

**Deloitte.**



**Global Mobile Consumer Survey 2018**  
A mobilidade no dia a dia do brasileiro

# Índice

<b>A mobilidade no dia a dia do brasileiro</b>	<b>3</b>	<b>Biometria</b>	<b>19</b>
<b>Metodologia e amostra da pesquisa</b>	<b>4</b>	<b>Machine learning</b>	<b>21</b>
<b>Dispositivos no País</b>	<b>5</b>	<b>Dados móveis</b>	<b>22</b>
<b>Dispositivos domésticos conectados</b>	<b>9</b>	<b>Uso do smartphone</b>	<b>24</b>
<b>Compra de smartphones</b>	<b>12</b>	<b>O smartphone no local de trabalho</b>	<b>28</b>
<b>Vídeo</b>	<b>13</b>	<b>Outros canais da Deloitte com conteúdos sobre transformação digital</b>	<b>31</b>
<b>Uso da mídia</b>	<b>16</b>		

# A mobilidade no dia a dia do brasileiro

É com prazer que apresentamos mais uma edição da pesquisa “Global Mobile Consumer Survey 2018 – Brasil”. Este levantamento faz parte de um amplo projeto da Deloitte que mapeia, anualmente, os hábitos, as expectativas e as oportunidades para o setor de telefonia móvel em diversos países.

Dados do IBGE<sup>1</sup> indicam que em 92% das casas brasileiras há pelo menos um telefone móvel. Ainda de acordo com a pesquisa, no País, o celular já é o equipamento mais utilizado para o acesso à internet (95%), tomando a frente do computador (64%).

<sup>1</sup> Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (IBGE, 2016)

Portanto, falar de telefonia móvel no Brasil é falar de um país continental, fortemente regulamentado, repleto de oportunidades e com uma população apaixonada pela conectividade, como você verá nos expressivos – e por vezes curiosos – dados que trazemos.

Confira a seguir alguns destaques da pesquisa.

## **Marcia Ogawa**

Sócia-líder da Deloitte Brasil para a indústria de Tecnologia, Mídia e Telecomunicações

**[mmatsubayashi@deloitte.com](mailto:mmatsubayashi@deloitte.com)**



# Metodologia e amostra da pesquisa



2.000

entrevistados no Brasil

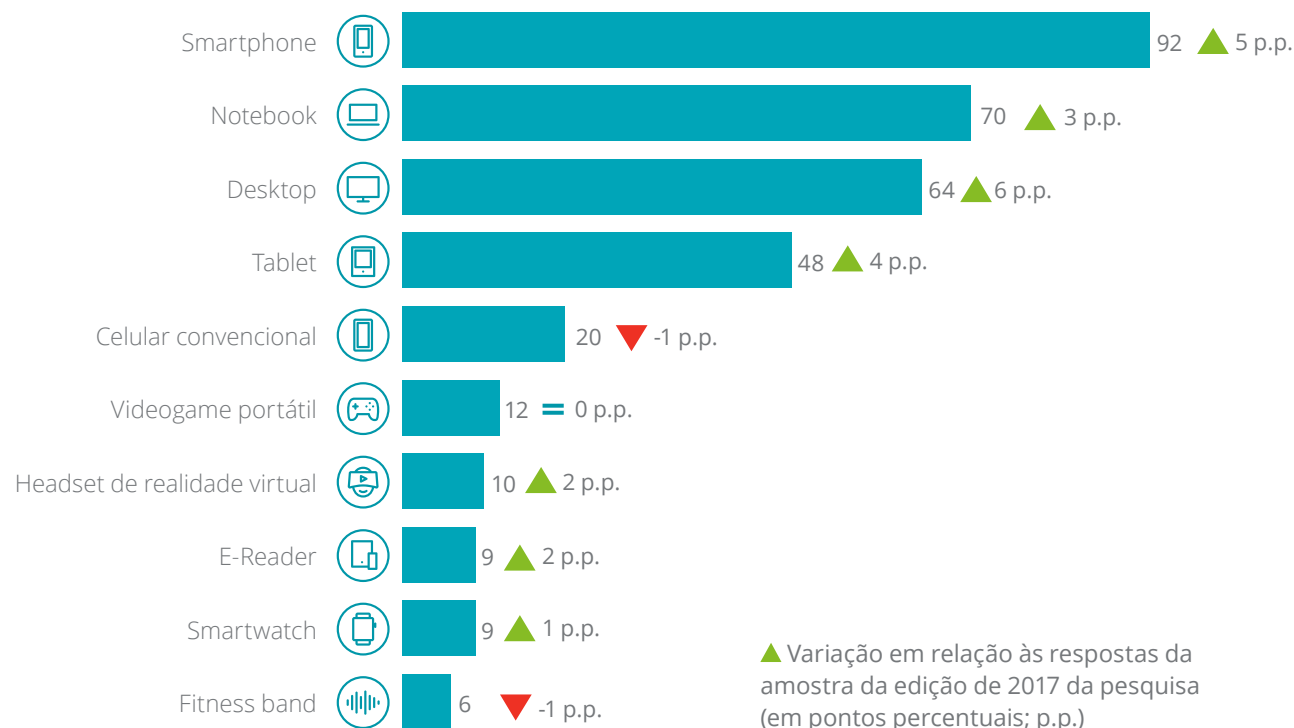


A pesquisa foi realizada por meio de questionário eletrônico; todas as informações referem-se às respostas dadas pela amostra de cada questão.

# Dispositivos no País

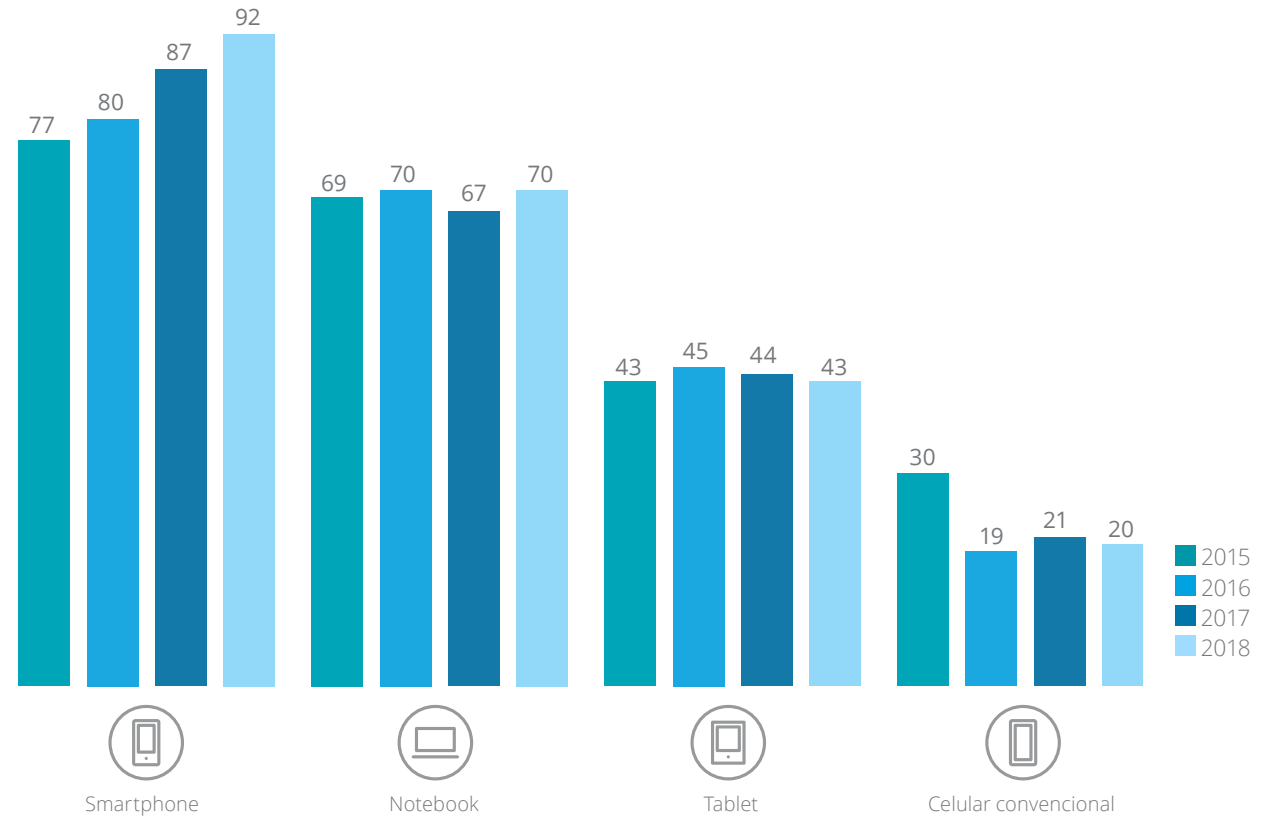
Por mais um ano, o acesso ao smartphone segue crescendo no Brasil. O dispositivo é o que mais os brasileiros entrevistados tiveram acesso (92%), com larga distância do notebook (70%), que ficou em segundo lugar. O desktop surpreende e é o equipamento que apresenta maior crescimento.

## Quais desses equipamentos possui ou teve acesso recentemente? (em %; respostas múltiplas)



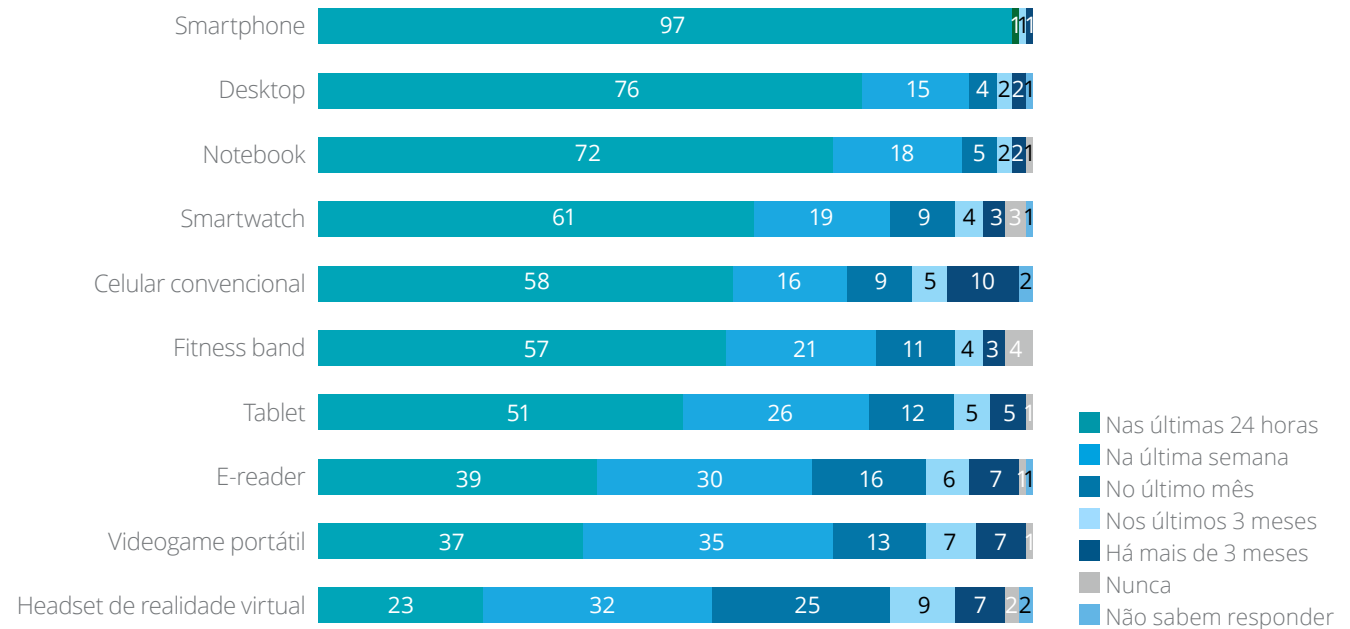
O acesso ou posse de notebooks e tablets permanecem consistentes; queda de celulares convencionais é reflexo do crescimento dos smartphones.

Penetração do dispositivo 2015-2018 (em %; respostas múltiplas)



Os smartphones são, de longe, os dispositivos utilizados com maior frequência, seguido por desktops, notebooks e smart watches.

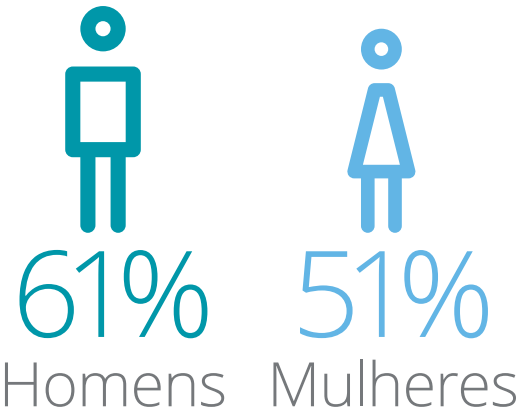
Frequência do uso dos dispositivos (em %)\*



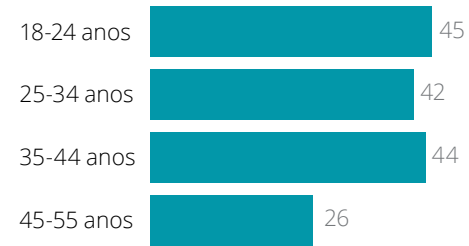
\* Referente a quem indicou possuir a ter acesso ao respectivo equipamento na pergunta anterior

Em geral, a aderência de homens e mulheres aos equipamentos é igual – o destaque é um ligeiro aumento na utilização frequente de fitness band por homens em relação às mulheres. Entre os jovens, a aderência ao e-reader é maior.

**Utilização de fitness band nas últimas 24 horas\***



**Utilização de e-reader nas últimas 24 horas (em %)\***



\* Referente a quem indicou possuir a ter acesso ao respectivo equipamento na pergunta anterior

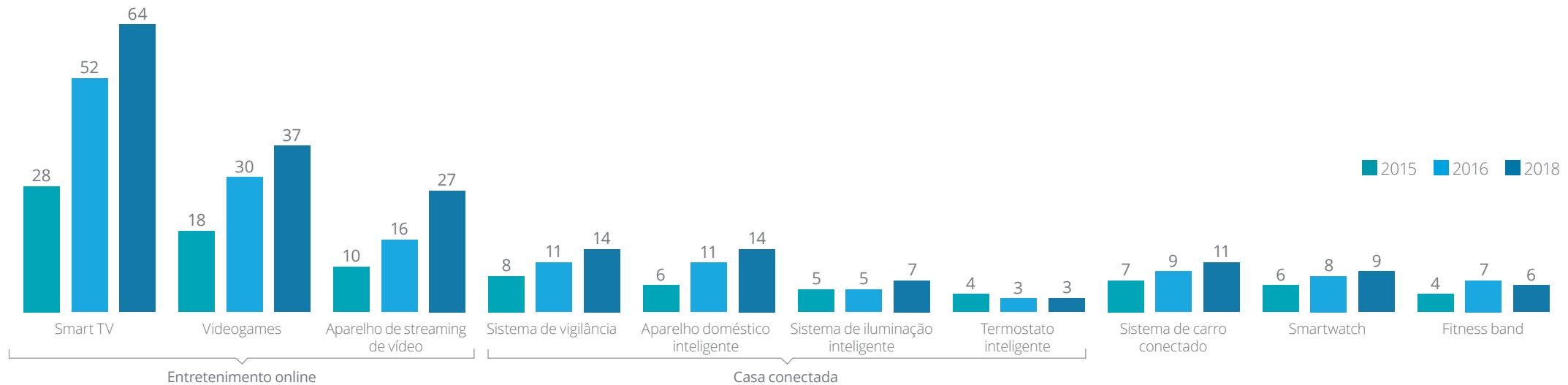


# Dispositivos domésticos conectados

Os dispositivos de entretenimento doméstico continuam como os equipamentos conectados mais utilizados pelos consumidores

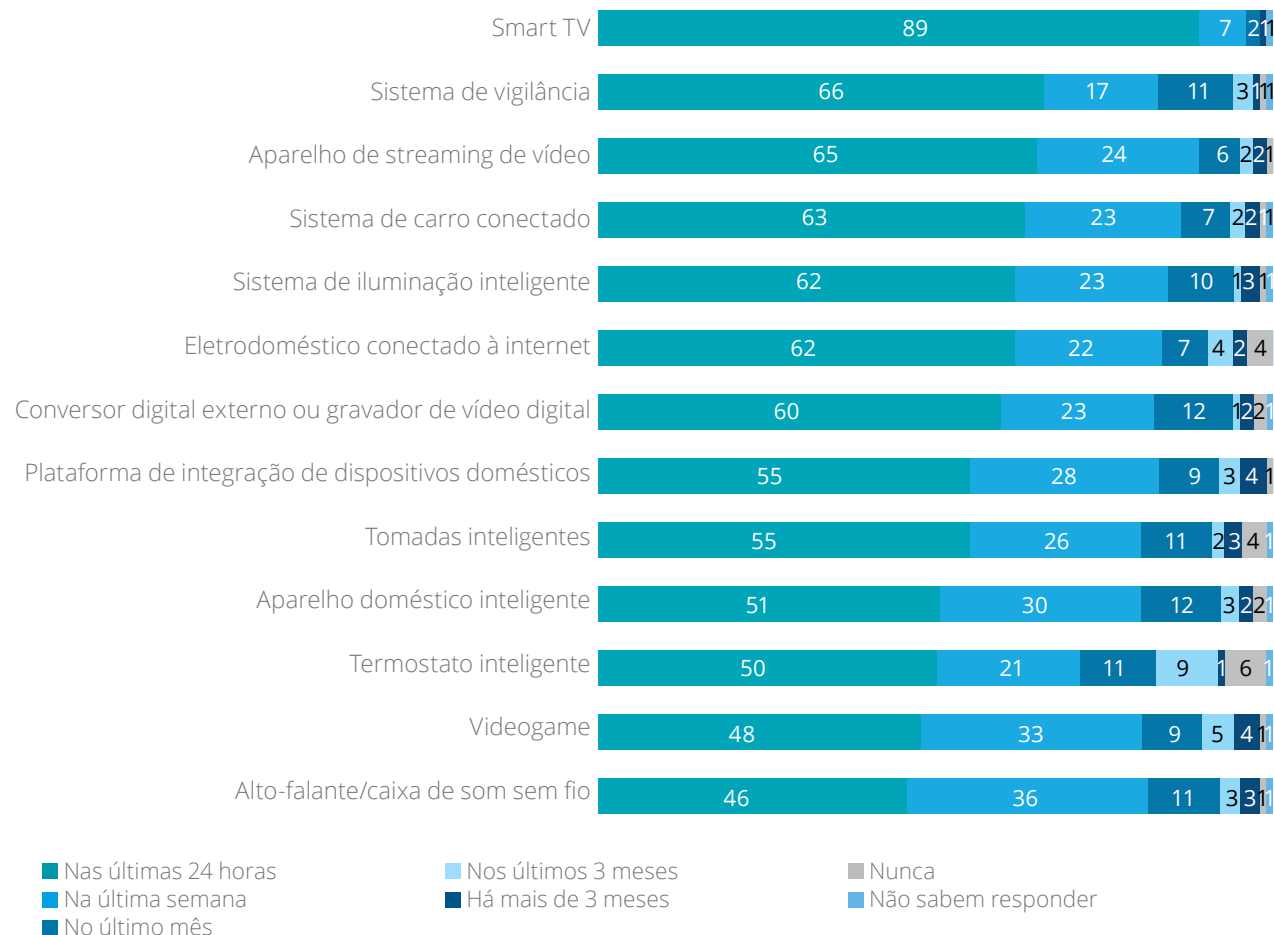
entrevistados no Brasil. A Smart TV segue a trajetória de crescimento acentuado registrada desde a edição de 2017 do levantamento.

Quais desses equipamentos possui ou teve acesso recentemente? (em %; respostas múltiplas)



Os dispositivos domésticos conectados são os equipamentos utilizados com maior frequência: quase 90% da amostra brasileira da pesquisa acessou uma smart TV, enquanto dois terços usaram um aparelho de streaming de vídeo – mesmo patamar de utilização de sistemas de vigilância.

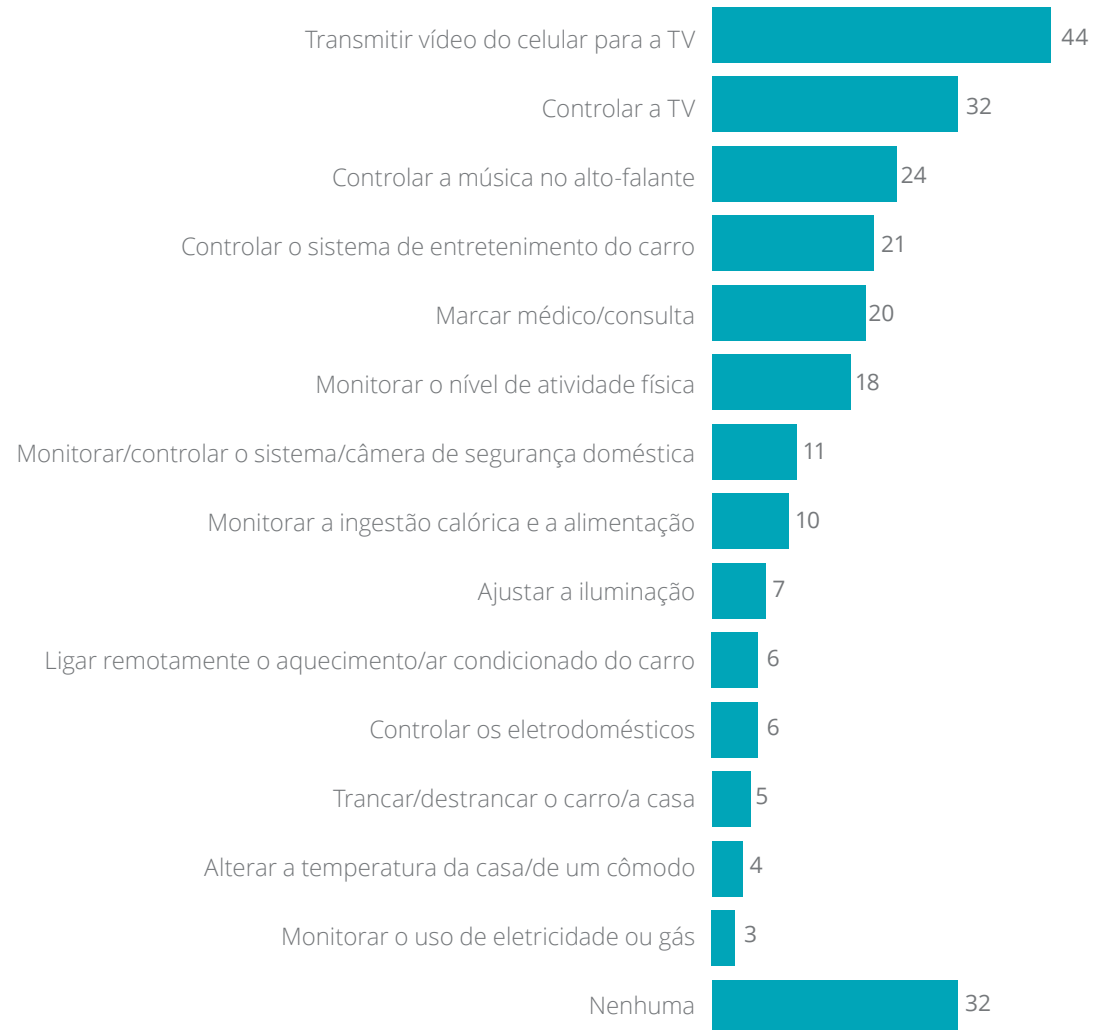
**Última vez que utilizou um desses aparelhos domésticos (em %; respostas múltiplas)\* \*\***



\* Soma diferente de 100 em função de arredondamento  
 \*\* Referente a quem possui ou tem acesso ao respectivo equipamento

No processo de consolidação da ampla utilização do smartphone, o equipamento se torna um hub de acesso, controle e compartilhamento com outros dispositivos, como a TV, o automóvel e o sistema de segurança.

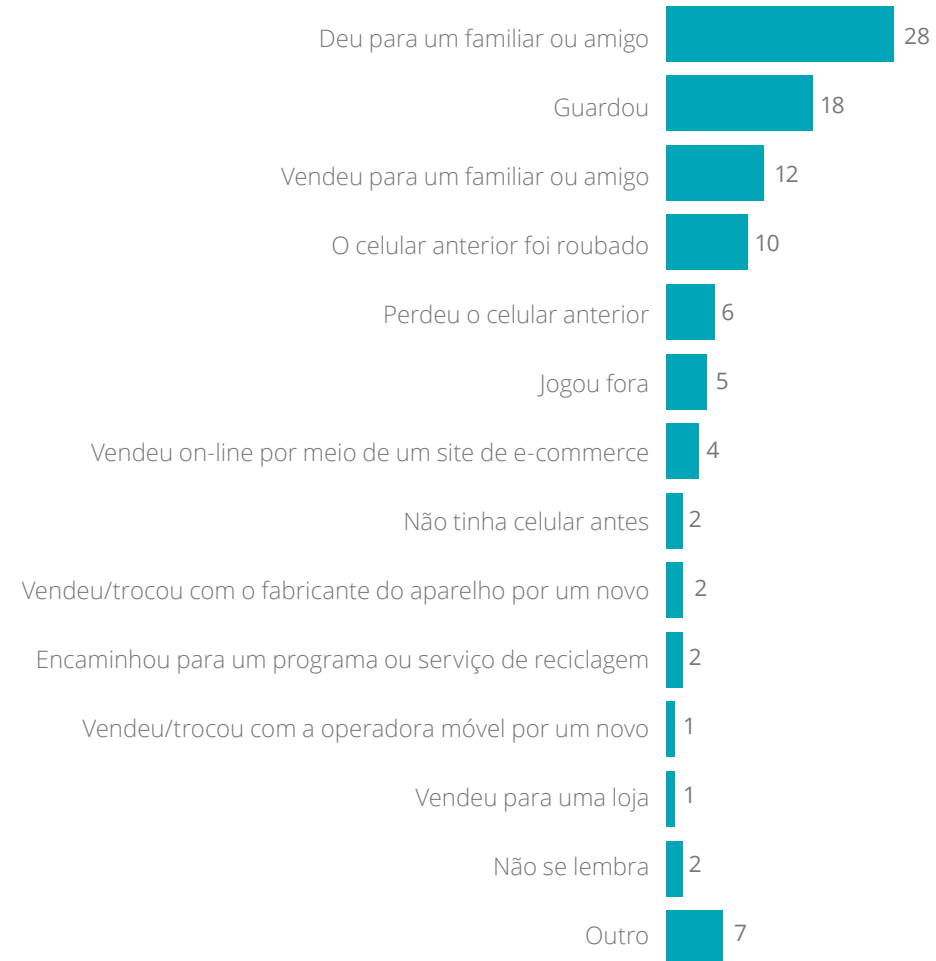
Usa algum site ou aplicativo em seu smartphone para alguma das seguintes atividades? (em %; respostas múltiplas)



# Compra de smartphones

Depois que compraram um novo celular, a maior parcela dos respondentes doou o antigo para um familiar ou amigo; guardar é a segunda opção.

O que aconteceu com o celular anterior quando comprou um novo? (em %)



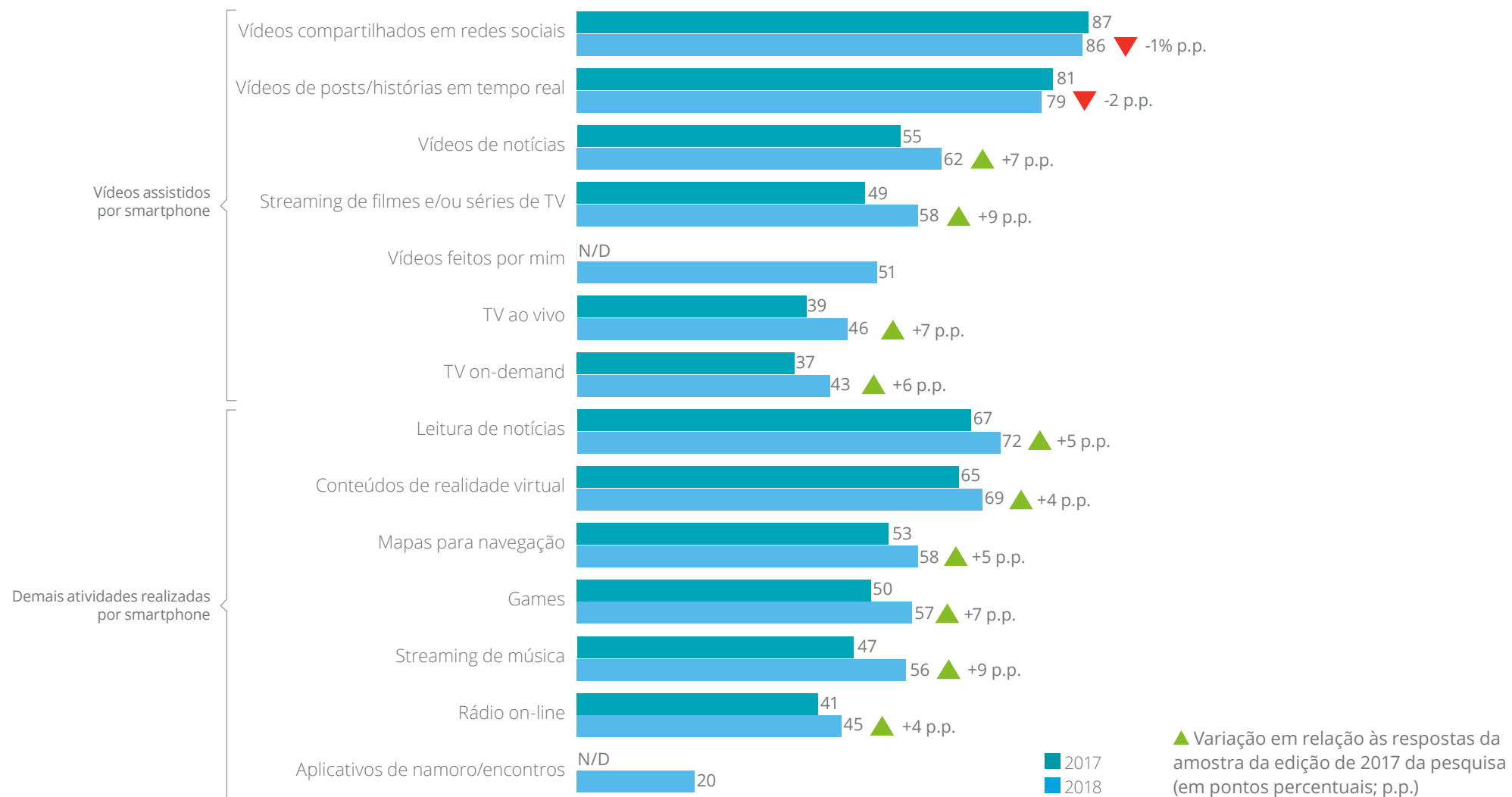
# Vídeo



Início

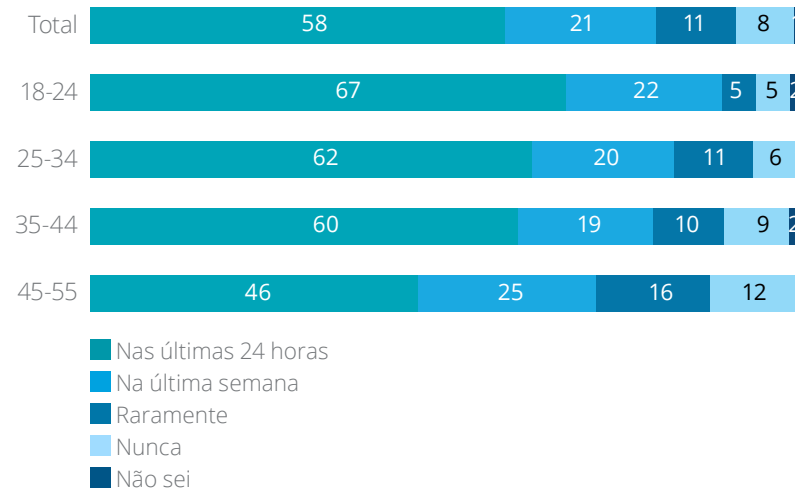
A visualização semanal de vídeos por smartphones aumentou, em 2018, na maioria dos formatos – especialmente nos mais longos, como filmes, séries e programas de TV. Apesar de os vídeos compartilhados em redes sociais serem os mais realizados pelo smartphone, os modelos de streaming (tanto de filmes e séries quanto de música) foram os que registraram o maior crescimento.

### Atividades realizadas por smartphone pelo menos uma vez por semana (em %; respostas múltiplas)



Quanto menor a faixa etária, maior será a propensão a usar um smartphone para assistir vídeos de posts ou de histórias em tempo real.

**Assistem vídeos de posts/histórias em tempo real (em %)\***

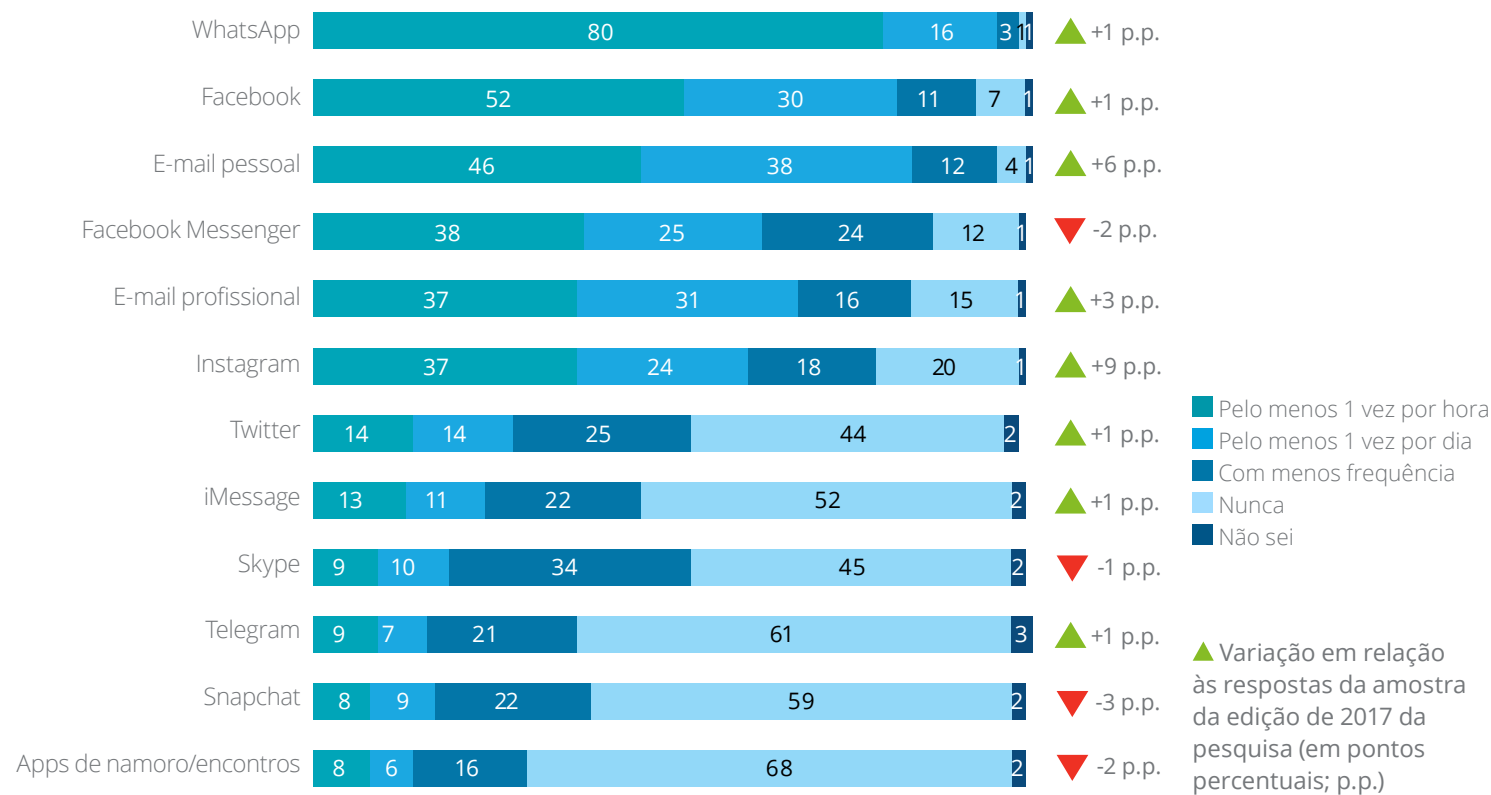


\* Soma diferente de 100 em função de arredondamento

# Uso da mídia

O WhatsApp é o aplicativo mais utilizado. Instagram, iMessage e Skype são os que registram o crescimento mais rápido no uso diário.

Frequência do uso de aplicativos de comunicação (em %)\*

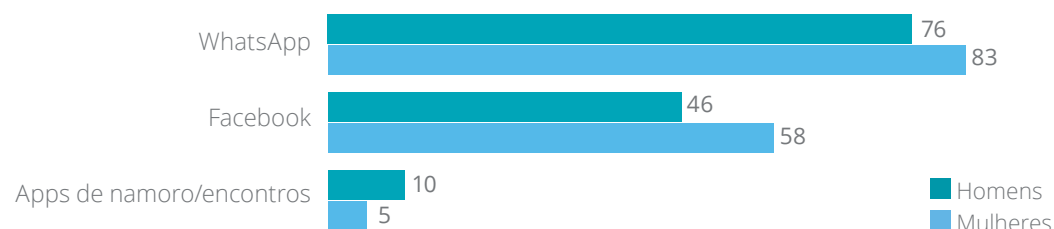


\* Soma diferente de 100 em função de arredondamento

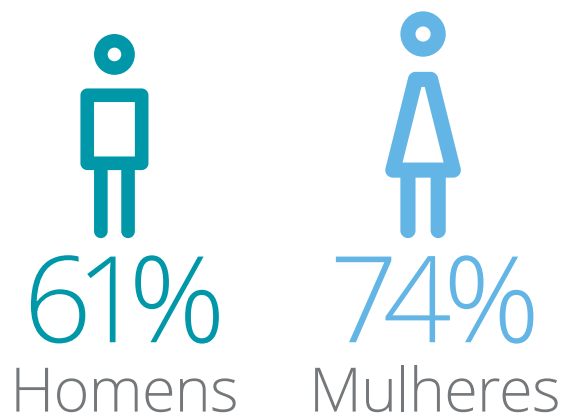


As mulheres são um pouco mais engajadas no uso do WhatsApp e do Facebook do que os homens. Os aplicativos de namoro, por sua vez, são usados com mais frequência pelos homens do que pelas mulheres.

### Aplicativos de comunicação utilizados nas últimas 24 horas (em %)\*



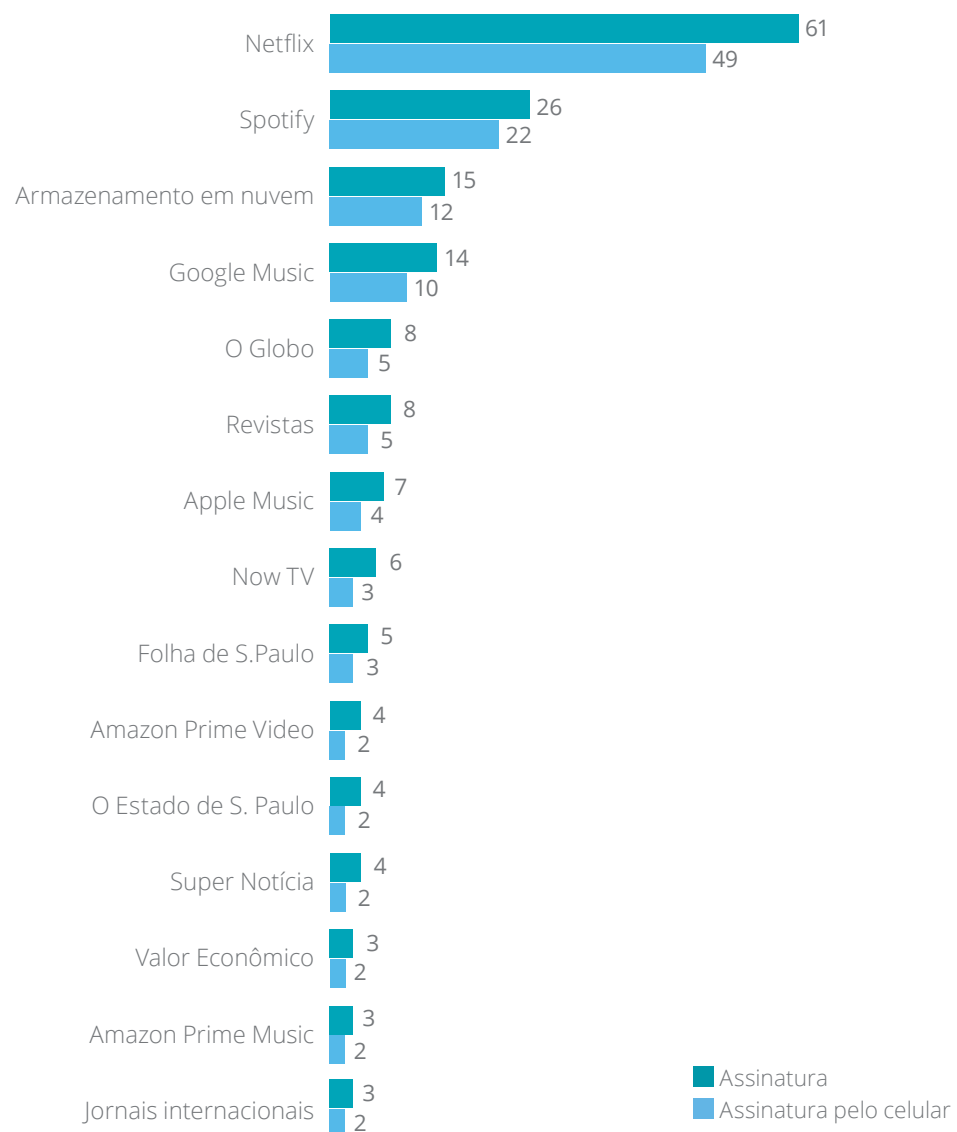
### Nunca usaram aplicativos de namoro\*



\* Referente a quem indicou possuir a ter acesso ao respectivo equipamento na pergunta anterior

Mais de 60% dos brasileiros entrevistados têm uma assinatura de Netflix – e quase metade possui acesso à assinatura pelo celular. Em segundo lugar, com grande distância, estão as assinaturas de Spotify.

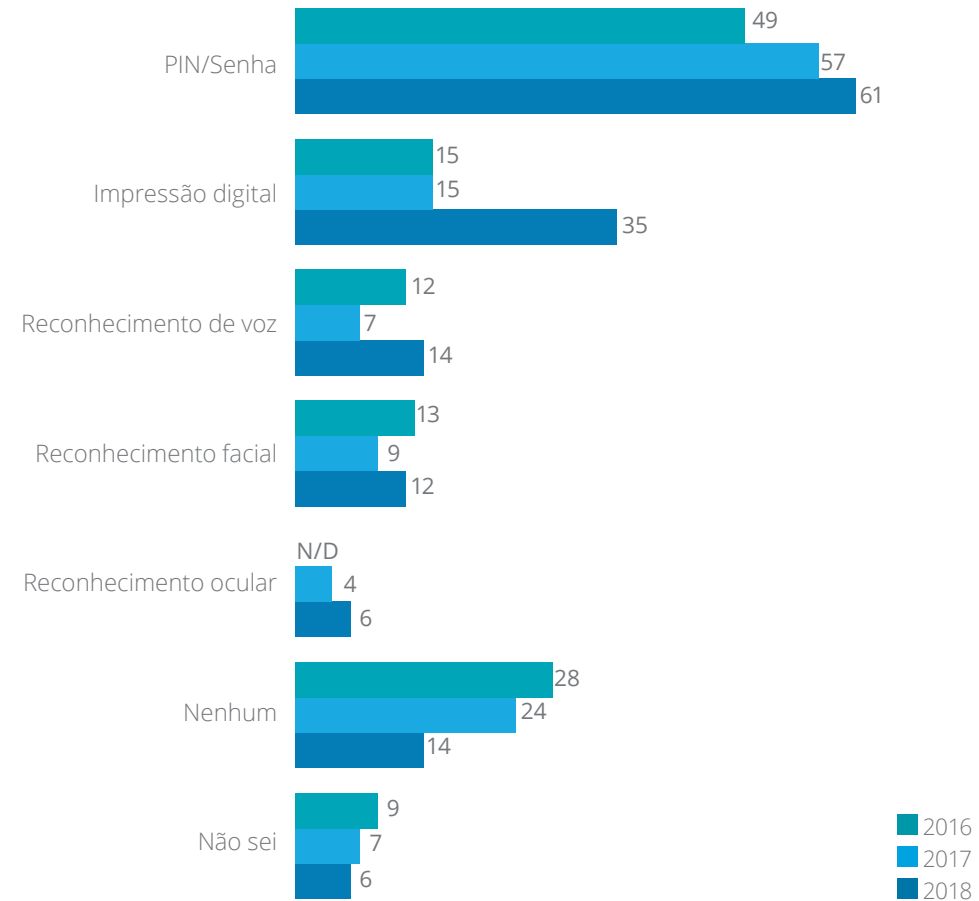
Serviços de assinatura por celular (em %; respostas múltiplas)



# Biometria

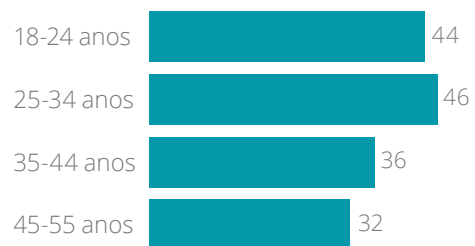
Embora a utilização de PIN e senha ainda sejam o modelo de autenticação mais utilizado, o reconhecimento por impressão digital cresceu fortemente, de 15% na amostra de 2017 para 35% entre os respondentes de 2018. Outras formas de biometria – como reconhecimento de voz, facial e ocular – também registraram aumento no período.

Métodos de autenticação utilizados (em %; respostas múltiplas)



Os jovens tendem utilizar mais a biometria por impressão digital – uma combinação de busca por praticidade ao maior acesso a smartphones com esta tecnologia.

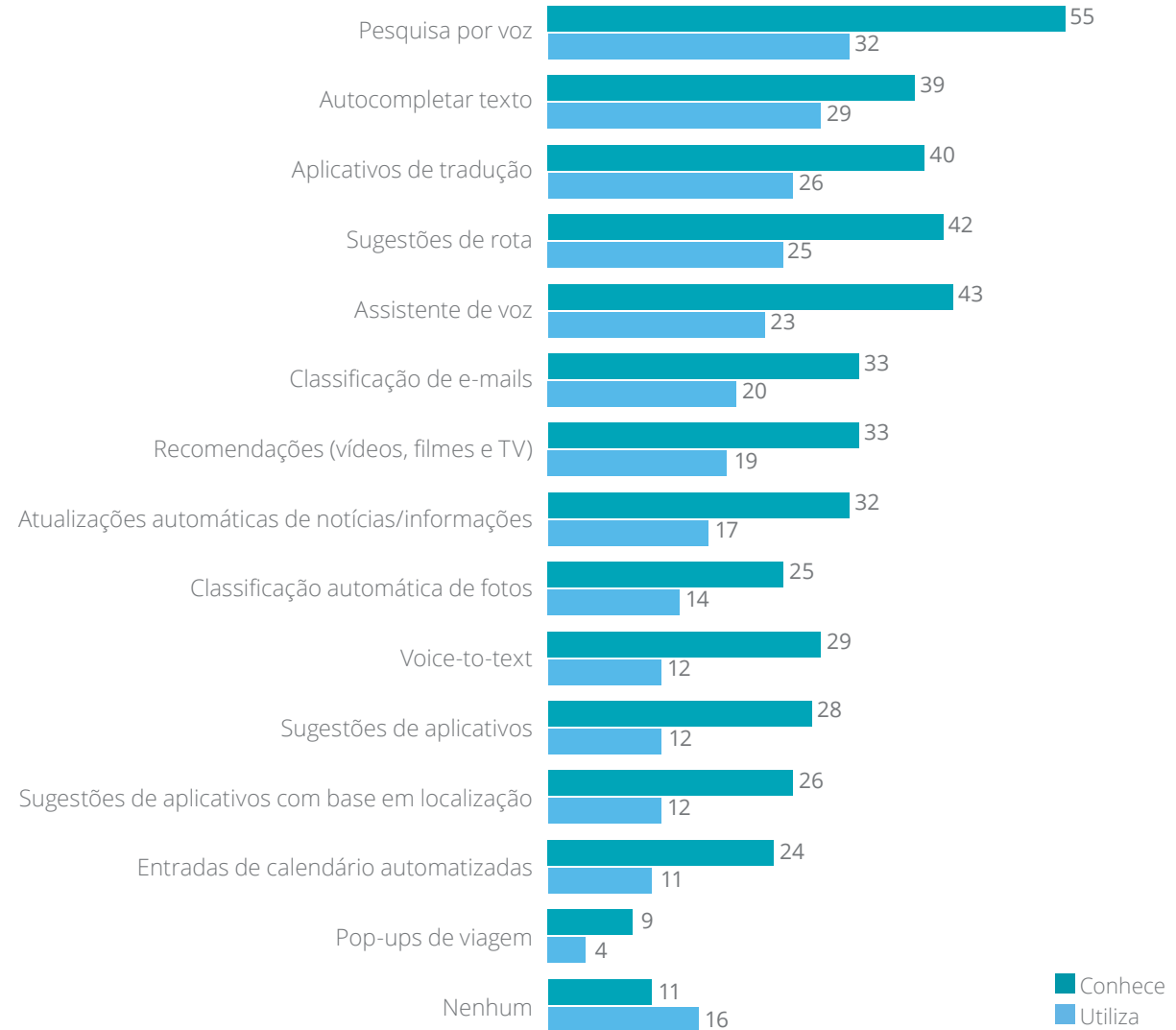
### Uso de biometria por impressão digital (em %)



# Machine learning

As ferramentas de machine learning são utilizadas por menos de um terço dos respondentes. Entre os recursos mais adotados estão a realização de pesquisa por voz e a ferramenta de autocompletar textos.

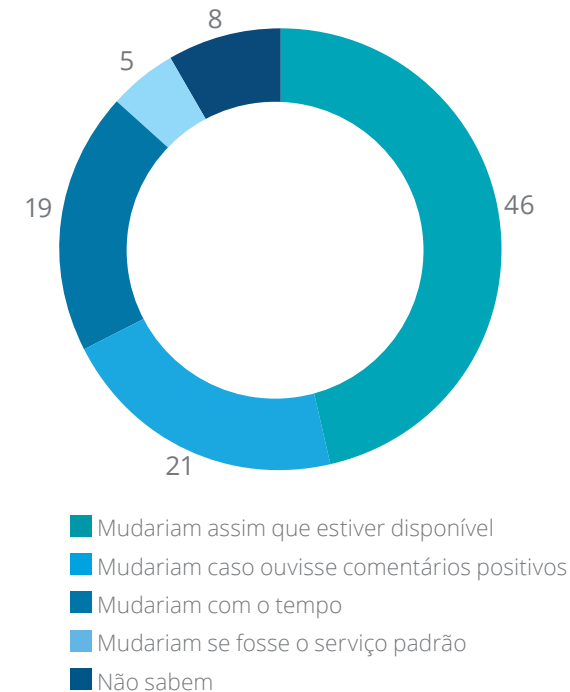
Ferramentas de machine learning mais conhecidas e utilizadas  
(em %; respostas múltiplas)



# Dados móveis

O brasileiro tem forte apetite por inovação e por estar conectado por meio das redes mais avançadas de telecomunicações. Em relação à quinta geração da internet móvel – a rede 5G – praticamente metade dos consumidores declarou o interesse em migrar para esta tecnologia tão logo ela esteja disponível. Apenas 5% mudariam para o 5G se esse fosse o serviço padrão e não houvesse alternativa.

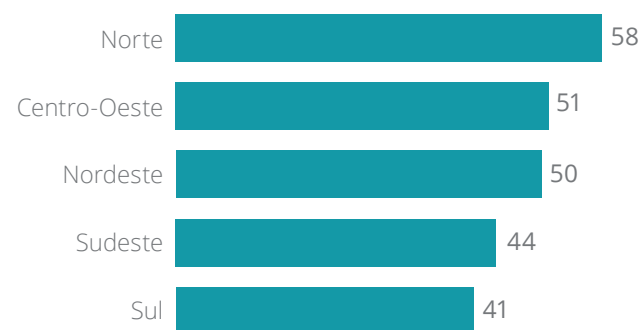
Opinião em relação ao 5G (em %)\*



\* Soma diferente de 100 em função de arredondamento

Em uma análise geográfica, a região Norte do País é que mais tem interesse em migrar para o 5G assim que a tecnologia estiver disponível.

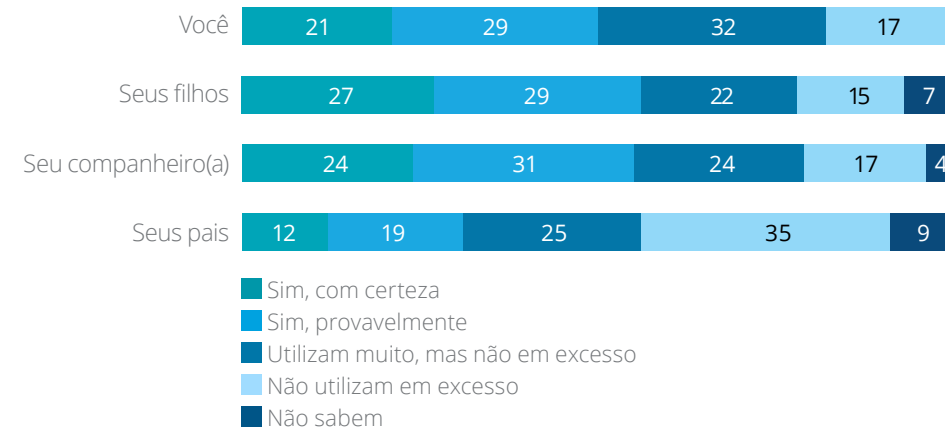
**Mudariam para o 5G assim que estiver disponível  
(em % de respondentes de cada região)**



# Uso do smartphone

Metade dos respondentes da amostra brasileira da pesquisa avalia utilizar muito o smartphone – percentual similar à percepção sobre o uso do aparelho pelos filhos e pelos companheiros.

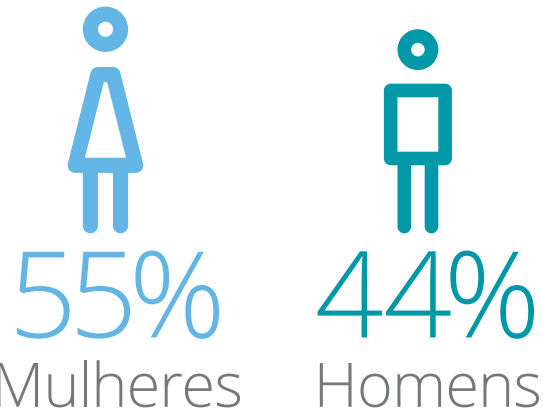
**Acha que você, seu companheiro, seus filhos e seus pais utilizam o telefone em excesso? (em %)**



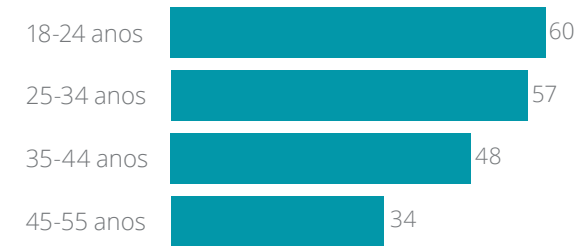


Mulheres acreditam utilizar o telefone em excesso mais do que os homens, assim como os jovens avaliam mais que utilizam o smartphone em demasia do que os mais velhos

Acha que você utiliza o telefone em excesso? (em %; respostas múltiplas)\*

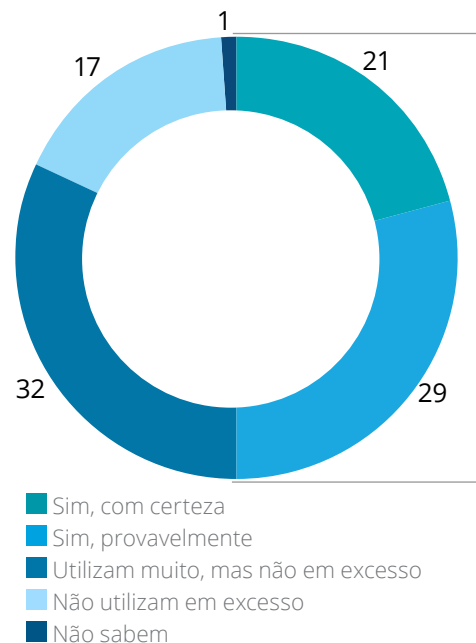


\*Soma das respostas para "Sim, com certeza" e "Sim, provavelmente"

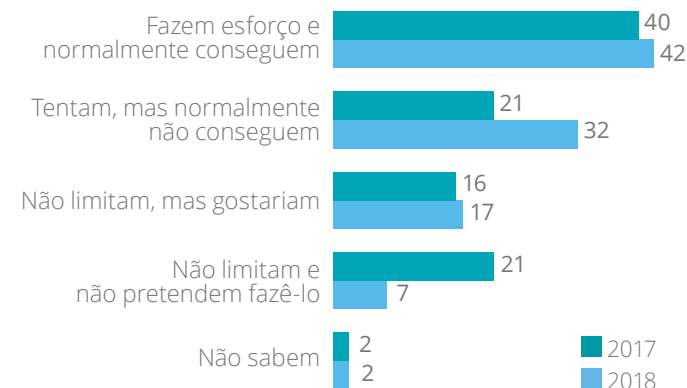


Entre os usuários que indicaram utilizar muito o smartphone, 42% fazem um esforço para limitar o uso do equipamento. Um terço, porém, tenta limitar a utilização do dispositivo, mas sem sucesso. Em relação à pesquisa de 2017, houve aumento significativo entre os usuários que responderam tentar limitar a utilização de smartphone, mas que normalmente não conseguem.

Acha que você utiliza o telefone em excesso? (em %)

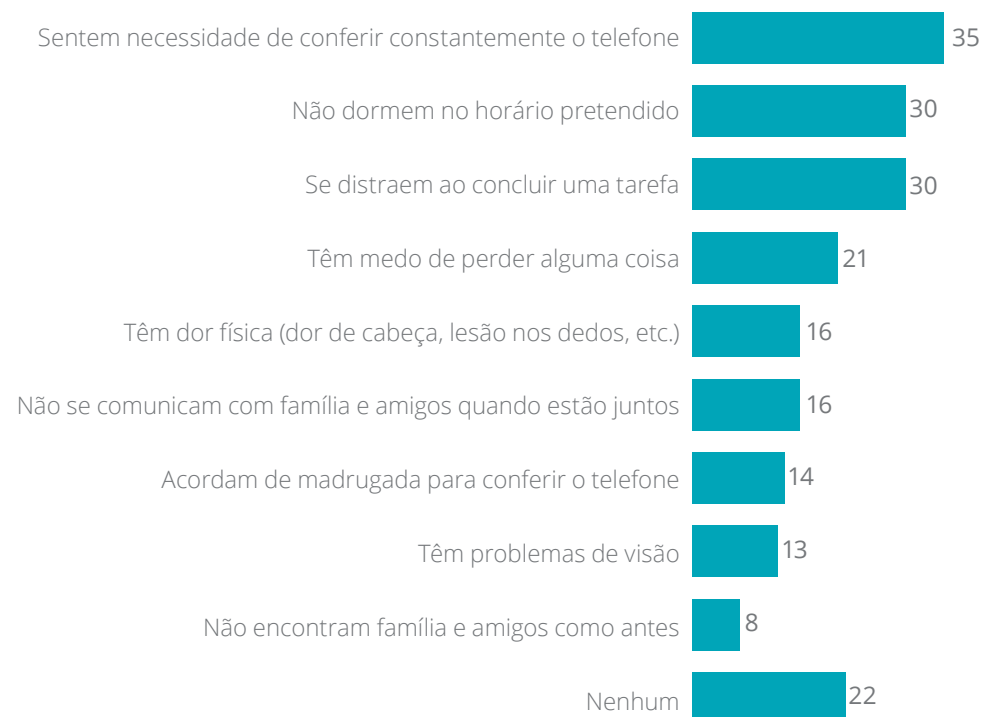


Limitação do uso do smartphone (em %)



Mais de um terço dos entrevistados sente a necessidade de conferir constantemente o telefone, enquanto 30% responderam que não conseguem dormir no horário pretendido ou se distraem com o smartphone ao concluir uma tarefa.

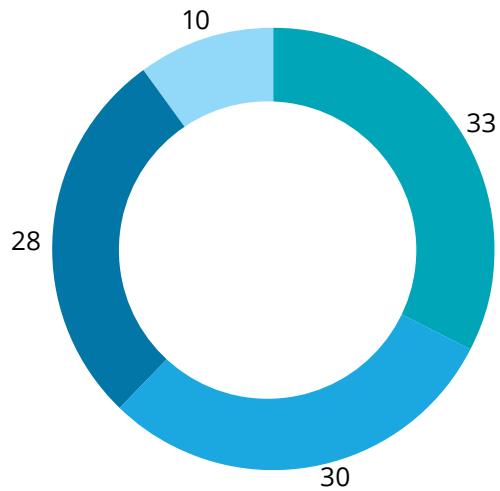
#### Efeitos do uso excessivo do celular (em %; respostas múltiplas)



# O smartphone no local de trabalho

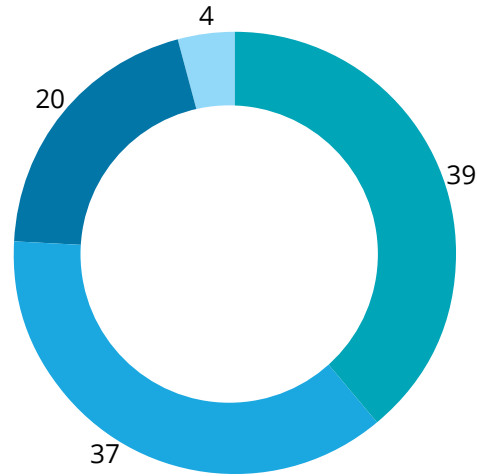
Mais de 60% dos entrevistados do Brasil já utilizam o smartphone para fins profissionais fora do horário normal de trabalho com alguma ou muita frequência. O inverso também ocorre: 76% indicaram usar muito frequentemente ou frequentemente o smartphone para fins pessoais durante o horário de trabalho. É possível identificar um crescimento da utilização muito frequente do smartphone – tanto no ambiente de trabalho como fora dele – em relação à pesquisa de 2017. Como resultado, a distração com o smartphone durante o horário de trabalho ocorre com alguma ou muita frequência para 43% dos respondentes.

Uso de smartphone para fins profissionais fora do horário de trabalho (em %)\*



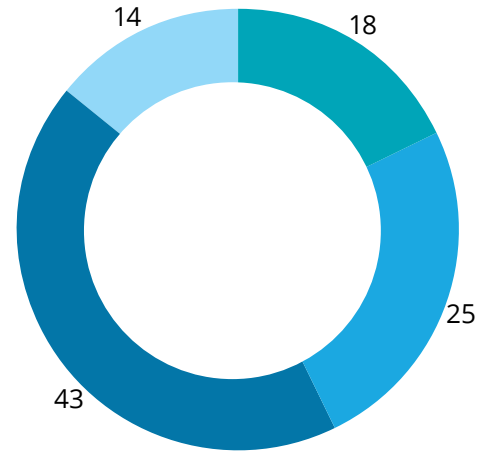
- Muito frequentemente
- Frequentemente
- Ocasionalmente
- Nunca

Uso de smartphone para fins pessoais durante o horário de trabalho (em %)



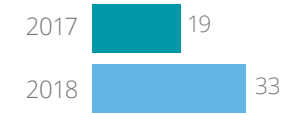
- Muito frequentemente
- Frequentemente
- Ocasionalmente
- Nunca

Distração com o smartphone durante o horário de trabalho (em %)



- Muito frequentemente
- Frequentemente
- Ocasionalmente
- Nunca

Uso muito frequente de smartphone para fins profissionais fora do horário de trabalho (em %)



Uso muito frequente de smartphone para fins pessoais durante o horário de trabalho (em %)



\* Soma diferente de 100 em função de arredondamento

Como ferramenta de trabalho, o smartphone é mais utilizado para o envio e o recebimento de e-mails e mensagens instantâneas para colegas ou clientes.

Atividades profissionais realizadas pelo smartphone (em %; respostas múltiplas)



# Outros canais da Deloitte com conteúdos sobre transformação digital



## Revista Mundo Corporativo

[www.mundocorporativo.deloitte.com.br](http://www.mundocorporativo.deloitte.com.br)



## Aplicativo Deloitte Brasil

Pesquisas, estudos de mercado, artigos e informações sobre os eventos promovidos pela Deloitte

[www.deloitte.com/app-deloitte-brasil](http://www.deloitte.com/app-deloitte-brasil)



## Canal de Branded Content da Deloitte no Valor Econômico

[www.conteudodemarca.valor.com.br/deloitte](http://www.conteudodemarca.valor.com.br/deloitte)



## Deloitte Insights


[www.deloitte.com/insights](http://www.deloitte.com/insights)

### Mídias sociais

 [deloittebrasil](#)

 [DeloitteBR](#)

 [deloitte-brasil](#)

 [deloittebrasil](#)

 [deloittebrasil](#)



A Deloitte refere-se a uma ou mais entidades da Deloitte Touche Tohmatsu Limited, uma sociedade privada, de responsabilidade limitada, estabelecida no Reino Unido (“DTTL”), sua rede de firmas-membro, e entidades a ela relacionadas. A DTTL e cada uma de suas firmas-membro são entidades legalmente separadas e independentes. A DTTL (também chamada “Deloitte Global”) não presta serviços a clientes. Consulte [www.deloitte.com/about](http://www.deloitte.com/about) para obter uma descrição mais detalhada da DTTL e suas firmas-membro.

A Deloitte oferece serviços de auditoria, consultoria, assessoria financeira, gestão de riscos e consultoria tributária para clientes públicos e privados dos mais diversos setores. A Deloitte atende a quatro de cada cinco organizações listadas pela Fortune Global 500®, por meio de uma rede globalmente conectada de firmas-membro em mais de 150 países, trazendo capacidades de classe global, visões e serviços de alta qualidade para abordar os mais complexos desafios de negócios dos clientes. Para saber mais sobre como os 286.200 profissionais da Deloitte impactam positivamente nossos clientes, conecte-se a nós pelo Facebook, LinkedIn e Twitter.