

# PANORAMA

  
**mobiletime**

opinion  box



OFERECIMENTO



# MENSAGERIA NO BRASIL

AGOSTO  
2020



# RCS: A NOVA ERA DA COMUNICAÇÃO MOBILE



Como utilizar o RCS para gerar uma melhor experiência para o seu cliente:



## NOTIFICAÇÕES

- Rastreamento e/ou confirmação de compra
- Envio de notificações e atualizações
- Lembrete de vencimento de fatura ou contrato



## ENGAJAMENTO

- Ofertas de produtos e/ou serviços
- Envio de voucher de desconto
- Avaliações de produtos e/ou serviços



## SUPORTE AO CLIENTE

- Atendimento ao cliente em tempo real ou via interação
- Chatbots via RCS, automação de conversas a qualquer hora e em qualquer lugar.



## SEGURANÇA

- Solicitação única de PINs para autenticação de usuários
- Processo para redefinição de senha
- Notificação de atividade suspeita em conta

PARA SABER MAIS SOBRE O RCS, VISITE NOSSO SITE  
OU PARA COMEÇAR A UTILIZAR O RCS, FALE CONOSCO.

[VISITE NOSSO SITE](#)

[FALE CONOSCO](#)



## SOBRE ESTA PESQUISA

**Panorama Mobile Time/Opinion Box - Mensageria no Brasil** é uma pesquisa independente produzida por uma parceria entre o site de notícias Mobile Time e a empresa de soluções de pesquisas Opinion Box.

Nesta edição foram entrevistados 2.046 brasileiros com mais de 16 anos de idade que acessam a Internet e possuem celular, respeitando as proporções de gênero, idade, renda mensal e distribuição geográfica desse grupo. As entrevistas foram feitas on-line entre 7 e 28 de julho de 2020. Esta pesquisa tem validade estatística, com margem de erro de 2,2 pontos percentuais e grau de confiança de 95%.

### AS PRINCIPAIS DESCOBERTAS NESTA EDIÇÃO:

**EM SEIS MESES, SUBIU DE 67% PARA 76%**

A PROPORÇÃO DE MAUS DO WHATSAPP QUE TROCAM VÍDEOS PELO APP.

**NO MESMO INTERVALO, PASSOU DE 55% PARA 63%**

A PROPORÇÃO QUE REALIZA VIDEOCHAMADAS PELO APP



**33%** DOS USUÁRIOS DE WHATSAPP ADMITEM JÁ TER COMPARTILHADO NOTÍCIAS PELO APP SEM VERIFICAR SE ERAM VERDADEIRAS

**70%** DOS MAUS DE WHATSAPP REALIZAM CHAMADAS DE VOZ PELO APLICATIVO

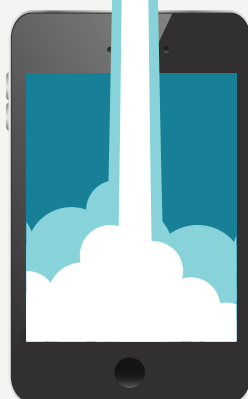
**76%**

DOS USUÁRIOS DE WHATSAPP CONCORDAM QUE O APLICATIVO DEVERIA ENCAMINHAR PARA A JUSTIÇA OS DADOS DE QUEM COMPARTILHA FAKE NEWS

TELEGRAM CONTINUA CRESCENDO E ESTÁ PRESENTE AGORA EM

**35%**

DOS SMARTPHONES NACIONAIS, AUMENTO DE **16 PONTOS PERCENTUAIS** EM UM ANO



INSTAGRAM ULTRAPASSA MESSENGER E AGORA ESTÁ INSTALADO EM **81% DOS SMARTPHONES NACIONAIS**

SUBIU DE **45% PARA 57%** A PROPORÇÃO DE BRASILEIROS QUE AFIRMAM NUNCA OU QUASE NUNCA ENVIARAM SMS



As análises contidas neste relatório são de autoria de Fernando Paiva, editor do **Mobile Time** e jornalista com 20 anos de experiência na cobertura do mercado de conteúdo e serviços móveis. Paiva é também o organizador dos eventos **Tela Viva Móvel**, **Super Bots Experience**, **Fórum de Operadoras Inovadoras**, **Mobishop** e **Mobi-ID**.



### AVISO LEGAL

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 2020*).



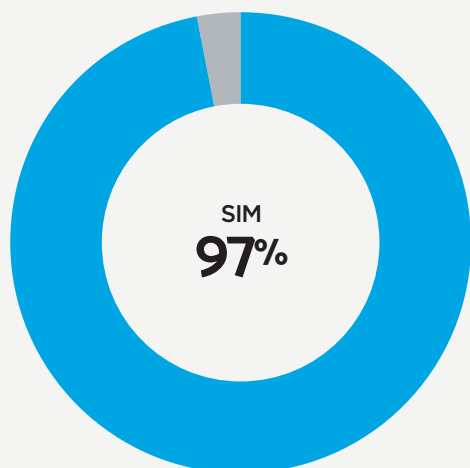
## Panorama geral

[GRÁFICO 1]

### PROPORÇÃO DE INTERNAUTAS COM SMARTPHONE

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

**Base:** 2.046 internautas que possuem celular

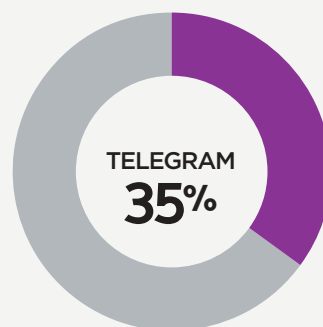
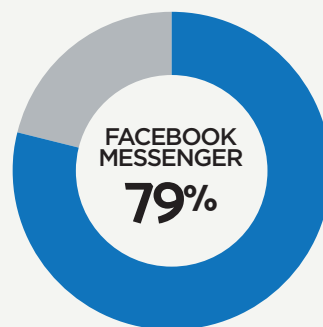
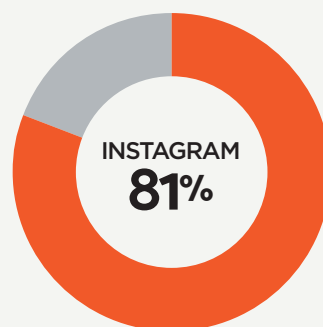
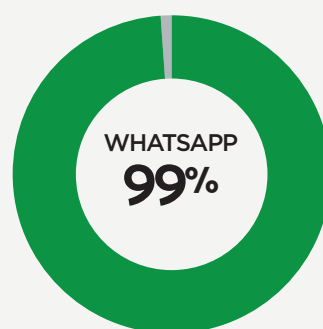


[GRÁFICO 2]

### A POPULARIDADE DOS PRINCIPAIS MENSAGEIROS

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

**Base:** 1.983 internautas que possuem smartphone

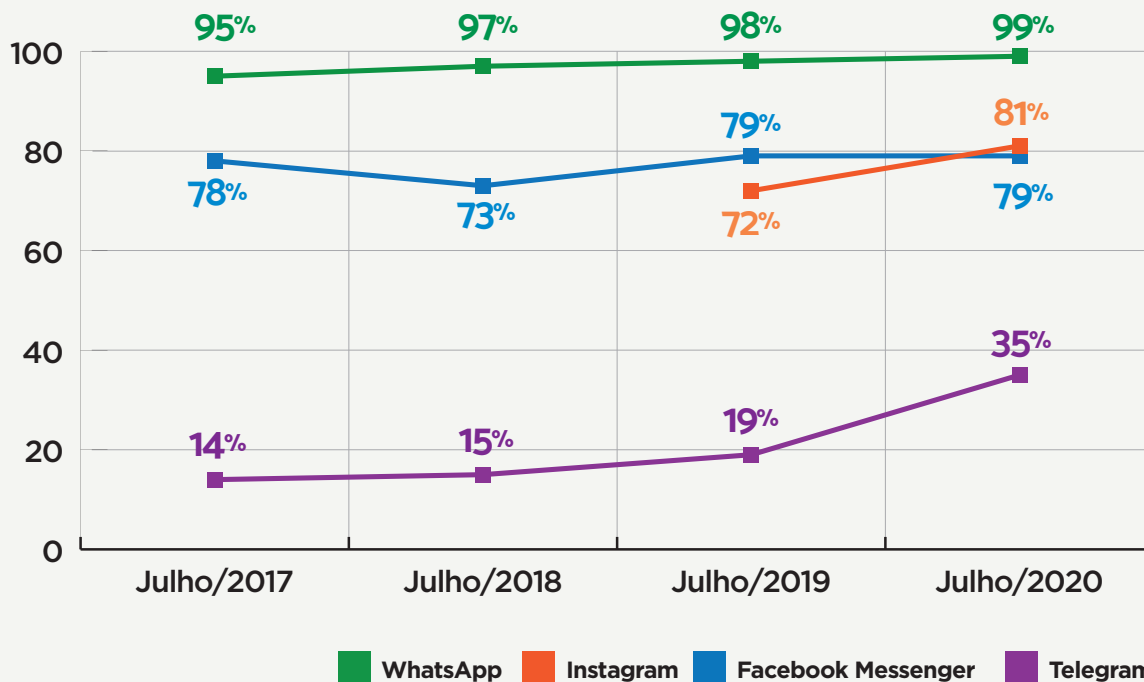




[GRÁFICO 3]

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

Bases: Julho/2017 - 1.655; Julho/2018 - 1.781; Julho/2019 - 1.915 e Julho/2020 - 1.983 internautas que possuem smartphone



[TABELA 1]

**A FREQUÊNCIA DE USO DE CADA MENSAGEIRO**

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

Bases: 1.969 internautas que têm o WhatsApp instalado; 1.557 internautas que têm o Facebook Messenger instalado; 1.600 internautas que têm o Instagram instalado; e 701 internautas que têm o Telegram instalado.

	Todo dia	Quase todo dia	Algumas vezes por semana	Algumas vezes por mês	Quase nunca	Nunca
WhatsApp	95%	4%	1%	0%	0%	0%
Instagram*	66%	17%	10%	3%	3%	1%
Facebook Messenger	39%	20%	19%	9%	12%	1%
Telegram	30%	22%	22%	10%	14%	2%



[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:** 1.964 MAUs de WhatsApp; 1.350 MAUs de Facebook Messenger; e 590 MAUs de Telegram

	WhatsApp	Facebook Messenger	Telegram
Troca de mensagens de texto	96%	78%	73%
Troca de imagens	83%	43%	48%
Troca de mensagens de áudio	82%	29%	42%
Troca de vídeos	76%	27%	36%
Chamadas de voz	70%	15%	22%
Desenhos (emojis)	66%	31%	29%
Videochamadas	63%	14%	N.D.
Stories	45%	41%	N.D.
Envio de mensagens em canais	N.D.	N.D.	49%

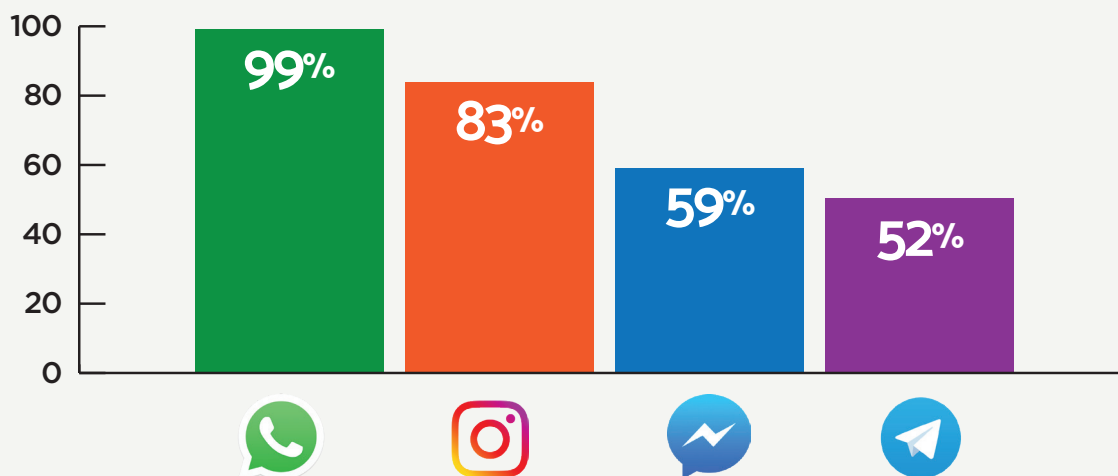
[GRÁFICO 4]

### GRAU DE FIDELIDADE

(% DOS USUÁRIOS QUE ACESSAM O APP TODO DIA OU QUASE TODO DIA)

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

**Bases:** 1.969 internautas que têm o WhatsApp instalado; 1.557 internautas que têm o Facebook Messenger instalado; 1.600 internautas que têm o Instagram instalado; e 701 internautas que têm o Telegram instalado





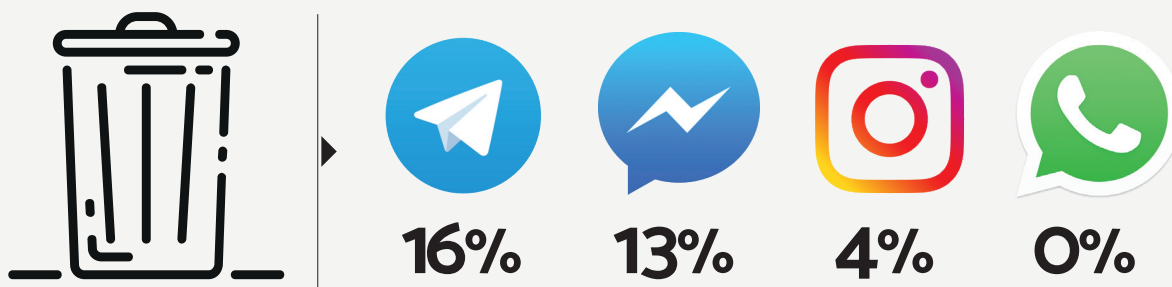
**[GRÁFICO 5]**

**RISCO DE DESINSTALAÇÃO**

(% DOS USUÁRIOS QUE ACESSAM O APP NUNCA OU QUASE NUNCA)

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

**Bases:** 1.969 internautas que têm o WhatsApp instalado; 1.557 internautas que têm o Facebook Messenger instalado; 1.600 internautas que têm o Instagram instalado; e 701 internautas que têm o Telegram instalado

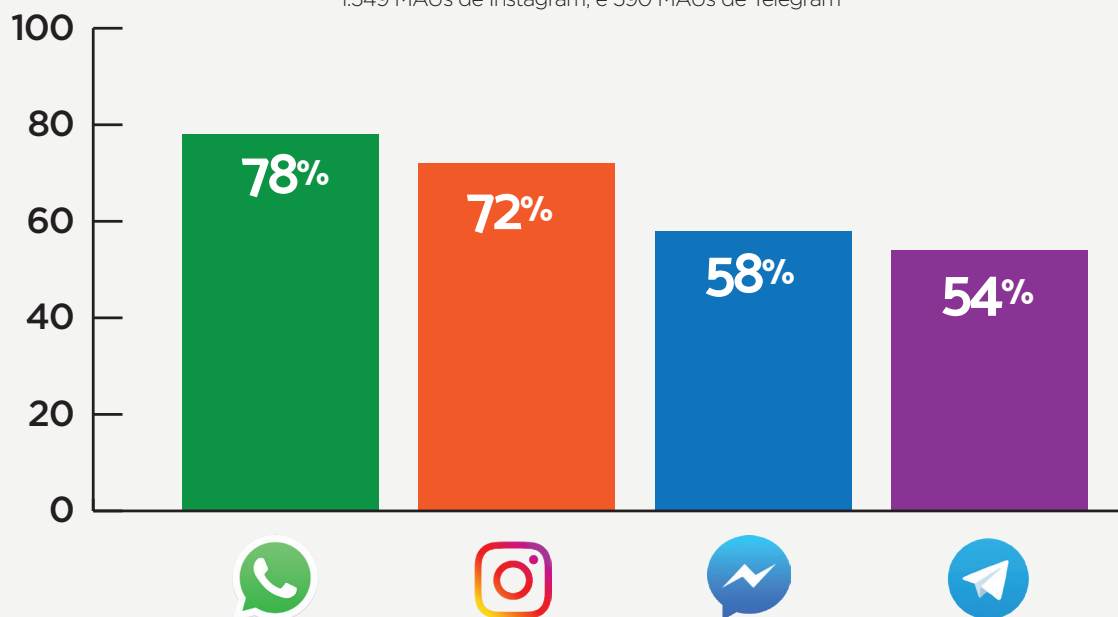


**[GRÁFICO 6]**

**PROPORÇÃO DE USUÁRIOS QUE SE COMUNICAM COM MARCAS PELO APP**

**Pergunta:** Você se comunica com marcas e empresas através do WhatsApp/Facebook Messenger/Instagram/Telegram?

**Bases:** 1.964 MAUs de WhatsApp; 1.350 MAUs de Facebook Messenger; 1.549 MAUs de Instagram; e 590 MAUs de Telegram





[TABELA 3]

### QUAIS AS FINALIDADES DE SE COMUNICAR COM MARCAS E EMPRESAS ATRAVÉS DE APPS DE MENSAGERIA?

**Pergunta:** Marque as finalidades que você considera adequadas para se comunicar com marcas ou empresas através do WhatsApp/Facebook Messenger/Telegram/Instagram

**Bases:** 1.964 MAUs de WhatsApp; 1.350 MAUs de Facebook Messenger; 686 MAUs de Instagram que se comunicam com marcas e empresas através do Direct; e 590 MAUs de Telegram

	WhatsApp	Instagram	Facebook Messenger	Telegram
Tirar dúvidas/pedir informações	78%	86%	61%	63%
Receber suporte técnico	64%	54%	41%	50%
Receber promoções	55%	71%	49%	51%
Comprar produtos e serviços	60%	75%	45%	42%
Cancelar serviços	42%	37%	27%	35%
Não acho adequado se comunicar com marca ou empresa através do app	4%	2%	14%	11%







## WhatsApp registra aumento em voz e vídeo

O WhatsApp conseguiu aumentar ainda mais a sua popularidade no Brasil durante a pandemia do novo coronavírus. O aplicativo segue instalado em 99% dos smartphones brasileiros, mas a proporção de usuários que declaram acessá-lo todo dia subiu de 93% para 95% (Tabela 1), na comparação com a pesquisa anterior, realizada em janeiro. Somando com o grupo que afirma abrir o app “quase todo dia”, o percentual é de 99%.

Quando analisado o tipo de mídia consumida pelos brasileiros no WhatsApp, chama a atenção o aumento na troca de vídeos e na realização de videochamadas. A proporção de usuários ativos mensais (MAUs, na sigla em inglês) do WhatsApp que trocam vídeos pelo app passou de 67% para 76% em seis meses

(Tabela 2). E a proporção que realiza videochamadas subiu de 55% para 63%. Além disso, 29% dos MAUs do WhatsApp afirmam que fazem videochamadas pelo app todo dia ou quase todo dia. O crescente interesse do brasileiro por conteúdo em vídeo no WhatsApp está possivelmente relacionado à quarentena decorrente do novo coronavírus.

O uso do WhatsApp para chamadas de voz também aumentou. A proporção de usuários do app que realizam ligações através dele passou de 67% para 70% em seis meses. Desse grupo, 75% deram notas 4 ou 5, em uma escala

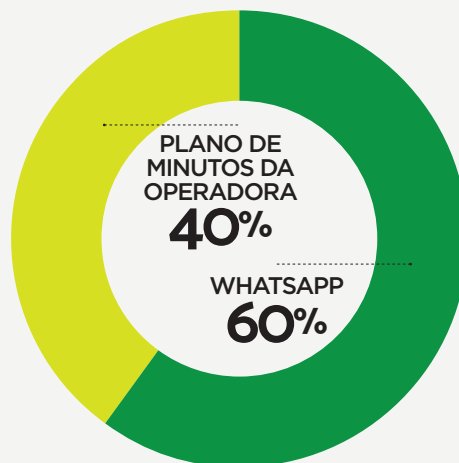


### [GRÁFICO 7]

#### VOZ: WHATSAPP X REDE DA OPERADORA

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

**Base:** 1.366 MAUs de WhatsApp que realizam chamadas de voz pelo app



de 1 a 5, para a qualidade do serviço de chamada de voz no mensageiro e 60% afirmam que usam mais o WhatsApp que o plano de minutos de sua operadora móvel para essa finalidade, o maior patamar já registrado por esta pesquisa (Gráfico 7). Vale destacar ainda a frequência: 42% dos usuários do WhatsApp declaram realizar ligações pelo app todo dia ou quase todo dia.

O único tipo de comunicação no WhatsApp que registrou queda no referido intervalo foi a publicação de stories, baixando de 50% para 45%. Os demais tiveram oscilações dentro da margem de erro.



## Hora de pagar via WhatsApp

Em junho, o WhatsApp anunciou que lançaria o seu serviço de pagamentos, em parceria com Cielo, Visa, Mastercard, Banco do Brasil, Nubank e Sicredi. A iniciativa acabou sendo suspensa temporariamente por ordem do Banco Central, que pediu para fazer uma análise prévia antes de autorizar o lançamento, o que provavelmente acontecerá ainda este ano.

Esta pesquisa fez a seguinte pergunta para o público do mensageiro: “O WhatsApp planeja lançar um serviço para transferências e pagamentos usando cartões de débito e crédito, inicialmente do Banco do Brasil, Nubank e Sicredi. O usuário não terá custo para transferir dinheiro ou realizar pagamentos através do WhatsApp. Para tanto, precisa apenas cadastrar seu cartão no aplicativo. Você é cliente de um desses bancos e pretende usar esse serviço?” O resultado é de que dois em cada três usuários do app querem usar o novo serviço de pagamento. Mais precisamente, 44% são clientes de um dos três bancos e querem experimentar o pagamento por WhatsApp e outros 22% não são correntistas das referidas instituições mas desejam utilizar o serviço (Gráfico 8).

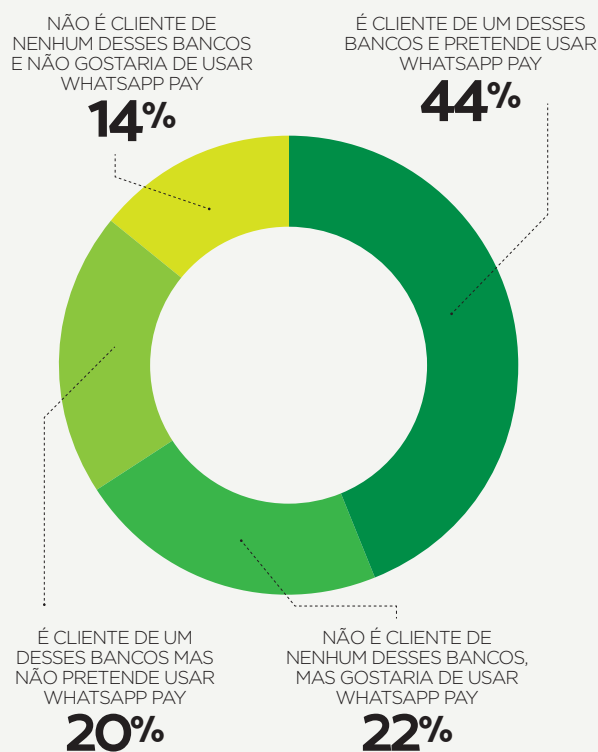
Outros dados coletados pela pesquisa complementam a análise. Atualmente, 78% dos usuários do WhatsApp no Brasil afirmam que se relacionam com marcas e empresas através do mensageiro. (Gráfico 6). Em seis meses, subiu de 54% para 60% a proporção de MAUs do aplicativo que gostam de ideia de fazer compras com ele. Por outro lado, caiu de 61% para 55% o percentual que acha adequado receber promoções de marcas no WhatsApp – cabe lembrar que essa prática é coibida pelos termos de serviço do próprio app.

### [GRÁFICO 8]

#### O INTERESSE DO BRASILEIRO PELO WHATSAPP PAY COM BANCO DO BRASIL, NUBANK E SICREDI

**Pergunta:** O WhatsApp planeja lançar um serviço para transferências e pagamentos usando cartões de débito e crédito, inicialmente do Banco do Brasil, Nubank e Sicredi. O usuário não terá custo para transferir dinheiro ou realizar pagamentos através do WhatsApp. Para tanto, precisa apenas cadastrar seu cartão no aplicativo. Você é cliente de um desses bancos e pretende usar esse serviço?

**Base:** 1.969 usuários de WhatsApp





## Os brasileiros e as fake news no WhatsApp

Com a proximidade de mais um período eleitoral, e diante das inúmeras campanhas de difamação que viralizaram nos últimos meses no Brasil, acelerou-se no Congresso a discussão em torno de uma lei para coibir a divulgação de notícias falsas pelas redes sociais e aplicativos de mensageria. Por conta disso, pela primeira vez, o tema fake news foi abordado nesta pesquisa.

A grande maioria dos brasileiros que usam WhatsApp (88%) afirmam que já receberam notícias falsas no aplicativo. A proporção é um pouco maior no grupo entre 30 e 49 anos (91%) e menor no grupo mais velho, de 50 anos ou mais (81%).

Ao mesmo tempo, um em cada três brasileiros que usam o WhatsApp (33%), admite que já compartilhou notícias no mensageiro sem verificar se eram verdadeiras. Neste aspecto, a proporção cresce conforme a idade. Entre os mais jovens, de 16 a 29 anos, apenas 29% reconhecem ter feito isso. Na faixa de 30 a 49 anos, são 34%. E entre aqueles com 50 anos ou mais, o percentual é de 44%. Não há diferenças significativas por classe social, gênero ou região do País.

76% dos brasileiros que usam WhatsApp concordam que o aplicativo deveria entregar para a Justiça os dados de quem compartilha notícias falsas. A ideia encontra mais aprovação entre as mulheres (80%) que entre os homens (72%). Os mais velhos são os que mais concordam com a proposta, que conta com o apoio de 81% dos entrevistados com 50 anos ou

mais. Esse percentual é de 78% no grupo de 30 a 49 anos e de 72% entre os jovens de 16 a 29 anos.

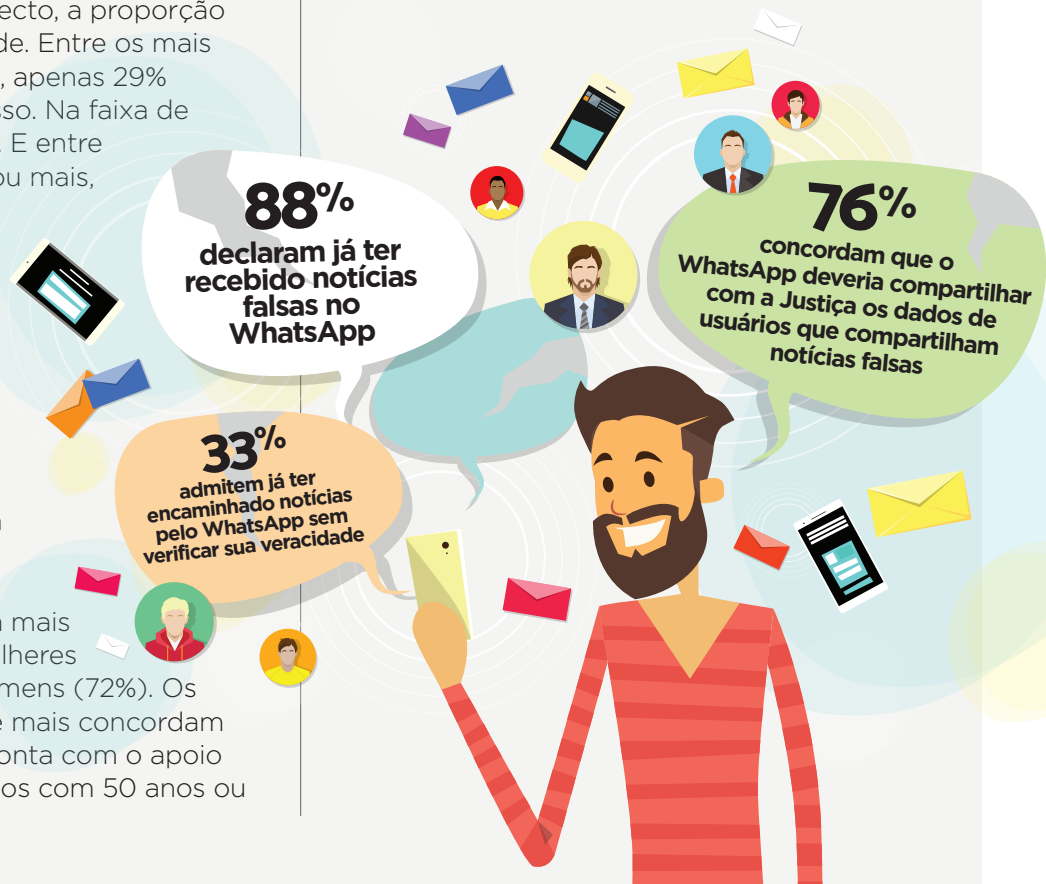
Interessante notar a sinceridade do brasileiro em reconhecer que já espalhou notícias sem confirmar sua veracidade, ao mesmo tempo em que deseja a punição para quem faz isso (com ou sem má fé).

### [GRÁFICO 9]

#### FAKE NEWS VIA WHATSAPP NO BRASIL

**Pergunta:** Perguntas: Você já recebeu notícias falsas (fake news) no WhatsApp? Você já compartilhou notícias pelo WhatsApp sem verificar se eram verdadeiras? Na sua opinião, o WhatsApp deveria entregar para a Justiça os dados de usuário que compartilha notícias falsas?

**Base:** 1.969 MAUs de WhatsApp e 1.722 MAUs que declaram já ter recebido notícias falsas





## Instagram supera Messenger

O Instagram pela primeira vez nesta pesquisa superou o Facebook Messenger em base instalada no Brasil, presente agora em 81% dos smartphones nacionais (Gráfico 2).

Em um ano e meio, desde que começou a ser acompanhado por Panorama Mobile Time/Opinion Box, o Instagram aumentou em 16 pontos percentuais a sua penetração no Brasil.

Vale destacar que o Instagram está mais presente nos smartphones de mulheres (85%) que de homens (76%), e nos aparelhos dos jovens de 16 a 29 anos (86%). A proporção cai para 81% no grupo de 30 a 49 anos, e para 68%, entre aqueles com 50 anos ou mais de idade.

O crescimento do Instagram também vem sendo verificado em outra pesquisa da série, que mede popularidade de apps em geral no Brasil: é hoje o terceiro app mais popular do País, presente na homescreen de 43% dos smartphones nacionais, tecnicamente empatado com Facebook (44%) e atrás apenas do WhatsApp (57%) nesse quesito.

No que diz respeito ao seu uso por marcas e empresas, o Instagram está à frente do Messenger e do Telegram, mas ainda atrás do WhatsApp (Gráfico 6): 72% dos seus usuários que utilizam o Direct se comunicam com marcas e empresas. Mas há uma diferença significativa nesse aspecto na comparação entre mulheres (79%) e homens (62%), o que talvez

indique uma presença maior de lojas de artigos femininos nessa rede social.

O Instagram é o app preferido do brasileiro para a publicação de mensagens efêmeras, conhecidas como stories. 70% dos seus MAUs publicam esse tipo de conteúdo, percentual bem acima daquele verificado no WhatsApp (45%) e no Messenger (41%). Pela primeira vez na pesquisa, foi analisada a realização de lives pelo Instagram: 23% dos MAUs do apps afirmam fazerem transmissões ao vivo pelo app.



### [TABELA 4]

#### PROPORÇÃO DE USO DE FUNCIONALDADES DO INSTAGRAM (% SOBRE MAUS)

**Pergunta:** Marque as formas de comunicação que você utiliza no Instagram -  
Pode marcar mais de uma

**Bases:** 1.549 MAUs do Instagram

Funcionalidade	% de MAUs
Publicação de fotos	81%
Publicação de stories	70%
Publicação de vídeos	46%
Troca de mensagens privadas (Direct)	62%
Publicação de vídeos no IGTV	21%
Transmissão de vídeos ao vivo (lives)	23%



## Messenger estagnado

O Facebook Messenger permaneceu estagnado em sua base instalada no Brasil, presente em 79% dos smartphones. Sua frequência de uso tampouco se alterou em seis meses, com 59% dos usuários acessando o app todo dia ou quase todo dia.

O que mudou entre janeiro e julho foram as proporções de uso por tipo de conteúdo. Houve pequenas quedas em vários deles, com destaque para a perda de 5 pontos percentuais na proporção de usuários que trocam imagens dentro do Messenger, caindo de 48% para 43% em seis meses.

O único tipo de conteúdo a registrar aumento acima da margem de erro no Facebook Messenger em seis meses foi a publicação de mensagens efêmeras (stories), passando de 37% para 41%.

No mesmo intervalo, subiu de 40% para 45% os MAUs do Messenger que se interessam por comprar produtos e serviços pelo app. E caiu de 45% para 41% os que entendem ser adequado receber suporte técnico de marcas e empresas pelo Messenger.





## Telegram alcança 35%

O Telegram continua a sua ascensão meteórica no Brasil, instalado agora em 35% dos smartphones nacionais (Gráfico 2). Trata-se de um aumento de 14 pontos percentuais em um ano e de 8 pontos percentuais em apenas seis meses.

Sua popularidade é maior entre homens (40%) que entre mulheres (31%). A diferença é ainda maior na análise por classe social. O Telegram é mais popular nas classes A e B (46%) do que nas classes C, D e E (33%). Por idade, sua penetração é maior no grupo de 30 a 49 anos (38%). Na faixa de 16 a 29 anos, 36% possuem o Telegram instalado. E entre os mais velhos, com 50 anos ou mais, o percentual cai para 24%.

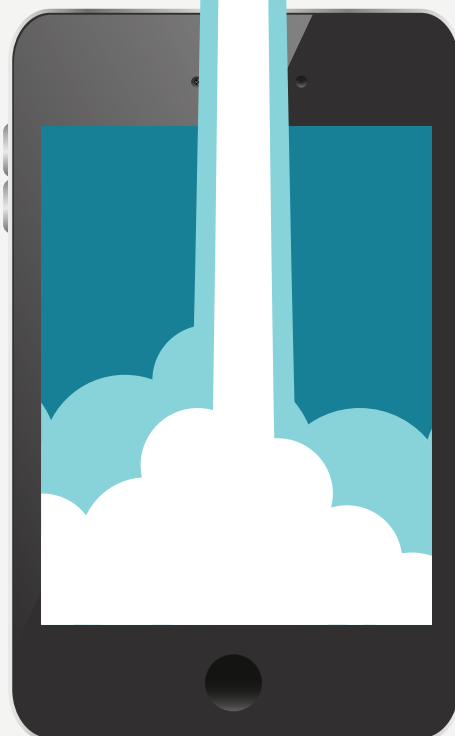
A frequência de uso do Telegram permanece estável em relação à pesquisa anterior: 52% o acessam todo dia ou quase todo dia. Porém, nota-se um aumento significativo no envio de mensagens para canais, uma funcionalidade do app que concorre, em certa medida, com os grupos de WhatsApp. Em seis meses, subiu de 36% para 49% a proporção de MAUs do Telegram que enviam mensagens para canais no app.

Possivelmente, as restrições impostas pelo WhatsApp ao encaminhamento de mensagens possam estar atraindo usuários para o Telegram, onde há maior flexibilidade.

Os MAUs do Telegram são aqueles que menos conversam com marcas pelo aplicativo (54%), na comparação com os outros três apps analisados (Gráfico 6). Por sinal, em seis meses, aumentou de 3% para 11% a proporção de MAUs do mensageiro que entendem que o canal não seria adequado para a comunicação com marcas e empresas.

Consequentemente, em relação à pesquisa anterior, foram registradas quedas no interesse dos usuários do Telegram em diferentes finalidades de comunicação com marcas no mensageiro. O interesse em usar o app para compras de produtos e serviços, por exemplo, caiu de 50% para 42%. Houve reduções significativas também no interesse de usar o Telegram para receber suporte técnico (baixou de 61% para 50%) e para receber promoções (diminuiu de 59% para 51%).

Na tentativa de medir se o crescimento do Telegram seria uma ameaça ao WhatsApp, foi perguntado aos brasileiros que possuem os dois aplicativos instalados, qual eles usam mais. 95% apontaram o WhatsApp e apenas 5%, o Telegram.





## SMS: cai frequência de envio de mensagens pelos consumidores

A frequência de envio de SMS pelos brasileiros já era baixa e diminuiu ainda mais nos últimos seis meses. A proporção de internautas com celular que mandam SMS todo dia ou quase todo dia era de 24% em janeiro e agora está em 17%. E o percentual que afirma nunca ou quase nunca escrever um SMS subiu de 45% para 57%, no mesmo intervalo. Sem dúvida, a queda está relacionada à popularização cada vez maior de apps de mensageria over the top (OTT) no País, como WhatsApp e Telegram.

Por outro lado, a frequência de recebimento de SMS continua alta e no mesmo patamar, indicando que o mercado de SMS A2P, como é conhecido o serviço de mensagens de texto enviadas por empresas

para seus clientes, permanece forte. Não houve alterações significativas em seis meses: 59% dos entrevistados declaram receber SMS todo dia ou quase todo dia e apenas 15% dizem que nunca ou quase nunca recebem.

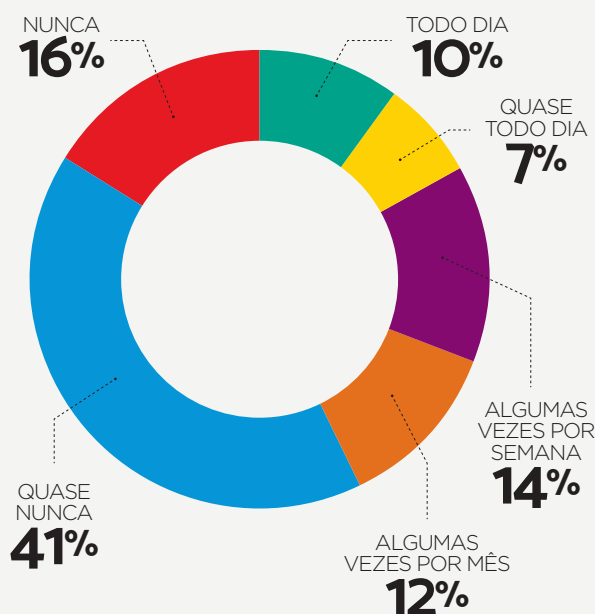
Será interessante acompanhar na próxima pesquisa o impacto do lançamento no Brasil do serviço de Rich Business Messaging (RBM), anunciado por Google e pelas quatro maiores operadoras do País (Claro, Oi, TIM e Vivo). Trata-se da evolução do SMS A2P, mas usando a tecnologia RCS, que permite envio de conteúdo multimídia. A novidade está disponível tanto para a troca de mensagens entre usuários finais como para envio de mensagens por empresas para suas bases de clientes.

### [GRÁFICO 10]

#### FREQÜÊNCIA DE ENVIO DE SMS

**Pergunta:** Pensando nos últimos meses, com que frequência você costuma enviar um SMS (mensagem de texto pela rede da operadora móvel)?

**Base:** 2.046 internautas que possuem celular

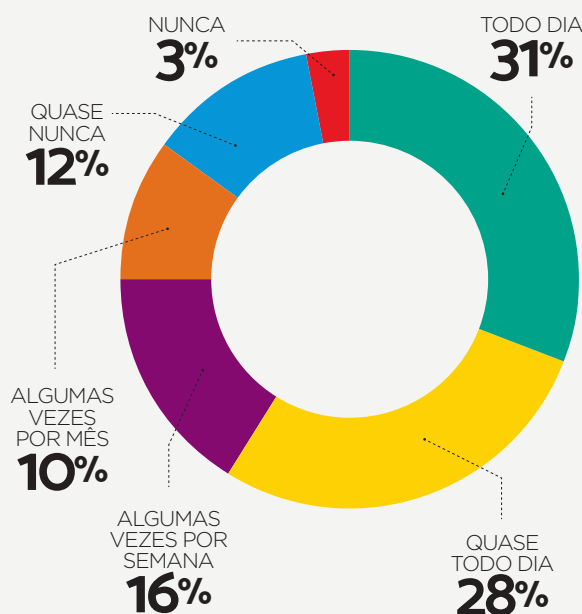


### [GRÁFICO 11]

#### FREQÜÊNCIA DE RECEBIMENTO DE SMS

**Pergunta:** Pensando nos últimos meses, com que frequência você costuma receber um SMS (mensagem de texto pela rede da operadora)?

**Base:** 2.046 internautas que possuem celular





## Conclusões

À exceção do Messenger, que vem perdendo força gradualmente, todos os outros apps de mensageria estão ganhando popularidade, o que acirra ainda mais a competição nesse mercado. E diversos movimentos recentes embaralham o cenário, com destaque para a chegada do pagamento por WhatsApp e o lançamento do RBM.

Mas não necessariamente o sucesso de um significa o fracasso de outro. Há espaço para uma existência complementar. O WhatsApp tem se firmado como canal de atendimento receptivo para marcas e tem potencial para virar também um instrumento para compras, além de seguir inabalável

como o preferido para comunicação P2P do brasileiro. O Instagram tem características que o fortalecem como vitrine de lojas e para a comunicação com fotos e vídeos entre os usuários. O RCS, que funciona através dos apps de SMS, como Android Messages e Samsung Messages, pode ocupar o espaço de marketing ativo que o WhatsApp evita, com medo de erodir sua popularidade. E o Telegram caminha para ser uma alternativa de comunicação P2P com menos interferência de marcas e com regras mais flexíveis de compartilhamento de mensagens, para quem se sente incomodado com isso no WhatsApp.





# Conheça as outras pesquisas Panorama Mobile Time/Opinion Box



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 problema de roubo e furto de celulares no Brasil



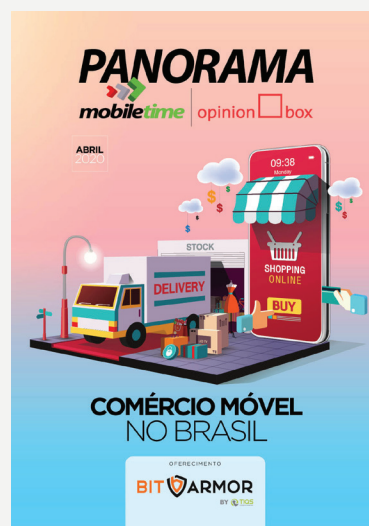
Pesquisa sobre uso de senhas e biometria digital através de smartphones



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



Pesquisa anual sobre o hábito de uso de smartphones por crianças de 0 a 12 anos



Pesquisa semestral que monitora os hábitos de compra de mercadorias físicas e serviços pelos brasileiros através de smartphones

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

# Conheça os eventos organizados por Mobile Time

6ª EDIÇÃO 16, 17 E 18 DE SETEMBRO/2020



Seminário sobre o nascente mercado de chatbots, assistentes virtuais e inteligência artificial.

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

22 DE OUTUBRO/2020 3ª EDIÇÃO



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

19 DE NOVEMBRO/2020 3ª EDIÇÃO



Seminário dedicado exclusivamente ao universo da identificação e da autenticação digitais. biometria digital, reconhecimento facial, autenticação comportamental, identidade autossobrerana, entre outros temas.

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

4ª EDIÇÃO MARÇO/2021



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)

MAIO/2021 20ª 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)



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