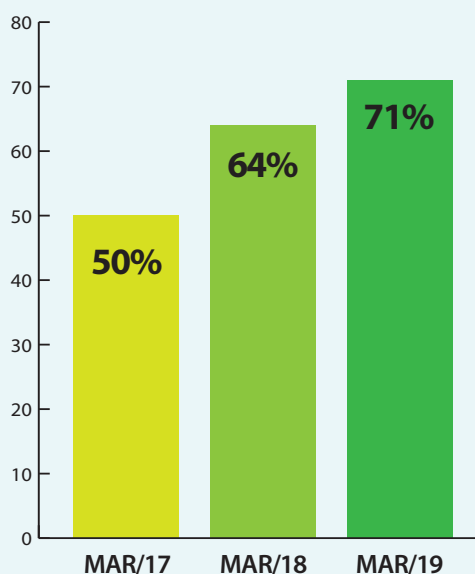
Quem está conquistando espaço do Uber gradativamente é a rival 99. Esta era apontada como a favorita por apenas 6% do público em março de 2017. O percentual subiu para 10% um ano depois. E agora, em março de 2019, está em 17%. A melhora coincide com a venda da 99 para a chinesa DiDi, ocorrida na virada de 2017 para 2018, o que trouxe mais investimentos para a companhia brasileira.

[GRÁFICO 12]

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.

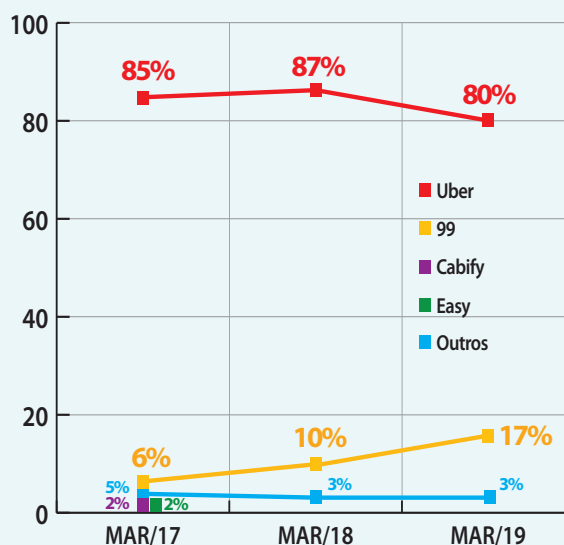


Base: 2.115 internautas com smartphone

[GRÁFICO 13]

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

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



Base: 1.504 internautas com smartphone que declaram já ter solicitado corrida de automóvel por app



iFood mais líder do que nunca

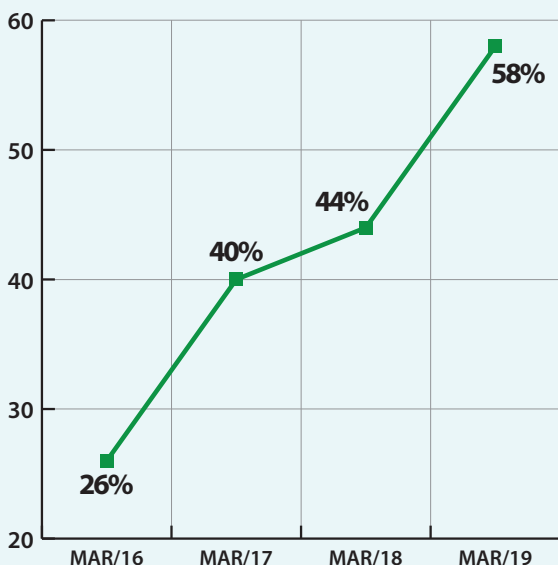
O iFood segue mais líder do que nunca na categoria de apps de delivery de comida. Pela primeira vez nesta pesquisa, atingiu o patamar de 70% como o app de entrega de refeição favorito dos brasileiros que já experimentaram o serviço. O WhatsApp vem em segundo lugar, citado por 9%.

O costume de encomendar comida pelo smartphone está se popularizando cada vez mais no Brasil. Três anos atrás, em março de 2016, apenas 26% dos internautas brasileiros com smartphone já haviam pedido uma refeição através de um app. Agora, são 58%.

[GRÁFICO 14]

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

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

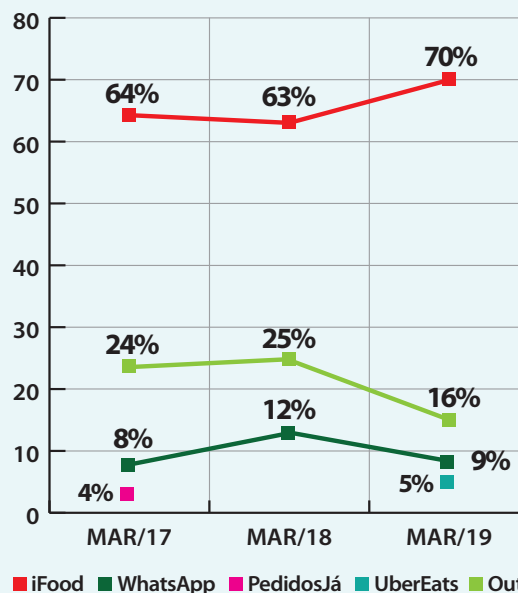


Base: 2.115 internautas com smartphone

[GRÁFICO 15]

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

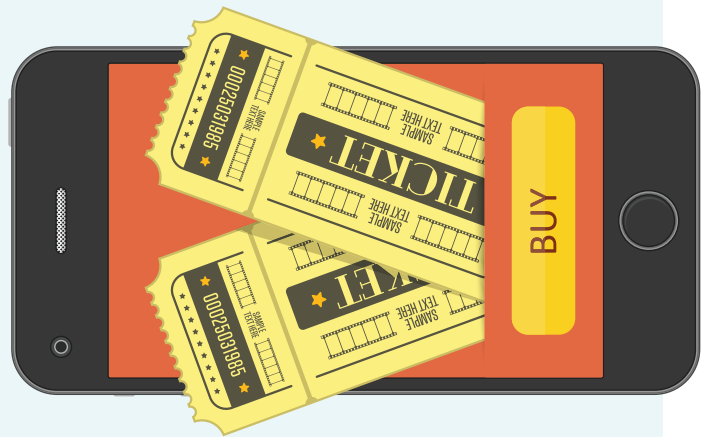




Fragmentação de apps de cinema

No segmento de aplicativos de venda de ingressos para eventos, nota-se um declínio ano a ano da preferência pelo Ingresso.com, que chegou a ser apontado como favorito por 45% dos consumidores desse serviço dois anos atrás, em março de 2017, e agora é citado por 33%. Quem tem tomado espaço do Ingresso.com são apps das próprias redes de cinema, como Cinépolis, Kinoplex, Moviecom, UCI Cinemas, dentre outros. Nenhum possui mais de 2% e por isso não figuram no ranking dos favoritos, sendo agrupados com outros apps de ingressos que somam 40%. Merece destaque também nesta edição da pesquisa a aparição, pela primeira vez, do Sympla, app de venda de

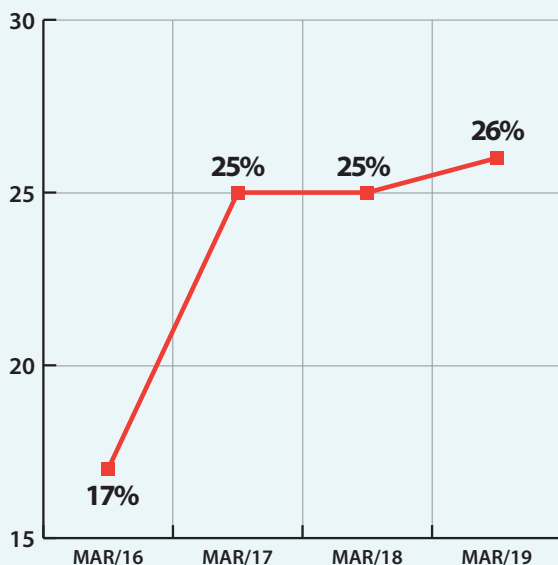
ingressos para eventos em geral, mas não para cinema, apontado como o favorito por 5% do público.



[GRÁFICO 16]

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?*

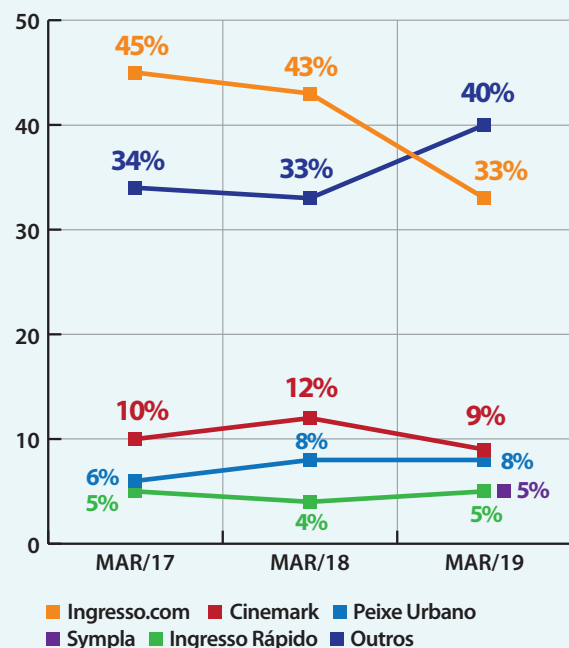


Base: 2.115 internautas com smartphone

[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: 541 internautas com smartphone que declaram já ter comprado ingresso através de app



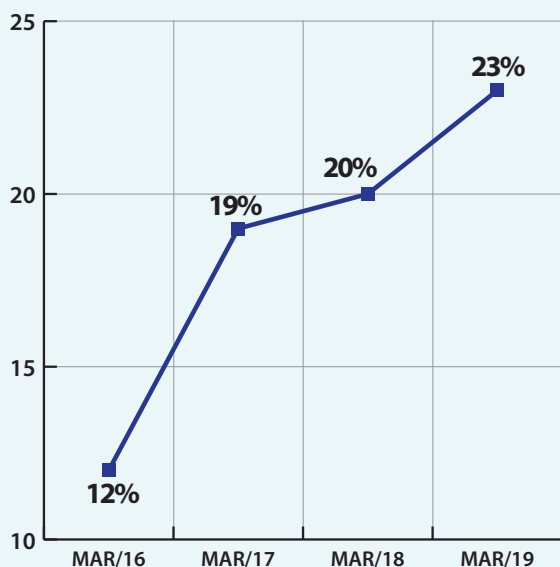
Airbnb encosta no Trivago

No segmento de apps de hospedagem, o Booking.com mantém a liderança, apontado como o favorito por 28% dos consumidores desse serviço. A disputa pelo segundo lugar, por outro lado, está ficando acirrada. O metabuscador Trivago tem perdido espaço, tendo caído de 26% para 18% em dois anos, enquanto o Airbnb passou de 6% para 15% no mesmo período, chegando perto do rival.

[GRÁFICO 18]

EVOLUÇÃO DA PROPORÇÃO DE BRASILEIROS QUE JÁ RESERVARAM HOSPEDAGEM ATRAVÉS APP

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

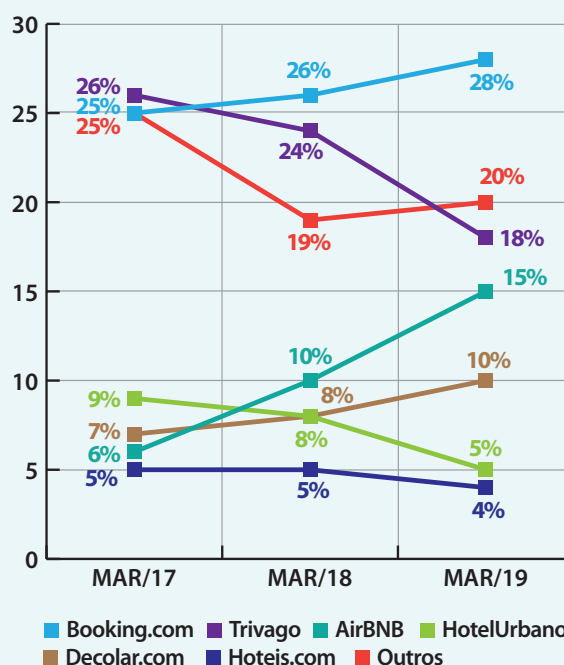


Base: 2.115 internautas com smartphone

[GRÁFICO 19]

EVOLUÇÃO DO RANKING DOS APPS DE HOSPEDAGEM

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



Base: 483 internautas com smartphone que declaram já ter reservado hospedagem através de app



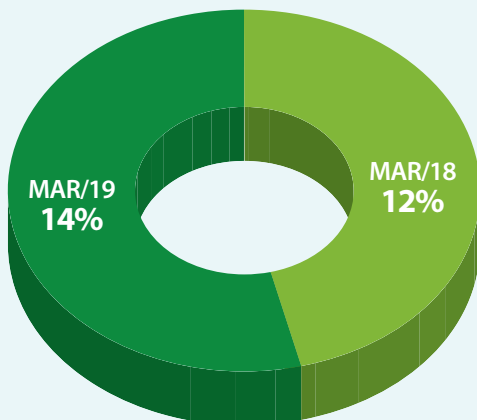
Beleza é no WhatsApp

Os profissionais de serviços de estética, como manicures, pedicures, cabeleireiros e maquiadores, continuam utilizando principalmente o WhatsApp como canal de agendamento para seus clientes. 52% dos brasileiros que reservam tais serviços via smartphone apontam o app de mensagens como aquele que mais usam para essa finalidade. E em segundo lugar aparece outro mensageiro, o Facebook Messenger, mas com apenas 6%. A contratação de serviços de beleza através de aplicativo no smartphone é mais comum entre mulheres (20%) do que entre homens (8%). Na média, 14% dos internautas brasileiros com smartphone já solicitaram esse serviço através de um app.

[GRÁFICO 20]

EVOLUÇÃO DA PROPORÇÃO DE BRASILEIROS QUE JÁ SOLICITARAM 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?

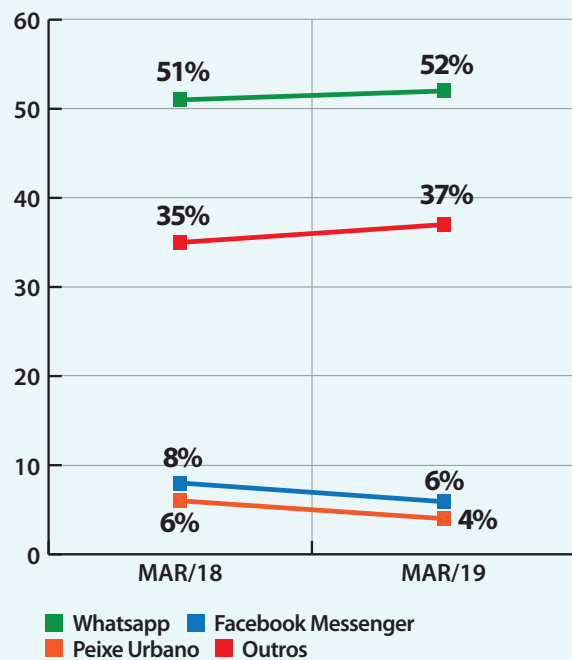


Base: 2.115 internautas com smartphone

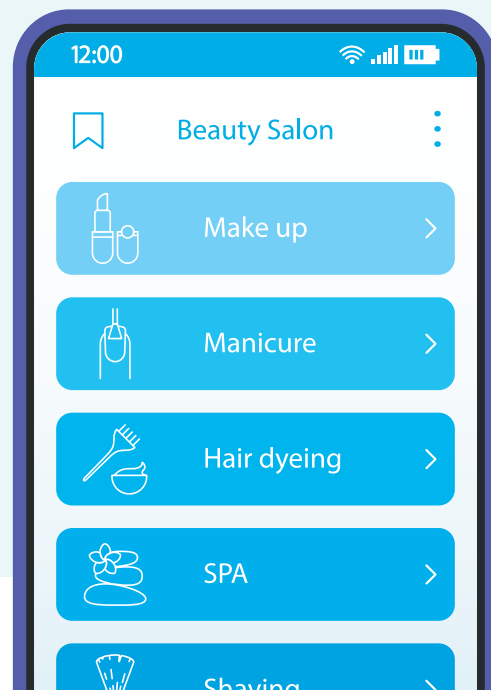
[GRÁFICO 21]

EVOLUÇÃO DO RANKING DE APPS DE SERVIÇOS DE BELEZA

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



Base: 304 internautas com smartphone que declaram já ter contratado um serviço de beleza através de app



ABRIL, 2019



PESQUISA PANORAMA
Mobile Time/Opinion Box

ESTA PESQUISA É UM OFERECIMENTO DE



**COMÉRCIO
MÓVEL NO BRASIL**

Conclusões

O smartphone é cada vez mais um shopping center na palma da mão, um verdadeiro centro de vendas em miniatura. E está cada vez mais plural, mais diversificado. A primeira edição desta pesquisa, cinco anos atrás, tinha como objetivo medir os então nascentes segmentos de apps de táxi e de delivery de comida. De lá para cá, vários outros serviços O2O foram conquistando o consumidor brasileiro, sendo acrescentados, aos poucos, nesta pesquisa, como o segmento de serviços de estética. Agora foi a vez das bicicletas e dos patinetes, e outros mais virão.



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



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.

www.opinionbox.com

Conheça os eventos organizados por Mobile Time



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

www.telavivamovel.com.br



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

www.botsexperience.com.br



SEMINÁRIO DEDICADO AO UNIVERSO DE COMÉRCIO MÓVEL E DE PAGAMENTOS MÓVEIS, REUNINDO VAREJISTAS, BANCOS, ADQUIRENTES, FABRICANTES DE SMARTPHONES E OPERADORAS CELULARES.

www.mobishop.com.br



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



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!



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.

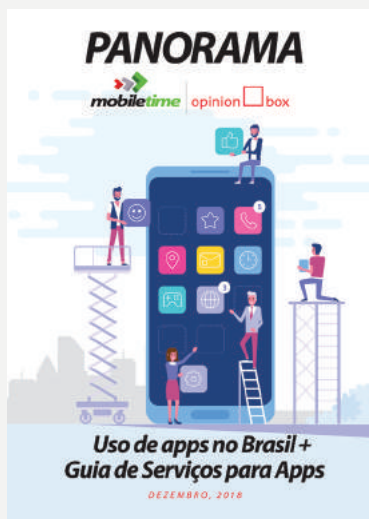
www.operadorasalternativas.com.br



Mais informações:

mobiletime@mobiletime.com.br

Conheça as outras pesquisas Panorama Mobile Time/Opinion Box



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



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 semestral que monitora quais os aplicativos mais usados pelos brasileiros



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 sobre uso de senhas e biometria digital através de smartphones

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