

# PANORAMA

  
**mobiletime**

opinion  box



## *Mensageria no Brasil*

AGOSTO | 2017

OFERECIMENTO

**infobip**

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

## ***Mensageria no Brasil***

AGOSTO | 2017

ESTA PESQUISA É UM OFERECIMENTO DE

***infobip***

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

AGOSTO, 2017

**PESQUISA PANORAMA**  
Mobile Time/Opinion Box

ESTA PESQUISA É UM OFERECIMENTO DE

**infobip**

**MENSAGERIA  
NO BRASIL**

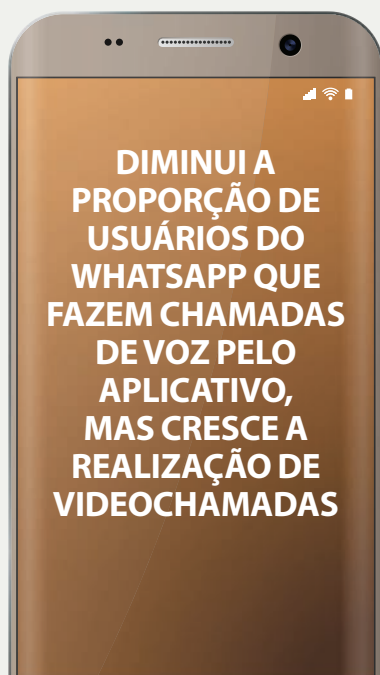


## SOBRE ESTA PESQUISA

**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 1.868 brasileiros que acessam a Internet e possuem telefone celular, respeitando as proporções de gênero, idade, renda mensal e distribuição geográfica desse grupo. As entrevistas foram feitas on-line ao longo de julho de 2017. Esta pesquisa tem validade estatística, com margem de erro de 2,2 pontos percentuais e grau de confiança de 95%.

## AS PRINCIPAIS DESCOBERTAS DESTA EDIÇÃO:



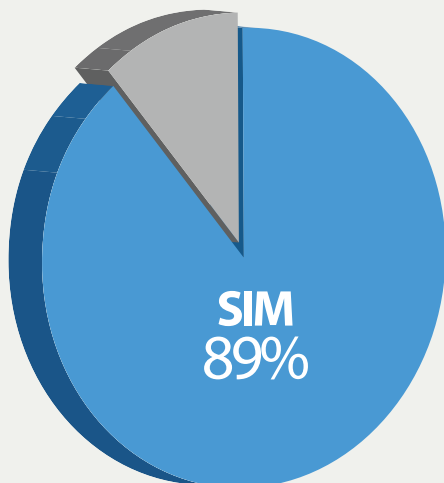
As análises contidas neste relatório são de autoria de **Fernando Paiva**, editor do Mobile Time, jornalista com 17 anos de experiência na cobertura do setor de telecomunicações. Paiva é especializado no mercado de conteúdo móvel e é o organizador de três eventos que são referência nesse setor: **Tela Viva Móvel**, **Forum Mobile** e **Bots Experience Day**.



**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 2017*.



## Panorama Geral



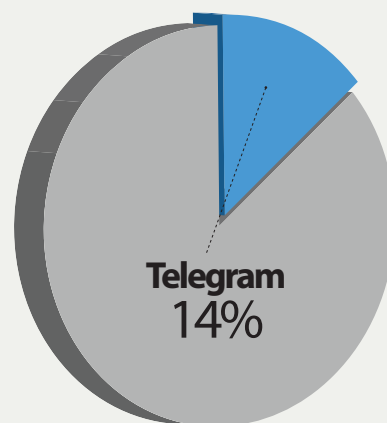
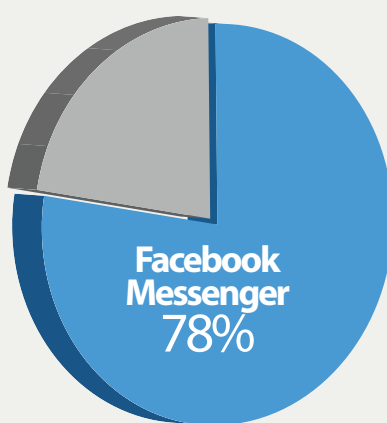
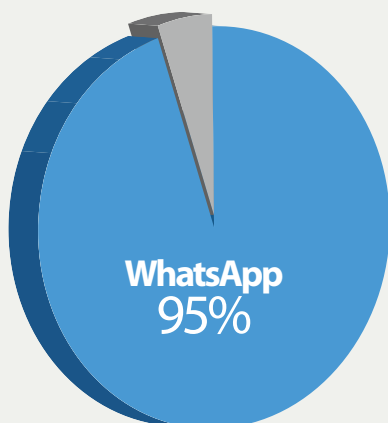
**GRÁFICO 1 - PROPORÇÃO DE INTERNAUTAS BRASILEIROS QUE POSSUEM SMARTPHONE**

**Pergunta:** Considerando a definição de smartphone como um celular que possui tela sensível ao toque e que permite ao usuário instalar e desinstalar aplicativos livremente: você possui um smartphone?

**Base:** 1.868 internautas

**GRÁFICO 2 - A POPULARIDADE DOS PRINCIPAIS MENSAGEIROS**  
(% da base de smartphones que tem cada app instalado)

**Base:** 1.655 internautas que possuem smartphone

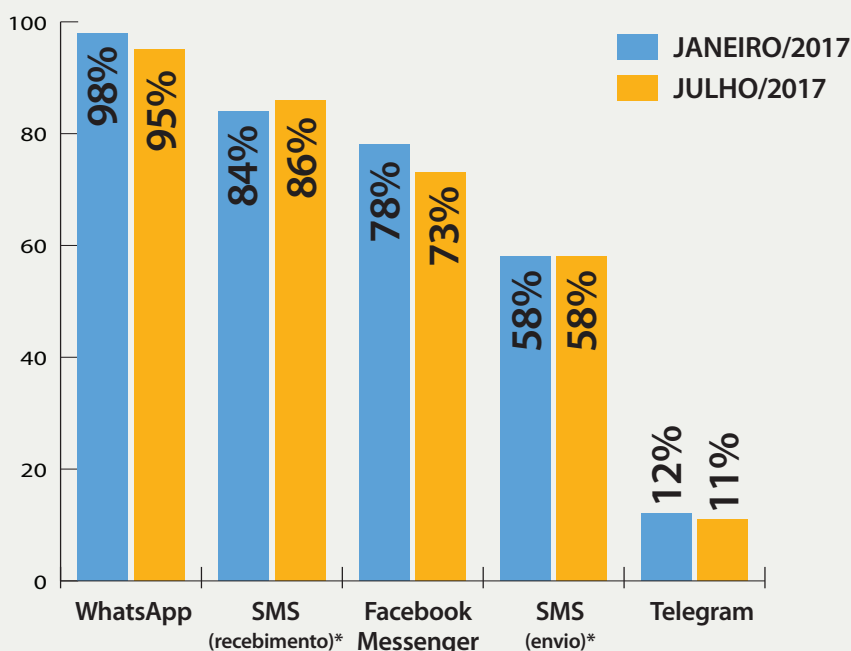




**GRÁFICO 3 - EVOLUÇÃO DA POPULARIDADE DE SERVIÇOS DE MENSAGERIA MÓVEL NO BRASIL**

(% de MAUs sobre base de usuários de smartphones)

Base: 1.655 internautas com smartphone



\*Em SMS optou-se por dividir o serviço em dois, mostrando separadamente os percentuais de quem declara receber e quem declara enviar pelo menos uma mensagem por mês. Essa decisão se deve ao desequilíbrio entre recebimento e envio de SMS, como exposto pelos números.

**TABELA 1 - A FREQUÊNCIA DE USO DE CADA MENSAGEIRO**

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

**Bases:** 1.574 internautas que têm o WhatsApp instalado; 1.293 internautas que têm o Facebook Messenger instalado; e 230 internautas que têm o Telegram instalado

	Todo dia	Quase todo dia	Algumas vezes por semana	Algumas vezes por mês	Quase nunca	Nunca
<b>WhatsApp</b>	92%	5%	2%	1%	0%	0%
<b>Facebook Messenger</b>	44%	21%	21%	7%	6%	1%
<b>Telegram</b>	32%	19%	19%	7%	19%	4%

AGOSTO, 2017

PESQUISA PANORAMA  
Mobile Time/Opinion Box

ESTA PESQUISA É UM OFERECIMENTO DE

infobip

MENSAGERIA  
NO BRASIL



## 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 - Pode marcar mais de uma

**Bases:** 1.567 MAUs de WhatsApp; 1.211 MAUs de Facebook Messenger; e 177 MAUs de Telegram. ND = Não disponível

	WhatsApp	Facebook Messenger	Telegram
Troca de mensagens de texto	98%	95%	86%
Troca de imagens	85%	59%	55%
Troca de mensagens de áudio	76%	22%	35%
Troca de vídeos	74%	33%	38%
Chamadas de voz	56%	16%	22%
Desenhos (emojis)	55%	34%	28%
Videochamadas	47%	14%	N.D.
Publicações efêmeras	25%	7%	N.D.
Troca de mensagens de vídeo gravadas dentro do app	N.D.	N.D.	17%





## Operadoras contra-atacam e WhatsApp perde espaço em voz

Menos gente está usando o WhatsApp para chamadas de voz no Brasil de seis meses para cá. Essa foi uma das constatações que mais chamaram a atenção nesta edição da pesquisa, quando comparados os dados da edição anterior. Entre janeiro e julho deste ano, caiu de 65% para 56% a proporção de usuários ativos mensais (MAUs, na sigla em inglês) do WhatsApp que declaram utilizar a funcionalidade de chamada de voz dentro do aplicativo.

A redução pode estar relacionada ao contra-ataque realizado pelas operadoras móveis nos últimos tempos. Primeiro veio a oferta no segmento pré-pago de planos com tarifa única para chamadas para quaisquer operadoras (conhecido como "all-net"), o que simplifica a precificação do serviço. Tal estratégia foi adotada por Oi, TIM e Claro há quase dois anos e vem ganhando cada vez mais força. Depois, e talvez esta sim a iniciativa mais impactante contra o WhatsApp, as teles começaram a oferecer voz ilimitada dentro de planos pós-pagos. O movimento parte das mesmas três teles citadas, além de Nextel e Porto Seguro Conecta, e começou justamente no período entre as duas edições da pesquisa. Quando foi realizada esta pesquisa, em julho, seu impacto, contudo, se limitava ao universo pós-pago, que representa aproximadamente um terço da base de usuários móveis do Brasil.

Em agosto, ou seja, depois da realização das entrevistas desta pesquisa, a TIM expandiu a oferta de voz ilimitada para um dos seus planos controle e a Claro fez o mesmo para o pré-pago.



Se o movimento for seguido pelas demais operadoras e o WhatsApp tiver nova queda no uso de chamadas de voz na próxima edição da pesquisa, a relação de causa e efeito ficará mais evidente.

Outra iniciativa das operadoras que pode afetar o uso de ligações pelo WhatsApp no futuro é a oferta de voz sobre a rede 4G, serviço conhecido pelo termo técnico de VoLTE, na sigla em inglês.

Trata-se ainda de algo incipiente, lançado por enquanto apenas por TIM e Vivo em poucas cidades e sem interoperabilidade, mas que tende a se popularizar gradativamente. O VoLTE garante chamadas com alta qualidade de áudio e completadas quase que instantaneamente, o que proporciona uma experiência muito melhor que aquela das chamadas de voz sobre redes 2G ou 3G. O problema é que no momento somente os modelos mais caros de smartphones são compatíveis com essa tecnologia e as chamadas VoLTE funcionam apenas entre assinantes da mesma operadora.

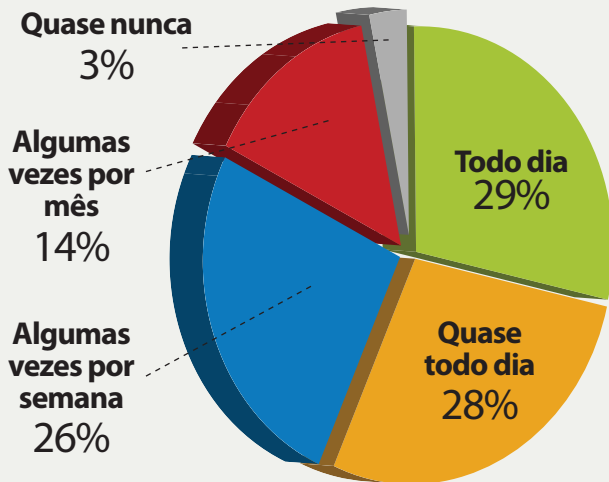
Por outro lado, quem continua usando chamadas de voz dentro do WhatsApp está ainda mais satisfeito. 61% deles dão nota 4 ou 5 para a qualidade do serviço, em uma escala de 1 a 5, onde 1 é péssimo e 5, excelente (gráfico 5). Seis meses atrás eram 56%. E quem liga pelo WhatsApp o faz recorrentemente: 57% dos que utilizam a funcionalidade o fazem todo dia ou quase todo dia (gráfico 4). E 52% afirmam que fazem mais ligações pelo WhatsApp que pelo plano de minutos da sua operadora – seis meses atrás eram 48% (gráfico 6).

No Facebook Messenger, a realização de



**GRÁFICO 4 - FREQUÊNCIA DE USO DE CHAMADAS DE VOZ PELO WHATSAPP**

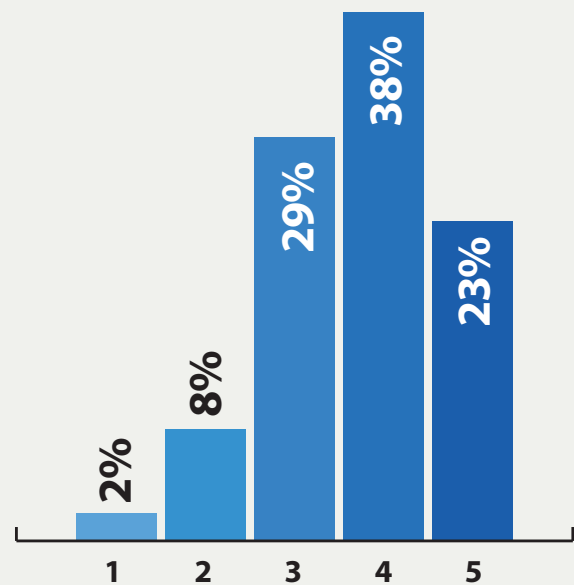
*Base: 869 MAUs do WhatsApp que usam chamadas de voz pelo aplicativo*



**GRÁFICO 5 - PERCEPÇÃO DE QUALIDADE DA CHAMADA DE VOZ PELO WHATSAPP**

**Pergunta:** Em uma escala de 1 a 5, onde 1 é péssimo e 5 é excelente, que nota você daria para a qualidade da chamada telefônica dentro do WhatsApp?

*Base: 869 MAUs do WhatsApp que usam chamadas de voz pelo aplicativo*



chamadas de voz é muito mais rara: apenas 16% dos MAUs do app utilizam essa funcionalidade. Proporcionalmente, o Telegram está à frente do rival nesse aspecto: o serviço de chamada de voz dentro do app, lançado em março, é utilizado por 22% dos seus MAUs.

Em contrapartida, o WhatsApp viu crescer a proporção de usuários que realizam videochamadas, que passou de 39% para 47%. No Facebook Messenger o percentual é baixo: 14%. O Telegram não oferece videochamadas, mas tem uma recém-lançada funcionalidade de gravação de mensagem de vídeo, disponível desde maio, que é utilizada por 17% dos seus MAUs no Brasil.





### GRÁFICO 6 - WHATSAPP X PLANO DE MINUTOS DA OPERADORA

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

**Base:** 869 MAUs do WhatsApp que usam chamadas de voz pelo aplicativo

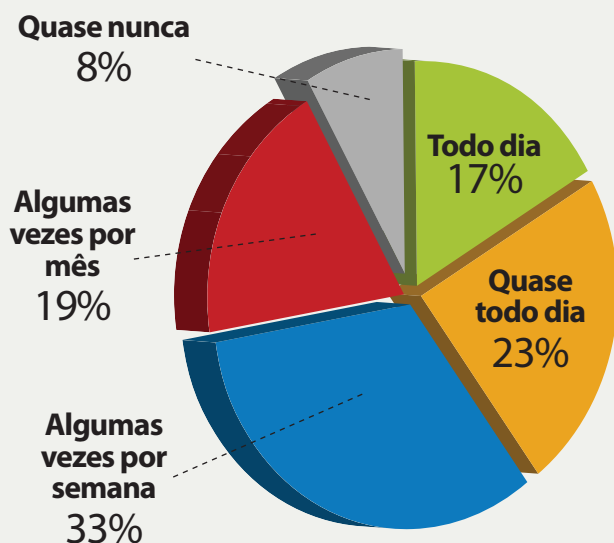


Apesar do revés em voz, o WhatsApp continua reinando absoluto como o principal app de comunicação instantânea do Brasil. Está instalado em 95% dos smartphones de internautas brasileiros, bem à frente do Facebook Messenger (78%) e do Telegram (14%). Além disso, entre aqueles que têm o WhatsApp instalado, 97% o utilizam todo dia ou quase todo dia. Facebook e Telegram apresentam percentuais menores nesse aspecto: 65% e 51%, respectivamente.

Mais uma vez, a pesquisa confirmou que os usuários do WhatsApp passam mais tempo do seu dia com o app do que com meios tradicionais de comunicação offline, tais como TV, rádio, jornais e revistas. É o que afirmam 67% dos MAUs do WhatsApp. Ou seja, há um enorme potencial a ser eventualmente explorado com publicidade dentro do mensageiro no futuro, mas é preciso tomar cuidado para não prejudicar a experiência do usuário. Talvez seja exatamente esse temor que esteja atrasando a abertura do app para bots e/ou para publicidade. Por enquanto, o WhatsApp segue sem fonte direta de monetização. Sua sorte é ser controlado por uma das empresas mais lucrativas da Internet mundial, o Facebook.

### GRÁFICO 7 - FREQUÊNCIA DE USO DE VIDEOCHAMADAS PELO WHATSAPP

**Base:** 740 MAUs do WhatsApp que usam chamadas de voz pelo aplicativo





## Publicações efêmeras não deslançaram ainda

De um ano para cá, quase todos os aplicativos de comunicação instantânea e redes sociais resolveram copiar o Snapchat e oferecer uma funcionalidade de publicações efêmeras, que ficam visíveis para os contatos por 24 horas. Funcionam meio como um diário visual cujas páginas desaparecem com o passar do tempo. O nome varia em cada app: no WhatsApp se chama "Status"; no Facebook Messenger é "Meu Dia"; no Instagram, são as "Histórias". No Telegram, ainda não está disponível.

Pela primeira vez, esta pesquisa mediu o uso dessa funcionalidade. Foi constatado que sua popularidade ainda é baixa. No WhatsApp, somente 25% utilizam tal ferramenta. No Facebook Messenger, apenas

7%. Por ser algo novo, talvez ainda leve um tempo para se popularizar, o que poderá ser acompanhado nas próximas edições da pesquisa. Não foi medida a popularidade no Instagram, mas provavelmente deve ser mais alta, haja vista a natureza visual dessa rede social.

Cabe destacar que o WhatsApp divulgou oficialmente em meados de agosto que sua ferramenta de publicações efêmeras, a "status", possui 250 milhões de usuários no mundo. Isso representa 19% da sua base global de 1,3 bilhão de MAUs. Portanto, a utilização no Brasil (25%) está acima da média, o que é natural, já que o País é um dos mercados de maior popularidade do WhatsApp no mundo.





## O salto do Instagram

O Instagram não nasceu como um aplicativo de comunicação instantânea, mas como uma espécie de rede social de fotografias dentro do smartphone. Mais recentemente ganhou a funcionalidade de troca de mensagens privadas. Faz parte de uma tendência mundial de convergência entre apps de mensageria e apps de redes sociais. Há uma crescente interseção de funcionalidades, tornando mais difícil enxergar a fronteira entre as duas categorias.

Por não ser originalmente um app de mensageria, o Instagram nunca esteve no foco desta pesquisa, tampouco apps de chamadas de voz sobre IP, como Skype e Viber. Mas como todos estes possuem a funcionalidade de troca de mensagens, eles acabam sendo citados quando se faz a seguinte pergunta para o entrevistado: "Se você tem outros aplicativos de mensagens instantâneas sem ser WhatsApp, Facebook Messenger e Telegram, escreva os nomes deles (liste até três aplicativos)". 62% dos entrevistados com smartphone afirmam não ter nenhum outro app de mensagens instantâneas fora os três citados, o que revela de fato uma concentração do mercado. Porém, notou-se em seis meses um crescimento significativo do Instagram. Em janeiro passado, ele havia sido citado como um app de troca de mensagens por 8% dos internautas brasileiros que têm smartphone. Agora praticamente dobrou sua penetração, chegando a 15%.

Como a pergunta se referia especificamente a apps de mensagens, e nem todo mundo enxerga o Instagram como tal, sua popularidade no Brasil com certeza é maior que 15% da base de internautas

com smartphones. Não há dúvidas de que essa rede social está em rápida expansão de sua base no País, o que gera como reflexo um aumento de sua citação até dentro de uma pesquisa sobre apps de mensageria. O crescimento do Instagram está relacionado a diversos fatores, dentre os quais a associação com o Facebook (que pertence ao mesmo grupo) e as sugestões de amigos para serem seguidos, assim como a adição de novas funcionalidades, como as publicações efêmeras, que, ao contrário de WhatsApp e Facebook Messenger, parecem estar dando mais certo no Instagram.

### TABELA 3 - RANKING DE OUTROS APPS USADOS PARA MENSAGENS INSTANTÂNEAS NO BRASIL

**Pergunta:** Se você tem outros aplicativos de mensagens instantâneas sem ser WhatsApp, Facebook Messenger e Telegram, escreva os nomes deles (liste até três aplicativos)

**Base:** 1.655 internautas brasileiros com smartphone

App	% sobre a base de internautas com smartphone
Instagram	15%
Snapchat	4%
Skype	4%
Twitter	4%
Viber	3%
Hangouts	3%
Allo	1%
Imo	2%



## Bots

No WhatsApp, 75% dos MAUs declaram que gostariam de se comunicar com marcas e empresas através do app. No Telegram, são 73%. No Facebook Messenger, 63%. O percentual menor do Facebook Messenger chama a atenção porque é justamente aquele dentre os três serviços pesquisados que mais tem se esforçado em estimular a comunicação entre marcas e consumidores dentro da sua plataforma, incluindo a disponibilização de uma API para a criação de chatbots. O WhatsApp ainda não está aberto para robôs. E o Telegram, embora permita, ainda não foi muito povoado com bots nacionais – a pequena base de usuários desestimula o investimento das marcas.

Esta pesquisa deixa um ponto bem claro: o objetivo principal do brasileiro em conversar com marcas dentro dos apps de mensagens é tirar dúvidas/receber suporte técnico. Essa finalidade é a mais citada por aqueles que querem conversar com marcas nos três apps: WhatsApp (76%), Facebook Messenger (73%) e Telegram (66%). Compra de produtos/serviços e recebimento de promoções e anúncios foram finalidades citadas por entre 60% e 65% dos MAUs dos três apps que declaram querer se comunicar com marcas dentro deles.





## SMS

Não foi verificada nenhuma alteração significativa no uso do SMS no Brasil nos últimos meses. O serviço de mensagem de texto através da rede das operadoras celulares continua sendo usado predominantemente para o recebimento de mensagens do que para o envio das mesmas. 28% dos internautas brasileiros declaram que costumam enviar SMS todo dia ou quase todo dia. E 55% costumam receber SMS todo dia ou quase todo dia. Os percentuais sobem para 66% (envio) e 83% (recebimento), quando considerado o uso mensal.

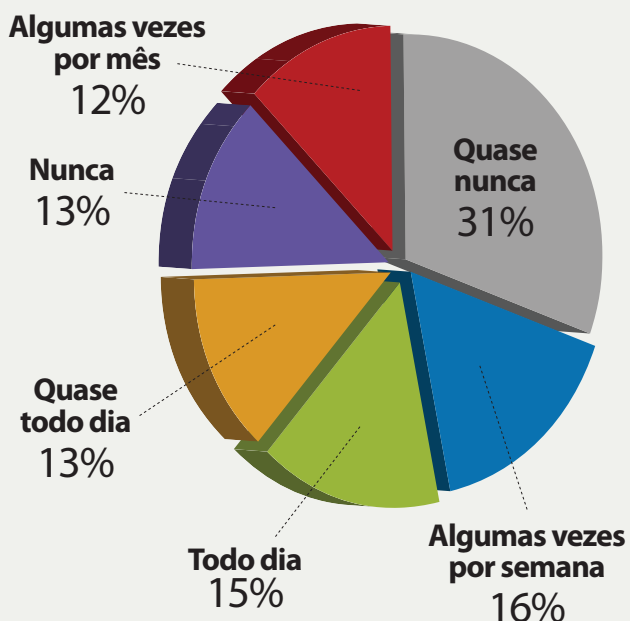
58% dos internautas brasileiros declaram que recebem mais SMS de empresas do que de pessoas. E 17% dizem que recebem em igual quantidade. Além disso, 21% assinam algum serviço de recebimento automático de conteúdo por SMS, pago ou gratuito. O mais comum são alertas financeiros de bancos ou cartões de crédito (68%), seguido por notícias (36%) e bem-estar/saúde (20%). O SMS é um canal universal para empresas se comunicarem com consumidores, pois funciona em qualquer celular, independentemente da marca, do sistema



**GRÁFICO 8 - 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)?

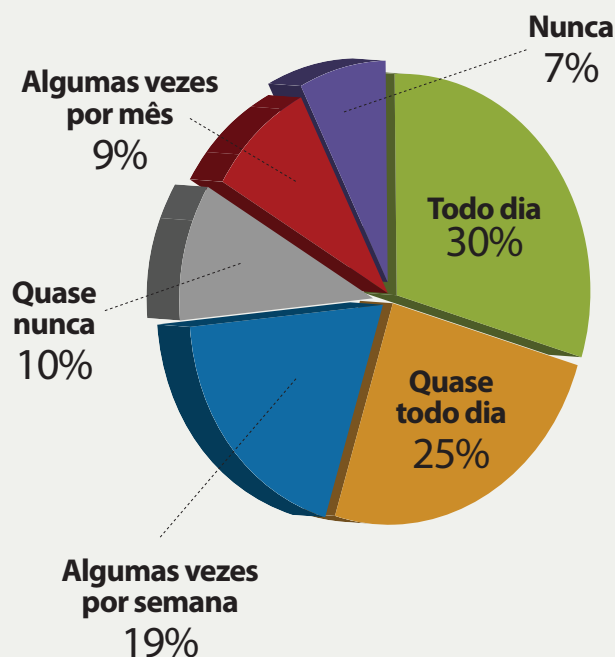
Base: 1.868 internautas



**GRÁFICO 9 - 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: 1.868 internautas

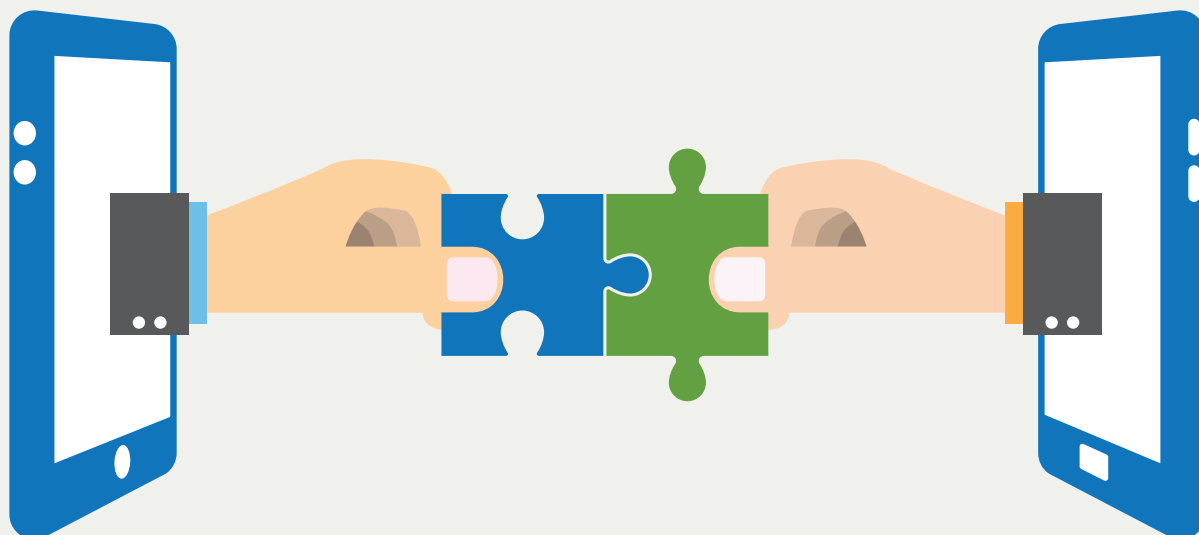


operacional ou da presença de qualquer aplicativo.

A comunicação direta entre usuários, por sua vez, é menos comum neste canal, pois as pessoas estão preferindo os apps over the top (OTT) para essa finalidade, como WhatsApp, Facebook Messenger e Telegram.

Analisando-se mais detalhadamente o perfil dos usuários que enviam mensagens de texto todo dia ou quase todo dia, percebe-se, surpreendentemente, que a proporção é maior entre aqueles com smartphone (29%) do que entre aqueles com celulares básicos (19%). O uso diário do SMS cresce conforme

a idade. 26% dos internautas até 25 anos enviam SMS todo dia ou quase todo dia. O percentual sobe gradativamente: 27% entre 26 e 35 anos; 28%, de 36 a 55 anos; e 31%, 56 anos ou mais. O envio diário de SMS é mais comum no Norte (31%) e no Nordeste (30%), do que no Sul (25%), Sudeste (28%) e Centro-Oeste (24%).



## Conclusões

A relação entre operadoras móveis e WhatsApp é complexa. Inicialmente, o app era visto simplesmente como um inimigo, porque tirava a receita do SMS. Porém, logo se percebeu que seria impossível lutar contra a inexorável migração dos consumidores para os apps de mensageria instantânea, cujo layout e usabilidade são muito mais atraentes que o SMS. Algumas teles optaram por seguir o conselho popular: “Se não pode vencê-los, junte-se a eles”. Logo, o tráfego gratuito pelo WhatsApp virou parte de alguns planos de operadoras diversas no Brasil, mas com um detalhe importante: não vale para chamadas de voz no app. Afinal, a receita de voz continua sendo relevante para as teles. Embora saibam que a tendência natural

é que seu faturamento migre de voz para dados, elas resistem em abrir mão da receita com minutos (ainda que vendidos de forma ilimitada), cuja margem de lucro é alta, pois o investimento nas redes já se pagou.

De todo modo, mais cedo ou mais tarde, o tráfego nas redes móveis será todo de dados, incluindo as chamadas de voz, com a chegada do VoLTE. Não fará mais sentido cobrar por minutos – e a oferta de planos com voz ilimitada é o primeiro passo nessa direção. Nesse cenário, a briga das teles com WhatsApp será menos pela receita em si (já que esta virá de qualquer maneira com planos de banda larga móvel) e mais pelo relacionamento/contato com o cliente.

AGOSTO, 2017

PESQUISA PANORAMA  
Mobile Time/Opinion Box

ESTA PESQUISA É UM OFERECIMENTO DE

**infobip**

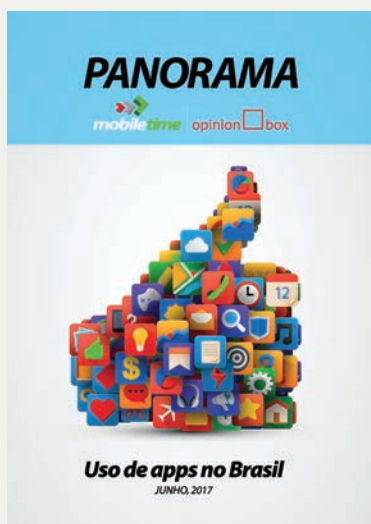
MENSAGERIA  
NO BRASIL



  
**mobiletime**

opinion  box

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



### USO DE APPS NO BRASIL

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



### COMÉRCIO MÓVEL NO BRASIL

Pesquisa semestral que monitora quais os aplicativos mais usados pelos brasileiros



### ROUBO DE CELULARES NO BRASIL

Pesquisa sobre o percentual de celulares roubados no Brasil, perfil demográfico das vítimas, bloqueio de IMEI etc.

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



AGOSTO, 2017

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

ESTA PESQUISA É UM OFERECIMENTO DE

**infobip**

**MENSAGERIA  
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**



**10ª  
EDIÇÃO**

**mobile+**  
MOBILIDADE + NEGÓCIOS

CONGRESSO E PALESTRAS QUE DEBATEM E APRESENTAM AS TENDÊNCIAS MAIS RELEVANTES DO USO DE SOLUÇÕES MÓVEIS PARA O MERCADO CORPORATIVO.

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

**3ª  
EDIÇÃO**

**BOTS**  
EXPERIENCE DAY

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

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

**tela viva**  
**móvel 2017**  
by mobiletime >>>

**16ª  
EDIÇÃO**

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

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

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