

PANORAMA

JUN
2021

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

USO DE APPS NO BRASIL



OFERECIMENTO

 **dynatrace**

JUN
2021

PANORAMA Mobile Time/Opinion Box

USO DE APPS NO BRASIL



ESTA PESQUISA É UM OFERECIMENTO DE



SOBRE ESTA PESQUISA

Panorama Mobile Time/Opinion Box – Uso de apps no Brasil é uma pesquisa independente realizada por uma parceria entre o site de notícias **Mobile Time** e a empresa de soluções em pesquisas **Opinion Box**.

O questionário foi elaborado por Mobile Time e aplicado on-line entre 5 e 19 de maio de 2021 por Opinion Box junto a 2.133 brasileiros com 16 anos ou mais que acessam a Internet e possuem smartphone, respeitando as proporções de gênero, idade, faixa de renda e distribuição geográfica desse grupo. A margem de erro é de 2,1 pontos percentuais. O grau de confiança é de 95%.



As análises contidas neste relatório são de autoria de **Fernando Paiva**, editor do Mobile Time, jornalista com 20 anos de experiência na cobertura do setor de telecomunicações. Paiva é especializado no mercado de conteúdo móvel e é o organizador de eventos que são referência nesse setor, como **Tela Viva Móvel**, **Super Bots Experience**, **Mobishop**, **Mobi-ID** e **Fórum de Operadoras Inovadoras**.

AVISO LEGAL

O compartilhamento em apresentações públicas ou privadas dos dados e das análises contidos neste relatório deve ser sempre acompanhado do devido crédito à fonte: **Panorama Mobile Time/Opinion Box - Uso de Apps no Brasil - Junho de 2021**.

AS PRINCIPAIS DESCOBERTAS NESTA EDIÇÃO:



Em seis meses, aumentou de **10% para 15%** a proporção de brasileiros com smartphone que estão há mais de 30 dias sem instalar nenhum app

Em seis meses, aumentou de **12% para 19%** a proporção de brasileiros com smartphone que estão há mais de 30 dias sem desinstalar nenhum app



24%

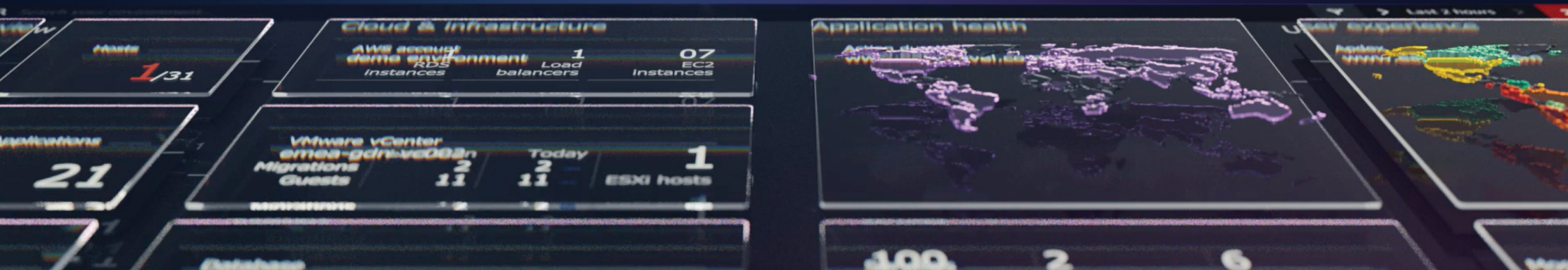
dos brasileiros com smartphone usam algum vestível inteligente



Transforme rapidamente, com observabilidade inteligente e automatizada

Gerencie a complexidade dos ambientes em nuvem modernos com observabilidade, automação e inteligência, em uma única plataforma

[Baixe o eBook](#)



JUN
2021



Panorama geral

GRÁFICO 1

DIVISÃO DOS ENTREVISTADOS POR SISTEMA OPERACIONAL

Pergunta: Qual é o sistema operacional do seu smartphone?

Base: 2.133 internautas com smartphone

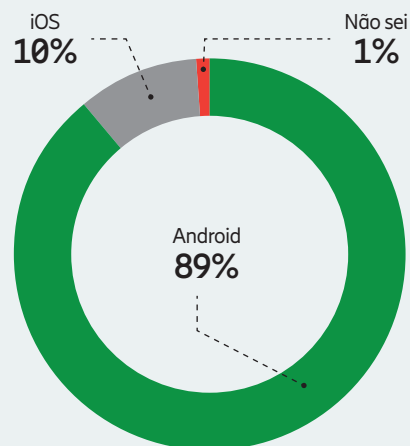


GRÁFICO 2

VOCÊ JÁ BAIXOU E INSTALOU ALGUM APLICATIVO NO SEU SMARTPHONE?

Base: 2.133 internautas com smartphone

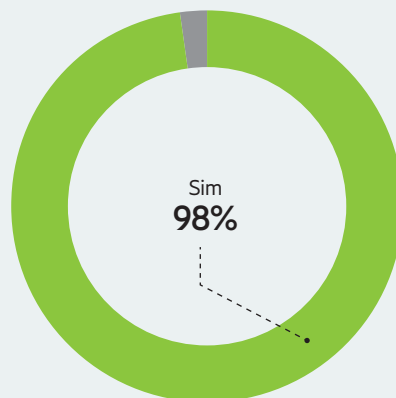


GRÁFICO 3

QUANDO FOI A ÚLTIMA VEZ QUE VOCÊ INSTALOU UM APLICATIVO NO SEU SMARTPHONE?

Base: 2.085 internautas com smartphone
que já baixaram um app

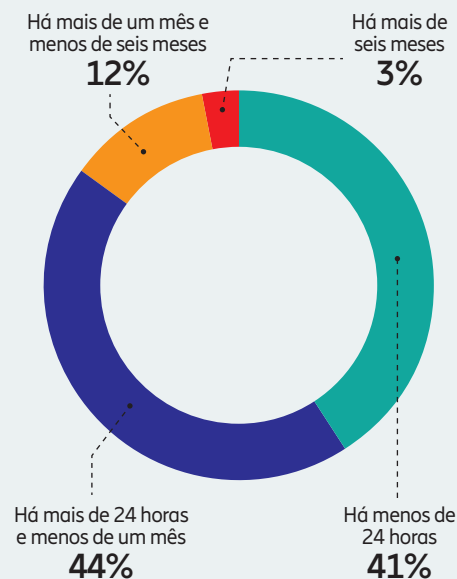


GRÁFICO 4

QUANDO FOI A ÚLTIMA VEZ QUE VOCÊ DESINSTALOU UM APLICATIVO NO SEU SMARTPHONE?

Base: 2.085 internautas com smartphone
que já baixaram um app

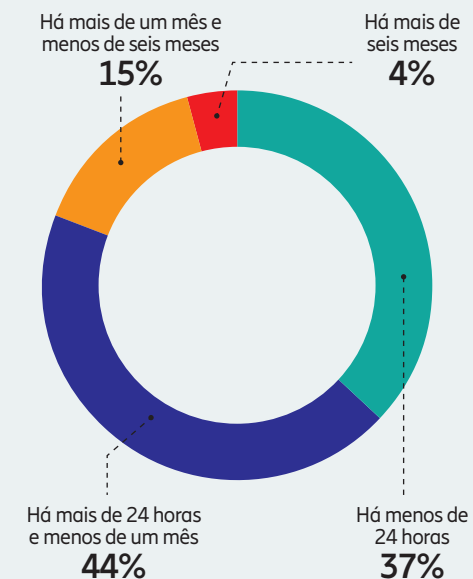




GRÁFICO 5

PROPORÇÃO DE BRASILEIROS QUE JÁ PAGARAM PELO DOWNLOAD DE UM APP

Pergunta: Você já comprou algum aplicativo para o seu smartphone?

Base: 2.085 internautas com smartphone que já baixaram um app

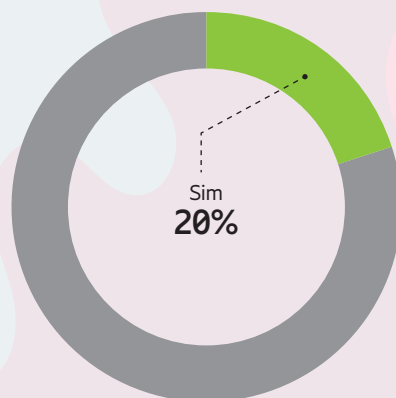


GRÁFICO 6

PROPORÇÃO DE BRASILEIROS QUE JÁ FIZERAM COMPRAS IN-APP

Pergunta: Você já realizou compras de produtos ou serviços digitais dentro de um aplicativo no seu smartphone, como itens virtuais dentro de jogos, acesso a funcionalidades extras dentro de um app, download de algum conteúdo exclusivo etc?

Base: 2.085 internautas com smartphone que já baixaram um app

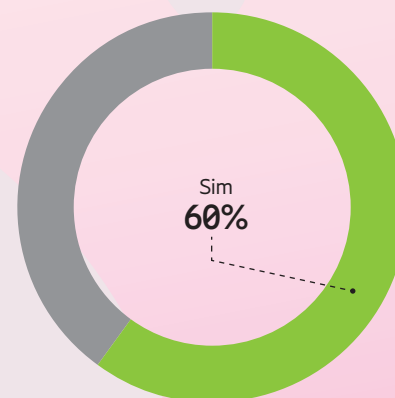


GRÁFICO 7

BRASILEIROS QUE JÁ USARAM COMANDOS DE VOZ NO SMARTPHONE

Pergunta: Você já utilizou comandos de voz para realizar ações no seu smartphone, como realizar ligações, tocar músicas, fazer buscas na Internet etc?

Bases: Novembro de 2019 (2.002); Maio de 2020 (2.017); Novembro de 2020 (2.003); e Maio de 2021 (2.133) internautas com smartphone

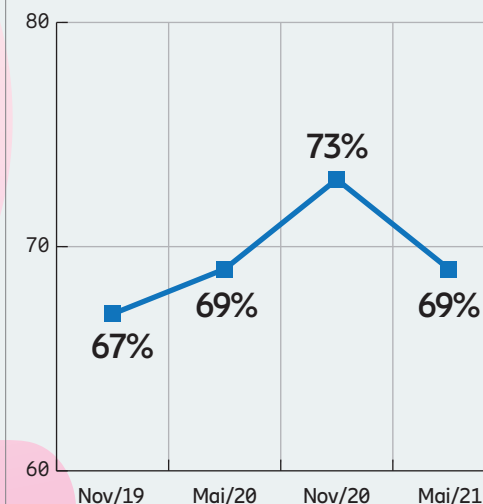


GRÁFICO 8

BRASILEIROS COM RELÓGIO OU PULSEIRA CONECTADOS

Pergunta: Você usa alguma pulseira ou relógio que se comunica com o seu smartphone?

Bases: Novembro de 2018 (1.737); Novembro de 2019 (2.002); Novembro de 2020 (2.003); e Maio de 2021 (2.133) internautas com smartphone

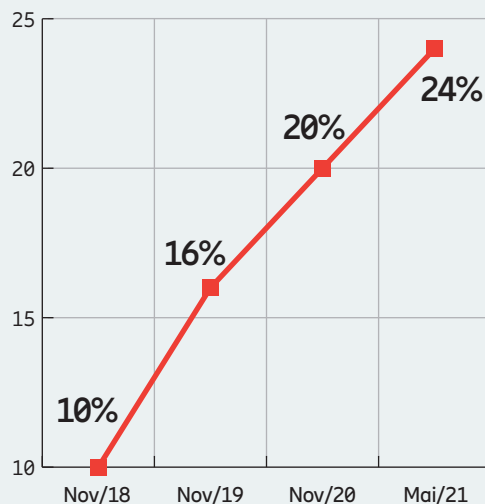


GRÁFICO 9

BRASILEIROS SEM O APP DE CHAMADAS NA TELA INICIAL

Pergunta: Você tem o app de realização de chamadas na tela inicial do seu smartphone?

Bases: Novembro de 2017 (1.987); Abril de 2019 (1.897); Novembro de 2020 (2.003); e Maio de 2021 (2.133) internautas com smartphone.
Obs.: Percentuais se referem à proporção de brasileiros sem o app de realização de chamadas na tela inicial.

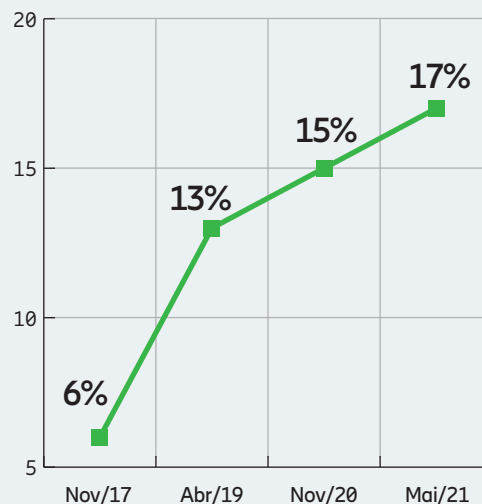
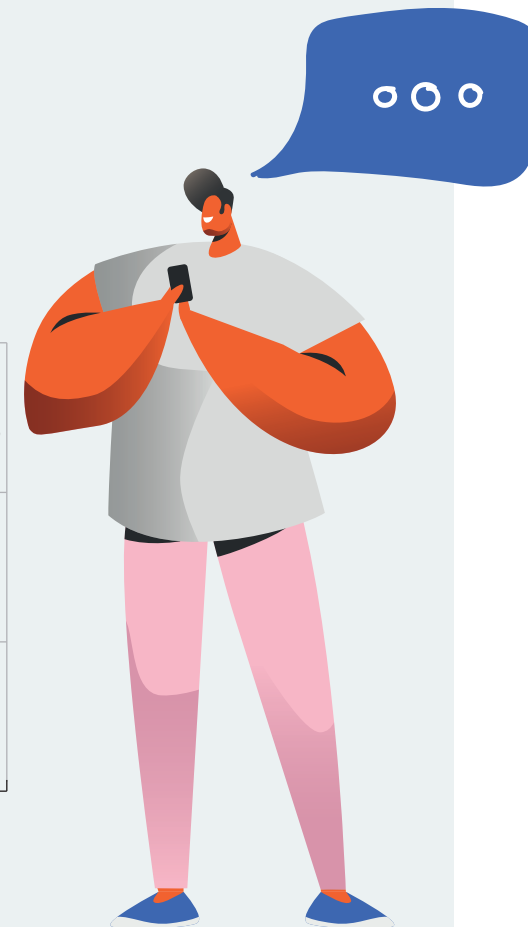
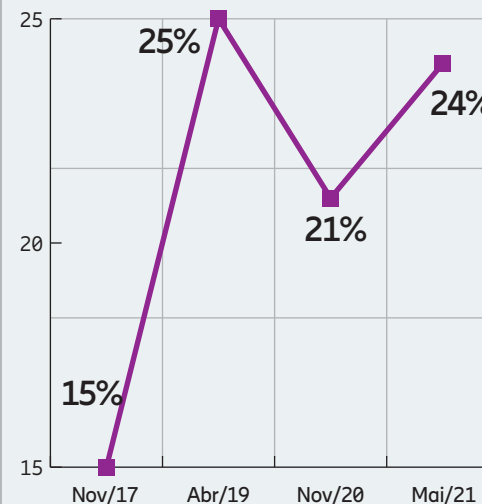


GRÁFICO 10

BRASILEIROS SEM O APP DE SMS NA TELA INICIAL

Pergunta: Você tem o app de leitura de SMS (mensagem de texto) na tela inicial do seu smartphone?

Bases: Novembro de 2017 (1.987); Abril de 2019 (1.897); Novembro de 2020 (2.003); e Maio de 2021 (2.133) internautas com smartphone.
Obs.: Percentuais se referem à proporção de brasileiros sem o app de SMS na tela inicial.





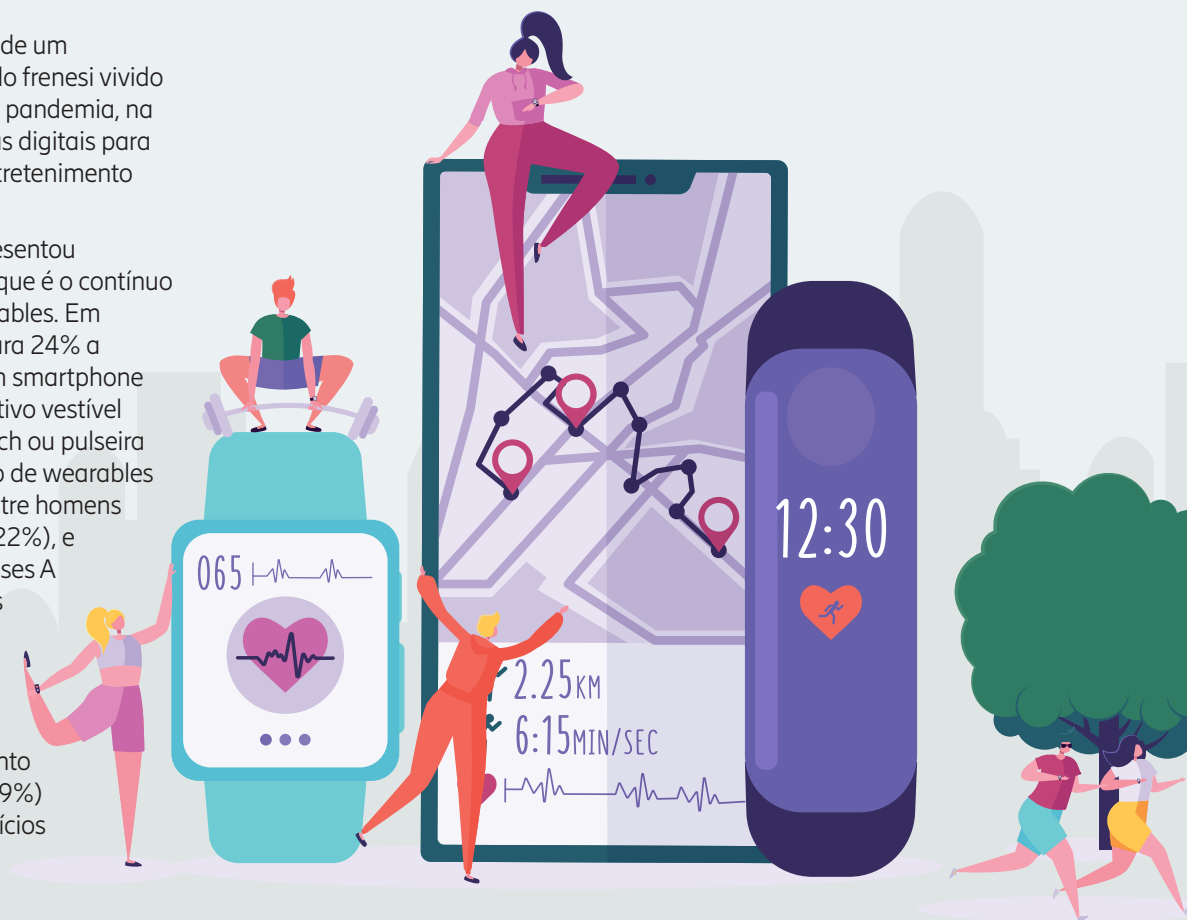
Inércia de instalações, crescimento dos wearables

Durante a pandemia, no ano passado, houve um aumento significativo na frequência de instalações e desinstalações de aplicativos nos smartphones nacionais, de acordo com esta pesquisa, o que sinalizava a maior intensidade da vida digital do brasileiro. Passados seis meses, porém, aconteceu o movimento inverso: diminuiu bastante a troca de apps (Gráfico 3). A proporção de brasileiros que estão há mais de um mês sem instalar nenhum app novo em seu smartphone subiu de 10% para 15%. E o percentual que está há mais de um mês sem desinstalar nenhum app aumentou de 12% para 19% (Gráfico 4)

A inércia cresce conforme a idade. No grupo mais jovem, de 16 a 29 anos, 9% estão há mais de um mês sem instalar nenhum app. Na faixa entre 30 e 49 anos, o percentual sobe para 15%, e atinge 29% entre pessoas com 50 anos ou mais. A mesma tendência é identificada na pergunta sobre quando foi a última vez que o entrevistado desinstalou um app: 16 a 29 anos (11%); 30 a 49 anos (20%); 50 anos ou mais (34%).

Provavelmente, trata-se de um aquietação natural, depois do frenesi vivido ao longo do primeiro ano de pandemia, na busca por novas experiências digitais para trabalho, comunicação e entretenimento no smartphone.

Outro indicador que merece destaque é o contínuo crescimento no uso de wearables. Em seis meses, subiu de 20% para 24% a proporção de brasileiros com smartphone que possuem algum dispositivo vestível inteligente, como smart watch ou pulseira conectada (Gráfico 8). O uso de wearables é um pouco mais comum entre homens (27%) que entre mulheres (22%), e entre consumidores das classes A e B (33%) que entre aqueles das classes C, D e E (22%). As duas funcionalidades mais usadas com os wearables, segundo seus utilizadores, são o recebimento de notificações do celular (39%) e o monitoramento de exercícios físicos em geral (24%).





A guerra entre TikTok e Kwai refletida na home screen

O Brasil tem presenciado nos últimos meses uma acirrada disputa por usuários entre dois aplicativos chineses de produção de vídeos curtos: TikTok e Kwai. Febre entre adolescentes e pré-adolescentes, ambos travam uma guerra em publicidade digital nos mais diversos canais. No YouTube, é comum a propaganda de um vir imediatamente após a do rival, sendo às vezes até difícil para um desavisado distingui-las, já que são parecidas, quase sempre com o vídeo de alguém dançando.

Os dois apps adentraram também a grande mídia, com campanhas na TV aberta. O TikTok chegou a ser o anunciante principal do Jornal Nacional, da Rede Globo. E ambos estão adicionando às suas plataformas conteúdos de grande relevância midiática, como a transmissão de eventos esportivos.

Em mais um capítulo dessa guerra, os dois aplicativos passaram a remunerar quem trouxe novos usuários para suas plataformas. Em uma ousada campanha no estilo "member get member", os brasileiros recebem cerca de R\$ 80 por cada novo usuário atraído,

desde que este se mantenha engajado com o app por um determinado período de tempo.

Naturalmente, todo esse investimento na construção de suas bases de usuários se refletiu em aumento de presença na home screen do smartphone nacional. O crescimento do TikTok vem sendo notado desde a edição de maio de 2020, quando entrou pela primeira vez no ranking nacional desta pesquisa, presente na tela inicial de 9% dos smartphones do País. De lá para cá, deu mais um salto e agora está em 15%, sendo o quarto aplicativo mais popular do Brasil com base neste quesito, atrás apenas de WhatsApp, Instagram e Facebook (Tabela 1). Outro sinal do seu crescimento: o TikTok aparece agora pela primeira vez na lista dos apps mais abertos diariamente pelos brasileiros (Gráfico 12). E aumentou de 2% para 5% a proporção de brasileiros com smartphone que apontam o TikTok como o aplicativo no qual passam mais tempo ao longo do dia (Gráfico 13).

O crescimento do Kwai em seis meses foi ainda maior. Até dezembro de 2020



ele sequer figurava no Radar de Popularidade de Apps desta pesquisa, o que significa que estava presente na tela inicial de menos de 2% dos smartphones nacionais. Agora está em 10%, ocupando a sétima posição. Também pela primeira vez entrou nas listas dos apps mais abertos por dia e daqueles nos quais os brasileiros passam mais tempo — neste quesito, superou Twitter e Telegram.

Também merecem destaque os desempenhos de PicPay, Shopee e Telegram: os três ganharam quatro pontos percentuais em um ano. No caso do PicPay, seu crescimento vem junto com a onda de inclusão financeira dos brasileiros, especialmente por meio de contas de pagamento digitais, como a oferecida pelo referido app. O Shopee é a nova estrela do comércio móvel nacional, com campanhas na TV. Seu crescimento também já havia sido percebido na pesquisa de m-commerce realizada por Mobile Time e Opinion Box. Por fim, o Telegram vem registrando um crescimento contínuo há pelo menos dois anos, puxado pela migração de usuários do WhatsApp em busca de canais de conteúdo diverso, que encontram maior liberdade de

atuação no app de mensageria russo.

A maior queda em 12 meses foi sentida pelo app da Caixa (- 5 pp). Outra grande instituição financeira também perdeu espaço: o Banco do Brasil registrou redução de três pontos percentuais no mesmo intervalo. Talvez essas diminuições reflitam o aumento da competição em face da ascensão das fintechs.

O WhatsApp continua sendo o app mais popular do Brasil, posição que ocupa há seis anos, desde a primeira edição desta pesquisa. É o aplicativo mais presente na home screen nacional, assim como o mais frequentemente aberto e aquele no qual o brasileiro passa mais tempo (Tabela 1, Gráfico 12 e Gráfico 13).

Em mensageria, por outro lado, o Facebook Messenger segue caindo, tendo perdido quatro pontos percentuais em 12 meses. Sua trajetória de queda vem sendo observada também na pesquisa de mensageria Panorama Mobile Time/Opinion BOx.



GRÁFICO 11

Radar de popularidade de apps no Brasil

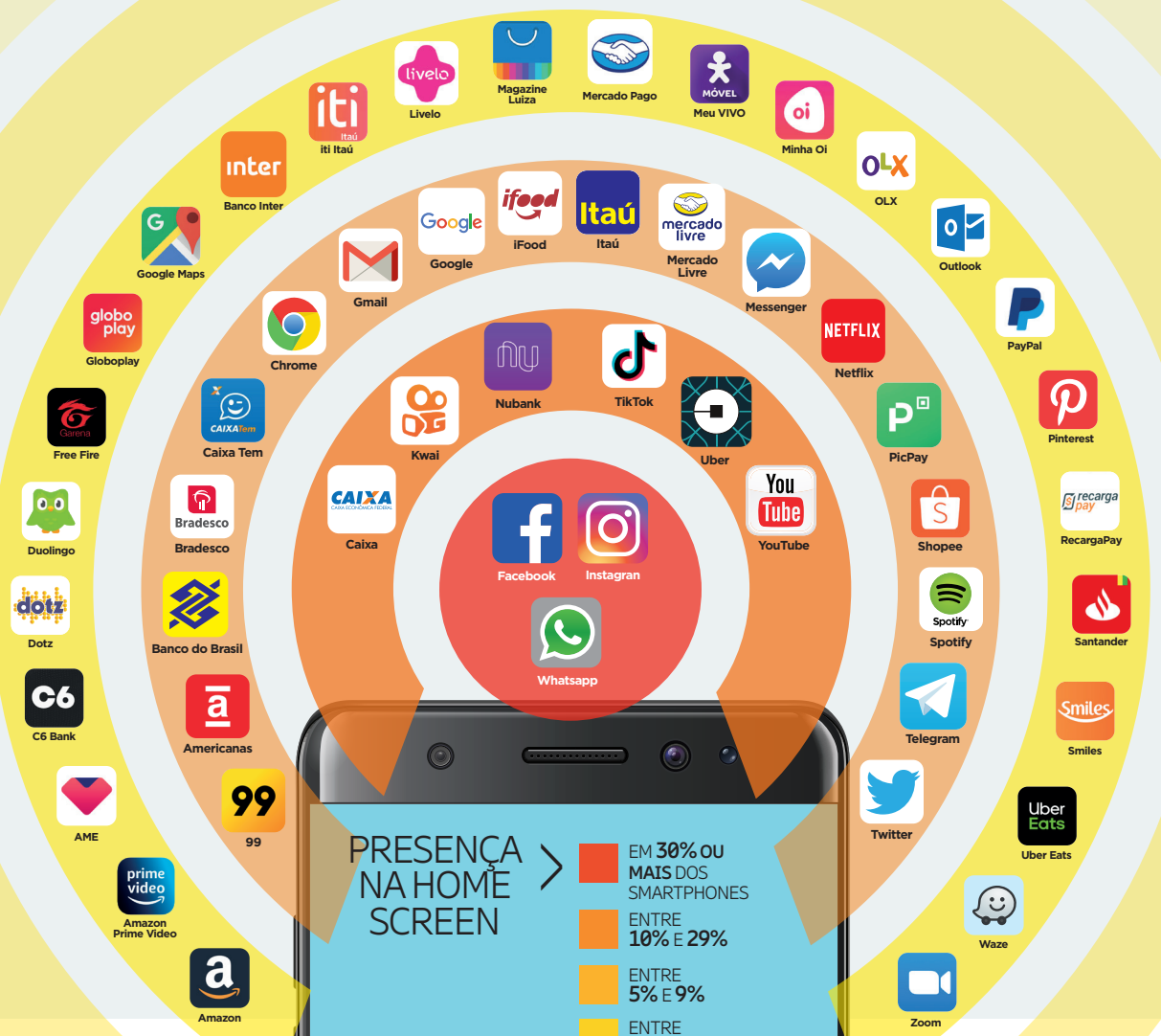




TABELA 1

Ranking dos apps mais populares na home screen dos brasileiros

Pergunta: Liste quais apps que você baixou aparecem na tela principal do seu smartphone hoje. Considere como tela principal aquela que aparece logo depois de ligar o smartphone. Pode citar até 20 nomes de aplicativos.

Base: 2.133 internautas brasileiros com smartphone e que já instalaram ao menos um app. **Obs.:** Foram incluídos no ranking somente os apps presentes na home screen de pelo menos 5% dos smartphones nacionais

	Aplicativo	% de smartphones com o app na homescreen	Tendência em 12 meses
1	WhatsApp	56%	■
2	Instagram	41%	■
3	Facebook	41%	▼
4	TikTok	15%	▲
5	YouTube	12%	■
6	Uber	11%	▼
7	Kwai	10%	▲
8	Nubank	10%	■
9	Caixa	10%	▼
10	Telegram	9%	▲
11	iFood	8%	■
12	Netflix	8%	■
13	Banco do Brasil	8%	▼
14	Facebook Messenger	7%	▼



	Aplicativo	% de smartphones com o app na homescreen	Tendência em 12 meses
15	99	7%	■
16	Twitter	7%	■
17	Picpay	7%	▲
18	Gmail	6%	■
19	Spotify	6%	■
20	Bradesco	6%	■
21	Mercado Livre	6%	■
22	Itaú	5%	■
23	Shopee	5%	▲
24	Google	5%	■
25	Caixa TEM	5%	■
26	Americanas	5%	■
27	Google Chrome	5%	■



App com mais crescimento em 12 meses



GRÁFICO 12

QUAL O APP QUE O BRASILEIRO ABRE MAIS VEZES AO LONGO DO DIA?

Pergunta: Qual é o aplicativo que você abre mais vezes ao longo do dia?

Base: 2.133 internautas com smartphone
*Todos citados por menos de 1% dos entrevistados

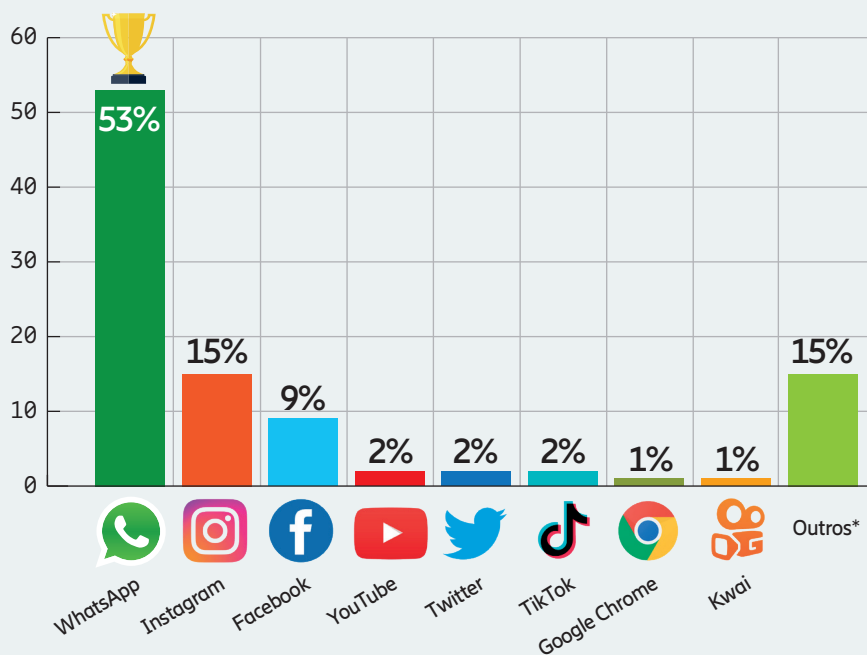
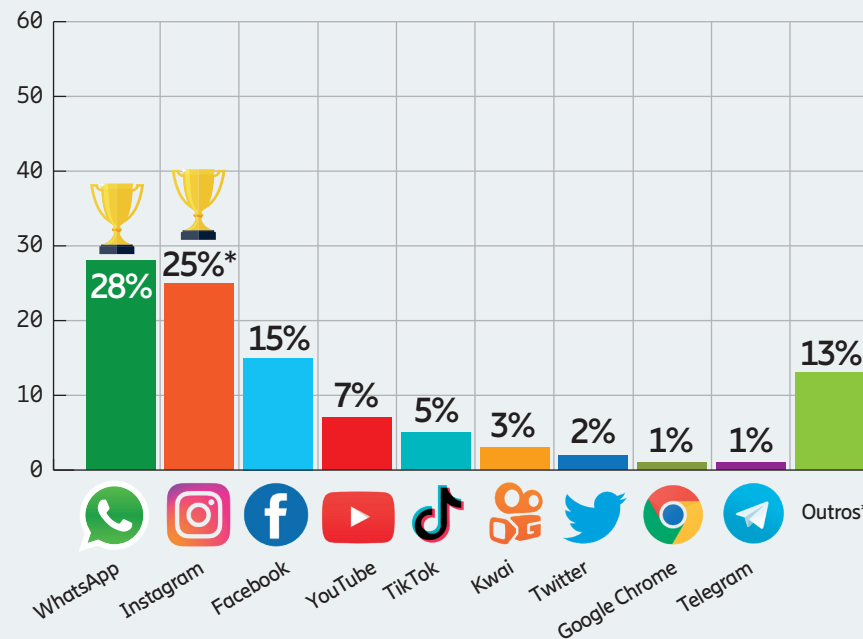


GRÁFICO 13

EM QUAL APP QUE O BRASILEIRO PASSA MAIS TEMPO AO LONGO DO DIA?

Pergunta: Qual é o aplicativo que você passa mais tempo vendo ao longo do dia?

Base: 2.133 internautas com smartphone
*Todos citados por menos de 1% dos entrevistados



*Empate técnico



Proporção de brasileiros que assinam pelo menos um serviço de streaming estabiliza

A proporção de brasileiros que assinam um serviço de streaming de filmes ou séries interrompeu o crescimento que vinha acontecendo continuamente há dois anos. Desta vez, o percentual ficou estagnado nos mesmos 56% verificados seis meses atrás (Gráfico 14).

Na lista do app mais utilizado, as variações foram pequenas, todas dentro da margem de erro. O Netflix segue na liderança, apontado por 75% dos usuários como seu app principal para ver filmes e séries. Amazon Prime Video vem em um distante segundo lugar, citado por 11%, seguido por Globoplay (3%) e Disney+ (2%) – este último ganhou um ponto percentual em seis meses. É importante reforçar que a pesquisa mede com esta pergunta qual é o app de streaming de vídeo mais usado. Uma pessoa que assina dois ou mais serviços de streaming de vídeo precisa apontar somente aquele que mais acessa.

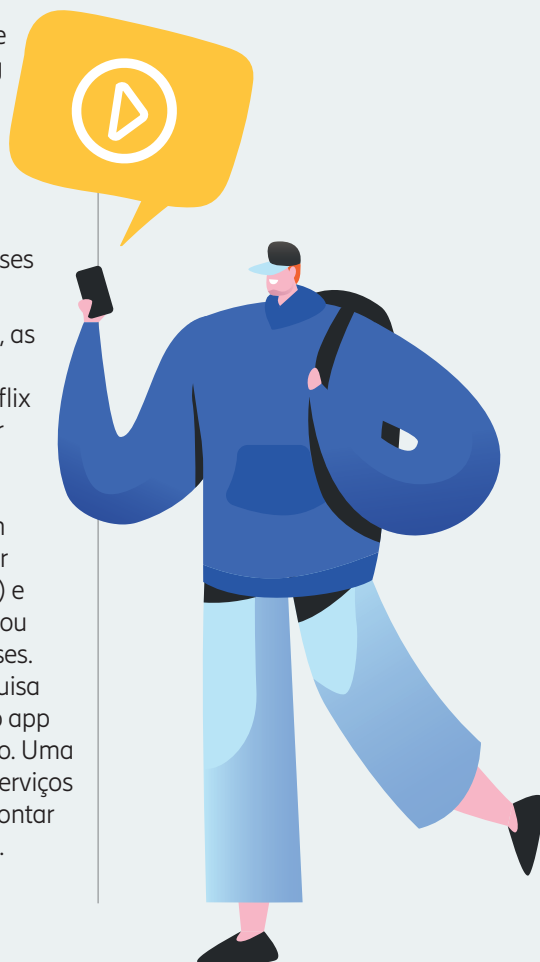


GRÁFICO 14

EVOLUÇÃO DA PROPORÇÃO DE ASSINANTES DE SERVIÇOS DE STREAMING DE FILMES E SÉRIES

Pergunta: Você assina algum serviço de filmes e/ou séries, com pagamento de mensalidade, cujo conteúdo é acessado predominantemente através de aplicativo no smartphone?

Bases: Abril de 2019 (1.763); Novembro de 2019 (2.002); Maio de 2020 (2.017); Novembro de 2020 (2.003) e Maio de 2021 (2.133) internautas com smartphone

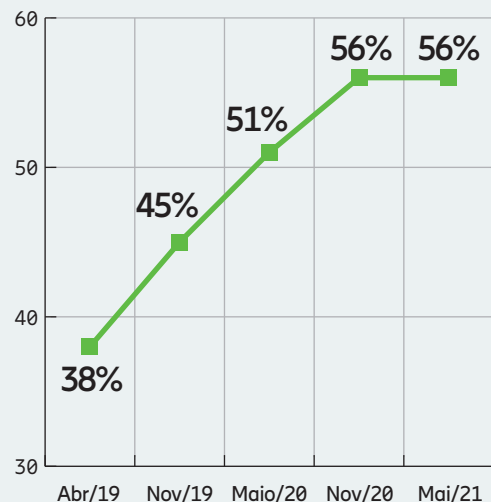


TABELA 2

RANKING DOS SERVIÇOS PAGOS DE STREAMING DE FILMES E SÉRIES

Pergunta: Qual serviço de filmes e/ou série você assina para ver no smartphone? Se assinar mais de um, informe aquele que acessa com mais frequência no smartphone.

Base: 1.644 internautas com smartphone e que assinam um serviço de streaming de filmes ou séries

Netflix	75%
Amazon Prime Video	11%
Globoplay	3%
Disney+	2%



YouTube Music ganha espaço

No segmento de streaming de música, a proporção de assinantes também ficou estagnada, com uma variação positiva de apenas um ponto percentual, dentro da margem de erro. Agora, 33% dos brasileiros com smartphone declaram pagar pela assinatura de um serviço de streaming de música (Gráfico 15).

Notou-se, contudo, uma pequena queda do Spotify, de 61% para 58%, como o app mais usado por quem assina esse tipo de serviço. Aparentemente, quem conquistou esse espaço foi o YouTube Music, que cresceu de 4% para 7% (Tabela 3). O Deezer manteve o segundo lugar (17%) e o Amazon Music, o terceiro (9%).

GRÁFICO 15

EVOLUÇÃO DA PROPORÇÃO DE ASSINANTES DE SERVIÇOS DE STREAMING DE MÚSICA

Pergunta: Você assina algum serviço de música, com pagamento de mensalidade, cujo conteúdo é acessado predominantemente através de aplicativo no smartphone?

Bases: Abril de 2019 (1.763); Novembro de 2019 (2.002); Maio de 2020 (2.017); Novembro de 2020 (2.003) e Maio de 2021 (2.133) internautas com smartphone

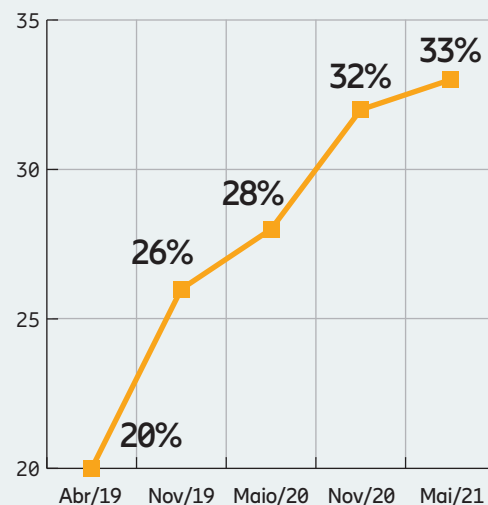


TABELA 3

RANKING DOS SERVIÇOS PAGOS DE MÚSICA

Pergunta: Qual serviço de música você assina para ouvir no smartphone? Se assinar mais de um, informe aquele que acessa com mais frequência no smartphone.

Base: 707 internautas com smartphone e que assinam um serviço de streaming de música

Spotify	58%
Deezer	17%
Amazon Music	9%
YouTube Music	7%





Among Us submerge

59% dos brasileiros com smartphone declaram jogar games no aparelho. Tradicionalmente, esse percentual oscila entre 55% e 65% a cada edição desta pesquisa. Não há diferença significativa por gênero, mas sim por classe social e por idade. Jogar no smartphone é mais comum nas classes C, D e E (61%) do que nas classes A e B (52%); e entre jovens de 16 a 29 anos (65%), do que no grupo de 30 a 49 anos (59%) ou com 50 anos ou mais (46%).

Na lista dos games mais jogados, chama a atenção o sumiço do Among Us. Sua presença no ranking durou apenas uma edição, no relatório de dezembro de 2020. Free Fire, por sua vez, manteve a liderança, citado por 12% dos gamers como o título que mais jogam, seguido pelo resiliente Candy Crush (9%), que nunca saiu da lista. Coin Master, que havia aparecido pela primeira vez seis meses atrás, conseguiu continuar no ranking.

GRÁFICO 16

PROPORÇÃO DE JOGADORES MÓVEIS NO BRASIL

Pergunta: Você costuma jogar games no seu smartphone?

Base: 2.133 internautas com smartphone

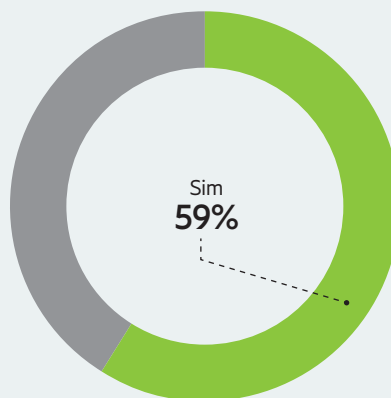


TABELA 4

RANKING DOS GAMES MÓVEIS MAIS POPULARES NO BRASIL

Pergunta: Qual game você tem jogado mais atualmente no seu smartphone?

Obs.: Foram considerados apenas os títulos com pelo menos 2% de citações

Base: 1.257 internautas brasileiros com smartphone que declaram usar o aparelho para jogos

	Jogo	%
1	Free Fire	12%
2	Candy Crush	9%
3	Coin Master	4%
4	Call of Duty	2%
5	Pokémon Go	2%



Google Meet e Zoom avançam em videochamadas

A pandemia normalizou as videochamadas no Brasil. Essa forma de comunicação agora faz parte do dia a dia da maioria dos brasileiros que possuem smartphone, para finalidades de trabalho, estudo e entretenimento. 92% dos brasileiros com smartphone já utilizaram o aparelho para uma videochamada (Gráfico 17). Não há variação significativa por gênero ou classe social, enquanto por idade a proporção fica abaixo de 90% somente entre aqueles com 50 anos ou mais: 87%.

O WhatsApp continua liderando como o aplicativo mais usado para videochamadas pelo brasileiro. Nos últimos seis meses, contudo, nota-se um ganho de espaço por parte do Google Meet e do Zoom. O percentual de brasileiros com smartphone que já fizeram uma videochamada com o Google Meet subiu de 32% para 38% (Gráfico 18). O app do Google agora ocupa a segunda posição nesse ranking. O Zoom, por sua vez, aumentou de 32% para 36%, e agora está na terceira colocação. Ambos

GRÁFICO 17

EVOLUÇÃO DA PROPORÇÃO DE BRASILEIROS QUE JÁ PARTICIPARAM DE VIDEOCONFERÊNCIA ATRAVÉS DO SMARTPHONE

Pergunta: Você já participou de uma videochamada através do seu smartphone?

Bases: Maio de 2020 (2.017); Novembro de 2020 (2.003); e Maio de 2021 (2.133) internautas com smartphone

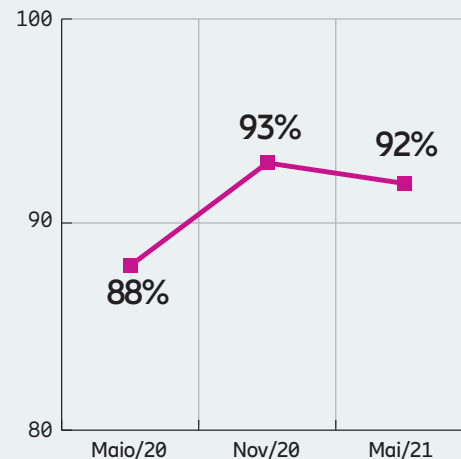
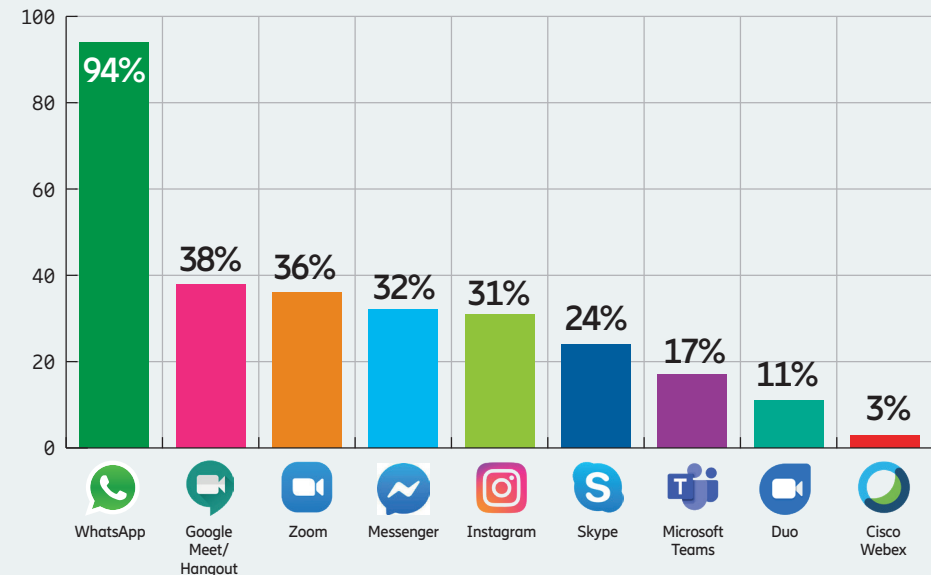


GRÁFICO 18

EM QUAIS APPS OS BRASILEIROS JÁ PARTICIPARAM DE VIDEOCHAMADAS?

Pergunta: Na lista abaixo, marque com quais apps você já participou de videochamadas no seu smartphone.

Base: 1.965 internautas com smartphone que já realizaram videochamadas



JUN
2021

PANORAMA

Mobile Time/Opinion Box



USO DE APPS NO BRASIL

ultrapassaram o Facebook Messenger, que caiu de 34% para 32%, uma queda dentro da margem de erro.

Quando perguntado qual app o entrevistado mais utiliza para videochamadas, o WhatsApp lidera (71%), seguido por Google Meet (11%) e Zoom (7%). Trata-se da mesma ordem de seis meses atrás, mas o WhatsApp caiu três pontos percentuais e o Google Meet subiu dois (Gráfico 19).

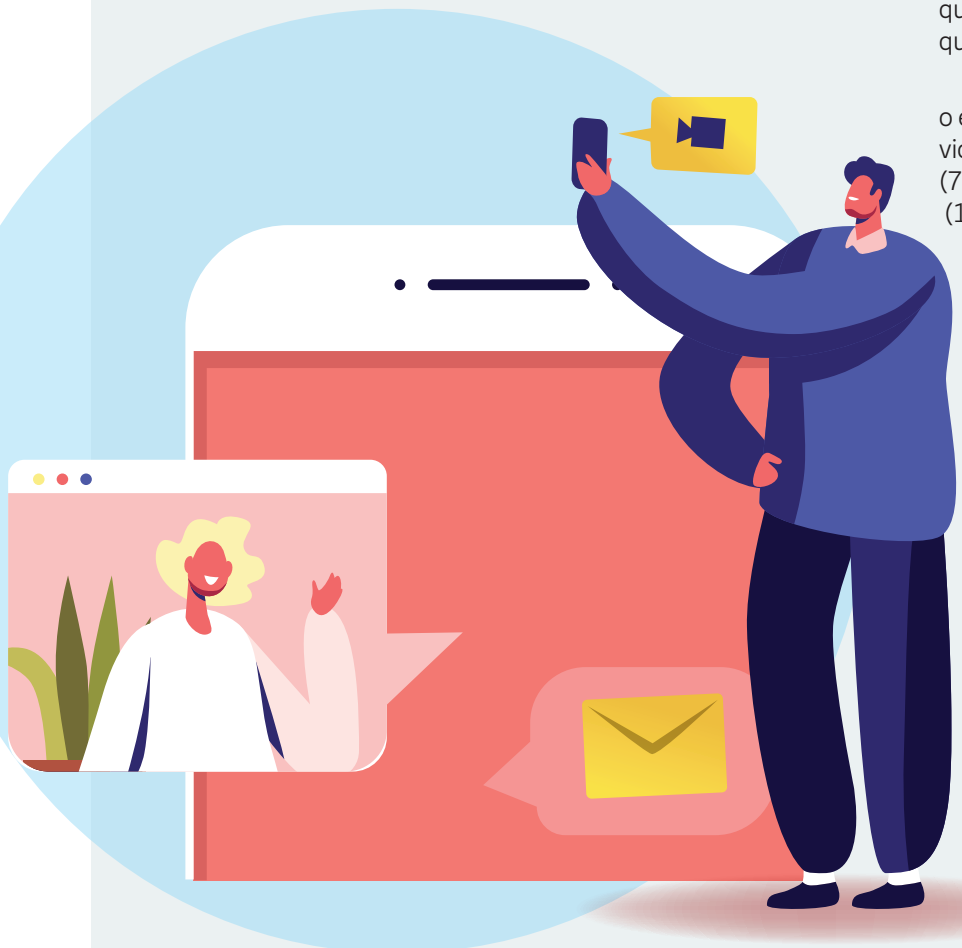
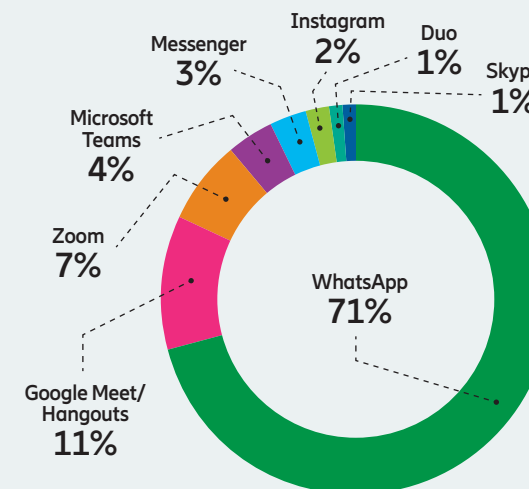


GRÁFICO 19

QUAL O APP QUE O BRASILEIRO MAIS USA PARA VIDEOCHAMADAS ATUALMENTE?

Pergunta: Qual o app que você tem usado com mais frequência hoje em dia para videochamadas?

Base: 1.965 internautas com smartphone que já realizaram videochamadas



OFERECIMENTO

 dynatrace

Livros, jornais e revistas na telinha

A quarentena levou ao aumento do consumo de conteúdos e serviços digitais, dentre os quais a leitura de livros, jornais e revistas na tela dos smartphones. Pela primeira vez, esta pesquisa mediu esse hábito entre os brasileiros.

Quase a metade dos entrevistados (46%) declaram já ter lido um livro no aparelho (Gráfico 20). A experiência é mais comum entre mulheres (49%) que entre homens (42%). E há uma diferença significativa quando analisado por faixa etária. No grupo de 16 a 29 anos, 58% já leram um livro no smartphone, enquanto o

percentual cai para 43% entre aqueles de 30 a 49 anos, e baixa para 25% na faixa com 50 anos ou mais de idade. Não há variação significativa entre classes sociais.

Entre os “leitores móveis”, o aplicativo mais citado para leitura é o Amazon Kindle, apontado por 24% deles, seguido por Google Play Livros (12%), Adobe Acrobat Reader (5%), Wattpad (4%) e Skeelo (3%) – Tabela 5.



GRÁFICO 20
PROPORÇÃO DE BRASILEIROS QUE JÁ LERAM UM LIVRO NO SMARTPHONE

Pergunta: Você já leu algum livro no smartphone?

Base: 2.133 internautas com smartphone

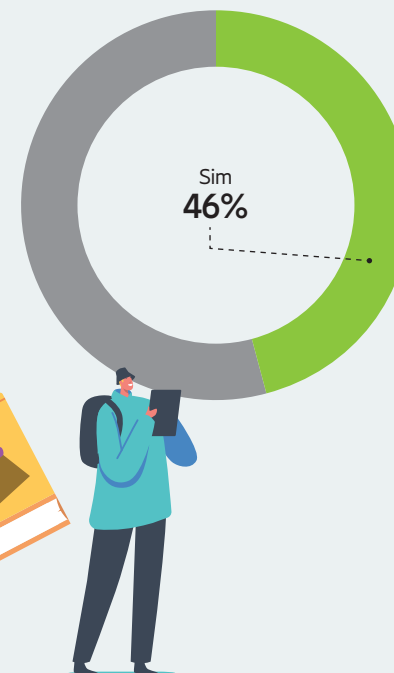


TABELA 5
APPS MAIS USADOS PARA LEITURA DE LIVROS NO SMARTPHONE

Pergunta: Qual app você utiliza para ler livros no smartphone?

Base: 971 internautas que já leram livro no smartphone

	App	%
1	Amazon Kindle	24%
2	Google Play Livros	12%
3	Adobe Acrobat Reader	5%
4	Wattpad	4%
5	Skeelo	3%



Para o segmento de jornais e revistas, no qual há tanto a oferta de assinatura de títulos avulsos quanto de agregadores de periódicos, foi verificada a proporção de assinantes de serviços pagos. Apenas 9% dos brasileiros com smartphone declaram pagar por algum serviço desse tipo (Gráfico 21).

Os veículos ou agregadores de veículos mais acessados no smartphone são O Globo (8%), Amazon Prime Reading (7%), Veja (7%), Folha de São Paulo (6%), TIM Banca Virtual (5%), Claro Banca (3%) e Estadão (3%). Note-se que a pergunta era focada no veículo em si ("Qual é o jornal ou revista que você mais lê através de app no smartphone?"), mas mesmo assim muitos entrevistados responderam com o nome de um agregador (ex.: TIM Banca Virtual e Claro Banca), que reúne dezenas de veículos de notícias.

GRÁFICO 21

PROPORÇÃO DE INTERNAUTAS COM SMARTPHONE QUE ASSINAM SERVIÇO DE JORNAL E/OU REVISTA DIGITAL

Pergunta: Você assina um serviço, com pagamento de mensalidade, que lhe dê direito a ler um ou mais jornais e revistas através de app no smartphone?

Base: 2.133 internautas com smartphone

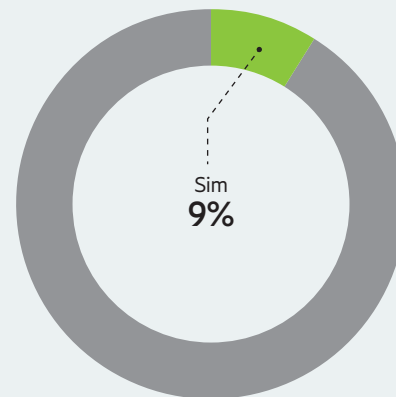


TABELA 6

JORNAIS, REVISTAS E AGREGADORES MAIS LIDOS

Pergunta: Qual é o jornal ou revista que você mais lê através de app no smartphone?

Base: 193 internautas que assinam serviço de leitura de jornais e/ou revistas em formato digital

	Jornal/Revista/Agregador	%
1	O Globo	8%
2	Amazon Prime Reading	7%
3	Veja	7%
4	Folha de São Paulo	6%
5	TIM Banca Virtual	5%
6	Claro Banca	3%
7	Estadão	3%
8	Zero Hora	2%



Conclusões

A queda em instalações e desinstalações de apps, assim como as estagnações na assinatura de serviços de streaming de filmes e música, indica que o pico de aceleração de adoção de novos serviços digitais resultante do isolamento social da pandemia já passou. O crescimento, a partir de agora, deve voltar a um ritmo normal, dos tempos pré-pandemia – salvo quando surgirem novos tipos de serviços ou algum outro fator extraordinário.

A crise econômica, traduzida em alto índice de desemprego, baixo consumo das famílias e volta da inflação, também pode explicar a desaceleração.

Mesmo assim, há movimentações interessantes dentro de determinados

segmentos, vide a ascensão de Google Meet e Zoom em videochamadas, e a guerra entre TikTok e Kwai. O maior desafio desses dois últimos daqui em diante será furar a bolha de adolescentes e pré-adolescentes para conseguir atrair

usuários de mais idade – e também de maior poder aquisitivo, o que agradaria seus anunciantes. Será interessante acompanhar o impacto deles sobre outros apps de socialização digital, como Facebook, Instagram e Twitter, ou sobre plataformas de vídeos produzidos por usuários, como YouTube. Embora sejam propostas diferentes, todos brigam pelo limitado tempo livre dos consumidores.



Conheça outras pesquisas Panorama Mobile Time/Opinion Box



Pesquisa semestral que monitora quais os aplicativos mais usados pelos brasileiros



Pesquisa semestral que monitora quais os aplicativos mais usados pelos brasileiros



Pesquisa sobre uso de senhas e biometria digital através de smartphones



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 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

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

(Mobilidade.)
Esse é o **nosso** mundo.

Assine a newsletter que traz a cobertura diária do mercado móvel em todas as suas verticais. **Gratuitamente.**


mobiletime

www.mobiletime.com.br

