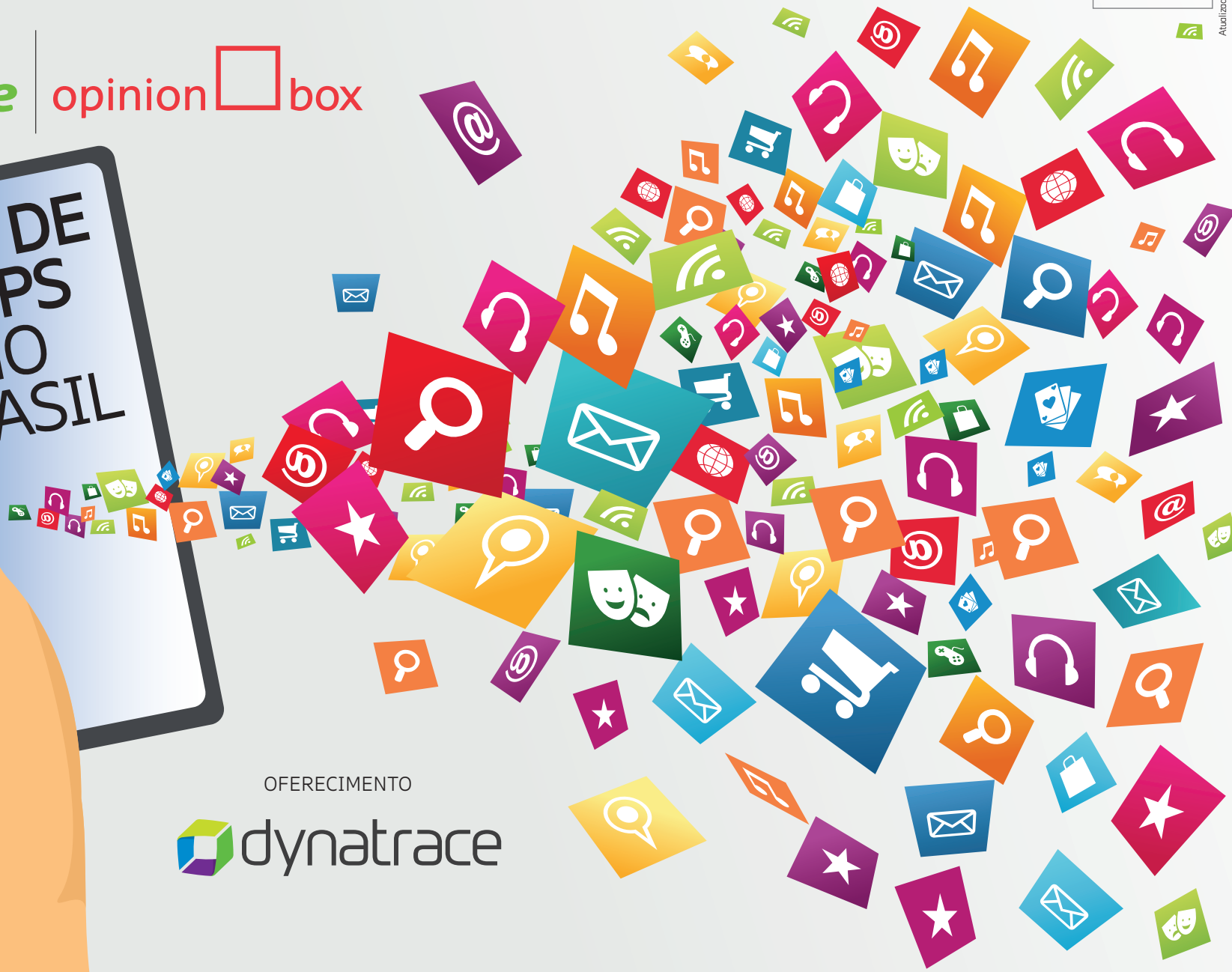
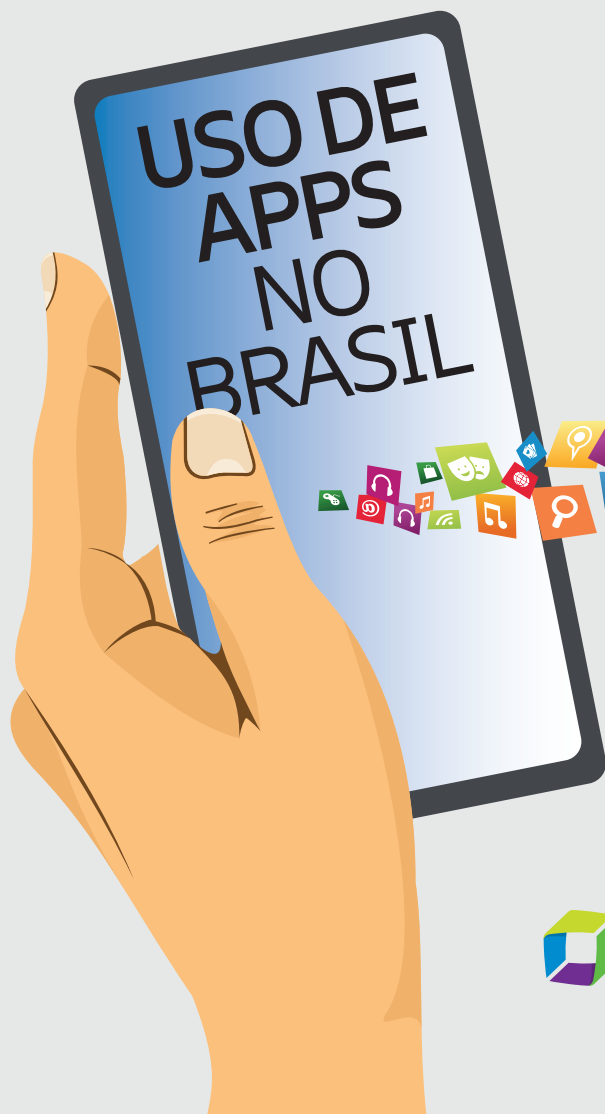


PANORAMA

DEZ
2021

Atualizada em 11 de janeiro de 2022

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



OFERECIMENTO

 **dynatrace**

DEZ
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 10 e 20 de novembro de 2021 por Opinion Box junto a 2.036 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 2,2 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 21 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**, **MobiFinance**, **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 - Dezembro de 2021**.

AS PRINCIPAIS DESCOBERTAS NESTA EDIÇÃO:

APPS DE PROGRAMAS DE FIDELIDADE, GESTÃO DE MILHAS E CASHBACK **FORAM OS QUE MAIS CRESCERAM EM PARTICIPAÇÃO NA HOME SCREEN NACIONAL**

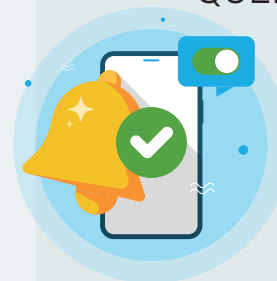
MESSENGER TEVE A MAIOR PERDA DE PARTICIPAÇÃO NA TELA INICIAL DO SMARTPHONE DENTRE TODOS OS APPS MONITORADOS, COM DIMINUIÇÃO DE 7 PONTOS PERCENTUAIS EM UM ANO



TIK TOK E KWAI REGISTRARAM QUEDA SIGNIFICATIVA EM SEIS MESES

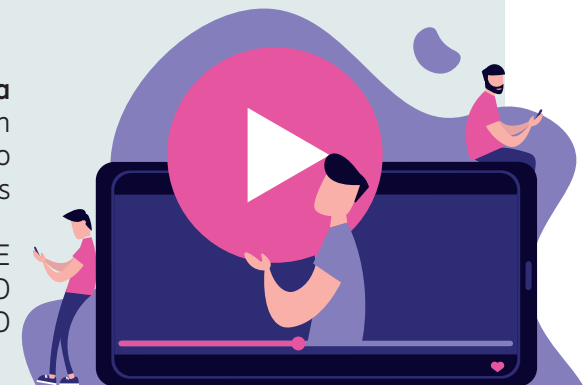
57% dos brasileiros com smartphone

ativam notificações para todos os apps de bancos e de contas de pagamento em seus smartphones



Em um ano, subiu de **56% para 64%** a proporção de brasileiros com smartphone que assinam um serviço de streaming de filmes e séries

65% DOS BRASILEIROS QUE PAGAM POR STREAMING DE VÍDEO ASSINAM MAIS DE UM SERVIÇO

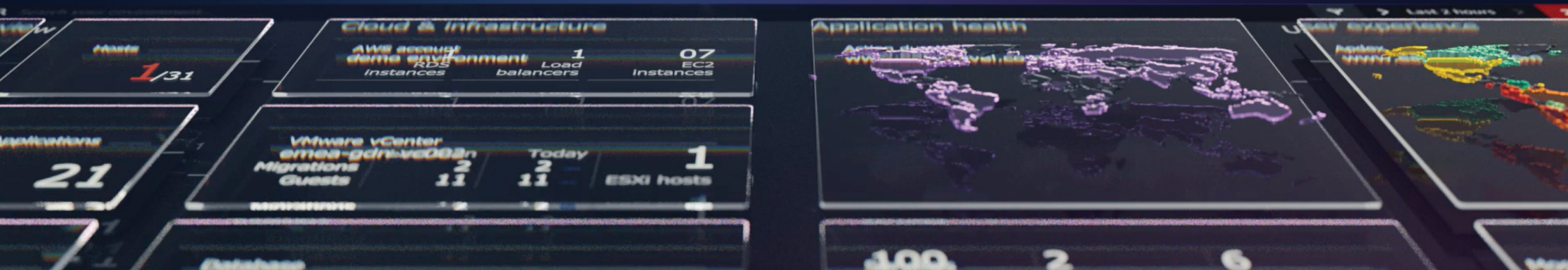




Transforme rapidamente, com observabilidade inteligente e automatizada

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

[Baixe o eBook](#)





Panorama geral

GRÁFICO 1

DIVISÃO DOS ENTREVISTADOS POR SISTEMA OPERACIONAL

Pergunta: Qual é o sistema operacional do seu smartphone?

Base: 2.036 brasileiros com smartphone

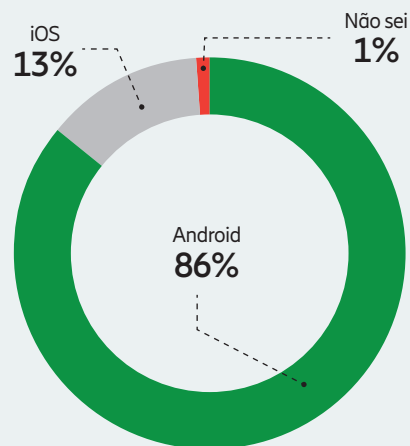


GRÁFICO 2

VOCÊ JÁ BAIXOU E INSTALOU ALGUM APLICATIVO NO SEU SMARTPHONE?

Base: 2.036 brasileiros com smartphone

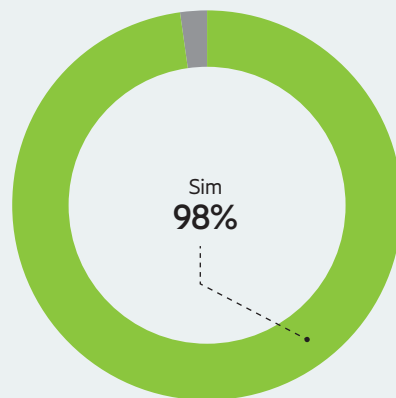


GRÁFICO 3

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

Base: 1.986 brasileiros com smartphone que já baixaram um app

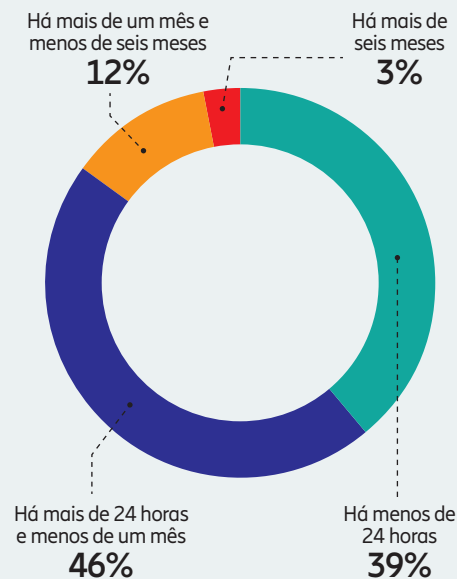


GRÁFICO 4

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

Base: 1.986 brasileiros com smartphone que já baixaram um app

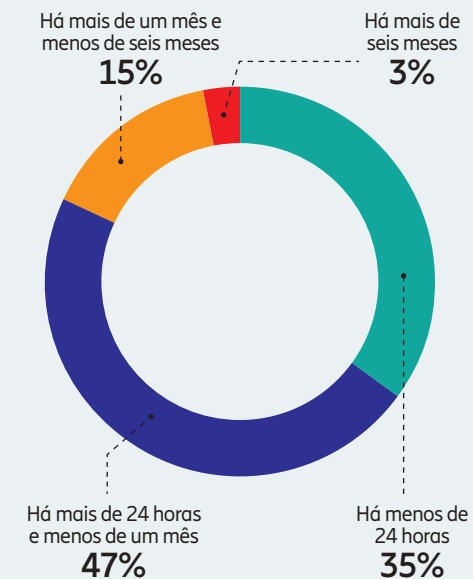




GRÁFICO 5

PROPORÇÃO DE BRASILEIROS QUE JÁ PAGARAM PELO DOWNLOAD DE UM APP

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

Base: 1.986 brasileiros com smartphone que já baixaram um app

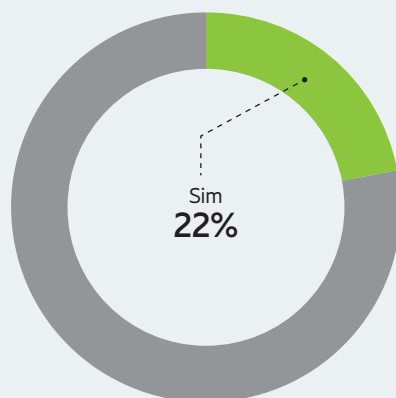


GRÁFICO 6

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: 2.036 brasileiros com smartphone

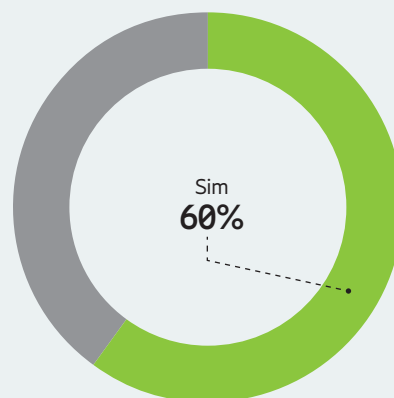


GRÁFICO 7

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); Maio de 2021 (2.133) e Novembro de 2021 (2.036) brasileiros com smartphone

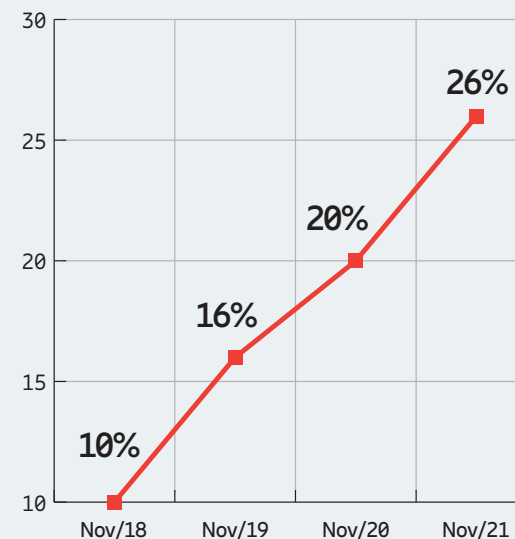




GRÁFICO 8

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); Novembro de 2020 (2.003); e Novembro de 2021 (2.036) brasileiros com smartphone

Obs.: Percentuais se referem à proporção de brasileiros sem o app de realização de chamadas na tela inicial.

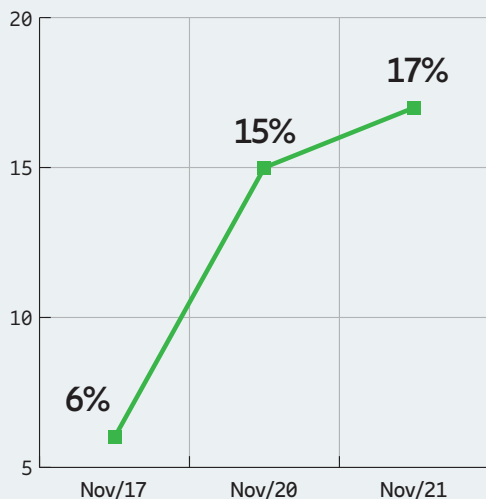


GRÁFICO 9

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); Novembro de 2020 (2.003); e Novembro de 2021 (2.036) brasileiros com smartphone

Obs.: Percentuais se referem à proporção de brasileiros sem o app de SMS na tela inicial.

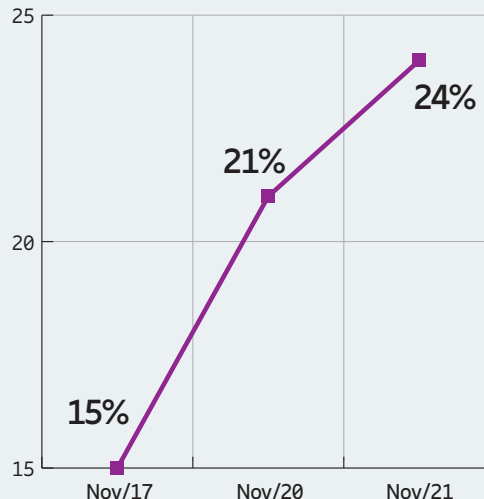


GRÁFICO 10

BRASILEIROS QUE JÁ USARAM COMANDOS DE VOZ NO CELULAR

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

Base: 2.036 brasileiros com smartphone





Volta às ruas com crise econômica favorece apps de pontos, milhas e cashback

A diminuição de novos casos e mortes por Covid-19 junto com a flexibilização de medidas sanitárias estão levando os brasileiros de volta às ruas. Porém, a retomada acontece em meio a uma crise econômica, com estagnação do PIB e alta da inflação, o que os economistas chamam de estagflação. A recuperação econômica do País, em vez de acontecer em formato de V, como se desejava, parece mais o símbolo da raiz quadrada.

No mundo dos aplicativos móveis, esse cenário se reflete em uma maior utilização de apps de programas de fidelidade, gestão de milhas e cashback. Nesta edição da pesquisa, é nítido o avanço dessas categorias. Os aplicativos de AME, Livel e Smiles subiram de patamar no Radar de Popularidade de Apps (Gráfico 11) e enquanto Latam Pass, Oktoplus, Meliuz e Shell Box fizeram sua estreia nesse gráfico, que aponta os aplicativos mais presentes na tela inicial do smartphone brasileiro. Considerando que as entrevistas foram feitas em meados de novembro, possivelmente promoções relacionados com a Black Friday impactaram nos

resultados. O maior crescimento em 12 meses foi registrado pelo app da Livel.

Merece destaque também o crescimento contínuo de PicPay e Telegram, que agora, pela primeira vez, superaram a barreira de presença na home screen de 10% ou mais dos smartphones nacionais. O PicPay tem investido bastante no crescimento da sua base enquanto se prepara para o seu IPO, além de ter adquirido o GuiaBolso em meados de 2021. E o Telegram vem se consolidando como uma alternativa ao WhatsApp para quem deseja criar ou entrar para grupos ou canais com grande quantidade de participantes, o que é restrito no rival.

Por sua vez, a reabertura de voos e o retorno do brasileiro aos aeroportos explica a entrada no Radar dos apps da Azul, da Latam Airlines e do Latam Pass.

São incluídos no Radar os apps que aparecem na home screen de pelo menos 2% dos smartphones nacionais. Apenas 60 títulos alcançam essa marca. Vale lembrar que os entrevistados são instruídos a listar até 20 apps que estão na tela inicial de seus aparelhos. Foram citados 1.826 aplicativos diferentes.





Ascensão e queda de Tik Tok e Kwai

Os apps de criação e distribuição de vídeos curtos Tik Tok e Kwai haviam sido o principal destaque positivo da edição desta pesquisa em junho, quando registraram um crescimento expressivo, puxado por seus investimentos pesados em mídia de massa e oferta de programas de remuneração dos usuários pelo seu engajamento. Entretanto, a ascensão de ambos foi tão meteórica quanto sua queda. Os dois ainda têm uma participação significativa na home screen brasileira, mas perderam praticamente todo o ganho que haviam construído em meados deste ano.

O Tik Tok tinha 8% em novembro do ano passado, saltou para 15% em junho de 2021, e agora caiu para 7%. O Kwai, por sua vez, aparecia com 1% em novembro do ano passado, subiu para 10% em junho de 2021, e baixou para 6% agora.





Família Meta em baixa

A perda de popularidade do Facebook e do Facebook Messenger continua. Os dois aplicativos da Meta registraram as maiores quedas nesta edição da pesquisa. Em um ano, a presença do Facebook baixou de 43% para 37% dos smartphones nacionais. Ainda figura entre os três apps mais populares do Brasil, mas o engajamento de seu usuário está diminuindo: em seis meses, diminuiu de 15% para 10% a proporção de brasileiros com smartphone que apontam o Facebook como o app no qual passam mais tempo (Gráfico 13).

O Messenger, por sua vez, caiu 7 pontos percentuais, de 12% para 5%, desabando da 8ª para a 23ª posição no ranking em um ano. A perda de popularidade do Messenger também vem sendo registrada nas edições mais recentes da pesquisa Panorama Mobile Time/Opinion Box sobre mensageria móvel.

Mas a pior notícia para Mark Zuckerberg vem do Instagram. Até então esse app vinha crescendo continuamente, e em 2020 se tornou o segundo mais popular do País, à frente do Facebook e atrás apenas do WhatsApp. Contudo, nesta edição, o Instagram teve uma queda de 3 pontos percentuais, baixando de 45% para 42%.

Por outro lado, o WhatsApp segue intocável na primeira posição. Além de estar presente na home screen de 54% dos smartphones nacionais, ele é também o aplicativo que o brasileiro mais abre

ao longo do dia (Gráfico 12) e aquele onde passa mais tempo. Neste último aspecto, houve um aumento de 5 pontos percentuais em seis meses: entre maio e novembro, subiu de 28% para 33% a proporção de brasileiros com smartphone que apontam o WhatsApp como o aplicativo onde passam mais tempo.



GRÁFICO 11

RADAR DE POPULARIDADE DE APPS NO BRASIL

TOTAL: 1.826 APPS CITADOS

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: 2.036 brasileiros com smartphone e que já instalaram ao menos um app

Obs.: Foram incluídos no radar os apps presentes na home screen de pelo menos 2% dos smartphones nacionais.



PRESENÇA NA HOME SCREEN

- EM 30% OU MAIS DOS SMARTPHONES
- ENTRE 10% E 29%
- ENTRE 5% E 9%
- ENTRE 2% E 4%



TABELA 1

Ranking dos 10 apps mais populares na home screen dos brasileiros

Pergunta: Lliste 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: 2.036 brasileiros com smartphone e que já instalaram ao menos um app

	Aplicativo	% de smartphones com o app na homescreen	Varição em 12 meses
1	WhatsApp	54%	■
2	Instagram	42%	↓
3	Facebook	37%	↓
4	Nubank	13%	■
5	YouTube	12%	■
6	Uber	12%	■
7	Telegram	11%	↑
8	Caixa	10%	↓
9	Picpay	10%	↑
10	Banco do Brasil	9%	■



Alta



Baixa



Estável



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: 2.036 brasileiros com smartphone
*Todos citados por menos de 2% dos entrevistados

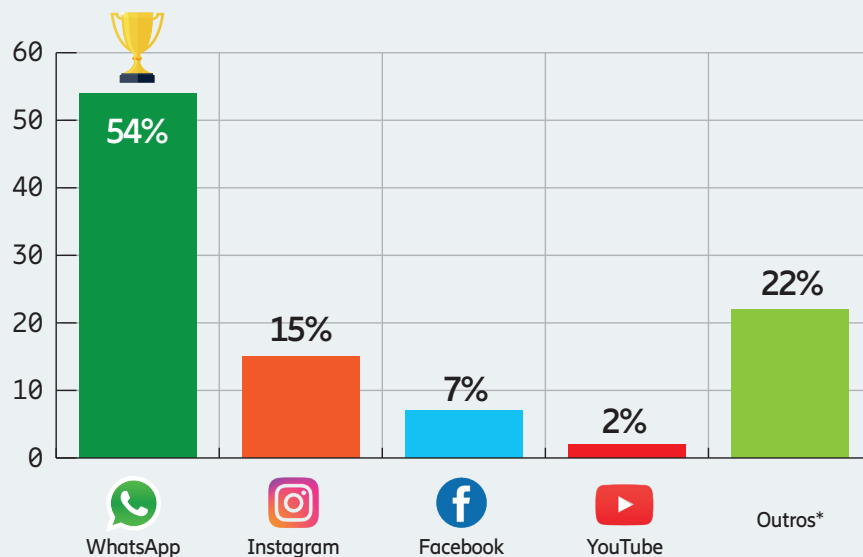
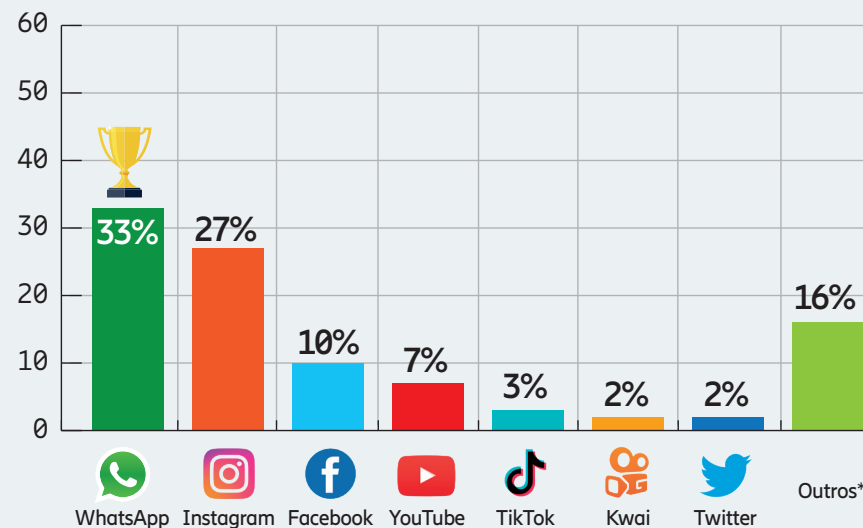


GRÁFICO 13

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: 2.036 brasileiros com smartphone
*Todos citados por menos de 1% dos entrevistados





A adesão dos brasileiros às notificações dos apps

As notificações são um importante canal de comunicação entre aplicativos e seus usuários. São usadas por bancos para avisar sobre pagamentos realizados e transferências recebidas. Redes sociais informam sobre interações com a conta do usuário, como curtidas e comentários. E apps de varejistas enviam notificações sobre o status de um pedido ou sobre promoções.

Os sistemas operacionais Android e iOS permitem que o usuário escolha de quais apps deseja receber notificações. Se o desenvolvedor do app exagerar na quantidade ou errar na relevância das notificações, corre o risco de o usuário bloqueá-las.

Esta pesquisa, pela primeira vez, verificou a adesão do brasileiro às notificações, analisando três diferentes categorias de apps: bancos e contas de pagamento; redes sociais; e varejistas.

Os aplicativos de bancos e de contas de pagamento são aqueles para os quais os brasileiros mais autorizam o envio de notificações. 57% dos entrevistados declaram que

as notificações estão ativadas para todos os apps dessa categoria que possuem em seus smartphones; 30%, somente para alguns apps desse tipo; e apenas 9% afirmam não ter notificações ligadas para nenhum app de banco ou conta de pagamento (Gráfico 14). Nota-se uma adesão maior entre os jovens de 16 a 29 anos: 66% têm notificações ativadas em todos os seus apps de bancos e contas de pagamento. Entre as pessoas com 50 anos ou mais, a proporção cai para 52%. Também há diferença por renda familiar mensal. Entre as pessoas das classes C, D e E, 59% liberam notificações de todos os apps desse tipo, contra 52% daquelas das classes A e B. Não há diferença significativa na comparação entre homens e mulheres.

Nas redes sociais, a adesão às notificações é menor: 45% autorizam todos os apps; 42%, somente alguns; e 12%, nenhum. Novamente, jovens de 16 a 29 anos (52%) e usuários das classes C, D e E (48%) são mais propensos a aceitá-las.

Os varejistas são aqueles com maior dificuldade de convencer o usuário a aceitar notificações, talvez por conta do envio excessivo de mensagens de promoções. Apenas 33% dos entrevistados autorizam notificações para todos os apps dessa

categoria; 38%, para alguns apps; e 22% preferem mantê-las desligadas em todos os apps desse tipo. Jovens e consumidores das classes C, D e E são os mais dispostos a receber notificações de varejistas, talvez por serem mais sensíveis a preço e, por isso, querem receber promoções. A diferença é de 10 pontos percentuais na análise por renda familiar mensal: 35% dos usuários das classes C, D e E aceitam todas as notificações de varejistas contra 26% daqueles das classes A e B.





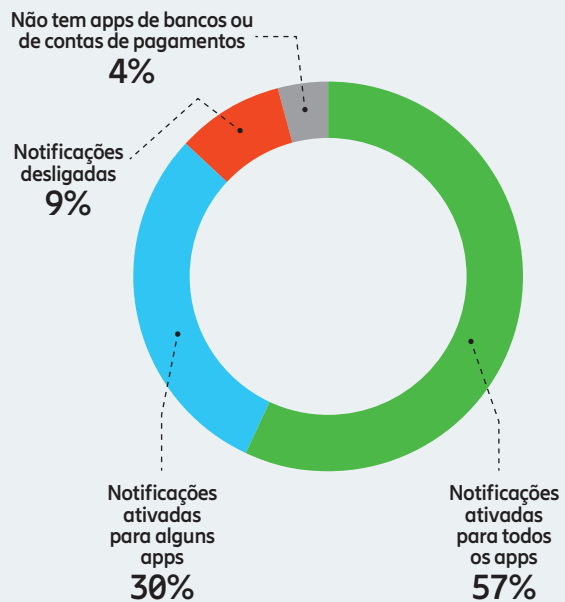
GRÁFICO 14

A ADESÃO DOS BRASILEIROS A NOTIFICAÇÕES – POR CATEGORIA DE APP

Base: 2.036 brasileiros com smartphone

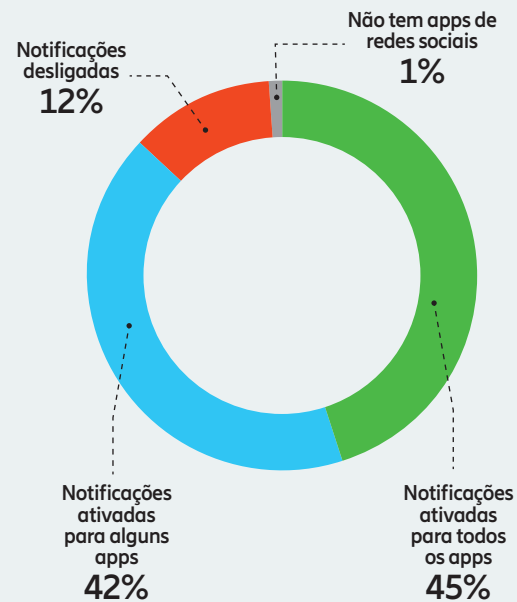
BANCOS E CONTAS DE PAGAMENTO

Pergunta: Você tem ativadas as notificações de apps de bancos e/ou de contas de pagamento no seu smartphone (ex: Nubank, Banco do Brasil, Picpay etc)?



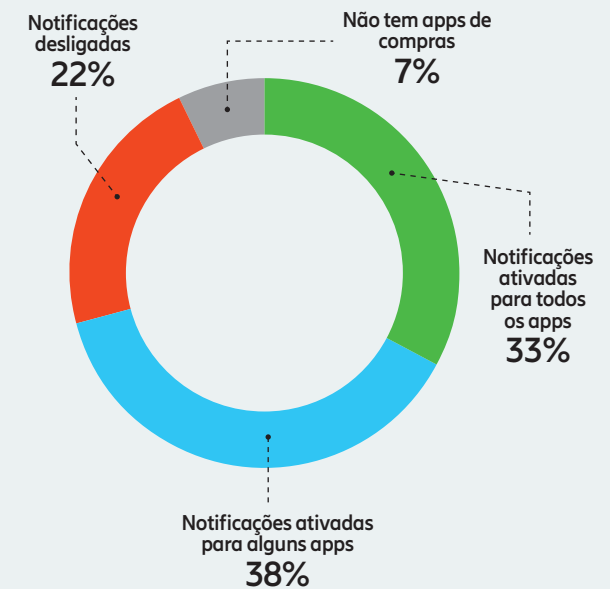
REDE SOCIAIS

Pergunta: Você tem ativadas as notificações de apps de redes sociais no seu smartphone (ex: Facebook, Twitter, TikTok etc)?



COMÉRCIO MÓVEL

Pergunta: Você tem ativadas as notificações de apps de compras no seu smartphone (ex: iFood, Magalu, Amazon etc)?





Brasileiros assinam mais de um serviço de streaming de vídeo

Nos últimos anos chegaram ao Brasil vários novos serviços de streaming de filmes e séries. A liderança ainda é do pioneiro Netflix, mas Amazon Prime Video, Disney+ e Globoplay já possuem bases consideráveis, como demonstra essa pesquisa.

A variedade de oferta contribuiu para que a proporção de brasileiros que assinam algum serviço de streaming de filmes e séries siga crescendo continuamente. De um ano para cá, avançou oito pontos percentuais, passando de 56% para 64%. Esse tipo de serviço tem penetração maior nas classes A e B (75%) do que nas classes C, D e E (62%), e é maior também entre os jovens de 16 a 29 anos (70%), do que entre as pessoas de 30 a 49 anos (64%) ou com 50 anos ou mais (57%).

A exclusividade dos títulos em cada catálogo acaba levando o consumidor a assinar mais de um serviço. É o que fazem dois em cada três brasileiros que pagam por

streaming de vídeo (Gráfico 16). Apenas 35% se restringem a um único serviço. E, no outro extremo, 20% declaram assinar quatro ou mais.

O Netflix é o preferido, assinado por 81% dos brasileiros que pagam por serviços de streaming de filmes e séries (Tabela 2). Amazon Prime Video desponta em segundo lugar isolado (46%) enquanto Disney+ (21%) e Globoplay (20%) estão tecnicamente empatados em terceiro.

Analisando os dados demográficos e sociais dos assinantes, observam-se duas

curiosidades. O Amazon Prime Video é o serviço com a maior diferença de penetração por classe social: 55% nas classes A e B, e 43%, nas demais. E o Globoplay é único serviço em que a penetração é maior entre as pessoas com 50 anos ou mais (24%), em comparação com aqueles de 16 a 29 anos (20%) e de 30 a 49 anos (19%).



GRÁFICO 15

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: Novembro de 2019 (2.002); Novembro de 2020 (2.003) e Novembro de 2021 (2.036) brasileiros com smartphone

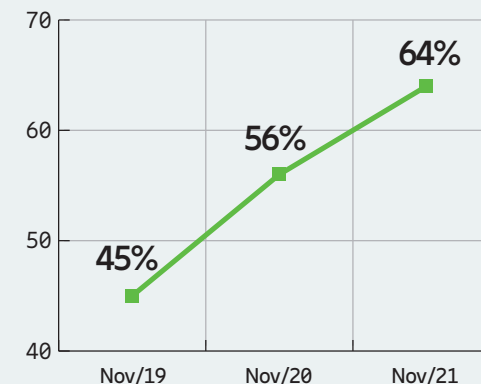


GRÁFICO 16

QUANTOS SERVIÇOS DE STREAMING DE FILMES E SÉRIES O BRASILEIRO ASSINA?

Pergunta: Quantos serviços/streamings de filmes e/ou séries você assina, com pagamento de mensalidade, cujo conteúdo é acessível através de aplicativo no smartphone?

Base: 1.309 brasileiros com smartphone que assinam serviço de streaming de filmes e séries

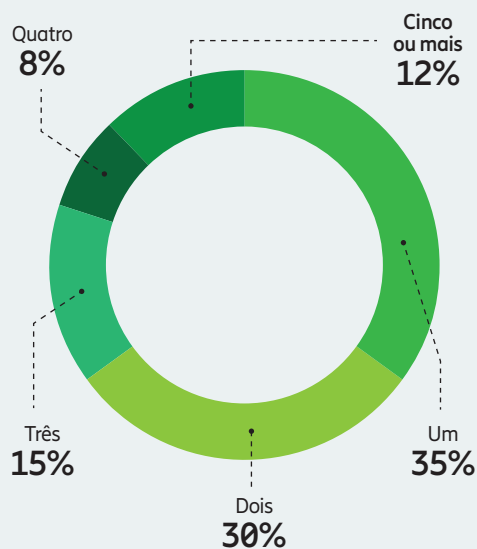


TABELA 2

RANKING DOS SERVIÇOS PAGOS DE STREAMING DE FILMES E SÉRIES

Pergunta: Marque abaixo qual ou quais serviços/streaming de filmes e/ou séries você assina, com pagamento de mensalidade, cujo conteúdo é acessível através de aplicativo no smartphone.

Base: 1.309 brasileiros com smartphone que assinam serviço de streaming de filmes e séries

Netflix	81%
Amazon Prime Video	46%
Disney+	21%
GloboPlay	20%
HBO Max	15%
Star+	6%
Paramount+	4%
Mubi	2%
Outros	7%





Streaming de música é jovem

37% dos brasileiros com smartphone assinam algum serviço de streaming de música, um avanço de cinco pontos percentuais em um ano (Gráfico 17).

Na música, a diferença de idade pesa mais do que no streaming de filmes e séries. Se neste último há uma diferença de 13 pontos percentuais na penetração de assinantes na comparação entre jovens de 16 a 29 anos e pessoas com mais de 50 anos, essa diferença sobe para 18 pontos percentuais na música: no grupo mais jovem, 47% assinam um serviço de streaming de música, contra 29% dos mais velhos.

A renda familiar mensal também pesa. 49% dos brasileiros com smartphone nas classes A e B assinam um serviço de música, contra 34% nas classes C, D e E.

Como os catálogos musicais são muito parecidos, é incomum encontrar quem assine mais de um serviço de música. Mas isso pode mudar a partir da adição de podcasts, muitos deles exclusivos. Hoje o Spotify é o



streaming de música mais utilizado no Brasil, citado por 57% dos brasileiros que pagam por esse tipo de serviço, seguido pelo Deezer (12%) – Tabela 3.

GRÁFICO 17

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?

Base: 2.036 brasileiros com smartphone

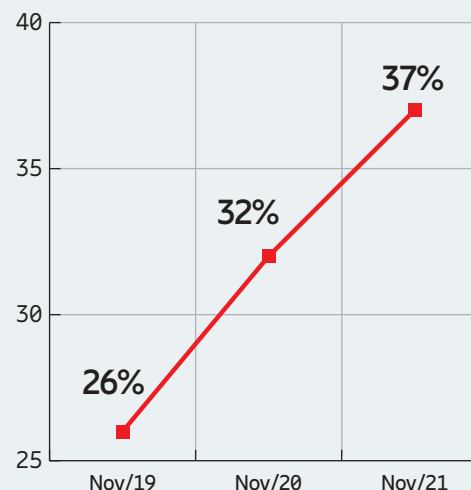


TABELA 3

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 brasileiros com smartphone e que assinam um serviço de streaming de música

Spotify	57%
Deezer	12%
Amazon Music	8%
YouTube Music	7%



Queda de jogadores na telinha

De um ano para cá, houve uma queda de 13 pontos percentuais, de 66% para 53%, na proporção de brasileiros com smartphone que jogam games no dispositivo (Gráfico 18). A redução no uso de jogos móveis aconteceu em todas as faixas etárias e classes sociais, e igualmente entre homens e mulheres. Uma possível explicação pode estar na retomada às ruas, com outras opções de entretenimento, ou também no avanço do uso de serviços de streaming de filmes e séries, que competem pelo tempo livre das pessoas.

A penetração continua sendo maior entre jovens de 16 a 29 anos (65%). Por classe social, a proporção de jogadores móveis é maior nas classes C, D e E (56%), por conta do preço mais acessível, em comparação com os videogames de console.

Free Fire e Candy Crush continuam sendo os games móveis mais populares do Brasil. O primeiro tem um público majoritariamente jovem e masculino, enquanto o segundo é mais velho e feminino.

GRÁFICO 18

EVOLUÇÃO DA PROPORÇÃO DE JOGADORES MÓVEIS NO BRASIL

Pergunta: Você costuma jogar games no seu smartphone?

Base: 2.036 brasileiros com smartphone

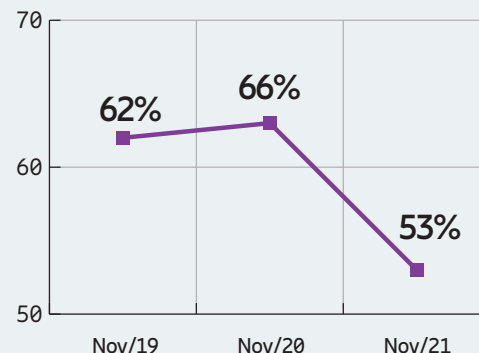


TABELA 4

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: 1.077 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	Farm Heroes Saga	2%



Zoom e WhatsApp avançam em videochamadas

A pandemia fez com que o brasileiro se habituasse a realizar videochamadas. 91% já experimentaram esse recurso em seu smartphone (Gráfico 19). Essa proporção não registra variações relevantes por gênero, idade ou renda familiar.

O aplicativo que o brasileiro mais utiliza para videochamada é o WhatsApp (74%), seguido pelo Google Meet (9%) e pelo Zoom (7%) – Gráfico 21. Vale citar, contudo, um avanço deste último quando se pergunta quais apps o brasileiro já experimentou para realizar videochamadas: o Zoom avançou de 36% para 41% em seis meses, o maior crescimento entre os apps monitorados (Gráfico 20). O Google Meet permaneceu estável.

GRÁFICO 19
BRASILEIROS QUE JÁ FIZERAM VIDEOCHAMADA NO SMARTPHONE

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

Base: 2.036 brasileiros com smartphone

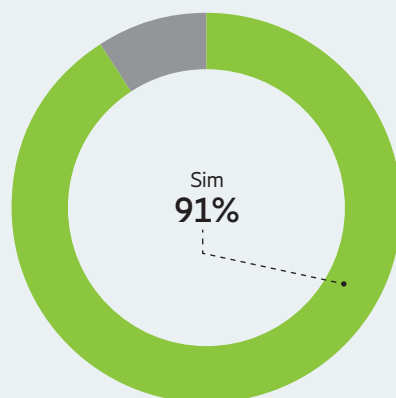




GRÁFICO 20

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 brasileiros com smartphone que já realizaram videochamadas

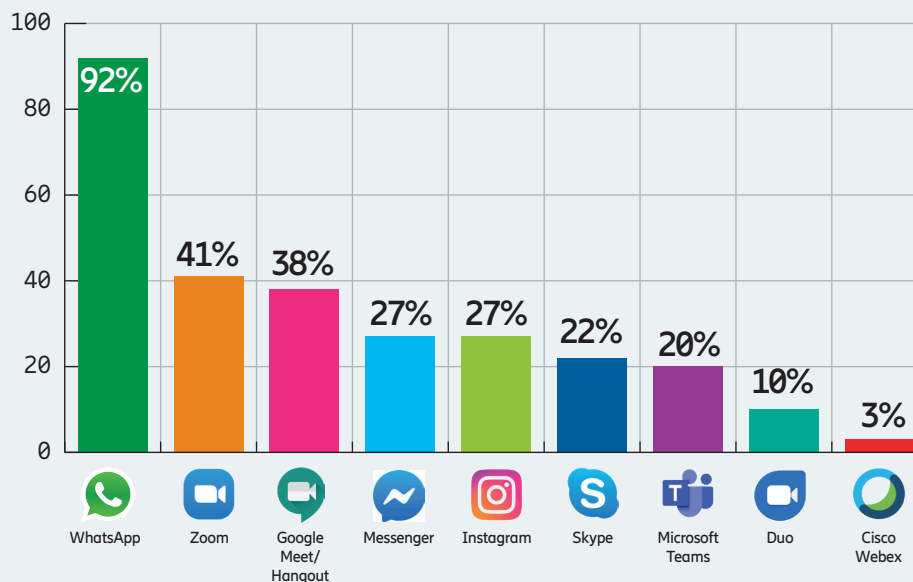
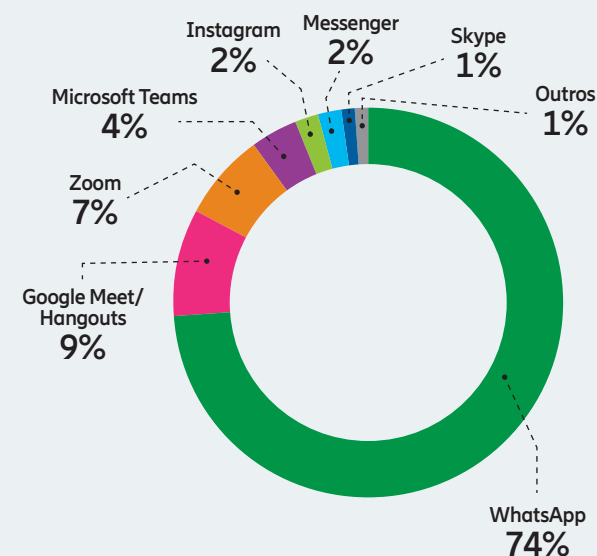


GRÁFICO 21

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: 1.851 brasileiros com smartphone que já realizaram videochamadas





Leitura digital

44% dos brasileiros com smartphone já leram um livro no dispositivo (Gráfico 22). A prática é mais comum entre os jovens de 16 a 29 anos (55%) e cai conforme a idade: 44% entre pessoas de 30 a 49 anos, e 28%, entre aquelas com 50 anos ou mais. Há uma pequena diferença entre mulheres (46%) e homens (41%). A classe social não impacta neste caso. Amazon Kindle e Google Play Livros são os apps mais utilizados no Brasil para leitura de livros (Tabela 5).

Apenas 12% dos brasileiros com smartphone assinam um serviço para leitura de jornais e revistas em formato digital. Neste caso, a maior diferença é por renda familiar mensal, sendo mais comum nas classes A e B (16%) do que nas classes C, D e E (11%).

A Veja cresceu três pontos percentuais e assumiu a primeira posição como veículo de notícias mais lido entre assinantes digitais. O Globo, Folha de São Paulo e GaúchaZH vêm em seguida como os mais citados (Tabela 6).

GRÁFICO 22 PROPORÇÃO DE BRASILEIROS QUE JÁ LERAM UM LIVRO NO SMARTPHONE

Pergunta: Você já leu algum livro no smartphone?

Base: 2.036 brasileiros com smartphone

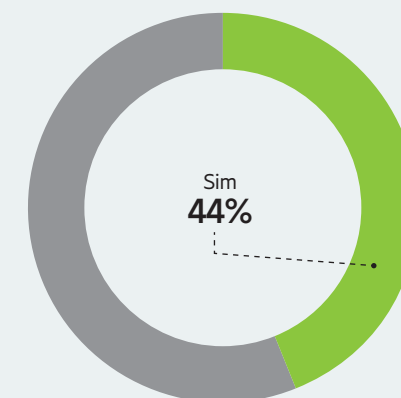




TABELA 5

APPS MAIS USADOS PARA LEITURA DE LIVROS NO SMARTPHONE

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

Base: 887 brasileiros que já leram livro no smartphone

	App	%
1	Amazon Kindle	24%
2	Google Play Livros	13%
3	Adobe Acrobat Reader	4%
4	Skeelo	4%
5	Wattpad	3%

GRÁFICO 23

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: 2.036 brasileiros com smartphone

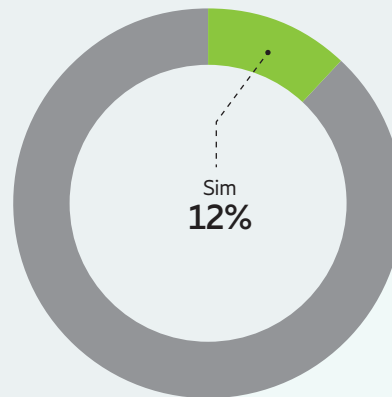


TABELA 6

JORNAIS E REVISTAS MAIS LIDOS

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

Base: 237 brasileiros que assinam serviço de acesso a jornais e/ou revistas em formato digital para leitura no smartphone

	Jornal/Revista/Agregador	%
1	Veja	10%
2	O Globo	8%
3	Folha de São Paulo	7%
4	Gaúcha ZH	3%





Conclusões

A evolução da economia e da pandemia impactam diretamente no comportamento do brasileiro no uso de aplicativos móveis. Dependendo da evolução do PIB, da inflação, do emprego e da transmissão da Covid-19 veremos diferentes categorias de aplicativos ganhando ou perdendo espaço na tela inicial do brasileiro nos próximos meses.

A queda do Instagram nesta edição foi um dos pontos que mais chamaram a atenção, pois o aplicativo vinha

subindo continuamente. Se no próximo relatório ele perder mais espaço, fica confirmada uma tendência. Resta ver quem vai crescer para ocupar o seu lugar como rede social imagética, pois o irmão Facebook e os rivais Tik Tok e Kwai também tiveram perdas nesta pesquisa.

Em finanças, temos acompanhado, semestre a semestre, uma gradual erosão de popularidade dos grandes bancos e a ascensão de novos players, como Nubank e PicPay. Os recentes

IPOs de ambas servem de combustível para seus avanços. Por sua vez, a Caixa vem caindo, mas talvez recupere terreno dependendo do sucesso do seu prometido programa de empréstimos a baixo custo e a chegada do Auxílio Brasil.



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 que identifica o perfil do parque brasileiro de smartphones em atividade e as preferências dos consumidores nacionais na hora de escolher um novo celular.



Pesquisa anual que traça um raio-x do mercado brasileiro de chatbots a partir de levantamento de informações junto aos desenvolvedores de robôs de conversação. Inclui guia com os contatos comerciais das empresas



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



Pesquisa sobre uso de senhas e biometria digital através de smartphones



Mobilidade.

Esse é o **nosso** mundo.



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!



www.mobiletime.com.br

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