

# PANORAMA

  
**mobiletime**

opinion  box



## ***Mensageria no Brasil***

**AGOSTO**  
2016



**Panorama Mobile Time/Opinion Box – Mensageria** 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 1.884 brasileiros que acessam a Internet e possuem telefone celular, respeitando as proporções de gênero, idade, faixa de renda e distribuição geográfica desse grupo. As entrevistas foram feitas ao longo de julho 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.

*Panorama Mobile Time/Opinion Box – Mensageria* traz um raio-X semestral sobre os hábitos de utilização de serviços móveis de comunicação instantânea pelos brasileiros.



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+.

Algumas das perguntas que esta pesquisa pretende responder são as seguintes:

- 1) **Qual a frequência de uso dos principais serviços de mensageria móvel no Brasil (WhatsApp, Facebook Messenger, Telegram e SMS)?**
- 2) **Qual o serviço móvel de comunicação instantânea favorito do brasileiro atualmente?**
- 3) **Que tipo de conteúdos (texto, imagens, vídeos, áudio, emojis) o brasileiro mais costuma enviar por esses serviços?**
- 4) **O brasileiro está disposto a conversar com marcas e empresas através de serviços móveis de comunicação instantânea? Que tipo de informação desejaria obter através desse canal?**
- 5) **O uso de apps de comunicação instantânea reduz o uso de SMS?**
- 6) **O brasileiro está disposto a pagar para usar serviços de comunicação instantânea? E de receber publicidade em troca do direito de uso?**

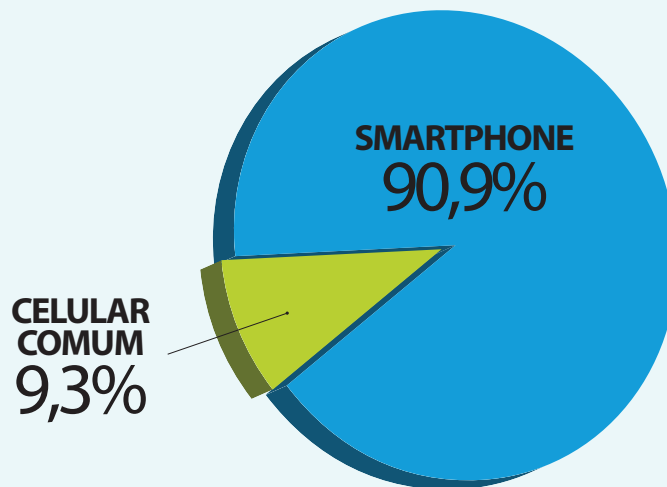
**RESULTADOS QUE  
MERECEM MAIS A ATENÇÃO ESTÃO  
GRIFADOS EM VERMELHO**



## Panorama geral

GRÁFICO 1

### Divisão dos entrevistados por tipo de aparelho

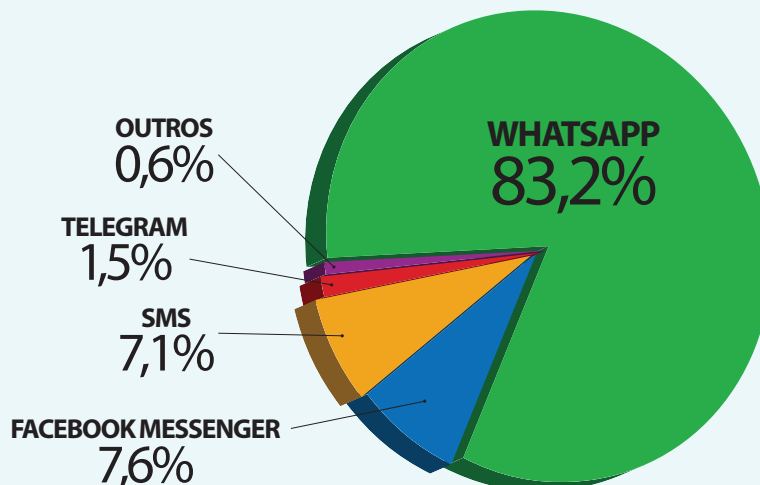


**Pergunta:** Considerando a definição de que smartphone é um celular com tela sensível ao toque e que permite ao usuário instalar e desinstalar aplicativos livremente: você tem um smartphone?

**Base:** 1.884 internautas com telefone celular

GRÁFICO 2

### A preferência dos brasileiros em mensageria móvel



**Pergunta:** Qual serviço de mensagem pelo celular você prefere?

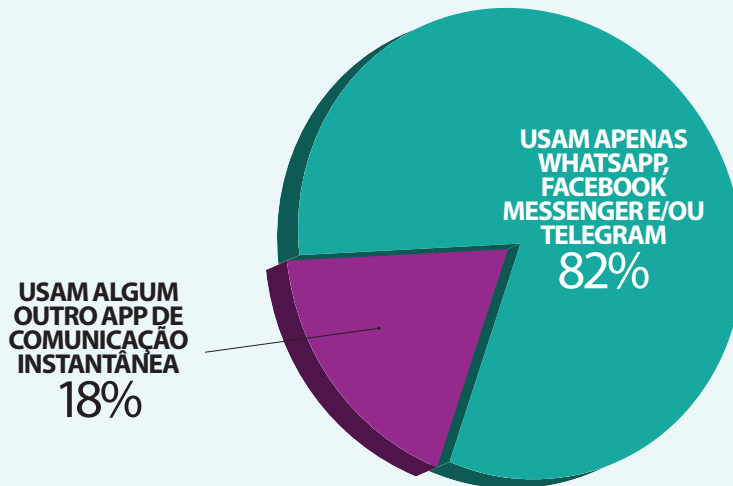
**Base:** 1.884 internautas com telefone celular.

**OBS.:** Os serviços que apareceram como opções de resposta (WhatsApp, Facebook Messenger, Telegram e SMS) foram os mais citados na pesquisa anterior, de fevereiro de 2016).



GRÁFICO 3A

A concentração do mercado brasileiro de mensageria móvel



**Pergunta:** Você usa algum outro app de mensagens instantâneas sem ser Facebook Messenger, WhatsApp e Telegram?

**Base:** 1.713 internautas com smartphones

GRÁFICO 3B

A evolução da concentração do mercado brasileiro de mensageria móvel

(percentual de entrevistados que declararam usar algum app de mensagens diferente de WhatsApp, Facebook Messenger e Telegram)

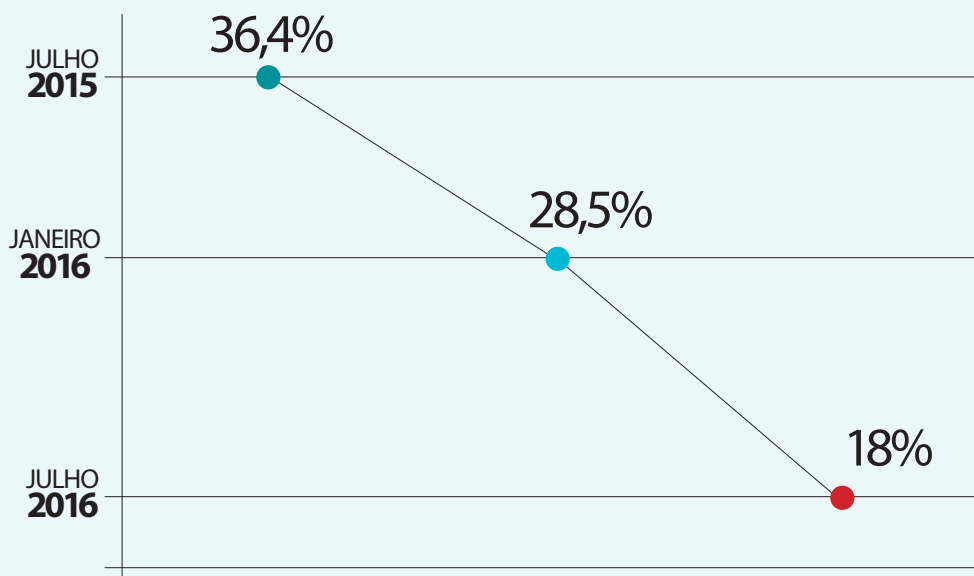




TABELA 1

## Utilização de serviços de comunicação instantânea

	DAUs* Jul16	DAUs* Jan16	Variação DAUs	MAUs** Jul16	MAUs** Jan16	Variação MAUs
WhatsApp	87,8%	89,5%	-1.7 pp	96,5%	96,2%	+0.3 pp
Facebook Messenger	54%	57,9%	-3.9 pps	82,9%	82,7%	+0.2 pp
Telegram	9,7%	N.A.	N.A.	19,7%	N.A.	N.A.
SMS***	27,7%	35,4%	-7.7 pps	65,1%	71,1%	-6 pps

**Base em julho de 2016:** 1.884 internautas com telefone celular

\* DAUs (Daily Active Users), ou usuários ativos diários. Foram computados todos os que responderam ter enviado uma mensagem pela última vez há menos de 24 horas.

\*\* MAUs (Monthly Active Users), ou usuários ativos mensais. Foram computados todos os que responderam ter enviado uma mensagem pela última vez há menos de um mês.

\*\*\* Em SMS, foram computados como DAUs ou MAUs apenas usuários que enviaram uma mensagem de texto. Os percentuais de pessoas que recebem mensagens de texto são maiores e podem ser vistos na tabela 6, na seção sobre SMS.





## O brasileiro quer chatbots

Em abril deste ano, o Facebook abriu o Facebook Messenger para bots, ou chat bots, como são conhecidos robôs capazes de conversar por escrito com pessoas, pois entendem linguagem natural escrita. Isso torna possível que uma marca esteja presente no Messenger na forma não mais apenas de uma página, mas de um contato, capaz de interagir com os consumidores, tirando dúvidas, fornecendo conteúdo e até processando compras.

O Facebook Messenger não foi o primeiro comunicador instantâneo a liberar a entrada de chatbots. Skype e Telegram já haviam feito o mesmo. Os chatbots são vistos atualmente como uma das mais comentadas tendências do mercado de telefonia móvel, pois acredita-se que muitas das tarefas hoje executadas por apps passarão a ser feitas por esses robôs, dentro de plataformas de comunicação instantânea, seja no computador ou no smartphone. Além disso, seu desenvolvimento pode ser mais barato que aquele de um app. E é mais fácil convencer um consumidor a interagir através de um serviço que já conhece bem, como uma plataforma de mensageria, do que obrigá-lo a instalar um aplicativo e aprender a usá-lo. Há quem acredite que os chatbots vão matar os apps. O mais provável, contudo, é que os dois canais se complementem. Os chatbots se adequam a uma primeira e mais superficial interação entre marca e consumidor, enquanto os apps oferecem uma experiência mais imersiva e mais multimídia.

Mas será que o consumidor brasileiro é receptivo à ideia de conversar com chatbots? Para descobrir, foi incluída nesta edição da pesquisa a seguinte pergunta: "Você gostaria de se comunicar com marcas e empresas

através do Facebook Messenger/WhatsApp/Telegram?" Optou-se por evitar os termos "chatbot" e "robô" pelas seguintes razões: 1) os consumidores brasileiros ainda não estão familiarizados com o conceito de chatbot; 2) quando interagirem com uma marca em um serviço de mensageria, os consumidores não precisarão saber necessariamente que se trata de um robô do outro lado – muitos nem vão perceber, dependendo da naturalidade com a qual o chatbot conversar.

O índice de aceitação foi surpreendentemente alto entre os usuários ativos mensais (MAUs, na sigla em inglês) dos três serviços, variando entre 63% e 74%, como revela o gráfico 4.

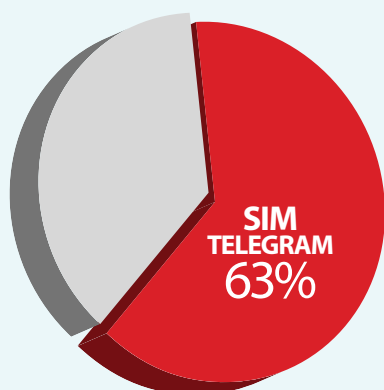
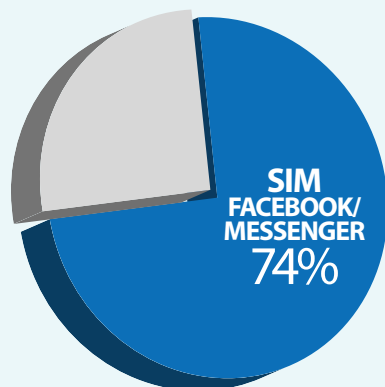
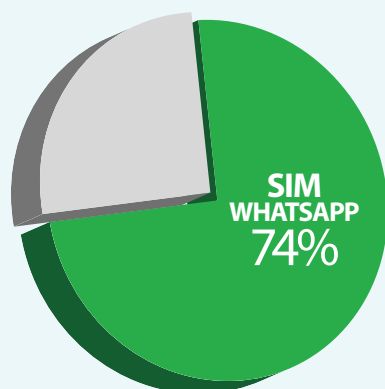
E que tipo de informação sobre uma marca o brasileiro gostaria de obter em uma conversa dentro de um serviço de mensageria? Isso também foi perguntado na





GRÁFICO 4

**O brasileiro tem interesse em conversar com empresas através de comunicadores instantâneos?**



**Pergunta:** Você gostaria de se comunicar com marcas e empresas através do Facebook Messenger/WhatsApp/Telegram?

**Base:** 1.632 MAUs de WhatsApp; 1.418 MAUs de Facebook Messenger; e 336 MAUs de Telegram.

pesquisa, mas somente para os que gostariam de usar esse canal para a comunicação com empresas. Entre esses grupos, o maior interesse está em receber promoções. Mas tirar dúvidas e comprar produtos também tiveram resultados altos, principalmente entre usuários de WhatsApp e Facebook Messenger (tabela 2). Aqueles do Telegram revelam uma receptividade menor para esse tipo de utilização da plataforma de mensagens, talvez porque seu perfil médio seja de pessoas que saíram de outros serviços de mensagens em busca, justamente, de maior privacidade, já que o Telegram foi um dos primeiros a garantir a criptografia das conversas.

TABELA 2

**O que os brasileiros querem dos chatbots?**

	WhatsApp	Facebook Messenger	Telegram
Receber promoções	70,3%	64,8%	55%
Tirar dúvidas ou receber suporte técnico	67,8%	60,3%	46,9%
Comprar produtos e serviços	66%	61,3%	67,8%
Outros	3,1%	2,2%	0,9%

**Pergunta:** Marque para quais finalidades você gostaria de se comunicar com uma marca ou empresa através do Facebook Messenger/WhatsApp/Telegram.

**Bases:** 1.348 MAUs de WhatsApp, 1.156 MAUs de Facebook Messenger e 233 MAUs de Telegram que disseram ter interesse em se comunicar com marcas e empresas através de cada plataforma de mensageria.

Cabe ressaltar que o WhatsApp, comunicador instantâneo móvel favorito do brasileiro (gráfico 2), ainda não está liberado para chatbots – ou pelo menos não oficialmente: falta uma API para essa finalidade e permissão clara em seus termos de serviço.





## Telegram se consolida no páreo

O WhatsApp já foi bloqueado quatro vezes pela Justiça brasileira: duas em 2015 e duas este ano (em maio e em julho). Em todas elas, a decisão foi suspensa pouco tempo depois – da última vez, foram apenas cinco horas fora do ar. Apesar dos episódios, o WhatsApp não perdeu popularidade entre os brasileiros. O aplicativo continua sendo aquele com maior proporção de usuários ativos por dia e por mês no País, além de ser o favorito dos brasileiros, bem à frente dos rivais (Gráfico 2).

Contudo, o Telegram aproveitou as oportunidades para se firmar como uma alternativa. A utilização do serviço vem crescendo sistematicamente no Brasil a cada edição desta pesquisa, de seis em seis meses. Um ano atrás, em julho de 2015, era apenas o sétimo app mais citado pelos internautas brasileiros que declararam usar algum outro serviço que não os líderes da época (WhatsApp e Facebook Messenger). Desse grupo, somente 5,7% citou espontaneamente o Telegram. Seis meses depois, em janeiro deste ano, já era o primeiro lugar nesse grupo, citado por 18,3% dos respondentes. Quando analisados

esses percentuais sobre a base total de entrevistados, chega-se à conclusão que o Telegram tinha 2% de usuários em julho de 2015 e passou para 4,4% em janeiro de 2016. E agora, em julho de 2016, seus usuários ativos mensais (MAUs) representam 19,7% dos internautas brasileiros que possuem telefones celulares.

Cabe ressaltar, porém, alguns pontos referentes à metodologia: 1) nas duas primeiras edições da pesquisa não foi medida a frequência de uso do Telegram (DAUs, MAUs etc); 2) na pesquisa atual, devido ao crescimento do Telegram na edição anterior, ele foi adicionado ao grupo principal de serviços de mensageria, ganhando perguntas específicas sobre ele, o que pode ter influenciado parte do público a declarar ser seu usuário. De toda forma, o salto de 4,4% para 19,7% é bastante grande para ser decorrente somente dessa mudança no questionário.

O Telegram, contudo, ainda é usado basicamente para a troca de mensagens de texto. Menos da metade dos seus usuários declaram enviar vídeos, imagens ou emojis (desenhos). Dentre as principais plataformas de mensagens instantâneas utilizadas no Brasil, a mais multimídia é, definitivamente, o WhatsApp. É através dele que os brasileiros gostam de enviar imagens, vídeos, mensagens de áudio e emojis, além de realizar chamadas de voz. O Facebook Messenger é um meio termo entre as duas: tem uma razoável incidência de envio de







TABELA 3

**Incidência de utilização por tipo de conteúdo trocado**

	WhatsApp	Facebook/Messenger	Telegram
Texto	94,8%	92,6%	88,2%
Imagens	82,7%	57%	33,2%
Vídeo	71,1%	28,7%	21,2%
Mensagens de áudio	75,6%	30,3%	24,7%
Chamadas de voz	57,1%	21,4%	N.A.
Desenhos (emojis)	59,9%	38,5%	22,8%

**Pergunta:** Marque as formas de comunicação que você utiliza pelo WhatsApp/Facebook Messenger/Telegram (pode marcar mais de uma)

**Bases:** 1.632 MAUs de WhatsApp; 1.418 MAUs de Facebook Messenger; e 336 MAUs de Telegram.

imagens, mas fica muito atrás em relação ao WhatsApp nos outros tipos de conteúdo (tabela 3). Aliás, analisando-se a evolução ao longo das três edições da pesquisa, desde julho de 2015 o Facebook Messenger vem diminuindo gradativamente o seu caráter multimídia, à exceção dos emojis, único item com crescimento contínuo dentro da plataforma nesse período: eles eram utilizados por 21,9% dos usuários do Facebook Messenger um ano atrás, e agora alcançam 38,5% (Gráfico 5b, na seção tabelas e gráficos extras).

O Skype manteve a quarta posição no mercado brasileiro, como o app de mensagens mais citado fora WhatsApp, Facebook Messenger e Telegram (tabela 4). É importante ressaltar que o foco da pesquisa é a troca de mensagens de texto. Talvez se as perguntas fossem direcionadas ao uso de chamadas de voz o Skype provavelmente estaria em uma posição melhor.

Entre os demais apps, merece destaque o contínuo crescimento do Instagram e do Snapchat ao longo de 18 meses, ou três edições da pesquisa, enquanto o Viber vem perdendo participação no mesmo período (tabela 4).

TABELA 4

**Ranking dos apps de mensagens mais utilizados, fora Facebook Messenger, Telegram e WhatsApp\***

	App	Julho 2016	Janeiro 2016	Julho 2015
1	Skype	16,7%	15,1%	14,7%
2	Instagram	13,7%	8,2%	--
3	Imo	10,2%	9,6%	6%
4	Twitter	9,1%	--	--
5	Snapchat	7,8%	4,8%	--
6	Viber	7,2%	10,3%	13,4%
7	Hangouts	5,9%	3,6%	6,2%

\*Nesta edição de julho de 2016, Telegram foi incluído entre os principais serviços de mensagens instantâneas. Em janeiro de 2016 o app fora citado por 18,3% do grupo de entrevistados que declarou usar outros apps, ficando em primeiro lugar na lista.

**Pergunta:** Qual outro app de mensagens instantâneas no celular você utiliza, sem ser Facebook Messenger, WhatsApp e Telegram?

**Base:** 373 em julho de 2016.



## Pagar? Jamais!

A fidelidade dos brasileiros pelos apps de mensagens é eterna enquanto durar... a gratuidade. Em dois anos, entre julho de 2014, quando foi feita uma edição beta desta pesquisa, e julho de 2016, subiu de 55,9% para 63,7% a proporção de internautas brasileiros que afirmam que não pagariam nada e trocariam de app se o seu serviço de mensagens preferido decidisse começar a cobrar. Esse percentual cresce continuamente nas quatro edições da pesquisa, revelando uma inequívoca tendência do brasileiro de rejeitar o pagamento por esse serviço (tabela 5). O percentual de pessoas dispostas a pagar até R\$ 2 por ano, por sua vez, caiu pela metade, passando de 21,3% em julho de 2014 para 11,9%, em julho de 2016.

TABELA 5

### Quanto o brasileiro pagaria para usar seu app favorito de mensagens no celular?

	Julho 2016	Janeiro 2016	Julho 2015	Julho 2014
Não pagaria e trocaria de app	63,7%	58,8%	57,2%	55,9%
Até R\$ 2 por ano	11,9%	14,9%	20,9%	21,3%
Até R\$ 2 por mês	12,5%	10,8%	13,8%	15,4%
Até R\$ 2 por semana	11,8%	15,5%	8,1%	7,4%

**Pergunta:** Se o app de mensagens que você mais usa decidisse começar a cobrar pelo serviço, quanto você estaria disposto a pagar?

**Base:** 1.713 internautas com smartphone



Por outro lado, o usuário brasileiro demonstra uma crescente aceitação em receber propaganda em troca de continuar utilizando de graça seu app de mensagens instantâneas favorito. 36,9% concordariam com essa troca, aceitando receber publicidade de qualquer marca ou produto. Um ano atrás, em julho de 2015, apenas 29,5% concordavam com essa condição (tabela 6). Outros 34,5% aceitariam receber apenas anúncios de marcas ou categorias de produtos que lhe interessam – uma pequena queda em relação aos 37,5% de um ano atrás. A proporção que prefere pagar segue caindo continuamente, de 12% para 8,5%, em 12 meses. E 20% se mantêm irredutíveis: não pagariam e nem aceitariam publicidade, preferindo trocar de app.

TABELA 6

### Pré-disposição do brasileiro em receber propaganda em troca do uso gratuito

	Julho 2016	Janeiro 2016	Julho 2015
<b>Sim, de qualquer marca ou produto</b>	36,9%	35,4%	29,5%
<b>Sim, mas apenas de marcas ou categorias de produtos que me interessem</b>	34,5%	32,8%	37,5%
<b>Não, prefiro pagar</b>	8,5%	10,5%	12%
<b>Não quero receber propaganda e nem pagar</b>	20%	21,3%	20,9%

**Pergunta:** Você aceitaria receber mensagens publicitárias nesse app em troca de continuar utilizando-o de graça?

**Base:** 1.713 internautas com smartphone





## SMS em queda

O uso de mensagens de texto segue em queda no Brasil, pelo menos no que diz respeito à comunicação entre pessoas (P2P, na sigla em inglês). O percentual de internautas brasileiros com celular que declaram ter enviado um SMS pela última vez há menos de 30 dias vem caindo consecutivamente, a cada edição da pesquisa (gráfico 5). Em um ano, entre julho de 2015 e julho de 2016, baixou de 77,7% para 65,1%. No mesmo intervalo de tempo, o percentual de usuários que afirmam terem enviado um SMS pela última vez há menos de 24 horas caiu de 35,7% para 27,7%.

Trata-se, sem dúvida, de um reflexo da popularização dos smartphones e dos apps de comunicação instantânea e sua gratuidade. Isso fica claro quando perguntado ao grupo que não envia um SMS há mais de um mês a principal razão para não tê-lo feito: 53,6% disseram que preferem utilizar aplicativos de mensagens. E outros 27,2% culpam o preço: acham o SMS caro. 6% dizem que não precisam mandar

mensagens; 5,7% não gostam; 1,5% não sabem; e 6% alegam "outros motivos".

O recebimento de mensagens de texto, por sua vez, parece relativamente estável. Em janeiro de 2016, o percentual de entrevistados que declararam ter recebido um SMS pela última vez há menos de 30 dias era de 89,7%. Agora é de 88,5%. Mas se analisado o grupo que afirma ter recebido uma mensagem de texto há menos de 24 horas, o percentual caiu de 64% para 60,6% em seis meses.



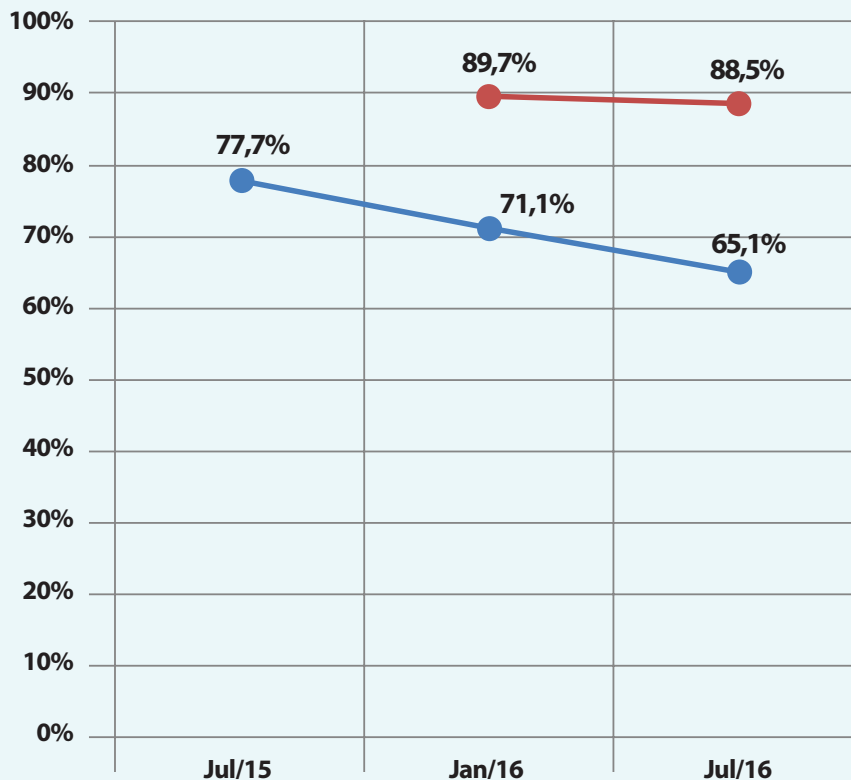


No caso do SMS é importante separar o tráfego de mensagens enviadas e recebidas porque muita gente utiliza apenas o segundo, para receber informações automáticas enviadas por empresas, serviços conhecidos no mercado de telecom como A2P. Por sinal, 61% dos entrevistados

afirmam receber mais mensagens de empresas que de pessoas. Seis meses atrás eram 57%. Por fim, 84,6% declaram que assinam algum serviço de recebimento automático de SMS. Os tipos de conteúdos mais comuns são alertas financeiros e notícias (tabela 9).

GRÁFICO 5

*SMS no Brasil – percentual de usuários ativos por mês*



- Usuários que declaram ter ENVIADO pelo menos um SMS nos últimos 30 dias
- Usuários que declaram ter RECEBIDO pelo menos um SMS nos últimos 30 dias

**Pergunta:** Quando foi a última vez que você enviou/recebeu um SMS?

**Base (em julho 2016):** 1.884 internautas brasileiros com celular



## Conclusões

O mercado brasileiro de serviços móveis de comunicação instantânea está concentrado em três players: WhatsApp, Facebook Messenger e Telegram, nesta ordem de preferência do usuário nacional. Apenas 18% dos internautas brasileiros utilizam algum outro serviço de mensagens no celular.

O WhatsApp é o aplicativo de comunicação instantânea favorito do brasileiro, com larga vantagem, apontado por 83,2% dos entrevistados. Trata-se de uma liderança difícil de ser perdida. Mesmo os consecutivos bloqueios judiciais não foram suficientes para mudar esse cenário. É no WhatsApp que o usuário encontra a maioria dos amigos, familiares e colegas de trabalho. E através dele troca não apenas mensagens de texto, mas fotos, vídeos e emojis – além de realizar chamadas de voz. Aliás, cabe destacar que a percepção de qualidade dos usuários sobre o serviço de chamada de voz dentro do WhatsApp está crescendo gradativamente (tabela 8), o que pode significar uma

ameaça à receita de voz das telefonia celular tradicional.

O Facebook Messenger, por causa da força do seu app-irmão, o Facebook, continua tendo uma relevância significativa. Porém, é utilizado de maneira muito menos multimídia que o WhatsApp pelos brasileiros.

O Telegram, por sua vez, consolidou-se como a terceira força no mercado nacional, porém, seu uso se concentra principalmente em mensagens de texto. Diante dos bloqueios judiciais do





WhatsApp, o Telegram se tornou o app de mensagens reserva do brasileiro.

Nenhum desses aplicativos pode cogitar cobrar pelo serviço de troca de mensagens, senão perderá sua base de usuários quase que instantaneamente. Mas podem avaliar a proposta de abertura para publicidade ou, pelo menos, para chatbots, o que pode virar uma fonte de receita sem desagradar seu público – pelo contrário, a maioria

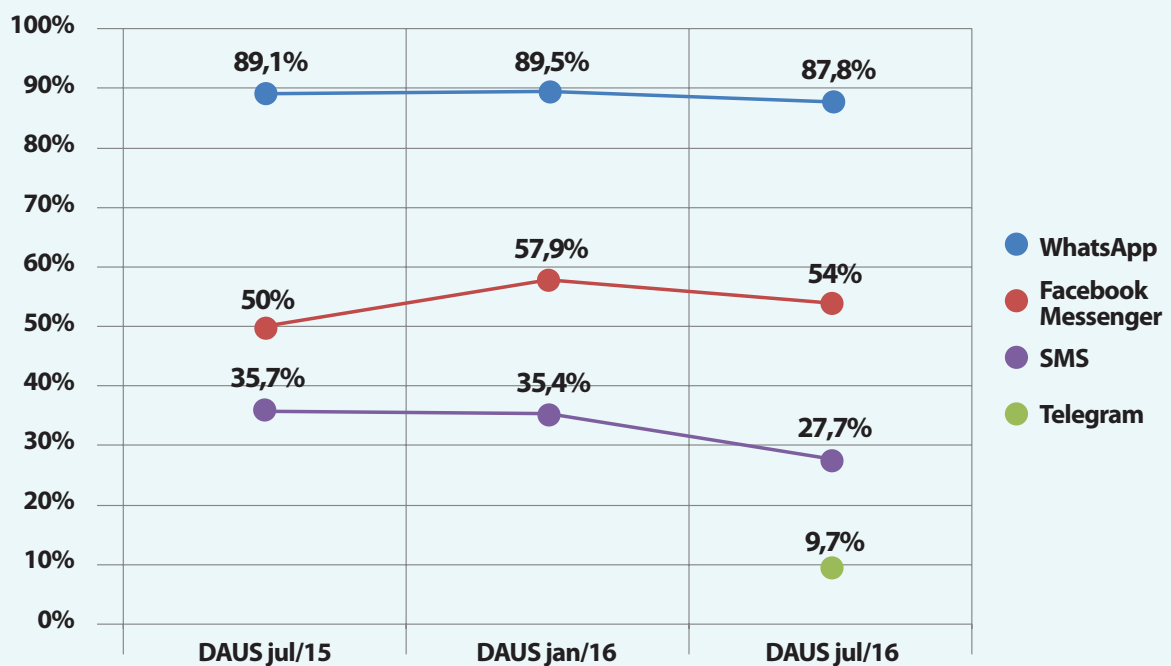
dos brasileiros demonstra receptividade à ideia de conversar com marcas através dos comunicadores instantâneos.

Por fim, o SMS, embora perca continuamente atratividade para a comunicação entre pessoas, resiste popular em seu uso para envio automático de informações por empresas para seus consumidores, devido ao caráter universal da plataforma.

## Tabelas e gráficos extras

GRÁFICO 6A

**Variação da penetração de usuários ativos diários por serviço, sobre a base total de internautas brasileiros com telefone celular, entre julho de 2015 e julho de 2016**



Base: 1.884 internautas brasileiros com celular

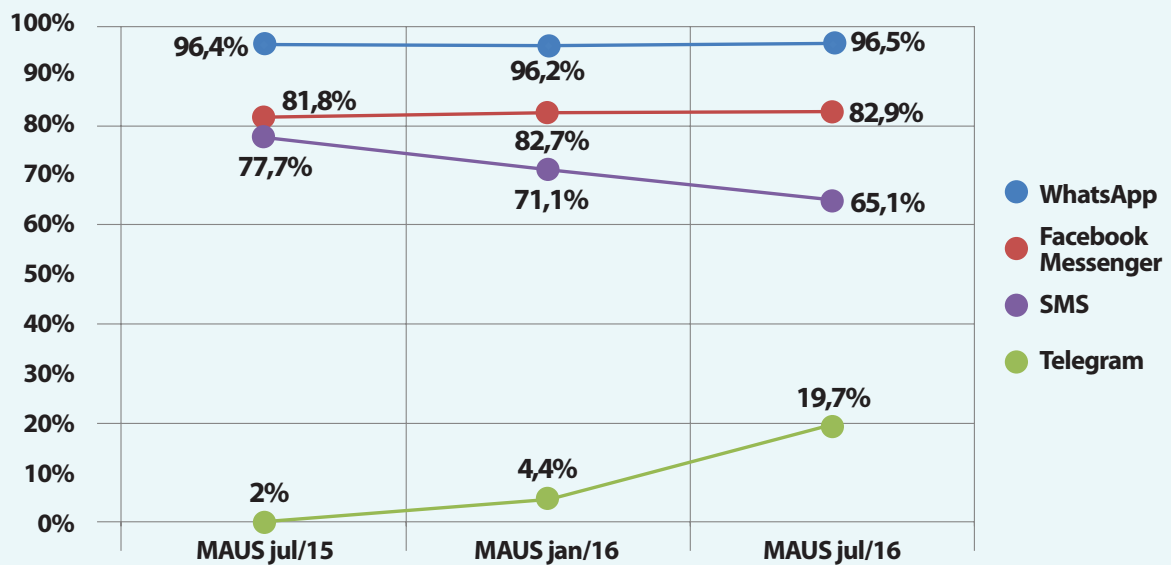




## Tabelas e gráficos extras

GRÁFICO 6B

**Variação da penetração de usuários ativos mensais por serviço, sobre a base total de internautas brasileiros com telefone celular, entre julho de 2015 e julho de 2016**



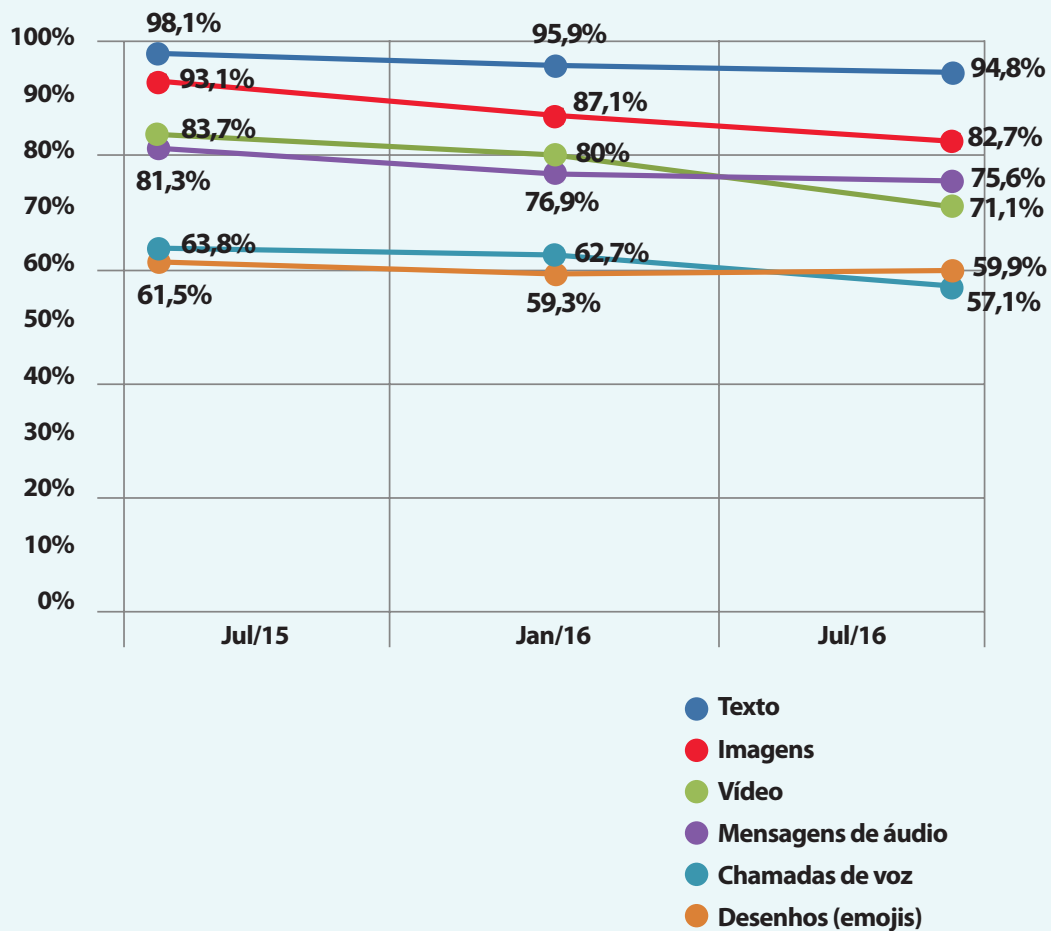
\*Percentuais de internautas brasileiros que declararam usar o Telegram nas pesquisas anteriores. Embora não tenha sido medida a frequência, é razoável supor que fosse pelo menos mensal.

**Base:** 1.884 internautas brasileiros com celular



GRÁFICO 7A

*Evolução da incidência de utilização por tipo de conteúdo trocado, de julho de 2015 a julho de 2016 – WhatsApp*



**Pergunta:** Marque as formas de comunicação que você utiliza no WhatsApp (pode marcar mais de uma)

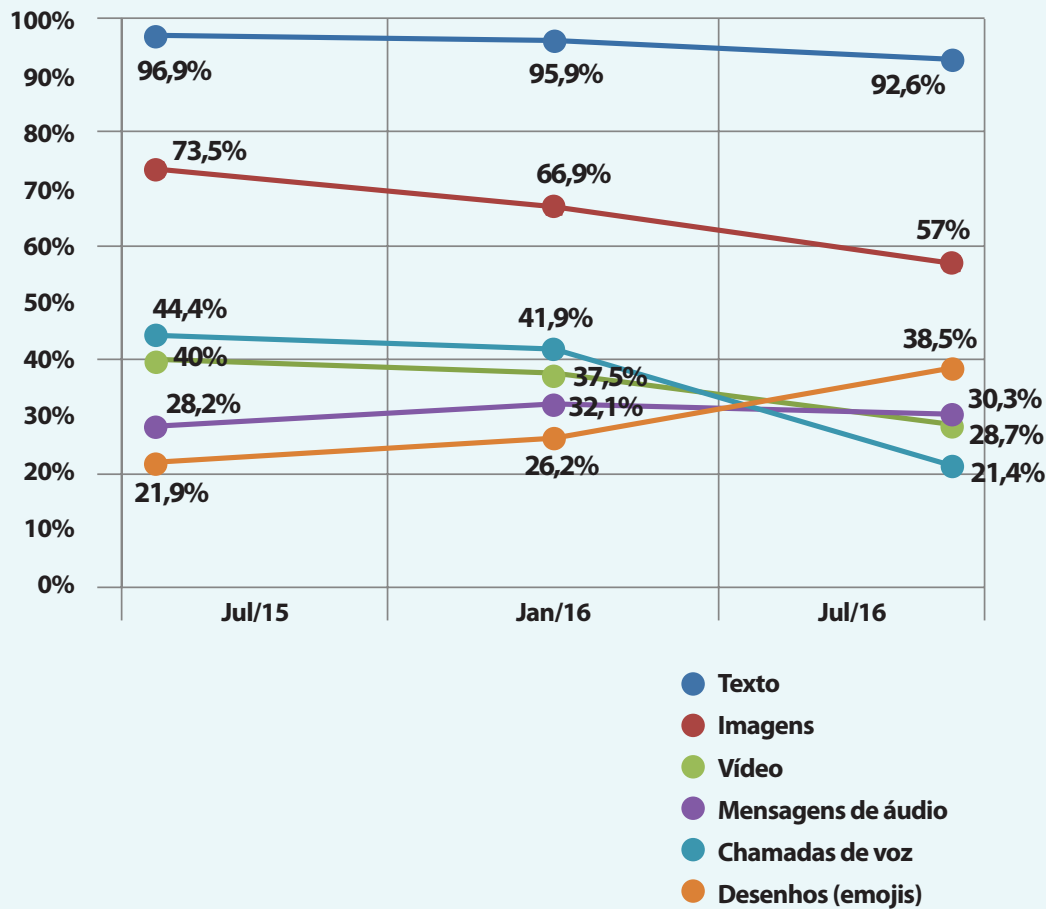
**Base:** 1.632 MAUs de WhatsApp



## Tabelas e gráficos extras

GRÁFICO 7B

*Evolução da incidência de utilização por tipo de conteúdo trocado, de julho de 2015 a julho de 2016 – Facebook Messenger*



**Pergunta:** Marque as formas de comunicação que você utiliza no Facebook Messenger (pode marcar mais de uma)

**Base:** 1.418 MAUs de Facebook Messenger



TABELA 7

### Quando foi a última vez que realizou uma chamada de voz pelo WhatsApp?

	Julho 2016	Janeiro 2016
Em algum momento nas últimas 24 horas	52,5%	52,3%
Há mais de um dia e menos de sete dias atrás	29,7%	30,8%
Há mais de uma semana e menos de um mês atrás	12,2%	11,7%
Há mais de um mês e menos de seis meses	2,8%	2,5%
Há mais de seis meses	0,4%	0,4%
Não lembro	2,3%	2,3%

Base: 1.038 MAUs do WhatsApp que declararam realizar chamadas de voz

TABELA 8

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

	Julho de 2016	Janeiro de 2016	Julho de 2015
1	2,6%	1,9%	4,7%
2	7,2%	9,6%	15%
3	30%	34,7%	28,1%
4	33,3%	33,1%	33,6%
5	26,9%	20,6%	18,5%

Base: 1.038 MAUs do WhatsApp que declararam realizar chamadas de voz

TABELA 9

### Serviços mais comuns em assinatura de SMS

SERVIÇO	Julho 2016
Alertas financeiros de bancos ou de cartões de crédito	52,2%
Notícias	33%
Bem-estar e saúde	18,2%
Alertas de gol	15,5%
Horóscopo	14,4%
Educação	12,7%
Outros	18,6%

Pergunta: Selecione os tipos de serviços que você assina por SMS (pode marcar mais de um)

Base: 1.594 internautas com celular que disseram assinar algum serviço de recebimento automático de SMS

AGOSTO, 2016

**PESQUISA**

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

**MENSAGERIA**



## **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](http://www.mobiletime.com.br)

[www.convergecom.com.br](http://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](http://blog.opinionbox.com).

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