

PANORAMA


mobiletime

opinion  box



Mensageria no Brasil

Fevereiro
2016



SOBRE ESTA PESQUISA

Panorama Mobile Time/Opinion Box – Mensageria no Brasil é uma pesquisa independente realizada por uma parceria entre o site de notícias Mobile Time, da Converge Comunicações, e a empresa de soluções em pesquisas Opinion Box. O questionário foi elaborado por MOBILE TIME e aplicado on-line por OPINION BOX junto a 1.895 brasileiros que acessam a Internet e possuem um telefone celular, respeitando as proporções de gênero, idade, faixa de renda e distribuição geográfica desse grupo. As entrevistas foram feitas ao longo de janeiro de 2016. A margem de erro é de 2,3 pontos percentuais. O grau de confiança é de 95%. O compartilhamento em apresentações públicas ou privadas dos dados e das análises contidos neste relatório deve ser sempre acompanhado do devido crédito à fonte.



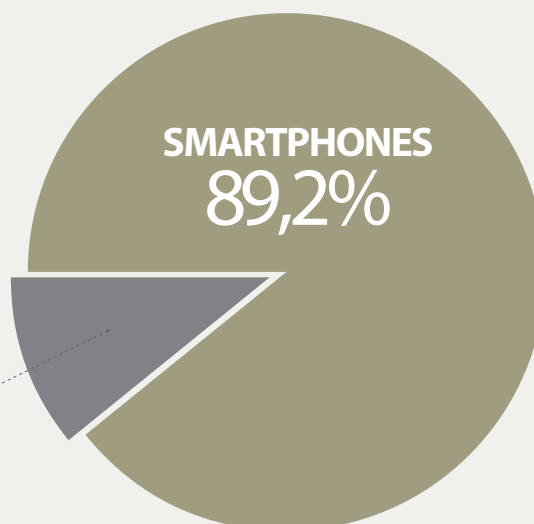
As análises contidas neste relatório são de autoria de Fernando Paiva, editor do MOBILE TIME, jornalista com 16 anos de experiência na cobertura do setor de telecomunicações. Paiva é especializado no mercado de conteúdo móvel e é o organizador de dois eventos que são referência nesse setor, o Tela Viva Móvel e o Forum Mobile+.

Panorama Mobile Time/Opinion Box – Mensageria no Brasil traz um raio-X semestral sobre os hábitos de uso de aplicativos de mensagens instantâneas e SMS pelos brasileiros. Algumas das perguntas que esta pesquisa procura responder:

- 1) **Qual a frequência de uso de WhatsApp, Facebook Messenger e SMS pelo brasileiro?**
- 2) **Que tipo de conteúdos o brasileiro tem costume de trocar por esses canais?**
- 3) **Que outros aplicativos de mensagens instantâneas ganham força no Brasil?**
- 4) **O brasileiro aceita a ideia de pagar por serviços de mensagens instantâneas no celular?**
- 5) **O que o brasileiro acha da qualidade das chamadas de voz por WhatsApp?**

Smartphones X Feature phones na base de entrevistados

FEATURE PHONES
10,8%





WhatsApp mantém liderança e SMS perde popularidade

O WhatsApp manteve a liderança como o serviço de mensagens instantâneas mais utilizado pelo brasileiro. 89,5% dos internautas brasileiros com smartphone são usuários ativos diários (DAUs, na sigla em inglês) e 96,2% são usuários ativos mensais (MAUs, na sigla em inglês). Os resultados são praticamente os mesmos registrados na edição beta desta pesquisa, realizada seis meses atrás, em julho de 2015 (tabela 1). Vale lembrar que o WhatsApp é também o aplicativo mais comum na home screen dos brasileiros, presente na primeira tela de 84,7% dos smartphones no Brasil, de acordo com a edição de dezembro da pesquisa Panorama Mobile Time/Opinion Box – Uso de Apps.

O Facebook Messenger manteve o segundo lugar e registrou um aumento significativo de usuários ativos por dia, que passaram de 50% para 57,9% da base de internautas brasileiros com smartphones. A proporção de usuários ativos por mês do Facebook Messenger, porém, ficou praticamente estagnada, em 82,7%. Isso



indica um aumento da frequência de utilização desse canal pelos brasileiros ao longo dos últimos seis meses.

No SMS o movimento foi inverso. A proporção de utilização diária continua no mesmo patamar (35,4%), mas aquela de usuários mensais caiu 6,6 pontos percentuais em seis meses, passando de 77,7% para 71,1%. A queda de popularidade do SMS está relacionada diretamente à popularização dos apps de mensagens instantâneas e será abordada ao fim deste relatório.

Tabela 1 - Utilização de serviço de envio de mensagens

	DAUs Jan16	DAUs Jul15	Varição DAUs	MAUs Jan16	MAUs Jul15	Varição MAUs
WhatsApp	89,5%	89,1%	+ 0.4 pp	96,2%	96,4%	- 0.2 pp
Facebook Messenger	57,9%	50%	+ 7.9 pps	82,7%	81,8%	+ 0.9 pp
SMS	35,4%	35,7%	+0.3 pp	71,1%	77,7%	- 6.6 pps

Base: 1.690 em Facebook Messenger e WhatsApp e 1.895 em SMS nos dados referentes a janeiro de 2016.



Não houve variações significativas nos tipos de conteúdos trocados através do WhatsApp e do Messenger na comparação com a edição anterior da pesquisa (tabelas 2 e 3). O WhatsApp continua sendo um canal em que o brasileiro utiliza de maneira mais diversificada, com alta incidência de troca de arquivos multimídia, como imagens, vídeos e mensagens de áudio, enquanto no Messenger a distância é maior entre a utilização meramente para mensagens de texto e para troca de conteúdo multimídia.

Melhora a percepção de qualidade das chamadas de voz pelo WhatsApp

A incidência de utilização de chamadas de voz pelo WhatsApp praticamente não mudou em seis meses: 62,7% dos usuários do app costumam realizar ligações através dele (tabela 2). Nesta edição, pela primeira vez medimos a frequência de utilização desse serviço, perguntando aos seus usuários quando foi a última vez que realizaram uma chamada de voz pelo WhatsApp. 52,3% responderam que

Tabela 2 - Incidência de utilização por tipo de conteúdo trocado dentro WhatsApp

	Janeiro de 2016	Julho de 2015
Texto	95,9%	98,1%
Imagens	87,1%	93,1%
Vídeo	80%	83,7%
Mensagens de áudio	76,9%	81,3%
Chamadas de voz	62,7%	63,8%
Desenhos (emojis)	59,3%	61,5%
Outros	0,9%	--

Base: 1.632 (MAUs do WhatsApp)

Tabela 3 - Incidência de utilização por tipo de conteúdo trocado dentro Facebook Messenger

	Janeiro de 2016	Julho de 2015
Texto	95,9%	96,9%
Imagens	66,9%	73,5%
Vídeo	37,5%	40%
Mensagens de áudio	32,1%	28,2%
Desenhos (emojis)	41,9%	44,4%
Chamadas de voz	26,2%	21,9%
Outros	1,4%	--

Base: 1.398 (MAUs do Facebook Messenger)



foi nas últimas 24 horas e 30,8%, que foi há mais de um dia e menos de 30 dias (tabela 4). Com base nessas informações, chegamos à conclusão que metade dos usuários de WhatsApp no Brasil, ou 52,1%, são usuários ativos mensais (MAUs) da funcionalidade de chamadas de voz.

Chama a atenção a melhora de percepção desses usuários da qualidade da chamada de voz pelo WhatsApp nos últimos seis meses. Em julho do ano passado, 19,7% deram nota 1

ou 2 em uma escala de 1 a 5 para a qualidade do serviço, onde 1 é péssimo e 5 é excelente. Agora, em janeiro de 2016, apenas 11,5% deram notas tão baixas (tabela 5).

Por mais popular que o WhatsApp ou outros aplicativos de mensagens instantâneas sejam, isso não significa que os brasileiros estejam dispostos a eventualmente pagar pela utilização deles. 58,8% dos internautas com smartphone que sejam usuários ativos mensais de algum app de mensagem (WhatsApp,

Tabela 4 - Quando foi a última vez que realizou uma chamada de voz pelo WhatsApp?

	%
Em algum momento nas últimas 24 horas	52,3%
Há mais de um dia e menos de sete dias atrás	30,8%
Há mais de uma semana e menos de um mês atrás	11,7%
Há mais de um mês e menos de seis meses	2,5%
Há mais de seis meses	0,4%
Não lembro	2,3%

Base: 1.039 (MAUs do WhatsApp que declararam realizar chamadas de voz)

Tabela 5 - Percepção de qualidade da chamada de voz pelo WhatsApp (escala de 1 a 5, sendo 1 = péssimo e 5 = excelente)

	Janeiro de 2016	Julho de 2015
1	1,9%	4,7%
2	9,6%	15%
3	34,7%	28,1%
4	33,1%	33,6%
5	20,6%	18,5%

Base: 1.039 (MAUs do WhatsApp que declararam realizar chamadas de voz)



Messenger ou outros) disseram que trocariam de aplicativo de mensagem se o seu preferido passasse a cobrar (gráfico 1).

Por outro lado, entre aqueles que aceitariam pagar pelo serviço, aumentou a parcela dos que pagariam até R\$ 2 por semana, enquanto diminuíram o que pagariam até R\$ 2 por mês ou mesmo por ano (gráfico 1).

Mas quem é esse grupo que enxerga tanto valor no WhatsApp a ponto de congregar a possibilidade de pagar uma assinatura semanal por ele? Curiosamente, os mais dispostos a pagar são os usuários com menor renda e os menos dispostos, aqueles na maior

faixa de renda. 44,7% daqueles que ganham até R\$ 724 aceitariam pagar, contra apenas 35,4% daqueles com renda mensal superior a R\$ 10.860.

Quando confrontados com a possibilidade de continuar usando seu aplicativo de mensagens preferido gratuitamente em troca do recebimento de publicidade nele, 68,2% aceitariam. É praticamente a mesma proporção de seis meses atrás, mas com uma diferença: cresceu o percentual que aceitaria receber publicidade de qualquer marca ou produto e não apenas daqueles que lhe interessam (gráfico 2).

Gráfico 1 - Pré-disposição de pagar pelo uso do seu app de mensagens preferido

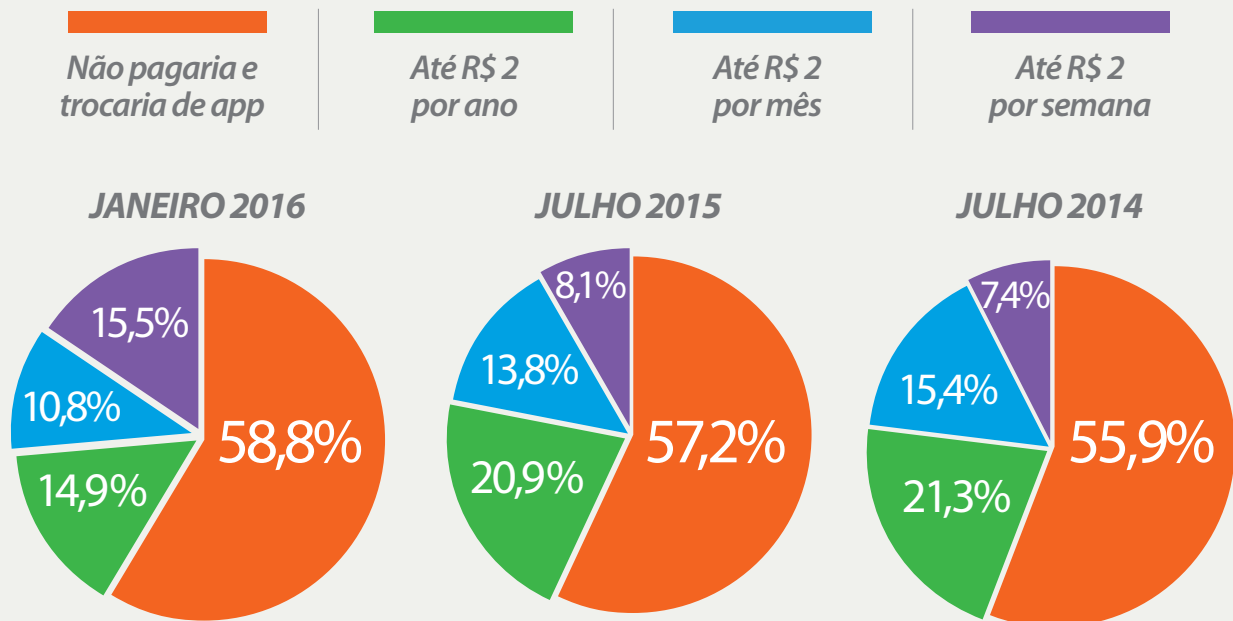
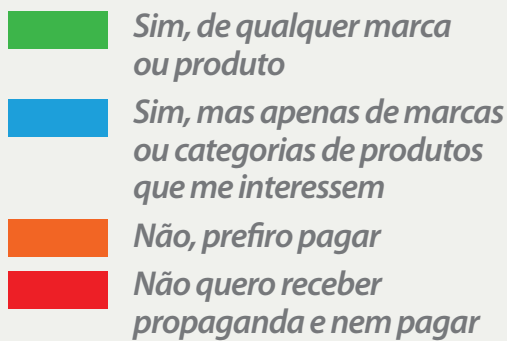
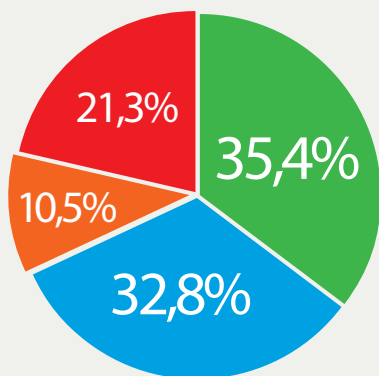




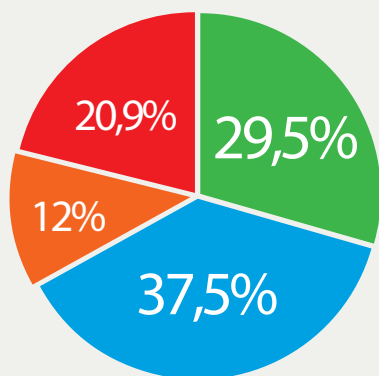
Gráfico 2 - Pré-disposição de receber propaganda em troca do uso gratuito de seu app de mensagens preferido



JANEIRO 2016



JULHO 2015



Telegram se torna a terceira opção

Apenas 24,1% dos internautas brasileiros com smartphones afirmam utilizar outro serviço de comunicação instantânea que não WhatsApp ou Facebook Messenger. Isso representa uma redução significativa em relação a julho de 2015, quando 34,4% declararam usar outros apps do gênero.

Outra novidade relevante é que o Telegram desponta como o terceiro app de comunicação instantânea preferido do brasileiro, superando Skype, Viber e Hangouts. Entre o grupo que declarou usar outros apps além de WhatsApp e Messenger, 18,3% citaram o Telegram. Seis meses atrás, ele havia sido apontado por apenas 5,7% e ocupava a sétima posição (tabela 6). É razoável atribuir a popularização do Telegram ao episódio de bloqueio judicial temporário do WhatsApp no fim do ano passado, quando o aplicativo foi apresentado como uma opção.

Tabela 6 - Ranking dos apps de mensagens mais utilizados (exceto WhatsApp e Facebook Messenger)

		Janeiro de 2016	Julho de 2015
1	Telegram	18,3%	5,7%
2	Skype	15,1%	14,7%
3	Viber	10,3%	13,4%
4	Imo	9,6%	6%
5	Instagram	8,2%	--
6	Snapchat	4,8%	--
7	Hangouts	3,6%	6,2%

Base: 408 em janeiro de 2016



SMS se consolida como ferramenta para empresas

A utilização do SMS para a comunicação entre pessoas (peer to peer) tem diminuído no mundo inteiro em decorrência da popularização dos smartphones e dos aplicativos de comunicação instantânea. O que continua forte, contudo, é o uso do SMS para fins corporativos, especialmente na comunicação de empresas com consumidores, conhecida como A2P. Alguns dados desta pesquisa confirmam essa teoria. Perguntados quando foi a última vez que receberam uma mensagem de texto, 64% dos entrevistados responderam que foi nas últimas 24 horas; 19%, entre um e sete dias; e 6,7%, entre sete e 30 dias. Ou seja: 89,7% receberam pelo menos uma mensagem de texto nos últimos 30 dias, enquanto 71,1% (tabela 1) enviaram uma mensagem de texto no mesmo período. Trocando em miúdos: é mais comum receber do que

mandar um SMS. E quando perguntados de quem costumam receber mais mensagens de texto, o resultado foi o seguinte: 57,1% responderam que recebem mais de empresas e 42,9%, de pessoas.

Entretanto, é preciso separar o joio do trigo. Uma coisa é receber mensagens relevantes, de produtos ou serviços efetivamente contratados pelo usuário. Outra coisa é receber propaganda não solicitada. 98,4% dos internautas brasileiros com smartphone dizem já ter recebido propaganda por SMS de um serviço não solicitado. E 54,5% relatam que a vez mais recente foi há menos de 24 horas, o que indica uma possível frequência diária de spam publicitário por SMS (tabela 7). Para efeito de comparação, entre usuários do WhatsApp, apenas 35,4% disseram já ter recebido propaganda de um número desconhecido dentro do app.

Tabela 7 - Quando foi a última vez que recebeu um SMS com propaganda de serviço não solicitado

	Janeiro 2016	Julho 2015
Nas últimas 24 horas	54,5%	46,5%
Há mais de um dia e menos de sete dias	27,6%	35,4%
Há mais de sete dias e menos de 30 dias	5,8%	8,6%
Há mais de 30 dias e menos de seis meses	2,1%	1,7%
Há mais de seis meses	0,9%	1,1%
Não lembro	7,5%	5,9%
Nunca recebi	1,6%	0,8%

Base: 1.690



Conclusões

O WhatsApp está consolidado como o principal app de comunicação instantânea no Brasil. Essa posição foi conquistada pelo fato de ser simples, fácil de usar, rápido, mas também, ou principalmente, por ser gratuito e sem publicidade. Porém, a competição nesse segmento é enorme e se o WhatsApp decidir cobrar ou incluir propaganda, corre o risco de perder usuários para seus concorrentes. O crescimento do Telegram serve de alerta e revela como em apenas seis meses um app pode rapidamente ganhar (ou perder) popularidade no País.

Ao mesmo tempo, a melhora de percepção do usuário sobre a qualidade das chamadas de voz no WhatsApp e a alta frequência de utilização dessa funcionalidade é uma ameaça para as operadoras móveis tradicionais. Depois de verem seu volume de SMS cair consecutivamente, trimestre a trimestre, agora correm o risco de sentirem impacto também nas chamadas de voz. O que o usuário talvez não perceba é que a qualidade e o custo da chamada de voz por WhatsApp podem ser vantajosos enquanto ele e o destinatário estiverem dentro de redes Wi-Fi, mas na rua, com um deles ou os dois conectados a redes móveis, o cenário é diferente. Dependendo do plano de dados, a chamada pode ficar até mais cara. E, dependendo da velocidade de conexão, a qualidade pode ser pior.





Sobre Mobile Time e Converge Comunicações

Mobile Time é um site jornalístico de notícias diárias sobre a indústria móvel. É um veículo da Converge Comunicações, grupo editorial responsável também pelos sites Teletime, Tela Viva e TI Inside, além de vários eventos setoriais, incluindo os seminários Tela Viva Móvel e Forum Mobile+.

www.mobiletime.com.br

www.convergecom.com.br



Sobre Opinion Box

O Opinion Box desenvolve soluções digitais inovadoras para pesquisas de mercado. Atende a milhares de clientes em diversos segmentos, desde pequenas e médias empresas até multinacionais, realizando diferentes tipos de estudos com sua plataforma online e seu painel com mais de 150 mil consumidores em todo o país. Confira outros ebooks, pesquisas, cases, dicas e tutoriais no blog.opinionbox.com.

www.opinionbox.com